

РЕПУТАЦИОННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ВУЗА: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ¹

РЕЗНИК Семен Давыдович – д-р экон. наук, проф., директор Института экономики и менеджмента, зав. кафедрой, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. E-mail: disser@bk.ru

ЮДИНА Татьяна Александровна – канд. экон. наук, доцент, Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. E-mail: tatjana-judina168@rambler.ru

***Аннотация.** Российские вузы оказались в сложных условиях, они вынуждены быть не только социально ответственными, но и репутационно ответственными субъектами рынка образовательных услуг. Предметом рассмотрения является репутационная ответственность высшего учебного заведения как важная характеристика его системы управления. На примере вуза описан опыт формирования репутационной ответственности. Представлены технологии повышения репутационной ответственности. Делается вывод о том, что формирование и повышение репутационной ответственности российского вуза должно носить долгосрочный характер, что может быть достигнуто разработкой соответствующей стратегии развития.*

***Ключевые слова:** высшее учебное заведение, репутационная ответственность, система репутационной ответственности вуза, технологии формирования репутационной ответственности*

***Для цитирования:** Резник С.Д., Юдина Т.А. Репутационная ответственность вуза: проблемы, опыт, перспективы // Высшее образование в России. 2017. № 208 (1). С. 56–61.*

Введение

В последнее время в условиях реформ и новаций в сфере высшего образования России остро обозначается проблема репутационной ответственности вуза. Некоторые аспекты данной проблемы уже стали предметом внимания. Так, вопросам повышения ответственности диссертационных советов посвящена работа В.М. Филиппова [1], репутационная ответственность участников процесса подготовки, защиты и экспертизы диссертационных работ рассмотрена в статье Е.А. Неретиной [2], репутационная ответственность оппонентов диссертационных работ проанализирована С.Д. Резником и О.А. Сазыкиной [3]. Вопросам повышения качества диссертационных работ и диссертационного менеджмента в целом, а также проблемам повышения научного уров-

ня кадров высшего учебного заведения посвящены работы [4–6].

Под *репутационной ответственностью вуза* мы будем понимать его ответственность перед целевыми аудиториями потребителей за результаты своей деятельности в процессе функционирования и развития, ответственность руководителей и сотрудников вуза за принимаемые решения, результаты управленческой и преподавательской деятельности [7]. Поэтому структура репутационной ответственности вуза предполагает наличие следующих элементов.

1. *Ответственность руководства вуза.* Управленческий персонал высшего учебного заведения несет ответственность перед всеми целевыми аудиториями, перед представителями всех уровней управления системой высшего образования в стране,

¹ Исследования ведутся в рамках выполнения проекта Российского гуманитарного научного фонда №14-16-58017 «Технологии формирования системы репутационной ответственности высшего учебного заведения (на примере вузов г. Пензы)» (№ гос. регистрации 01201465109).

перед профессорско-преподавательским составом и сотрудниками вуза.

2. *Ответственность преподавателя высшего учебного заведения.* Она обусловлена тем, что качество образования находится в прямой зависимости от квалификации профессорско-преподавательского состава.

3. *Социальная ответственность вуза.* Она выражается в осуществлении вузом социокультурной и воспитательной работы среди студентов, направленной на подготовку социально ответственного гражданина страны, будущего специалиста в той или иной области, стремящегося к непрерывному саморазвитию и повышению уровня своей компетентности.

4. *Репутационная ответственность учёного.* Это ответственность исследователей, научных работников, всех, кто занимается научной деятельностью, за результаты своих научных поисков, их обоснованность и достоверность, новизну и значимость.

5. *Ответственность вуза за качество образовательных услуг.*

6. *Гражданско-правовая ответственность вуза* перед государством и обществом [8–10].

Репутационная стратегия

Процессы формирования и повышения репутационной ответственности вуза должны носить долгосрочный характер, что достигается разработкой соответствующей стратегии развития. Реализация репутационной стратегии высшего учебного заведения предполагает выполнение следующих мероприятий:

1) определение целевых аудиторий, диагностика их ожиданий (определение структуры целевой аудитории, ее ожиданий относительно характеристик репутации интересующего ее вуза, создание ожидаемой модели репутации);

2) измерение репутационных характеристик вуза (определение характеристик,

формирующих реальную модель репутации – качество образовательных услуг, показатели трудоустройства выпускников, квалификация ППС, имидж вуза, репутация ректора и др.);

3) определение системы мер по улучшению репутационных характеристик (сравнение реальных характеристик репутационной модели с ожидаемыми, выделение тех из них, что нуждаются в совершенствовании, разработка и реализация мер по привлечению ресурсов для улучшения необходимых характеристик);

4) организация работы по повышению репутационных характеристик вуза;

5) проведение работы с целевыми аудиториями по исправлению ошибочных представлений о вузе;

6) мониторинг состояния репутационных характеристик вуза (систематическое измерение совпадений его репутационных характеристик и представлений о них целевых аудиторий, проведение корректирующих мероприятий).

Технологии повышения репутационной ответственности вуза

Опираясь на наш подход к структуре репутационной ответственности вуза, а также исходя из функций, выполняемых учебным заведением, и направлений его деятельности, можно предложить следующие технологии повышения репутационной ответственности вуза (табл. 1).

Репутационная стратегия университета должна быть подкреплена разработкой функциональных стратегий, которые конкретизируют выбранную траекторию развития вуза в соответствии с направлениями его деятельности, обеспечивая достижение основной цели.

Определение *маркетинговой стратегии* вуза зависит от учета конкретной конкурентной ситуации, возможностей учебного заведения, его потенциала (научного, лабораторного, финансового). Деятельность *Пензенского государственного уни-*

Таблица 1

Технологии повышения репутационной ответственности вуза

Технологии	Технологии повышения репутационной ответственности вуза
Маркетинговые	<i>Управление и совершенствование маркетинговой деятельности вуза за счет разработки, реализации и развития его маркетинговой стратегии</i> Важность применения маркетинговых технологий обусловлена тем обстоятельством, что маркетинг обеспечивает информационные, стратегические и оперативные связи вуза с внешней средой.
Финансово-экономические	<i>Управление и совершенствование финансово-экономической деятельности вуза за счет разработки, реализации и развития его финансовой стратегии</i> Использование данных технологий позволяет финансовой службе вуза создавать и изменять финансовые ресурсы и определять их оптимальное использование для достижения целей функционирования и развития учебного заведения.
Инновационные	<i>Управление и совершенствование инновационной деятельности вуза за счет разработки, реализации и развития его инновационной стратегии</i> Применение инновационных технологий в процессе развития вуза позволяет разработать и реализовать комплекс мер, способствующих достижению устойчивого конкурентного положения вуза в разработке и внедрении наукоемких продуктов (технологий, услуг) на имеющихся и новых рынках и повышение его инвестиционной привлекательности.
Образовательные	<i>Управление и совершенствование образовательной деятельности вуза, повышение качества образовательных услуг за счет разработки, реализации и развития его образовательной стратегии</i> Внедрение современных образовательных технологий позволяет достичь эффективности, экономичности, оперативности и практикоориентированности образовательного процесса.
Социальные	<i>Управление и совершенствование социальной деятельности вуза за счет разработки, реализации и развития его социальной стратегии</i> Применение социальных технологий в процессе формирования и повышения репутационной ответственности вуза позволяет решать социальные проблемы, что способствует ускорению развития региона присутствия, уменьшению политических и социальных рисков, укреплению репутации вуза, увеличению ценности его бренда, доли на рынке, инвестиционной привлекательности.
Кадровые	<i>Управление и совершенствование кадровой деятельности вуза за счет разработки, реализации и развития его кадровой стратегии</i> Использование кадровых технологий позволит повысить лояльность профессорско-преподавательского состава и сотрудников вуза, что станет основой для повышения результатов их деятельности и их ответственности.

верситета архитектуры и строительства (ПГУАС) может служить примером реализации маркетинговой стратегии в рамках повышения репутационной ответственности вуза. В структуре вуза многие годы функционирует Центр маркетинга и непрерывного образования, который занимается реализацией маркетинговой деятельности вуза, довузовской подготовки и непрерывного образования. Центр разрабатывает программы продвижения вуза и образовательных программ, программы лояльности для всех субъектов рынка образовательных услуг, организует и проводит маркетинговые исследования на профиль-

ных для ПГУАС рынках образовательных услуг, рынках труда, рынках научно-технической продукции и научных услуг. Кроме того, Центр ведет профориентационную работу среди школьников г. Пензы и районов Пензенской области, организует экскурсии по университету для учащихся разных школ (так называемый образовательный туризм), а также экскурсии по крупным предприятиям г. Пензы (промышленный туризм). В последнее время Центром внедряются и реализуются инновационные подходы к профориентационной работе, на базе интерактивного конференц-зала ПГУАС проводятся вебинары для учащихся

школ Пензенской области. Результатом эффективной деятельности Центра является ежегодное заполнение бюджетных мест по всем направлениям подготовки, а также значительный рост доли студентов, поступающих на контрактное обучение.

Финансовая стратегия вуза рассматривается как программа действий, направленных на достижение и удержание долгосрочных конкурентных позиций, и характеризует финансовые цели деятельности и развития вуза, а также мероприятия, которые необходимо осуществлять для повышения его финансовой устойчивости.

Инновационная стратегия вуза – это составляющая его общей стратегии развития, направленная на обеспечение перспективного развития учебного заведения, в результате которой обеспечивается новое качество научного и образовательного процессов и управления ими. Наш вуз демонстрирует сегодня успешный опыт реализации инновационной стратегии вуза как одной из технологий формирования и повышения его репутационной ответственности. В рамках приоритетных национальных проектов ПГУАС участвует в проектировании, реконструкции и строительстве уникальных сооружений в Пензенской области и решении актуальных экологических проблем. Ежегодно результаты интеллектуальной деятельности ПГУАС подтверждаются патентами России, в том числе на изобретения и на полезные модели. Инфраструктура научных и инновационных структурных подразделений ПГУАС включает авторскую мастерскую «Арка», архитектурную мастерскую «Диалог», семь малых инновационных предприятий, международную службу, технопарк «Интеллект», центр коммерциализации и трансфера технологий, центр экспертизы, оценки и землеустройства «Эксперт-центр» и др.

Одной из наиболее важных составляющих репутационной стратегии вуза является его *образовательная стратегия*, ре-

ализация которой становится залогом успеха среди целевых аудиторий за счёт удовлетворения их потребностей в части получения качественного образования.

Разработка и реализация высшим учебным заведением его *социальной стратегии* обусловлена тем, что вуз выполняет в первую очередь социальную функцию и является социально ответственным субъектом рынка образования и рынка труда. Принцип социальной ответственности должен быть положен в основу социальной стратегии вуза.

Кадровая стратегия вуза представляет собой совокупность ориентиров и действий университета в сложившихся условиях внешней среды, регулируемых системой правил и принципов (кадровой политикой), необходимых для приведения компетенций персонала в соответствие с целью развития [11]. К основным составляющим развития кадрового потенциала вуза относится создание условий и стимулов для эффективной работы его сотрудников, обеспечение возможности повышения квалификации, реализации творческой активности ППС и карьерного роста, что становится определяющим фактором при формировании и повышении ответственности преподавателя высшего учебного заведения.

Заключение

Залогом эффективной деятельности университета является предоставление качественного образования, содействие трудоустройству студентов и выпускников, результативность научной деятельности, инновационная деятельность, грамотная кадровая политика и т.д. Ответственность учебного заведения за результаты по каждому из перечисленных направлений деятельности способствует повышению привлекательности вуза как для потребителей образовательных услуг, так и для организаций-работодателей, потенциальных сотрудников, а также для других представителей внешнего окружения.

Формирование и повышение репутационной ответственности высшего учебного заведения является фактором, обеспечивающим стабильное положение и рост конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг, способствует его позиционированию в качестве конкурентоспособного субъекта образовательной, научной, инновационной политики.

Литература

1. Филиппов В.М. Задачи повышения научного уровня и ответственности диссертационных советов // Социология образования. 2013. № 5. С. 4–10.
2. Неретина Е.А. Репутационная ответственность участников процессов подготовки, защиты и экспертизы диссертационных работ // Пути повышения качества защиты и экспертизы диссертационных работ: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Под общ. ред. С.Д. Резника. Пенза: Изд-во ПГУАС, 2014. 163 с.
3. Резник С.Д., Сазыкина О.А. О репутационной ответственности оппонентов диссертационных работ // Экономическое возрождение России. 2016. № 1 (47). С. 197–204.
4. Резник С.Д. Научное руководство аспирантами. Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2012. 477 с.
5. Резник С.Д., Аристер Н.И., Сазыкина О.А. Диссертационный менеджмент в вопросах и ответах: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2011. 256 с.
6. Аристер Н.И., Резник С.Д. Эффективность аттестации научных кадров: опыт, проблемы, перспективы // Экономическое возрождение России. 2011. № 2. С. 175–192.
7. Юдина Т.А. Репутационная ответственность высшего учебного заведения: сущность и содержание // Конкурентоспособные выпускники – будущее России: сборник материалов Международной научно-практической конференции к 20-летию Института экономики и менеджмента ПГУАС / Под общ. ред. С.Д. Резника. Пенза: Изд-во ПГУАС, 2013.
8. Резник С.Д., Юдина Т.А. О повышении репутационной ответственности университета // Russian Journal of Management. 2015. Т. 3. № 5. С. 531–538.
9. Резник С.Д., Юдина Т.А. Репутация как ключевой фактор обеспечения конкурентоспособности российского вуза // Университетское управление: практика и анализ. 2014. № 2. С. 81–91.
10. Резник С.Д., Юдина Т.А. Управление репутацией высшего учебного заведения: Монография. М.: ИНФРА-М, 2014. 227 с.
11. Данилов О.Ф., Чикишева Н.М., Гусарова М.С., Осолкова М.В., Талалаева О.С. Проектный подход к управлению кадровой стратегией вуза // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2014. № 3. С. 19–28.

Статья поступила в редакцию 08.11.16.

THE REPUTATIONAL LIABILITY OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION: PROBLEMS, EXPERIENCE, PROSPECTS

REZNIK Semyon D. – Dr. Sci. (Economics), Prof., Director of the Institute of Economy and Management; Head of the Department. E-mail: disser@bk.ru

Penza State University of Architecture and Construction. Penza, Russia.

YUDINA Tatyana A. – Cand. Sci. (Economics), Assoc. Prof. E-mail: tatjana-judina168@rambler.ru

Penza State University of Architecture and Construction. Penza, Russia.
28, Germana Titova, St. Penza, 440028, Russian Federation

Abstract. The Russian higher education institutions found themselves in difficult conditions which characterize the development of higher school in our country today. They are forced to be not only socially responsible, but also reputationally responsible subjects of education market. The purpose of the article is studying of the reputational liability of a higher educational

institution as an important characteristic of its management system. The authors dwell on the content and structure of the reputational liability of educational institution. On the example of a concrete university an experience of forming the reputational liability of a higher education institution is viewed. Technologies to raise the reputational liability are described. The authors come to a conclusion that forming and raising of the reputational liability of Russian higher education institutions should have a long-term character that can be reached by the development of the corresponding development strategy.

Keywords: higher education institution, university reputational liability, system of reputation responsibility, technology to form reputation responsibility

Cite as: Reznik, S.D., Yudina, T.A. (2017). [The Reputational Liability of a Higher Education Institution: Problems, Experience, Prospects]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher Education in Russia]. No. 208 (1), pp. 56-61. (In Russ., abstract in Eng.)

References

1. Filippov, V.M. (2013). [Tasks to Raise Scientific Level and Responsibility of Dissertation Councils]. *Sociologiya obrazovaniya* [Sociology of Education]. No. 5, pp. 4-10. (In Russ., abstract in Eng.)
2. Neretina, E.A. (2014). [Reputational Liability of Participants of Preparation, Protection and Examination of Dissertation Works]. *Puti povysheniya kachestva zasbity i ekspertizy dissertatsionnykh rabot: Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Ways to Improve the Quality of Protection and Examination of Dissertation Works: All-Russ. Sci. and Pract. Conf.: Collection of Papers]. Penza: PGUAS Press., 163 p. (In Russ.)
3. Reznik, S.D., Sazykina, O.A. (2014). [About Reputation Responsibility of Opponents of Dissertation Works]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii* [Economic Revival of Russia]. No. 11. (In Russ., abstract in Eng.)
4. Reznik, S.D. (2012). *Nauchnoe rukovodstvo aspirantami* [Scientific Guidance of Graduate Students]. Moscow: INFRA-M Publ., 477 p.
5. Reznik, S.D., Arister, N.I., Sazykina, O.A. (2011). *Dissertatsionnyi menedzhment v voprosakh i otvetakh* [Dissertation Management in Questions and Answers]. Moscow: INFRA-M Publ., 256 p.
6. Arister, N.I., Reznik, S.D. (2011). [Efficiency of Scientific Personnel Certification: Experience, Problems, Prospects]. *Ekonomicheskoe vrozozhdenie Rossii* [Economic Revival of Russia]. No. 2, pp. 175-192. (In Russ., abstract in Eng.)
7. Yudina, T.A. (2013). [Reputation Responsibility of a Higher Educational Institution: Essence and Content]. *Konkurentosposobnye vypuskniki – budushee Rossii* [Competitive Graduates – the Future of Russia. Int. Sci. and Pract. Conf. for the 20th Anniversary of the Institute of Economy and Management of PGUAS: Collection of Papers]. Penza: PGUAS Press. (In Russ.)
8. Reznik, S.D., Yudina, T.A. (2015). [Improving the University Reputational Liability]. *Russian Journal of Management* [Russian Journal of Management]. No. 5. (In Russ., abstract in Eng.)
9. Reznik, S.D., Yudina, T.A. (2014). [Reputation as a Key Factor of Ensuring Competitiveness of Russian Higher Education]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz* [University Management: Practice and Analysis]. No. 2, p. 81. (In Russ., abstract in Eng.)
10. Reznik, S.D., Yudina, T.A. (2014). *Upravlenie reputatsiei vysshego uchebnogo zavedeniya* [Reputation Management of a Higher Educational Institution]. Moscow: INFRA-M Publ., 227 p. (In Russ.)
11. Danilov, O.F., Chikisheva, N.M., Gusarova, M.S., Oskolkova, M.V., Talalaeva, O.S. (2014). [Project-based Approach to Managing Human Resources Strategy of the University]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Ekonomika»* [Herald of Omsk University. Series "Economics"]. No. 3, pp. 19-28. (In Russ., abstract in Eng.)

The paper was submitted 08.11.16.

