

УДК 332.05

В. П. Грахов, С. А. Мохначев, А. Э. Стивенс

Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова,
Удмуртская Республика, г. Ижевск, email: msa_ufmfpa@mail.ru

РОЛЬ ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА В РАЗВИТИИ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

Ключевые слова: бренд территории; технический университет; управление изменениями; общественное пространство; результаты проекта; развитие бренда территории.

Цель исследования – выполнить оценку роли реализованных проектов технического университета в развитии бренда территории. Метод исследования – анализ эмпирических данных по реализуемым техническим университетом проектам изменения внутреннего и внешнего пространства университета. Показано, что практика осуществления проектов изменения пространства вуза в брендинге территорий является эффективным инструментом для создания успешного бренда.

V. H. Grakhov, S. A. Mokhnachev, A. E. Stevens

Izhevsk State Technical University named after M. T. Kalashnikov, Udmurt Republic,
Izhevsk, email: msa_ufmfpa@mail.ru

THE ROLE OF THE TECHNICAL UNIVERSITY IN THE DEVELOPMENT OF THE TERRITORY'S BRAND

Keywords: territory brand; technical university; change management; public space; project results; territory brand development.

The purpose of the study is to assess the role of the implemented projects of the technical university in the development of the brand of the territory. Research method – analysis of empirical data on projects implemented by the technical university to change the internal and external space of the university. It is shown that the practice of implementing projects to change the space of the university in the branding of territories is an effective tool for creating a successful brand.

В современных научных исследованиях особую актуальность приобрело решение проблем социально-экономического развития регионов, в том числе брендинга территорий. Авторы статьи полагают, что брендом для города и территории может стать качественное общественное пространство. Брендом в данном случае, следует называть совокупность идей, большее количество ассоциаций, фрагментов информации, связанных с конкретным местом, впечатлений людей о конкретной территории. Современный город многими исследователями рассматривается как градостроительная структура, которая одновременно сочетает в себе пространства разного типа и назначения. Классификация этих пространств подразделяется на типы по культурной и исторической значимости, функции, масштабу, пешеходной и транспортной проницаемости, доступности. Каждое из таких пространств играет свою важную роль в жизни и развитии современного города.

Однако уникальным является университетский комплекс как конкретное пространство, так как его можно отнести к нескольким типам градостроительных структур. Университет как градостроительная структура в конкретных городах может представлять собой единое здание, комплекс связанных или не связанных между собой зданий на одной территории либо несколько зданий (корпусов), располагающихся на разных территориях в пределах одного города. В настоящий момент наблюдается тенденция отказа от последнего вида территориальной организации университетов в пользу единого комплекса на единой территории для создания более удобного и рационального процесса обучения.

Отметим, что современный университет выполняет не только образовательную функцию, спектр решаемых им задач гораздо шире: проведение научных исследований, вклад в инновационное развитие организаций региона, подготовку кадров, приток молодого

населения в город, а также активное использование транспортной и социальной инфраструктуры. Как результат такой совокупности комплексной деятельности университета – предоставление высокого уровня образования и влияние на качество жизни города и его жителей. Таким образом, высшая школа выполняет одну из стратегических задач современного социально-экономического развития.

Постоянная конкуренция образовательных организаций и стремительные изменения во внешней среде приводят к тому, что жизнь и деятельность университета не могут являться стабильным явлением. Это обуславливает заинтересованность современного университета в развитии благоприятной городской среды, формирующей имидж города в качестве привлекательного культурного, географического и символического места.

Цель исследования

Целью исследования мы полагаем оценку роли реализованных проектов технического университета в развитии бренда территории.

Материал и методы исследования

Методологической базой исследования выступает социэкономика. В работе использованы методы анализа эмпирических данных по реализуемым техническим университетом проектам изменения внутреннего и внешнего пространства университета, методы логического, системного анализа, метод экспертных оценок, метод структурного анализа и проектирования.

Результаты исследования и их обсуждение

Брендинг территорий относительно новое направление научных исследований, появившееся на рубеже XXI века. В настоящее время существует достаточно большое количество теорий и концепций формирования и управления брендами территорий [1; 2; 3]. В 2002 году один из ведущих мировых специалистов в области брендинга Саймон Анхольт впервые в качестве термина употребил фразу «брендинг мест». Анхольт С. стал основным разработчиком комплексного,

диверсифицированного подхода к брендингу территорий, в противовес специализированному, сфокусированному на каком-то одном аспекте (например, туризме). С. Анхольт создал концепцию конкурентной идентичности, представив ее в виде шестиугольника, который показывает шесть элементов современного бренда территории: 1) туризм, 2) экспортные бренды, 3) политика, 4) бизнес и инвестиции, 5) культура, 6) люди. Бренд территории – комплексный продукт функционирования как самой территории, так и её окружения. Комплексное функционирование всех сфер деятельности региона одновременно предполагает выделение основополагающего связующего звена, которым и становится бренд региона. В основе такого бренда лежит региональная (территориальная) идентичность, закрепляемая в экономической сфере (региональным производством конкурентоспособных товаров и услуг) и символическом пространстве (региональными символами, культивированием традиций существования территорий в истории). В этой связи бренд территории – это гармоничное сочетание социально-культурной среды региона, его инфраструктуры, административного управления и бизнеса, инвестиционной привлекательности, культуры, памятников истории, привлекающих туристические потоки [4]. Основными задачами и функциями бренда территории являются: индивидуальность, уникальность, идентификация, лояльность целевой аудитории, известность и стабильный интерес к нему. Привлекательность территории, по сути, синоним её конкурентоспособности. Так, чтобы развивать бизнес на территории и привлекать новые инвестиции, надо создать привлекательные условия, способствующие конкурентоспособности бизнеса – инфраструктуру, кадры и систему поддержки, а чтобы на территории жили и работали люди, для них должны быть созданы привлекательные комфортные условия для жизни. Образ территории формируется во многом обществом, на ней проживающим: население воспринимается как лицо территории, является носителем культуры, его активность формирует экономику, кроме того, жители территории прилагают не-

посредственные усилия для формирования и продвижения бренда, поэтому территориальные бренды часто затрагивают тему человеческого капитала. Создание бренда региона – это не разовая акция, а постоянный процесс. Он носит сложный, продолжительный характер, а его результаты укрепляют позицию города и территории путём привлечения инвесторов и наращивания капиталовложений и в то же время, повышается уровень туристического потока в город, регион и страну в целом [5]. Авторы статьи полагают, что реализация социально-значимых проектов в брендинге территорий является одним из самых эффективных инструментов для создания успешного бренда.

Для оценки роли проектов технического университета в развитии бренда территории может быть применена новая парадигма анализа социально-экономических процессов во времени и в пространстве – социоэкономика, основы которой заложены А. Этциони в последней четверти XX века. Российская наука стала заниматься социоэкономикой как таковой в начале XXI века, наиболее важные концепты этой парадигмы были обобщены Ф.М. Бородкиным, В.А. Сухих, М.А. Шабановой [6; 7; 8].

Авторы статьи считают, что сложившиеся категории концепции развития социально-экономических систем – «развитие», «условия развития», «факторы развития», «механизм и развития» и другие должны быть дополнены базовыми категориями социоэкономики – «социальное и экономическое» время и «социальное и экономическое» пространство.

Учитывая различные трактовки понятия социального времени, необходимо отметить, что категория «социальное время» понимается как: а) одна из форм существования общества (социума), функционирование которого протекает во времени; б) время человеческого бытия, его существования, функционирования и развития; в) темп, ритм протекания событий, социальных изменений, взятых во временной локализации.

Следует обратить внимание на дефиниционные признаки социального пространства: а) атрибутивная форма существования и развития общества; б) форма общественного бытия, в котором

локализуется деятельность человека; в) специфическая форма деятельности общественного субъекта.

Категорию «экономическое время» характеризуют следующие топологические свойства: однонаправленность (необратимость), неравномерность (неодинаковость), дискретность и континуальность, асимметричность, многослойность (многоуровневость).

Категорию «экономическое пространство» можно охарактеризовать как совокупность следующих топологических свойств: диалектическое единство прерывности и непрерывности; однородности и неоднородности, интеграции и дезинтеграции, трёхмерность, открытость, неисчерпаемость. Экономическому пространству, как и социальному пространству, присущи и расширение, и сжатие. Для технического университета в условиях современного экономического пространства актуальным является обеспечение экономической и финансовой безопасности [9, 10]. Но в социальном пространстве во все времена роль такого социального института, как система образования, формировала сам образ жизни. Благодаря системе образования, накопленные трудом предшествующих поколений материальные и духовные ценности, знания, опыт, традиции передаются новому поколению и усваиваются им. Университет был и остаётся институтом длительного цивилизационного развития [11], в современных условиях участвуя в процессах интеграции в международное образовательное и научное сообщество [12].

Безусловно, любой регион также влияет на свои университеты, а имя города в названии любого вуза – не просто адрес. В силу своей оборонно-промышленной специализации, и наш край, и конечно, Ижевск – столица Удмуртской Республики – самый крупный и самый западный город-завод, «ворота» могучей горнозаводской цивилизации всегда отличались вовлечённостью в задачи общегосударственной важности и значения.

Технический университет сегодня – это пространство самоактуализации студентов, в котором молодому человеку предоставляются возможности проявить себя в разных сферах: в науке, творчестве, в практической деятельности. Про-

странство самоактуализации студентов позволяет достойно выполнять важнейшее социальное предназначение высшей школы, как актора развития региона, – обеспечивать закрепление молодёжи в крае и сокращение оттока молодых людей из республики.

Усиление внимания к региональным аспектам экономического и социального развития в последнее время привело к переоценке влияющих на этот процесс факторов, созданию региональных концепций, в том числе и в области образования, что в свою очередь позволяет решать целый ряд взаимосвязанных социально-экономических задач региона. Признано, что регионализация высшего образования стала важнейшей частью национальной системы образования.

Итак, сегодня технический университет надо рассматривать не как нечто расположенное в городе и тем более не как нечто дополнительное к нему (что можно убрать из города без последствий для существования последнего), но как непереносимое условие его наличия в качестве города, как его смыслообразующий драйвер. Если город не будет перманентно воспроизводить смысл своего существования, своего наличия на культурной карте страны и мира, то его биография прервётся, а он сам превратится в героя исторической хроники.

Экономические, политические, демографические и прочие успехи города выводятся из того основоположного смысла его бытия, за сохранение которого несёт ответственность именно университет.

Философия университета, закреплённая в его миссии, объясняет нам, во имя чего мы должны достигать поставленных целей. Подлинной миссией университета должно быть формирование человеческой реальности, что означает перманентную работу, направленную на то, чтобы переводить окружающую среду из состояния абсурда и хаоса в состояние осмысленной упорядоченности, препятствовать энтропийным тенденциям в обществе и культуре, придавать реальности смысловые, ценностные координаты. В наше время множественности реальностей университет – это единственный медиатор различных реальностей (культурной, коммуникативной, медийной, экономической, повседневной,

приватной, мистической, литературной, художественной и т. д.), удерживающий на себе общее пространство их сосуществования и корректного взаимоперехода, пространство социального согласия.

Сегодня практика социальных проектов остаётся одним из способов развития современного общества. Это объединение ресурсов власти, бизнес-сообщества и населения, это возможность решения актуальных проблем во всем, что, так или иначе, определяет нашу жизнь сегодня и создаёт перспективы развития в будущем [13]. Авторы считают, что реализованные проекты изменений пространства технического университета вносят значимый вклад в развитие социальной составляющей территориального бренда.

Пространственное развитие технического вуза осуществляется в рамках проекта большого ремонта, который идёт уже второй год. Технический университет располагает солидной инфраструктурой – своей поликлиникой, детским садом, профилакторием, спортивным центром «Галево» на Каме, и собственно университетским кампусом с учебными корпусами, общежитиями, бассейном, стадионом и Дворцом студентов «Интеграл». Проект капитального ремонта реализуется за счёт нескольких источников средств: привлечения собственных ресурсов, помощи спонсоров – выпускников вуза и бюджетного финансирования.

В 2020 году Минобрнауки России выделило техническому университету целевую субсидию по «Программе модернизации инфраструктуры в федеральных государственных образовательных организациях высшего образования, включая капитальный ремонт объектов и проведения мероприятий по антитеррористической защищённости объектов» в размере 163,29 млн. руб.

Проектный метод управления изменениями внутреннего пространства университетского кампуса в учебных корпусах в 2020-м году позволил получить результаты:

В Институте «Цифровая экономика» отремонтированы три учебных аудитории; на кафедре «Тепловые двигатели и установки» открыта лаборатория «Двигатели внутреннего сгорания и нефтегазопромышленного оборудования»,

на кафедре «Промышленное и гражданское строительство» созданы именная аудитория группы компаний «ЛСТК» и BIM-центр – лаборатория информационного моделирования зданий.

Программа максимум изменения пространства университетского кампуса – привести в порядок Студенческий городок, многие объекты которого не помнят ремонта буквально с прошлого века. Дворец студентов «Интеграл». Площадь реконструкции кровли – порядка 500 кв. метров, сотни новых светодиодных светильников, перепланировка звукооператорской. Это – первый этап капитального ремонта дворца в преддверии 70-летия ИМИ-ИжГТУ. Капитальный ремонт кровли 4-го корпуса технического университета, площадью 3,5 тысячи квадратных метров.

В апреле 2020 года главой города и ректором технического вуза подписано соглашение о реконструкции переулка Студенческий в рамках нацпроекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги». В настоящее время выполнены работы по замене дорожного покрытия и расширению проезжей части, появились пешеходные дорожки. В детском саду технического университета установлены светодиодные парковые светильники, проведена реконструкция коммуникаций и входной группы. В международный День защиты детей в детском саду открыли памятник Ижику (за счёт средств партнёров вуза).

Важнейшая часть работ – общежития университета, причём, ремонт аварийных комнат дал вузу добавочных 166 мест. Стартовал капитальный ремонт общежития № 2. В 2021 году на капитальный ремонт общежитий университета выделены средства федерального бюджета.

И это далеко не все. Студенческий городок технического университета преобразуется, и сегодня уже вполне может претендовать на статус «общественного городского пространства».

В этом контексте – и открытый сквер Калашникова, и памятник самому конструктору и почётному профессору ИжГТУ, памятник оружейникам Удмуртии – героям трудового фронта Великой Отечественной войны, и 100 кедров, любимых деревьев М.Т. Калашникова,

высаженных к его юбилею и еще 100 кедров посажены в сентябре этого года – подарок вуза родному городу и республике в честь 100-летия государственности Удмуртии.

Студенты технического университета мечтают о том, что улица Студенческая превратится в Механ-Арбат, любимое место ижевчан и новую городскую достопримечательность, активно участвуют в реализации этой мечты и руководство вуза их, конечно, поддерживает.

На средства партнёров и друзей университета в Студенческом городке в 2020 году открыты памятник студенческим отрядам ИМИ-ИжГТУ, а также арт-объект «Трон магистра» – шуточный символ студенческих побед в борьбе за знания. Это новые места культурных мероприятий молодёжи вуза, отдыха и прогулок всех горожан.

Реализуя Программу развития, Университет в 2021–2025 гг. будет осуществлять свою деятельность по ряду приоритетных направлений, в том числе Модернизация университетского кампуса.

Основными задачами формирования безопасной среды и развитие инфраструктуры для развития творческого и интеллектуального потенциала обучающихся и сотрудников, а также обеспечения их качественного взаимодействия и сотрудничества, в перспективе являются:

1. Создание трансформируемых пространств и модульных зон, переоборудование аудиторий, выделение студенческих пространств для групповой и самостоятельной работы, предусматривающей и онлайн-взаимодействие.

2. Преобразование уличного пространства кампуса, в том числе полное покрытие Wi-Fi и видеонаблюдением.

3. Развитие социальной инфраструктуры – современные студенческие общежития с полным набором сервисов; развитие интернациональной и мультикультурной среды и коммуникаций; качественное медицинское обслуживание и профилактическая работа по предупреждению заболеваний сотрудников и студентов, популяризация здорового образа жизни.

4. Развитие доступной среды в кампусе для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

5. Создание call-центра и онлайн-сервиса поддержки обучающихся и сотрудников в решении бытовых вопросов: от найма жилья до психологической и юридической помощи.

Совершенствование общественного пространства технического университета вносит позитивный вклад в формирование имиджа города Ижевска и региона в целом.

Выводы

Программа развития Ижевского государственного технического университета имени М.Т. Калашникова и социальные проекты являются основными управленческими механизмами реализации не только изменений в техническом университете, но и существенной составляющей прикладных технологий территориального брендинга.

Библиографический список

1. Важенина И.С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 17–23.
2. Важенина И.С. Имидж, бренд и репутация как конкурентные преимущества региона // Управление. – 2010. – № 5–6. – С. 37–46.
3. Грошев И.В., Степанычева Е.В. Инструменты формирования бренда территории // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 5. С. 54–64.
4. Рябая С.А. Современное состояние и перспективы развития территориального бренда Удмуртской Республики // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. – С. 971–975. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/85195.htm>. (дата обращения 20.02.2021).
5. Андреева Р.Н., Синяева О.Ю. Роль проектного управления в создании и развитии бренда территории // Вестник университета. 2017. № 7-8. С. 34-41.
6. Бородкин Ф.М. Взаимодействие социологических и экономических наук. Что впереди? // Социологические исследования. – 2005. – № 12. – С. 113–115.
7. Сухих В.А. Социоэкономика региона: методология исследования, тенденции развития и механизмы управления. / В.А.Сухих; Перм. гос. ун-т. Пермь, 2008. – 264 с.
8. Шабанова М.А. Социоэкономика: от парадигмы к новой науке // ОНС: общественные науки и современность. – 2006. – №.1. – С. 121–133.
9. Алексеева Н.А. Экономическая и финансовая безопасность социально ориентированных бизнес-процессов: монография / Н.А. Алексеева [и др.] Ижевск: Изд-во ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. 2020. – 272 с.
10. Грахов В.П. Особенности обеспечения экономической устойчивости строительных организаций региона в условиях больших вызовов / В.П. Грахов, Ю.Г. Кислякова, С.А. Мохначев, У.Ф. Симакова // Современные тенденции управления и экономики в России и мире: цивилизационный аспект: материалы первой всероссийской научно-практической конференции с международным участием (16 января 2020 г.): В 3-х ч. Ч. 1. – М.: Издательский дом ИМЦ. С. 105–116.
11. Наумова О.С. Университет и его гуманитарные пространства: Учеб. пособие. – Самара: Самар. гос.техн. ун-т, 2017. – 196 с. [Naumova OS. The University and its humanitarian space: educational book. Samara: Samar. State Tech. Un-t; 2017. 196 p. (In Russ.)]
12. Грахов В.П. Интеграция в международное образовательное и научное сообщество как фактор развития технического вуза / В.П. Грахов, Ю.Г. Кислякова, С.А. Мохначев, У.Ф. Симакова // Россия и мир: развитие цивилизаций. Уроки прошлого, угрозы будущего: Материалы X международной научно-практической конференции (16–17 апреля 2020 г.): В 2-х ч. Ч. 2. – М.: Издательский дом ИМЦ, 2020. – С. 418–424.
13. Аванесов С.С. Университет и формирование урбанистической реальности // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2019. № 3 (21). С. 268–276.