

Тарасов Александр Михайлович

**ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НАУЧНО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА**

Статья раскрывает понятие "инвестиционная привлекательность научно-инновационной деятельности университета". Основное внимание в работе автор акцентирует на факторах инвестиционной привлекательности, сгруппированных в рамках двух областей: "имиджевые компоненты" и "привлекательность продукции".

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2012/6/49.html](http://www.gramota.net/materials/1/2012/6/49.html)

**Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.**

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (61). С. 154-155. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2012/6/](http://www.gramota.net/materials/1/2012/6/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

6. Трыканова С. А. Вопросы организационно-правового регулирования управления миграционной политикой в кризисных ситуациях (опыт ЕС) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 20.04.2012).
7. Хабриева Т. Я. Миграционное право России: теория и практика: монография. М., 2008. С. 14.
8. Хабриева Т. Я., Андриченко Л. В., Плюгина И. В. Динамика развития миграционного законодательства в современной России // Журнал российского права. 2010. № 10. С. 17.

УДК 001.89

**Экономические науки**

*Статья раскрывает понятие «инвестиционная привлекательность научно-инновационной деятельности университета». Основное внимание в работе автор акцентирует на факторах инвестиционной привлекательности, сгруппированных в рамках двух областей: «имиджевые компоненты» и «привлекательность продукции».*

*Ключевые слова и фразы:* инвестиционная привлекательность; научно-инновационная деятельность; имиджевые компоненты; привлекательность продукции; факторы инвестиционной привлекательности.

**Александр Михайлович Тарасов**, к. пед. н.

*Информационно-аналитический отдел*

*Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена*

*oki@herzen.spb.ru*

### **ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ НАУЧНО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТА<sup>©</sup>**

Термины «инвестиции» и «инновации» без преувеличения приобретают сегодня общеполитическое значение и не воспринимаются отдельно друг от друга. Но, если инновации повсеместно воспринимаются, как «формула роста», то инвестиционная привлекательность, представляя собой «интегральную характеристику объекта инвестирования», далеко не всегда интерпретируется однозначно.

Например, инвестиционная привлекательность подразумевает такие аспекты как: привлекательность продукции; кадровая привлекательность; финансовая привлекательность; территориальная привлекательность; экологическая привлекательность; региональная привлекательность и др. Среди различных видов инвестиций выделяются интеллектуальные, вкладываемые в создание интеллектуального, духовного продукта: подготовка специалистов, передача ноу-хау, научные разработки и т.п. [2].

Очевидно, что научно-инновационная деятельность университета малоэффективна без инвестирования средств в разработки его ученых. В связи с этим приоритетным направлением политики университета является повышение инновационной привлекательности всех известных компонентов научно-инновационного цикла в университете: генерация идей и выполнение НИР - кадры - ресурсы - инновационный результат - формулировка инновационного предложения и составление бизнес-плана - реализация инновационного проекта (Рис. 1).

Оценка инвестиционной привлекательности научно-исследовательского пространства университета не ограничивается характеристикой результатов научно-инновационной деятельности. В широком смысле необходимо ориентироваться на совокупность всех факторов, оказывающих влияние на инвестиционную привлекательность исследовательского пространства университета.

На Рисунке 1 факторы инвестиционной привлекательности сгруппированы по двум областям:

1. Компоненты имиджа науки университета, к которым относятся:

- научные награды ученых;
- научные проекты, поддержанные российскими и международными фондами и программами;
- публикации (прежде всего, включенные в международные базы данных);
- виртуализация - открытость научного пространства, расширение доступа внешней аудитории к мероприятиям в сфере науки - интернет- и телеконференции, семинары, защиты диссертаций, выставки и др.;
- подготовка кадров для сферы науки;
- реклама.

2. Компоненты, характеризующие привлекательность продукции, которые также «работают» и на имидж науки университета:

- фактор, в наибольшей степени отражающий интересы инвесторов - соотношение цена/качество (как продукции, так и услуг);
- востребованность результатов (и не только результатов) научно-инновационной деятельности, косвенно подтверждаемая объемом привлеченных финансовых средств;
- наконец, желаемый результат научных трудов - интеллектуальная собственность.



**Рис. 1.** Факторы повышения инвестиционной привлекательности научно-инновационной деятельности университета

Выход за рамки традиционных представлений об инвестиционной привлекательности, предполагающих преимущественно коммерциализацию научно-образовательной сферы университета, обусловлен, в том числе, и его организационно-правовой формой. Расширение возможностей самостоятельного хозяйствования и привлечения дополнительных инвестиций характерно лишь для вузов, имеющих статус автономных учреждений, способных получать максимальную доходность от платного контингента и других направлений деятельности.

В формировании рыночной инфраструктуры большинства университетов, имеющих статус бюджетных учреждений, основную позицию, по-прежнему, занимает государство. При этом единственным мотивом для инвестирования в вуз как бюджетное учреждение может явиться его высокая социальная значимость для региона и страны [1]. Именно в поисках бюджетных инвестиций в вузах разворачивается острая конкурентная борьба по смежным видам деятельности, таким как выполнение фундаментальных исследований, осуществление перспективных разработок, подготовка кадров высшей квалификации и др. Параллельным ходом в вузах активно развивается инфраструктура по аналитико-прогностическому, информационно-поисковому и экспертному сопровождению перечисленных видов деятельности, способствующая усилению и расширению социального эффекта.

#### Список литературы

1. Нязова М. В., Уварова Т. Г. Формализация подхода к определению и оценке инвестиционной привлекательности образования // Проблемы современной экономики. 2008. № 1 (25). С. 346-349.
2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2006. 495 с.