

УДК 378.1

*Резник Семен Давыдович,
доктор экономических наук, профессор,
Пензенский государственный университет архитектуры
и строительства, Пенза, РФ*

*Юдина Татьяна Александровна,
кандидат экономических наук, доцент,
Пензенский государственный университет архитектуры
и строительства, Пенза, РФ*

РАЗВИТИЕ РЕПУТАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА УНИВЕРСИТЕТА КАК ВАЖНОГО ФАКТОРА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТУДЕНТОВ*

Аннотация. Рассматриваются подходы к практике репутационного менеджмента в российских университетах. Предлагаются следующие механизмы репутационного менеджмента вуза: разработка и внедрение системы менеджмента качества учебного заведения; повышение профессиональной компетентности руководства и профессорско-преподавательского состава; развитие системы профориентации, трудоустройства и адаптации выпускников; формирование в студенческой среде ценностей, потребностей и способностей самореализации личности. Использование предложенных механизмов направлено на улучшение деятельности вузов. Эффективность их применения во многом определяется профессионализмом управленческих кадров университета.

Ключевые слова: репутационный менеджмент, университет, репутация, репутационная ответственность, репутационные риски, развитие, механизмы.

*Semen D. Reznik,
Doctor of Economics (Ph.D.), Professor, Penza State University
of Architecture and Construction, Penza, Russia*

*Tatyana A. Yudina,
Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor, Penza State
University of Architecture and Construction, Penza, Russia*

DEVELOPMENT OF REPUTATION MANAGEMENT OF THE UNIVERSITY AS IMPORTANT FACTOR OF FORMATION OF COMPETITIVENESS OF STUDENTS

Abstract. Approaches to practice of reputation management at the Russian universities are considered. The following mechanisms of reputation management of higher education institution are offered: development and deployment of a quality management system of educational institution; increase in professional competence of the management and faculty; development of system of career guidance, employment and adaptation of graduates; formation in the student's environment of values, requirements and abilities of self-realization of the personality.

* Статья подготовлена в рамках выполнения проекта Российского фонда фундаментальных исследований № 18-013-00556 «Повышение эффективности репутационного менеджмента российского университета», № гос. рег. АААА-А18-118032690309-0.

Use of the offered mechanisms is directed to improvement of activity of higher education institutions. The efficiency of their application in many respects is defined by professionalism of administrative personnel of the university.

Keywords: reputation management, university, reputation, reputation responsibility, reputational risks, development, mechanisms.

Развитие современной высшей школы характеризуется рядом противоречивых тенденций. Если раньше, примерно до 2010 года, главной целью российских университетов являлось обучение студентов, повышение качества образования, то в настоящее время вузы, особенно это касается региональных, в первую очередь стремятся выжить в сложившихся условиях. Именно это обстоятельство, по нашему мнению, вызывает дисбаланс между новыми и старыми целями деятельности университетов страны.

Изучением проблем формирования и управления репутацией организации (в том числе, высшего учебного заведения) в разные годы занимались такие зарубежные и отечественные ученые, как Даулинг Г., Олсоп Р. Дж., Пецольдт К., Алиев В. Г., Букша К. С., Воробьева И. В., Горин С. В., Дохляк С. В., Змановская Е. В., Лапшов А. Б., Олейник И. В., Рева В. Е., Решетникова И. И., Сальникова Л. С., Семиков В. Л., Смолина Л. В., Спивак В. А., Шепель В. М. и др.

В работах ученых представлены разные подходы к определению понятия «репутация» [1, 2, 3, 5, 6, 7, 13, 16, 17]. Если говорить о высшем учебном заведении, его репутация представляется нам как общественная оценка, мнение, сложившееся о вузе, которое создается под влиянием различных факторов его внешней и внутренней среды [13].

Несмотря на то, что понятие репутации вуза в определенной мере довольно субъективно, она приобретает возрастающее значение. Хорошая репутация помогает привлечь в учебные заведения лучшие таланты среди студентов и профессоров, притягивает инвестиции и обеспечивает высокие позиции в российских и мировых рейтингах.

Репутационный менеджмент является достаточно новым направлением научных поисков. Чаще всего репутационный менеджмент рассматривается как проведение мероприятий, направленных на формирование и поддержание благожелательного отношения общества к организации [5].

Проблемы репутационного менеджмента применительно к высшей школе изучаются нами с 2011 г. Результаты наших изысканий нашли отражение в научных публикациях [8, 9, 10, 13, 17] и работах, поддержанных в разные годы Российским гуманитарным научным фондом [11, 12].

В рамках выполнения этих проектов проводились исследования в форме анкетного опроса по изучению проблем формирования и управления репутацией вуза, в форме экспертного опроса по рассмотрению вопросов повышения репутационной ответственности университета. Также изучались статистика основных показателей деятельности университетов.

Как показывают статистические данные [15], конкурентная борьба вузов за абитуриентов нарастает, при этом она разворачивается, в первую очередь, между региональными учебными заведениями. Ведущие же университеты практически не испытывают особого влияния «демографической ямы».

С целью изучения обозначенных выше проблем с практической точки зрения нами проведено исследование процессов формирования и управления репутацией вуза, результаты которого позволили сформулировать определенные выводы.

По мнению 35% экспертов, формированием и управлением репутацией вуза должен заниматься ректорат и деканы; 30% экспертов считают, что эти проблемы должны решаться всеми подразделениями вуза; 15% — Центром маркетинга; 10% — Отделом по связям с общественностью; 10% — специально созданным в вузе подразделением.

По нашему мнению, уровень репутации вуза в целом зависит от добросовестной и результативной работы каждого отдела и каждой кафедры, каждого управленца, преподавателя и сотрудника.

Как показывают результаты исследования, показатель трудоустройства выпускников является главным фактором, от которого зависит уровень репутации вуза. Именно ему 21,8% экспертов присвоили 1-й ранг. Следующим по значимости фактором, по мнению 21,5% экспертов, является квалификация профессорско-преподавательского состава. 3-й ранг 12% экспертов присвоили такому фактору, как качество образовательной деятельности вуза.

Главными недостатками вузовской подготовки, о чем свидетельствуют результаты другого нашего исследования, 88% работодателей считают отсутствие практического опыта у преподавателей. По мнению 80% респондентов, образовательный процесс отдельных вузов ориентирован на пассивное

восприятие материала аудиторией. 82% работодателей считают, что в вузах уделяется недостаточное внимание практической подготовке студентов, а 78% опрошенных утверждают, что теоретические знания отстают от реальности [13].

Подобная картина может быть характерной для многих региональных вузов России. Дело здесь не в отсутствии у самих вузовских работников стремления к самообразованию, а в большой нагрузке, которую преподаватели вынуждены выполнять, в отсутствие финансовой поддержки со стороны руководства вуза. Все это накладывает негативный отпечаток на качество образовательных услуг, невысокие показатели трудоустройства выпускников или отсутствие работы в данном направлении и т.д.

Результатом эффективного репутационного менеджмента являются, в том числе, позиции университетов в различных национальных и мировых рейтингах.

В рейтингах вузов России лидируют ведущие университеты страны: МГУ им. М. В. Ломоносова, Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Санкт-Петербургский государственный университет, НИУ Высшая школа экономики и др. Региональным же вузам сложно сегодня пробиваться даже в национальные рейтинги [4].

Еще более сложная ситуация с репутацией и признанием российских университетов складывается на мировом уровне. Ведущему вузу нашей страны МГУ им. М.В. Ломоносова в рейтинге 2017 года присвоено лишь 188 место [14].

Высокая конкуренция на рынке образовательных услуг обуславливает возникновение различных репутационных рисков для университетов, повышение репутации вуза в данных условиях является одним из важнейших факторов его развития и продвижения.

Учитывая требования, предъявляемые рынком труда к вузам, среди эффективных механизмов управления репутацией университета можно обозначить следующие: разработка и внедрение системы менеджмента качества вуза; повышение профессиональной компетентности руководства и профессорско-преподавательского состава; развитие системы профориентации, трудоустройства и адаптации выпускников; формирование в студенческой среде ценностей, потребностей и способностей самореализации личности.

Реализация предложенных механизмов репутационного менеджмента должна происходить в рамках разработки и реализации репутационной стратегии университета как общей стратегии его развития, которая должна быть подкреплена функциональными стратегиями в соответствии с видами деятельности.

В качестве ключевых ориентиров дальнейшего развития репутационного менеджмента в университете необходимо выделить: повышение качества образования, усиление работы по трудоустройству выпускников, формирование и повышение репутационной ответственности вуза, а также управление его репутационными рисками.

Литература

1. Dowling G. Creating Corporate Reputations / Oxford University Press, 2002. 320 p.
2. Букша К. С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика. М.: Изд-во «Диалектика-Вильямс», 2007.
3. Горин С. В. Деловая репутация организации. Ростов н/Д.: Феникс, 2006.
4. Национальный рейтинг университетов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.univer-rating.ru/rating_common.asp (дата обращения: 23.04.2018).
5. Олейник И., Лапшов А. «Плюс/минус» Репутация. М.: Типография «Новости», 2003. 160 с.
6. Олсон Р. Дж. 18 непреложных законов корпоративной репутации. Создание, защита и восстановление. М.: Изд-во «Вершина», 2006.
7. Рева В. Е. Управление репутацией. М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2009. 136 с.
8. Резник С. Д., Юдина Т. А. О повышении репутационной ответственности университета // Russian Journal of Management. 2015. № 5.
9. Резник С. Д., Юдина Т. А. Репутационная ответственность высшего учебного заведения: Монография. Пенза: ПГУАС, 2015. 172 с.
10. Резник С. Д., Юдина Т. А. Репутация как ключевой фактор обеспечения конкурентоспособности российского вуза // Университетское управление: практика и анализ. 2014. № 2. С. 81.

11. Резник С. Д., Юдина Т. А. Система управления репутацией регионального высшего учебного заведения: Отчет о научно-исследовательской работе в рамках выполнения проекта Российского гуманитарного научного фонда № 12-16-58000а/В, № гос. регистрации 01201261564, 2012-2013 гг.
12. Резник С. Д., Юдина Т. А. Технологии формирования системы репутационной ответственности высшего учебного заведения (на примере вузов г. Пензы): отчет о научно-исследовательской работе в рамках выполнения проекта Российского гуманитарного научного фонда № 14-16-58017, № гос. регистрации 01201465109, 2014-2015 гг.
13. Резник С. Д., Юдина Т. А. Управление репутацией высшего учебного заведения: Монография. М.: ИНФРА-М, 2014. 227 с.
14. Рейтинг университетов мира QS. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.educationindex.ru/articles/university-rankings/qs/> (дата обращения: 31.05.2018).
15. Россия в цифрах 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135075100641 (дата обращения: 23.04.2018).
16. Сальникова Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии. М.: Юрайт, 2013. 303 с.
17. Юдина Т. А. Репутация высшего учебного заведения и ее потребители // Проблемы теории и практики управления. 2014. №1. С. 107-114.

* Результаты исследования получены в рамках выполнения государственного задания Минобрнауки РФ «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики», проект № 28.2941.2017/4.6 (руководитель академик РАО, доктор философских наук, профессор, научный руководитель Тюменского государственного университета Г. Ф. Шафранов-Куцев).