

ДАНИЛОВА Елена Александровна – к.полит.н., докторант философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета (634034, Россия, г. Томск, пр-кт Ленина, 36; elena.a.danilova@yandex.ru)

БАБКИНА Ольга Владимировна – к.хим.н., заместитель проректора по научной работе Национального исследовательского Томского государственного университета (634050, Россия, г. Томск, ул. Новособорная, 1, стр. 2, оф. 2; inno@mail.tsu.ru)

МОДЕЛЬ ИМИДЖЕВОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО ИННОВАЦИОННОГО ВУЗА (на примере Национального исследовательского Томского государственного университета)

Аннотация. В статье анализируются возможности позиционирования территории (города, региона, страны) с использованием инновационных вузов как единой платформы для развития образования, науки и производства. В ситуации повышения требований к вузам как субъектам инноваций с их стороны необходимо формирование убедительной коммуникационной стратегии имиджевого позиционирования. В качестве кейса в статье исследован опыт позиционирования Томского государственного университета в качестве инновационного вуза и его влияние на государственное позиционирование в целом. Отдельно рассмотрен механизм международного позиционирования России за счет роли ТГУ как опорного инновационного вуза оборонной отрасли.

Ключевые слова: инновационная политика, политическое позиционирование, международный имидж, национальная безопасность/обороноспособность, оборонная отрасль, инновационный университет, Национальный исследовательский Томский государственный университет

Выбор Россией инновационного пути развития требует наличия соответствующей инфраструктуры и инновационной предпринимательской и образовательной среды. Формирование российской национальной инновационной системы связано с деятельностью трех основополагающих акторов: государства, бизнес-предприятий и вузов. Важная роль в этом триединстве принадлежит вузам. Именно вузы, осуществляющие подготовку нового поколения высококвалифицированных инноваторов и формирующие культуру предпринимательства особого типа, инновационную среду для адаптации инновационных экономических инструментов, являются базовой опорой формирования инновационного менталитета в российском обществе, – в целом консервативном, сохраняющем традиционный уклад, а значит сопротивляющемся инновационным вызовам. В логике модели «тройной спирали» Г. Ицковица университеты выступают равноправными участниками процесса инновационного социально-экономического развития. Более того, они способны стать катализатором внедрения инноваций, поскольку «университеты и другие площадки инновационных исследований все более и более уверенно становятся питательной средой для нового экономического развития» [Ицковиц 2010: 114]. Инновационная парадигма основывается не только на социально-экономических показателях, но и на политико-культурных ценностях. Позиционирование территорий имеет важное символическое значение, и использование научно-образовательного компонента в процессе брендинга города/региона/страны является прочным фундаментом для формирования их позитивного имиджа.

Позиционирование вузов в качестве субъекта инноваций связано с выявлением и фиксацией университетов-лидеров. Значимыми шагами по формированию в стране инновационного пояса вузов является их ревизия и постепенное выделение системы опорных вузов [Данилова 2015: 61]. Их региональное распределение отражает инновационный потенциал российских территорий и влияет на восприятие России на международной арене. Иными словами, присутствие в стране/регионе/городе значительного числа ведущих университетов в существенной мере опреде-

ляет положительный имидж данной территории и наоборот. В русле исследования «маркетинга мест» имидж места Ф. Котлер определяет как «сумму убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении этого места. Имидж – это упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и кусков информации, связанных с данным местом» [Котлер и др. 2005: 205]. Логика территориального маркетинга заключена в том, что «имидж территории, ее репутация в отечественных и зарубежных общественно-политических и деловых кругах становятся основополагающими факторами продвижения общегосударственных и региональных внешнеэкономических и политических проектов, важнейшим конкурентным ресурсом для налаживания партнерских отношений» [Важенина 2006: 82]. Инновационный образовательный и научно-производственный компоненты деятельности университета могут стать основой для формирования бренда территории, которую он представляет, посредством имиджевой коммуникации. Российские исследователи А.И. Щербинин и Н.Г. Щербинина, рассуждая об имидже-бренде города, предлагают технологию конструирования положительного имиджа города в соответствии со стратегией имиджевого маркетинга территории, в основу которой положен архетипический брендинг. Таким образом, «проводя операцию “позиционирования” (выделения “позиции” города в сознании целевых групп), мы формируем имидж, или образ города, т.е. искусственно созданное представление о городе как о смысловом мире, с которым можно вступить в коммуникацию... При этом цель – создание бренда (имидж-бренда), а именно утверждение в сознании целевых групп концептуально оформленной совокупности стереотипных медийных образов, которые превращаются в массовый коммуникационный феномен. Архетип же, лежащий в основе бренда, придает образу города искомое своеобразие, т.е. позиционирует город среди других товаров на рынке городов» [Щербинин, Щербинина 2012: 57]. При достаточном масштабе бренд университета может расширить рамки города и стать национальным.

Указанное обстоятельство актуализирует проблему эффективного позиционирования самих вузов как участников инновационного процесса. В качестве кейса рассмотрим опыт Национального исследовательского Томского государственного университета (ТГУ), который в течение последних 10 лет провел ряд активных шагов по встраиванию в национальную инновационную систему. Так, в рамках трансформации в России модели высшего образования и формирования системы опорных вузов с 2010 г. ТГУ присвоен правительственный статус одного из 29 национальных исследовательских университетов (НИУ), способных организовать эффективный процесс обучения и провести его интеграцию с научными исследованиями внутри университета. В перечень приоритетных направлений развития Томского государственного университета в соответствии с Программой стратегического развития на 2010–2019 гг. включено кадровое и научно-инновационное обеспечение в таких областях, как нанотехнологии и материалы, информационно-телекоммуникационные и суперкомпьютерные технологии, рациональное природопользование и биологические системы, проектирование перспективных космических и ракетно-артиллерийских систем, социально-гуманитарные знания и технологии в модернизации экономики и социальной сферы. Соответствие Перечню приоритетных направлений развития науки, технологий и техники РФ, а также выход за его рамки в виде развития направления гуманитарных исследований раскрывает потенциал ТГУ как академического вуза и обеспечивает его конкурентное преимущество. Экспертное сообщество представителей гуманитарных наук может, в частности, способствовать позиционированию ТГУ в стране и в мире через разработку эффективной коммуникационной стратегии его адресного продвижения с использованием правильно выбранных каналов. В настоящее время актуальной задачей является разработка необходимых рекомендаций в этой области.

Важным этапом в позиционировании ТГУ как опорного инновационного вуза стала его победа летом 2013 г. в общенациональном конкурсе вузов на право обладания статусом одного из 15 ведущих университетов России (ВИУ). В марте 2015 г. по решению Совета по повышению конкурентоспособности ведущих универси-

тетов РФ ТГУ подтвердил статус ведущего российского университета среди ведущих мировых научно-образовательных центров, войдя в четверку вузов, наиболее эффективно участвующих в реализации проекта «5-100», с последующим распределением бюджетных средств в пользу университетов-лидеров¹. Стратегической целью развития вуза в Программе повышения конкурентоспособности заявлено формирование на базе ТГУ как классического исследовательского университета научно-образовательного, инновационного, культурного центра, оказывающего геополитическое влияние на Евразийском континенте и входящего в число ведущих университетов мира. В целом проект «5-100», направленный на повышение конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров, важен для эффективного международного позиционирования российских вузов и подтверждения инновационного курса развития государства. В рамках реализации Программы повышения конкурентоспособности для ТГУ важным и широко освещаемым в СМИ событием стало повышение его позиции в рейтинге QS в сентябре 2014 г. до 491–500 строчек рейтинга (в прошлые 2 года вуз находился в группе 551–600)². Наделение вуза характеристиками инновационности и международной конкурентоспособности, пусть даже в перспективе, является для руководства страны способом усиления роста престижа не только государственной системы образования, но и государства в целом. В Томском государственном университете текущие и стратегические задачи сопровождения программ развития университета инфраструктурно и организационно решаются в рамках Дирекции программ развития ТГУ.

Приобретение конкурентных преимуществ за счет наличия сильного университетского ядра, восприятие города (а в проекции – и страны) как мощного образовательного центра являются одновременным вызовом для ТГУ в плане развертывания адекватной эффективной коммуникационной стратегии позиционирования университета в качестве инновационного, отражающего потенциал города и государства. Томский государственный университет имеет весомые основания для того, чтобы стать брендом территории в локальном и национальном масштабах. Коммуникационная имиджевая стратегия позиционирования университета направлена на такие целевые группы, как научное сообщество, включая международное; бизнес-сообщество (промышленность); социальная сфера (население, в т.ч. абитуриенты); государство; международное политическое сообщество.

Отметим, что стратегическое позиционирование ТГУ как инновационного вуза и работа с целевыми группами осуществляется в рамках следующих направлений:

- 1) выбор и применение оптимального набора государственных инструментов инновационного развития, политика реализации инновационной стратегии развития университета (позиционирование для всех целевых групп в зависимости от конкретных инструментов);

- 2) формирование внутренней структуры по управлению инновационной деятельностью вуза (внутри вуза – для сотрудников и студентов, вовне – позиционирование для бизнеса и промышленности);

- 3) внешнее позиционирование посредством PR-стратегии (активная выставочная деятельность, развитие интернет-представительства, работа со СМИ и т.д.).

В целях реализации эффективной стратегии позиционирования университета важно соблюсти баланс между целевыми аудиториями, на которые направлена имиджевая коммуникация. Для обеспечения высокой конкурентоспособности ТГУ необходимо закрепить свою роль инновационного образовательного и одновременно научно-производственного центра. Так, в научной среде позиционирование

¹ Распоряжение Правительства РФ № 930-р от 22.05.2015 «Распределение субсидий, предоставляемых в 2015 году из федерального бюджета на государственную поддержку ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров в рамках подпрограммы “Развитие профессионального образования” государственной программы Российской Федерации “Развитие образования” на 2013–2020 годы». – *Правительство РФ. Официальный сайт*. Доступ: <http://government.ru/orders/18240/> (проверено 29.05.2015).

² ТГУ и ТПУ улучшили свои позиции в мировом рейтинге QS. – *Сайт РИА «Томск»*. 16.09. 2014. Доступ: <http://www.riatomsk.ru/article/20140916/02221/> (проверено 22.05.2015).

ТГУ реализуется через развитие научных школ при поддержке инновационными инструментами развития, обеспечивающими формирование академического мнения о научных разработках вуза, в т.ч. на международном уровне. Этому способствует активная совместная работа ученых ТГУ с иностранными партнерами, в т.ч. с приглашенными в вуз зарубежными профессорами, совместные исследования, создание лабораторий мирового уровня, участие ученых ТГУ в статусных международных конференциях, включенность в международные научные сети *Scopus*, *Web of Science*, обеспечение высоких показателей по цитируемости и др.

Коммуникационная стратегия вуза в среде промышленников и иных внешних стейкхолдеров направлена на позиционирование ТГУ как научного центра для промышленности. Это касается изменения программ подготовки кадров, направленного на повышение ее качества, подготовки магистров «под заказ» для крупных компаний (например, для компании ОАО «Газком» на базе кафедры промышленных космических систем физико-технического факультета), применения технологий дуального обучения, обеспечивающих развитие практических навыков обучающихся на будущем рабочем месте, функционирования базовых кафедр в вузе. Эта работа ведется учебным управлением и рядом иных подразделений. Кроме того, в интересах промышленных компаний университет создает команду техноброкеров, анализирующих технологии промышленных компаний, их слабые места и предлагающих решение проблемы на базе вуза (подбор технологий, формирование команды под проект, в т.ч. с привлечением сторонних специалистов, смета проекта, контроль за исполнением, сопровождение постановки технологии на производство). Такие техноброкеры работают преимущественно в инжиниринговом центре при Управлении инновациями в сфере науки, техники и технологий и на факультетах, являются высококвалифицированными специалистами, и для успешного взаимодействия между вузом и промышленными компаниями их число в вузе должно расти. Также позиционирование в среде промышленников реализуется через выпускников вуза.

Стратегия позиционирования ТГУ как инновационного вуза в восприятии государственных структур заключается в политическом решении руководства вуза об использовании и применении оптимального набора инновационных инструментов государственной поддержки, который формирует потенциал инновационности вуза, его востребованность для инновационного развития государства и его позиционирование в качестве такового. В отношении роли ТГУ как эффективного элемента национальной инновационной системы можно отметить, что Томский государственный университет является активным пользователем инновационных программ и инструментов, инициированных государством для содействия вузам. Для государства это является сигналом готовности вуза к прикладному использованию инновационных инструментов развития. Так, в рамках реализации постановления Правительства РФ № 218 от 9 апреля 2010 г., нацеленного на интенсификацию кооперации вузов и промышленных предприятий, ТГУ был заявлен как головной исполнитель 4 поддержанных проектов совместно с ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М.Ф. Решетнева» и ОАО «Федеральный научно-производственный центр «Алтай» в 1-й очереди, с ООО «Томлесдрев» – в 3-й очереди, с ОАО «Катализатор» – в 5-й очереди.

Поддержка развития инновационной инфраструктуры была осуществлена в т.ч. в рамках реализации постановления Правительства РФ № 219 от 9 апреля 2010 г., когда ТГУ был поддержан в 1-й очереди конкурса с заявкой «Развитие и совершенствование инновационной инфраструктуры Национального исследовательского Томского государственного университета». На эти цели ему была выделена субсидия в размере 111,5 млн руб. Инновационная инфраструктура обеспечивает полный инновационный цикл, включающий весь комплекс этапов – от получения нового знания до его превращения в технологию и коммерциализуемый продукт, поскольку «именно коммерциализация и трансферт технологий в условиях создания экономики знаний должны стать основным предметом внимания и целью инновационной деятельности инновационно активных технических университетов» [Канивец 2010: 51].

В рамках реализации постановления Правительства РФ № 220 от 9 апреля 2010 г., целью которого является привлечение ведущих ученых в российские вузы, ТГУ был поддержан с 5 заявками по таким отраслям знаний, как «Науки о материалах», «Психология. Когнитивные исследования», «Науки о Земле и смежные экологические науки», «История и археология», «биология». Подобный разброс специальностей подчеркивает широкий диапазон научной деятельности классического университета. Таким образом, конкурентоспособность университета подтверждается победами в национальных конкурсах, направленных на поддержку инноваций в вузах. Данное направление инновационного развития в существенной степени способствует его позиционированию в научной среде.

Важными инструментами инновационного развития вуза является его участие в федеральных целевых программах. Поддержка научных исследований, проводимых ТГУ по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники, осуществляется на основании конкурса по федеральной целевой программе «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России», реализуемой в 2007–2013 гг. и пролонгированной на 2014–2020 гг. Так, с 2007 по 2013 г. ТГУ заключил 47 госконтрактов с привлечением 746 млн руб. бюджетных средств, 619 млн руб. из внебюджетных источников, а к 2015 г. были поддержаны проекты на сумму свыше 1 178 тыс. руб. По итогам реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009–2013 годы» ТГУ стал одним из лучших вузов страны (получили поддержку 156 проектов по 8 мероприятиям). Эффективность университетских исследований в рамках значимой для государственной инновационной политики ФЦП также является механизмом позиционирования вуза как инновационного.

ТГУ является активно действующим участником 15 технологических платформ, в т.ч. таких, как «Медицина будущего», «Национальная информационная спутниковая система», «Материалы и технологии металлургии», «Глубокая переработка углеводородных ресурсов», «Технологии мехатроники, встраиваемых систем управления, радиочастотной идентификации и роботостроение», «Легкие и надежные конструкции», «Моделирование и технологии эксплуатации высокотехнологичных систем» и др. Примером реального включения ТГУ в инновационный инструмент технологических платформ является его участие в проектах по созданию консорциума «Трансляционная медицина» (с участием некоммерческого партнерства «Технологическая платформа «Медицина будущего» и др.) и Центра развития образования, науки и технологий в области обороны и обеспечения безопасности государства при ТГУ (с участием некоммерческого партнерства «Технологическая платформа «Моделирование и технологии эксплуатации высокотехнологичных систем» и др.), о котором будет сказано ниже. Активное использование ТГУ федеральных инновационных инструментов подтверждается его участием в программах инновационного развития (ПИР) крупных корпораций с госучастием. Так, ТГУ включен в ПИР 9 компаний с государственным участием: ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии», ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М.Ф. Решетнева», ОАО «МНИИ «Агат», ОАО «ОПК «Оборонпром», ОАО «Объединенная судостроительная корпорация», ОАО «РусГидро», ГК «Ростехнологии» (со статусом опорного), ОАО «Корпорация «Тактическое ракетное вооружение», ФГУП «НПО «Микроген». В банке программ Президентской программы повышения квалификации инженерных кадров (находящейся под особым контролем профильных госструктур) находятся 4 программы, реализуемые ТГУ (3 – по направлению «Развитие индустрии наносистем», 1 – по направлению «Развитие транспортных и космических систем»).

Для позиционирования вуза как инновационного важно отметить произведенные организационные изменения в структуре Томского государственного университета и выделение Управления инновациями в сфере науки, техники и технологий для обеспечения эффективной коммуникации, оптимизации управления процессами трансфера технологий Томского государственного университета и повышения эффективности коммерциализации результатов научно-технической

деятельности. Структура развивается с начала нулевых годов в рамках научного управления, однако функции и задачи ряда его подразделений во многих случаях дублировались. Поэтому руководством ТГУ в 2014 г. было принято решение о консолидации подразделений вуза в Управление инновациями. Новая структура включает отдел интеллектуальной собственности, отдел коммерциализации результатов НИОКР (с 2003 г.; в его подчинении находится отдел трансфера технологий НОЦ «Физика и химия высокоэнергетических систем»), научно-инжиниринговый центр, инновационно-технологический бизнес-инкубатор (ИТБИ) (с 2007 г.). Эволюционные изменения в структуре управления инновационной деятельностью вуза, помимо решения прикладных задач, декларируют готовность университета к внедрению инноваций в ситуации общего тренда повышения социально-экономических требований к вузам и дополнительно способствуют его позиционированию в качестве инновационного.

В связи с тем, что «в России на первый план встает проблема отсутствия связующего звена между учеными и компаниями» [Яроцкая, Криворучко 2013: 190], Управление инновациями эффективно выполняет именно посредническую функцию для вывода инноваций на рынок, осуществляя как внедрение готовых научно-производственных разработок (НПР) ТГУ на промышленных предприятиях, так и создание новых компаний на базе университетских НПР. С целью коммерциализации разработок Управление проводит масштабную работу как в части выявления разработок (постоянный мониторинг результатов научно-технической деятельности, создание базы данных и принятие их к коммерциализации) и защиты результатов научно-технической деятельности, так и в части проверки их коммерческой значимости (патентно-информационные исследования, проверка рынка и изучение мнений экспертов о применимости разработки в промышленности в том или ином качестве), подбора бизнес-модели и источника финансирования (государственное, частное, финансирование на основе государственно-частного партнерства, венчурные фонды и т.д.), бизнес-партнеров. Многие задачи — от мониторинга научных разработок и до изменения образовательных программ и проработки PR-кампаний — Управление инновациями решает совместно с иными управлениями вуза.

Для представления разработок реализуется комплекс мероприятий, связанных как размещением их на сайтах, в материалах совещаний, на выставках и совещаниях с промышленными партнерами, так и с самостоятельным проведением форумов, конференций, бизнес-акселераторов (интенсивное развитие бизнеса на ранней стадии) регионального и федерального уровней. Для быстрого выхода на рынок проекту обеспечиваются инвестирование, инфраструктура, экспертная и информационная поддержка. Для подготовки кадров для создаваемых малых предприятий проводятся школы предпринимательства, акселерационные программы, тренинги и специализированные курсы на базе бизнес-инкубатора и факультетов ТГУ.

В целом, формированию в рамках реализации федерального закона РФ № 217 пояса малых инновационных предприятий, которые представляют собой эффективную форму коммерциализации деятельности вуза, уделяется большое внимание [Бабкина, Борило, Дунаевский 2010: 13]. Деятельность по их созданию и дальнейшему сопровождению является рискованной, поскольку, как и в других случаях с инновационными проектами, сохраняется риск их нежизнеспособности либо выхода из состава университета с последующей потерей его прибыли. Важную роль в поддержке инновационных стартапов играет Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, реализующий совместно с ТГУ программы «УМНИК», УМНИК на СТАРТ», «СТАРТ», «ТЕМП» и др., что «способствует формированию особой молодежной инновационной среды, которая активно вовлекает в процесс инновационного перерождения студентов, аспирантов и молодых ученых» [Бабкина, Дунаевский, Куровская 2014: 188]. В конечном счете важной целью является формирование потребности в инновациях. В этом свете важно отметить важность стимулирования и даже принуждения со стороны государства промышленных предприятий к закупке инновационных разработок с

возможной компенсацией в случае финансовых потерь, например за счет средств специального страхования.

В рамках следующего направления реализации коммуникационной стратегии имиджевого позиционирования ТГУ в качестве инновационного вуза большое значение имеет его работа с социальной сферой. Здесь стоит отметить интернет-сайт с удобной навигацией, регулярно обновляемый, вовлекающий. Среди крупных выставок, в которых вуз принял участие в 2014 г., можно выделить форум молодых ученых «U-NOVUS-2014» (апрель), международную выставку Министерства обороны России «Материально-техническое обеспечение силовых структур» в рамках Седьмого международного салона «Комплексная безопасность» составе мультимедиа НП «Моделирование и технологии эксплуатации высокотехнологичных систем» (май), «ТЕХНОПРОМ-2014» (июнь), «ИННОПРОМ-2014» (июль), Первую международную научную конференцию «Наука будущего» (Всероссийская молодежная научно-техническая конференция и выставка инновационных проектов молодых ученых) (сентябрь), Вторую национальную выставку «ВУЗПРОЭКСПО-2014. Отечественная наука – основа индустриализации» (сентябрь-октябрь), *Open Innovations Expo* в рамках международного форума «Открытые инновации» (октябрь). Интенсивность и уровень представительства способствуют активному выводу коммуникационной стратегии позиционирования вуза на федеральный уровень.

ТГУ как опорный инновационный вуз оборонной отрасли и ролевые возможности его международного позиционирования

Существенный потенциал для международного позиционирования ТГУ заключен в его деятельности в роли одного из опорных вузов оборонной отрасли. В этом направлении заключен существенный потенциал для инновационного развития университета, особенно в современных условиях геополитического раскола. В части международного позиционирования в текущих нестабильных геополитических условиях стратегия ТГУ неоднозначна. С одной стороны, обсуждается и продвигается идея продолжения интеграции университета в международное научно-образовательное пространство, с другой – специфика ТГУ как отраслевого оборонного вуза играет роль в выстраивании национальной системы сдержек и противовесов. Соответственно, территориальный брендинг может осуществляться на платформе инновационного университета. Отраслевой спецификой брендинга может выступать оборонный блок (образование, наука и производство на базе университета), что в текущей международной политической ситуации как нельзя более актуально. Отраслевая специфика ТГУ как опорного вуза российского ОПК предоставляет ему уникальные возможности нишевого позиционирования, как экономического, так и политического, в региональном, национальном и международном масштабах. Национальная оборона и безопасность остаются базовыми общественными ценностями, и эффективная деятельность в этом направлении обеспечивает ТГУ имидж опорного вуза, конституирующего российскую государственность и обеспечивающую национальную идентичность.

Таким образом, важным направлением инновационного развития и позиционирования ТГУ является взаимодействие с военно-промышленным комплексом, предприятиями космической (ОАО «Информационные спутниковые системы» имени академика М.Ф. Решетнева», ОАО «Научно-производственный центр «Полюс») и ракетно-артиллерийской отрасли (ОАО «Федеральный научно-производственный центр «Алтай», ФГУП «Федеральный центр двойных технологий «Союз», ОАО «Корпорация «Московский институт теплотехники», ОАО «Научно-исследовательский машиностроительный институт», ОАО «Центральный научно-исследовательский институт «Буревестник», ГНЦ РФ ФГУП «Центральный научно-исследовательский институт химии и механики»). Кроме того, университет проводит совместные исследования в области высокоэнергетических материалов с ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет «МИЭТ» (Москва), ФГБОУ ВПО «Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева (национальный исследовательский универси-

тет)», ФГБУН «Институт проблем химической физики» РАН (Черноголовка) и др., а также с зарубежными научно-исследовательскими организациями, такими как Европейское космическое агентство *ESA*, *Fraunhofer ICT* (Германия), Миланский политехнический институт, компания *Avio* (Италия), *CNRS-CNES* и фирма *SNPE* (Франция), *HEMRL* (Индия) и др. Часть исследований подразделения университета выполняются в интересах Министерства обороны, ведется сотрудничество с предприятиями по разработке и производству систем безопасности (антитеррористические комплексы, противопожарное оборудование). Указанные направления взаимодействия отражают роль ТГУ как инновационного вуза, осуществляющего не только подготовку кадров, но и научные разработки в стратегических отраслях российской экономики.

Подготовка специалистов и проведение научных исследований для высокотехнологических предприятий оборонно-промышленного комплекса в ТГУ начата в 1930-х гг., когда сформировались научно-педагогические школы мирового уровня по баллистике (на сегодня ТГУ – единственный вуз, ведущий подготовку специалистов по специальности «баллистика»), теории горения, астрономии и астрометрии и др. В настоящее время в ТГУ разработано математическое и программное обеспечение для моделирования газодинамических, тепломассообменных и прочностных процессов ракетно-артиллерийских и космических систем и решения проблем броннебаллистики. По комплексности проводимых экспериментально-теоретических исследований в области разработки высокоскоростных метательных устройств различного типа ТГУ не имеет аналогов в стране. Разработаны научно-технические основы для создания нового класса высокоэнергетических нанокompозитов повышенной эффективности с возможностью глубокого регулирования основных баллистических характеристик и экологически чистыми продуктами сгорания для двигательных установок космических аппаратов и газогенераторов различного прикладного назначения. Таким образом, деятельность университета по реализации проектов соответствующих тематик, в т.ч. с промышленными партнерами, имеет государственное значение и в текущих геополитических условиях способствует эффективному позиционированию страны на международной арене.

В качестве примера эффективной инновационной формы взаимодействия можно привести значимый проект федерального уровня по формированию в 2014 г. Центра развития образования, науки и технологий в области обороны и обеспечения безопасности государства при ТГУ в целях формирования механизма развития прорывных инновационных исследований в области обороны и обеспечения безопасности государства. Создание Центра основано на существенном многолетнем научно-техническом заделе. Его деятельность направлена на укрепление взаимодействия высшей школы и фундаментальной науки с предприятиями оборонно-промышленного комплекса в целях организации и выполнения фундаментальных и прикладных научных исследований по заказу предприятий ОПК, использование результатов исследований для разработки научных основ промышленных технологий, комплектующих изделий и материалов для вооружений, военной и специальной техники (ВВСТ), а также подготовку квалифицированных специалистов по данному направлению. Одним из направлений деятельности Центра является проведение профильных работ в рамках консорциумов с участием генеральных конструкторов предприятий ОПК. Так, в марте 2014 г. было подписано соглашение о создании консорциума по исследованиям высокоэнергетических систем и материалов с участием ОАО «Корпорация «Московский институт теплотехники» (в лице генерального конструктора Ю.С. Соломонова), ОАО «ФНПЦ «Алтай» (в лице генерального директора, генерального конструктора А.С. Жаркова), ТГУ, Института проблем химико-энергетических технологий СО РАН, НП «Технологическая платформа «Моделирование и технологии эксплуатации высокотехнологичных систем». Подобный формат организации обеспечивает эффективное взаимодействие участников и координацию их действий. Включение в консорциум технологической платформы «Моделирование и технологии эксплуатации высокотехнологичных систем» («Промышленность будущего») важно в части позиционирования

консорциума и его проектов в федеральных органах исполнительной власти. Таким образом, консорциум и Центр являются логически усиленным продолжением исторически сложившихся партнерских связей, однако благодаря новому формату позиционируют инновационную деятельность его участников на государственном уровне [Данилова, Теплова 2015: 46]. Кроме того, в соответствии с современной тенденцией развития высокотехнологичного производства через предприятия малого бизнеса «существенным резервом эффективного использования огромных средств, выделяемых в рамках Государственной программы вооружения до 2020 года, является привлечение малого бизнеса в новую для него сферу разработок оборонного назначения» [Горбунов и др. 2014: 9]. И здесь ТГУ с развитым поясом малых инновационных предприятий и эффективной инфраструктурой управления ими имеет значительное преимущество.

Заключение

В качестве вывода можно отметить, что внешнее позиционирование ТГУ (работа со СМИ, выставочная деятельность, PR-акции по продвижению вуза), организационное управление инновациями в вузе и использование оптимального набора инновационных инструментов обеспечивают ему конкурентные позиции в национальной системе опорных инновационных вузов. Качество образования и научных разработок позволяют вузу установить тесное взаимодействие с промышленными предприятиями РФ по стратегическим направлениям развития науки и технологий и обеспечить подъем основополагающих отраслей российской экономики. Присутствие в национальной инновационной системе вузов, подобных ТГУ, позитивно влияет на восприятие РФ как инновационного государства, а устойчивые взаимоотношения по вопросам образования и науки с международными партнерами и конкурентоспособные инновационные разработки позволяют интегрировать Россию в глобальное сообщество, несмотря на сложную геополитическую ситуацию. В то же время позиция ТГУ как опорного вуза оборонной отрасли позволяет ему играть роль сдержки в системе государственного позиционирования в условиях, когда вопросы национальной безопасности и обороноспособности государства становятся первостепенными.

Список литературы

- Бабкина О.В., Дунаевский Г.Е., Куровская Л.В. 2014. Роль программ Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере в поддержке малого инновационного предпринимательства в Национальном исследовательском Томском государственном университете. — *Инновации*. № 2. С. 184-188.
- Бабкина О.В., Борило Л.Н., Дунаевский Г.Е. 2010. Создание инновационного пояса малых предприятий Томского государственного университета в рамках Федерального закона № 217-ФЗ. — *Инновации*. № 4. С. 13-15.
- Важенина И.С. 2006. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде. — *Маркетинг в России и за рубежом*. № 6. С. 82-98.
- Горбунов А.А., Ведерников Ю.В., Гарькушев А.Ю., Сазыкин А.М., Пальмин А.А. 2014. Проблемы формирования предпринимательского потенциала научно-образовательной сферы в интересах оборонно-промышленного комплекса. — *Вопросы оборонной техники*. Сер. 16. Вып. 11-12. С. 3-10.
- Данилова Е.А. 2015. Управление образами российских территорий путем наращивания инновационного потенциала вузов. — *ПРАΞИМА. Проблемы визуальной семиотики*. № 1(3). С. 60-65.
- Данилова Е.А., Теплова И.Г. 2015. Управление инновационной деятельностью предприятий ОПК как механизм государственного позиционирования Российской Федерации (на примере ОАО «ФНПЦ «Алтай»). — *Власть*. № 3. С. 42-47.
- Ицкович Г. 2010. *Тройная спираль. Университеты — предприятия — государство. Инновации в действии* (пер. с англ. под ред. А.Ф. Уварова). Томск: Изд-во ТУСУР. 238 с.
- Канивец П.И. 2010. Обоснование стратегии коммерциализации результатов НИОКР в технических университетах. — *Актуальные проблемы развития экономики*

современного предпринимательства. Сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 10-19 марта 2010 г. М.: Креативная экономика. С. 51-55.

Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. 2005. *Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы*. СПб: Изд-во Стокгольмской школы экономики в Санкт-Петербурге. 382 с.

Щербинин А.И., Щербинина Н.Г. 2012. К постановке проблемы внешнего позиционирования университетского города. — *Вестник Томского государственного университета*. № 359. С. 53-58.

Яроцкая Е.В., Криворучко Е.П. 2013. Проблемы и специфика коммерциализации инноваций в России на современном этапе развития. — *Вестник ТГПУ*. № 4(132). С. 190-194.

DANILOVA Elena Aleksandrovna, Cand.Sci.(Pol.Sci.), Doctoral Candidate, Faculty of Philosophy, National Research Tomsk State University, (36, Lenina Ave, Tomsk, Russia, 634034; elena.a.danilova@yandex.ru)

BABKINA Olga Vladimirovna, Cand.Sci.(Chem.), Vice-rector for Research, National Research Tomsk State University (1, bld. 2, of. 2, Novosobornaya Sq, Tomsk, Russia, 634050; inno@mail.tsu.ru)

THE IMAGE POSITIONING MODEL OF AN INNOVATION UNIVERSITY IN RUSSIA (on the example of National Research Tomsk State University)

Abstract. In the article the ways of the territory (city, region, country) positioning using innovation universities as a unified platform for the development of education, science and production are analyzed. In the situation of the increase of requirements to the universities as innovation subjects they should present an effective communication strategy of their image positioning. Positioning of National Research Tomsk State University (TSU) as an innovation university and its influence on the state positioning in whole is studied. Tomsk State University uses different innovation instruments not only for the economic growth but for its political image positioning in the country and outside. The possibilities for international positioning of Russian Federation due to the role of TSU as a strong innovation defense industry university are viewed separately. Such universities as TSU positively influence on the image of Russia as an innovation state and facilitate its integration in the global political and economic community.

Keywords: innovation policy, political positioning, international image, national security/defense potential, defense industry, innovation university, National Research Tomsk State University