

ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ НАЦИОНАЛЬНЫХ РЕЙТИНГОВ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИЙСКИМИ ВУЗАМИ

СЕМЕНОВА Юлия Викторовна – магистр, Институт образования.

E-mail: semenova.djulia2015@yandex.ru

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Адрес: 101000, г. Москва, Потаповский переулок, д. 16, стр. 10

***Аннотация.** В статье затронут вопрос использования результатов национальных рейтингов российскими университетами. Выявлена практика трансляции результатов рейтингов потенциальным стейкхолдерам, определены ключевые для университетов группы стейкхолдеров и основные инструменты трансляции результатов. Описано использование университетами результатов рейтингов в качестве данных для аналитики, бенчмаркинга и индикативного планирования. Выделен ряд практик использования рейтингов при разработке стратегий развития университетов и спектр должностей, ответственных за работу с рейтингами. В заключение приведён ряд рекомендаций по расширению потенциала работы с результатами рейтингов университетов.*

***Ключевые слова:** рейтинг, национальные рейтинги университетов, результаты рейтингов, высшее образование, стратегии развития университетов*

***Для цитирования:** Семенова Ю.В. Практики использования результатов национальных рейтингов университетов российскими вузами // Высшее образование в России. 2017. № 10 (216). С. 156-159.*

Рейтинги университетов, наращивающие свою популярность в последние десятилетия, продолжают активно критиковаться за усиление стратификации системы высшего образования, её унификацию, за нерелевантность применяемых в методологиях индикаторов и неточности в сборе данных [1]. Тем не менее сам факт влияния рейтингов на развитие института высшего образования признаётся всеми [2]. Поэтому актуальным становится вопрос, в чём именно выражается это влияние и каким образом различные стейкхолдеры используют результаты рейтингов.

Исследования эффектов рейтингов университетов в общемировой практике проводятся с позиций разных стейкхолдеров: абитуриентов, университетов и представителей академического сообщества, работодателей, спонсоров и инвесторов, государства [3; 4]. Отечественные эксперты описывают практики их использования, на наш взгляд, весьма

односторонне, рассматривая в качестве ключевой заинтересованной группы, как правило, только абитуриентов [5; 6]. В нашем исследовании в качестве стейкхолдеров, имеющих возможность учитывать результаты рейтингов, рассматриваются университеты. Были отобраны 18 вузов¹, с представителями

¹ ВоГУ (Вологда), ВГТУ (Воронеж), ВолГТУ (Волгоград), ВолГУ (Волгоград), ГГПИ им. В.Г. Короленко (Глазов), ДонГАУ (Ростовская область), ИГУ (Иркутск), КГЭУ (Казань), КГПУ им. В.П. Астафьева (Красноярск), НГПУ им. К. Минина (Нижний Новгород), ОмГПУ (Омск), ОГУ (Оренбург), РГРТУ (Рязань), СамГТУ (Самара), ЮЗГУ (Курск), ЮФУ (Ростов-на-Дону), ЯрГУ им. П.Г. Демидова (Ярославль), ЧГУ (Череповец). При формировании выборки из рассмотрения были исключены вузы-участники проекта «5-100» и проекта «Национальные исследовательские университеты», ориентированные на участие в международных рейтингах. В группу рассматриваемых университетов включены организации, разнообразные по направлениям деятельности:

которых были проведены полуструктурированные интервью по поводу смысла ряда национальных рейтингов (Национальный рейтинг университетов агентства «Интерфакс», рейтинг вузов агентства «Эксперт РА», рейтинг востребованности вузов проекта «Социальный навигатор»).

Анализ собранных интервью показал, что одной из самых популярных практик использования результатов национальных рейтингов вузами является трансляция их результатов потенциальным стейкхолдерам. Таковыми респонденты считают абитуриентов, представителей органов управления образованием, сотрудников университета, работодателей. Главным инструментом трансляции результатов рейтингов выступает официальный сайт университета – его отметили представители 15 из 18 опрошенных вузов; популярным каналом являются и средства массовой информации. Основные мероприятия для демонстрации результатов рейтингов – «Дни открытых дверей», «Ярмарки вакансий» и встречи с работодателями. Университеты, занимающие более высокие позиции в рейтингах, используют их результаты как инструмент лоббирования определённой квоты целевого приёма и контрольных цифр приёма в вуз при открытии новых направлений подготовки, участия в конкурсных мероприятиях.

Национальные рейтинги выступают мощной аналитической базой в ходе сравнительных исследований, индикативного планирования и выявления лучших практик. Такого рода работа была отмечена всеми рассматриваемыми университетами. Большинство вузов проводят регулярный мониторинг своих рейтинговых позиций и динамики показателей по приоритетным направлениям. Как правило, в этом качестве выступают научно-метрические показатели: публикационная активность и цитируемость научных трудов

классические, инженерные, сельскохозяйственные и педагогические вузы, разные по численности студентов и положению в рейтингах.

сотрудников университета, общий объем НИОКР, количество грантов и патентов. При анализе показателей особое внимание уделяется тем, в которых вуз уступает другим. В качестве объектов для сравнения вузы чаще всего выбирают своих «территориальных соседей» – вузы, находящиеся в том же регионе / федеральном округе, вузы со схожим профилем деятельности, а также вузы, объединённые участием в инициативах Минобрнауки, например, в проекте «Опорные университеты». Отслеживая динамику показателей разных университетов, вузы выявляют для себя «Лучшие практики». По результатам аналитики многие университеты определяют целевые позиции вуза в рейтингах на следующий год, показатели эффективности деятельности структурных подразделений. Подробный анализ методологий рейтингов и анализ групп опрашиваемых респондентов большинство вузов не производят.

Две трети исследованных университетов используют рейтинги при корректировке стратегии развития по двум направлениям: по итогам результатов рейтингов и с учётом анализа методологий рейтингов. Первое из выделенных направлений заключается, как правило, в перераспределении финансирования в пользу уступающих другим вузам видов деятельности. Однако выявлены и более нетривиальные практики:

- определяются 1–2 референтных рейтинга, после чего их критерии адаптируются к специфике деятельности организации и разрабатывается рейтинг подразделений внутри университета, постоянно корректирующийся с учётом изменений критериев выбранной группы национальных рейтингов и влияющий на размеры стимулирующих выплат руководителям подразделений и сотрудникам вуза;

- производится анализ позиций в рейтинге и спектра реализуемых направлений подготовки вузов-конкурентов в федеральном округе; на этой основе определяются наиболее перспективные для продвижения и развития новые возможные направления

подготовки, что в некоторой степени определяет вектор развития университета.

Говоря об учёте показателей рейтингов при разработке стратегии, многие вузы указывают на усиление научно-исследовательской и международной составляющих деятельности университета, на создание бизнес-инкубаторов и инжиниринговых центров, что в целом целесообразно для продвижения в основных национальных рейтингах.

Единой должности, в обязанности которой входила бы работа с рейтингами, нет. В одних вузах этой работой занимаются ректор и проректоры, в других – информационно-аналитические отделы, финансово-экономические управления или PR-службы. Это связано с тем, что работа с рейтингами предполагает комплексный и многогранный подход. По опыту проекта «5-100» можно рекомендовать создание отдельных подразделений, занимающихся работой с рейтингами.

Подводя итог, можно сказать, что университеты являются одной из ключевых групп, активно использующих результаты рейтингов. Эта работа, на наш взгляд, может развиваться в следующих направлениях:

1) анализ методологии референтных для вуза рейтингов;

2) расширение спектра критериев, по которым определяются вузы для проведения сравнения: ориентация не только на вузы по принципу территориальной близости и схожей специфики деятельности, но и на вуз-лидеры динамики в рейтингах, «вузы-ровесники», вузы со схожей в регионе структурой

экономики, вузы с аналогичными специфическими чертами (мало абитуриентов, низкая доля аспирантов, высокий средний возраст преподавателей);

3) учёт и анализ при разработке стратегий развития не только «провальных», но и успешных показателей.

Литература

1. Кинчарова А.В. Мировые рейтинги университетов: методология, эффекты и критика. Томск, 2013. URL: http://past-centre.ru/wp-content/uploads/2013/04/Metodologiya_mirovyh_reitingov_universitetov.pdf
2. Van Vught F.A., Westerheijden D.F. Impact of Rankings // Multidimensional Ranking: The Design and Development of U-Multirank, New York: Springer, 2012. P. 71–81.
3. Hazelkorn E. The Impact of League Tables and Ranking Systems on Higher Education Decision Making // Higher Education Management and Policy. 2007. Vol. 19. P. 87–111.
4. Kwok T.S. Does anyone use information from university rankings? // Education Economics. 2013. Vol. 21. P. 176–190.
5. Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Анализ влияния рейтингов вузов на мотивацию абитуриентов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 6. С. 27–34.
6. Ягудина Л.Р., Ягудин И.И. Эффективность рейтингов университетов: реализация информационной и мотивационной функций // Высшее образование в России. 2016. № 11. С. 66–71.

Статья поступила в редакцию 27.07.17.

Принята к публикации 05.09.17.

THE PRACTICES OF USING RESULTS OF NATIONAL UNIVERSITY RANKINGS BY RUSSIAN UNIVERSITIES

Yulia V. SEMENOVA – Master, Institute of Education, e-mail: semenova.djulia2015@yandex.ru
National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia
Address: Building 10, 16, Potapovskiy Per., Moscow, 101000, Russian Federation

Abstract. The article focuses on using the results of national university rankings by Russian universities. The author identifies the practice of the ranking results transfer to potential stakeholders, the key groups of stakeholders for universities and the main tools of result transfer. The paper high-

lights using of ranking results by the universities as data for analytics, benchmarking and indicative planning. The author dwells on some practices of using ranking results for development strategies elaboration and the positions responsible for working with the ratings. In conclusion several recommendations are given to expand the potential for working with university rankings.

Keywords: ranking, national university rankings, results of rankings, higher education, university development strategies

Cite as: Semenova, Yu.V. (2017). [The Practices of Using Results of National University Rankings by Russian Universities]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* = Higher Education in Russia. No. 10 (216), pp. XX-XX. (In Russ., abstract in Eng.)

References

1. Kincharova, A.V. (2013). World University Rankings: Methodology, Effects, and Criticism. [Preprint Tomsk]. Available at: http://past-centre.ru/wp-content/uploads/2013/04/Metodologiya_mirovyh_reitingov_universitetov.pdf (In Russ.)
2. Van Vught, F.A., Westerheijden, D.F. (2012). Impact of Rankings. In: *Multidimensional Ranking: The Design and Development of U-Multirank*. New York, Springer, pp. 71-81.
3. Hazelkorn, E. (2007). The Impact of League Tables and Ranking Systems on Higher Education Decision Making. *Higher Education Management and Policy*. Vol. 19, pp. 87-111.
4. Kwok, T.S. (2013). Does Anyone Use Information from University Rankings? *Education Economics*. Vol. 21, pp. 176-190.
5. Efimova, I.N., Makoveychuk, A.V. (2013). [Analysis of the Influence of University Rankings on the Motivation of Prospective Students in 2012: The Regional Aspect]. *Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N.I. Lobachevskogo* [Herald of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod]. No. 6 (1), pp. 27-34. (In Russ., abstract in Eng.)
6. Yagudina, L.R., Yagudin, I.I. (2016). [The Efficiency of University Rankings: Implementation of Informational and Motivational Functions]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* = Higher Education in Russia. No. 11 (206), pp. 66-71. (In Russ., abstract in Eng.)

*The paper was submitted 27.07.17
Accepted for publication 05.09.17.*