

февраля 2022 года / Под общей редакцией В.А. Мордовца. – г. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2022. – С. 156–165.

7. Попазова О. А. Социология коммуникаций : учебно-методическое пособие / О. А. Попазова, Я. С. Рочева. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – 88 с.

DOI:10.24412/1994-3776-2024-3-170-179

УДК: 316.4

А.А. Шадрин

Рейтинг вуза как социальная технология и инструмент человекоориентированного управления в организации

A. Shadrin. The university's rating as a social technology and a tool for human-oriented management in an organization

Аннотация. В статье рассматривается понятие «рейтинг вуза» как инструмент управления информационной, мотивационной, имиджеформирующей составляющей деятельности организации высшего образования. Анализируются основные модели университетов с учетом процесса коммуникации между организациями и их стейкхолдерами (целевыми аудиториями, трансляторами и получателями имиджа вуза). Описаны ключевые рейтинги вузов и выделены основные тенденции, повлиявшие на формирование имиджа вузов в России.

Ключевые слова: имидж вуза; рейтинг вуза; трансформационные модели вузов; стратегический менеджмент, имиджевая политика

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30/32, ауд. 3018; тел.: (921) 922-18-16; e-mail: shadrin29@list.ru

Abstract. The article considers the concept of «university rating» as a tool for managing the information, motivational, image-forming component of the activities of higher education organization. The main models of universities are analyzed, taking into account the communication process between organizations and their stakeholders (target audiences, translators and recipients of the university's image). The key ratings of universities are described and the main trends that influenced the formation of the image of universities in Russia are highlighted.

Keywords: image of the university; rating of the university; transformational models of universities; strategic management, image policy.

Contact information: 30/32 nab. Griboyedov Canal, room 3018, Saint-Petersburg, 193023; tel.: (921) 922-18-16; e-mail: shadrin29@list.ru

Университет — предмет общественных дискуссий в России. Перестройка бизнес-процессов, в том числе оценка и построение имиджевой политики в отечественных вузах началась с 2000-х годов. Этому способствовали знаковые федеральные проекты в сфере образования: Национальный проект «Образование» (2006 год), Проект 5-100 (2012 год), «Приоритет 2030» (2020 год) [14, 15].

Вузы России ориентировались на мировые практики в развитии высшего образования. Однако на имиджевую и репутационную составляющую организаций высшего образования стали обращать внимание лишь с 2012 года. Например, в Германии, оценка и построение имиджевой политики в вузах началась с 2000-х годов. Значительное влияние на это оказал низкий объем госфинансирования, демографические изменения, диджитализация общества.

Шадрин Александр Александрович – аспирант кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета

A. Shadrin – Postgraduate student of the Department of Sociology and Personnel Management at St. Petersburg State University of Economics.

© Шадрин А.А., 2024

Как мы видим, разрыв в осознании того, что вуз — это не просто институция, а «инструмент» влияния не такой уж и большой.

Как указывают исследователи отечественной системы высшего образования, «сегодняшние изменения мотивированы необходимостью решения задач: усиление позиций страны на мировом рынке высшего образования; преобразование структурных элементов высшего образования в эффективные учреждения разных форм; принятие университетами управленческих решений в условиях возросшей конкуренции на внешнем и внутреннем образовательном рынках с учетом макроконтекста этих условий: с одной стороны, глобальной неопределенности, с другой — все возрастающей ответственности высшего образования за адаптацию общества к вызовам XXI века и формированию таких ценностей, знаний и навыков, которые обеспечат достижение целей устойчивого развития», в том числе будут ориентированы на человека (ключевых стейкхолдеров вузов) [9, 2].

Перестройка университетского ландшафта (социокультурной среды) происходит как на уровне управления (внутри вуза), так и в окружении университетов — университетских стейкхолдеров. Они же — это ключевые целевые аудитории, получатели и трансляторы имиджа.

Если обобщить опыт отечественных исследователей в области высшего образования, то можно четко проследить и выделить ключевые модели вузов: «Университет 1.0», «Университет 2.0», «Университет 3.0» и «Университет 4.0» или «Университет будущего». «Отчасти это происходит из-за влияния развития технологий, информатизации и запросов цифровой экономики», в том числе экономики впечатлений [3, 16].

Дадим краткую характеристику каждой трансформационной модели университета. При этом стоит отметить, что каждой модели соответствует определенный тип коммуникации между стейкхолдерами вуза, требующие анализа и учета их интересов при выстраивании программ развития, в том числе программ, связанных с внешней и внутренней коммуникацией.

Университет 1.0

Традиционная модель. Основной фокус коммуникации: от преподавателя к студенту. Характеризуется академизмом в образовательных технологиях и учебном материале [3, 16].

Университет 2.0

Тесная связь обучения и исследовательской работы (образование и наука). Ключевое понятие — «Исследовательский университет». Основной фокус коммуникации: от преподавателя к студенту и от студента к преподавателю. Активное развитие рыночных отношений повлияло на образовательную среду. «В исследовательские университеты приходят инновации, которые позволяют начать эффективно работать исследовательским вузам по заказу бизнес-сообщества. Активно «рождаются» малые инновационные предприятия (МИП) при вузах, а также стартапы» [3].

Университет 3.0

Ключевое понятие — «инновация». Происходит процесс внедрения инноваций в исследовательский процесс. При этом основной фокус коммуникации сохраняется на уровне модели «Университет 2.0». Отметим, что количество МИПов — один из ключевых показателей эффективности работы университетов. Происходит активное развитие информационных технологий, четвертая промышленная революция, вызовы в рамках стратегии национального технологического развития. Кроме этого, за счет развития науки и внедрения инноваций появляются адаптивные технологии и единое информационное пространство вуза [3, 16].

Университет 4.0/ Университет будущего

Это цифровой университет. Активными участниками учебного процесса становятся внешние стейкхолдеры (внешние совместители из реального сектора экономики, бизнес). В модели 4.0 сохраняется коммуникация на уровне 3.0, но к инновациям добавляется

цифровизация, данные и цифровой след. «Становится возможным анализ целей всех участников учебного процесса, а также потенциального заказчика качественных кадров — бизнеса, науки и общества» [3].

«Применение компьютерных наук, искусственного интеллекта, анализа больших данных, цифрового следа, технологии блокчейна позволит учесть цели, которые преследуют участники образовательного процесса, и максимально оперативно влиять на процесс коммуникации между ними за счет современных цифровых образовательных технологий, адаптивных образовательных программ, индивидуальных образовательных траекторий, индивидуальных планов и стандартов» [3, 4]. При этом мы принципиально не останавливались на трансформации образовательных стандартов (ФГОС). Это не входит в предмет нашего исследования, но является важной составляющей внутренней качественной трансформации вузов. Экспертами отмечается, что это болезненный момент для многих вузовских менеджеров, так как «имеются сложности с самим процессом перехода. Организации не успевают осмыслить и перейти на один стандарт, как на следующий год принимается новый» [3, 4]. Также на ландшафт университетского образования оказывает влияние внешняя и внутренняя политика России.

Выделим ключевые тенденции, повлиявшие на формирование имиджа вузов в России:

- переход на болонскую систему, в том числе ее трансформация в будущем (возможно, сохранение магистратуры, но возвращение специалитета вместо бакалавриата);
- внедрение инновационных образовательных программ;
- создание федеральных, национальных исследовательских университетов;
- персонализация образования — привлечение в вузы ведущих ученых и практиков из реального сектора экономики;
- целенаправленная работа по участию в международных и национальных рейтингах (интернационализация имиджа и репутации);
- введение понятия «опорный университет» в рамках трансляции опыта передовых вузов в регионах (укрупнение вузов и расширение региона присутствия);
- вузы, как центры пространства создания инноваций, а также развитие проектного подхода с помощью государственных программ, представителей бизнеса, выступающих партнерами;
- развитие экспортного потенциала отечественных образовательных услуг как элемента несырьевого экспорта России;
- генерация новых знаний, рынков, технологий для внедрения в отечественную экономику и социальную сферу;
- внедрения ESG-практик на организационном и образовательном уровнях (появление Центров устойчивого развития в вузах, программ по подготовке специалистов, разделяющих принципы человекоориентированного управления в организации) и др. [22, 23, 14, 15].

Частично указанные тенденции совпадают с европейской практикой. В частности, аналогичные процессы были характерны для вузов Германии, а некоторые из них лишь сейчас выходят на первый план в России. Например, стремление к развитию профиля, независимости в вопросах финансирования и использования ресурсов, отбора студентов. В перечень можно добавить: снижение уровня государственного финансирования (переориентация государственных программ на развитие СПО), влияние демографических изменений в обществе, компетентностный подход в образовании (фундаментальные, прикладные и надпредметные компетенции), технологизация вузов и общества в целом (запрос на онлайн-образование) и др. [22, 23, 14, 15].

Указанные выше процессы значительно повлияли на объем и структуру спроса на преподавательские и исследовательские услуги (в этом контексте смело можно говорить о

том, что образование и научная деятельность — услуга), а также на имиджевую и репутационную составляющую вузов.

Таким образом, при повышении сложности и динамики изменений вузовского ландшафта (внутри и снаружи) указанные ранее тенденции будут встречаться в вузах по всему миру, в том числе они будут встречаться с расширением конкуренции среди организаций высшего образования.

Конкуренция среди вузов была всегда. Традиционно это выражается в стремлении к открытиям (например, в форме научных публикаций), генерации новых идей и проектов, носящих теоретический и прикладной характер, а также в привлечении лучших талантливых исследователей («научников»). Однако возникают новые конкурентные области, которые нельзя упускать. Например, это конкуренция за финансовые ресурсы (гранты, программы фондов, госпрограммы), студентов (поиск талантов по всему миру), количество предложений (образовательных программ), в том числе наличие онлайн-программ и программ, открытых совместно с компанией-партнером из реального сектора экономики, развитие концепции непрерывного образования, инфраструктура, соответствующая модели «Университет 4.0» и др.

Потребность в прозрачности создает информационные механизмы и системы оценки. К классическим инструментам ученые относят: процедуру экспертной оценки для обеспечения качества публикаций и общего освещения деятельности университетов в СМИ. Специальные инструменты, предназначенные для репрезентации и сравнительной оценки образовательных услуг вузов: интернет-платформы (базы данных вузов с отзывами и описанием услуг, образовательных программ и проектов), общественная оценка отдельных курсов и преподавателей нынешними студентами (внутренние анкеты в том числе), рейтинги.

Рейтинги вузов в России появились в начале 2000-х годов. Это обусловлено рядом причин. В частности, «государство осознало необходимость такого инструмента в условиях роста российской экономики, увеличения количества абитуриентов, обусловленного демографическими причинами, присоединения России к Болонскому процессу (2003 г.) и признания обществом получения высшего образования как высококачественной и затратной «услуги». Обучение на контрактной основе, различия в «стоимости» выпускников вузов для работодателя, конкурс при поступлении в вузы определили необходимость разработки механизмов рейтингования российских вузов, в которых были заинтересованы прежде всего абитуриенты и их родители, а также сами вузы и другие стейкхолдеры (работодатели, профессиональные сообщества и государственные структуры) [9, 2].

Рейтинг — инструмент стратегического менеджмента, который не был популярен и известен в России. Конечно, негласно, ранжирование организаций высшего образования присутствовало. Традиционно оно базировалось на уровне количества абитуриентов на одно бюджетное место и на истории университета, его репутации и имиджа. Самые высокие конкурсные позиции были закреплены между вузами Москвы и Санкт-Петербурга. Кроме этого, особое значение у абитуриентов имело местоположение учебного заведения и его популярность.

Первый профессиональный и публичный рейтинг в России был опубликован в 2009 году независимым информационным агентством «РейтОР» совместно с МГУ им. М.В. Ломоносова — ранжированный список ведущих вузов мира Global Universities Ranking (GUR). Его ключевая особенность — это «качественная характеристика университетов, полученная путем сложения оценок учебной и научной деятельности, общественного признания вуза, компетентности его профессорско-преподавательского состава, наличия материально-технической базы высокого уровня и показателей трудоустройства выпускников» [9, 2].

С особой силой на рейтинг, как инструмент управления вузом, обратили внимание с началом реализации федеральной программы по повышению конкурентоспособности вузов «5-100» (2012-2020 гг.). Ключевой особенностью программы является не просто трансформация университета в части увеличения количества иностранных научно-педагогических работников и студентов, повышение индекса цитируемости сотрудников вузов-участников. Основная цель инициативы — повышение узнаваемости и попадание не менее пяти университетов в сотню ключевых институциональных мировых рейтингов [9, 2].

Проект был значимым и громким за счет пристального внимания к нему государства. Отмечается, что «началом реализации считается Указ Президента РФ от 7 мая 2012 года № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» (7), в рамках которого была предусмотрена разработка плана мероприятий по развитию ведущих университетов, направленного на повышение их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» [13]. Отраслевые и деловые СМИ констатировали провал программы, но экспертное вузовское сообщество с таким мнением были не согласны. Проект 5-100 перезапустил ландшафт высшей школы с точки зрения управления, имиджа и репутации, публикационной активности, объема привлечения иностранных абитуриентов и ППС. Также ключевые стейкхолдеры вузов детально познакомились с глобальными образовательными рейтингами и стали обращать внимание на их индикаторы при планировании сотрудничества с вузами по различным направлениям деятельности. Кроме этого, участие в международных рейтингах дало понять вузовским менеджерам и общественности, что позиции российских вузов выше в предметных рейтингах, чем в институциональных. В 2021 году ректор ВШЭ Ярослав Кузьминов отметил, что «вузы-участники Проекта 5-100 сумели нарастить присутствие до 16 университетов в мировых рейтингах QS (на старте программы ни один вуз не был представлен). При этом пять вузов входят в более чем в 10 предметов; семь вузов — от 4 до 10 предметов; три вуза — в 1 или 2 предмета. Половина участников программы, а именно 10 университетов входит в топ-100 предметов и отраслей рейтинга» [21].

Для большего понимания вопроса следует кратко рассмотреть классификацию рейтингов. В научных источниках существует разные подходы. «Методология оценки деятельности высших учебных заведений основана на соблюдении Берлинских принципов ранжирования вузов, принятых в 2006 г. на конференции Международной экспертной группы по ранжированию (IREG). Эксперты используют методики количественной и качественной оценки результатов научно-исследовательской, финансово-экономической, образовательной и других видов деятельности» [5]. Таким образом, все рейтинги делятся группы: глобальные, глобальные предметные рейтинги, региональные, репутационные, бизнес-школ, национальные. В Перечень национальных рейтингов IREG по состоянию на 01.01.2021 г., входит 59 систем оценивания по 35 странам. Основные целевые группы: студенты и родители; правительства и финансовые агентства; работодатели; организации по обеспечению качества, аккредитации и признанию; высшие учебные заведения, стейкхолдеры, заинтересованные в образовании в сфере управления бизнесом (в методологии особое значение имеют показатели рыночной стоимости образования).

Существуют и более обобщенные классификации, которые также учитывают методологию IREG. Группы рейтингов, выделенные Е.В. Балацким и Н.А. Екимовой [17]:

- 1) традиционные, основанные на оценке большого числа объективных показателей деятельности университетов (китайский ARWU, тайваньский PRSP, голландский LR);
- 2) репутационные или персонифицированные, основанные на экспертных оценках (британский WRR);
- 3) виртуальные или интернет-рейтинги, которые основаны на показателях популярности университетских сайтов в интернет-среде (испанский Webometrics (Web), армянский «АркаЛер» и анонимный рейтинг World Universities Web Ranking (4ICU);

4) смешанные (гибридные) рейтинги, в основе которых лежат принципы, методы и показатели предыдущих трех групп (синтез традиционных репутационных рейтингов — английские THE и QS, американские NTGU, WBU и российский RUR).

Классификация И.И. Борисова и Д.А. Штычно, которая включает группы рейтингов для разных стейкхолдеров с учетом национальных особенностей и целей исследования [18, 19]:

1) по типу — с начислением единого итогового балла (применяются для ранжирования вузов в целом); по конкретным дисциплинам, программам обучения или по отдельным предметам; с комбинированным подходом при ранжировании;

2) по структуре — порядковый (вузам присваиваются порядковые номера, в соответствии с которыми они располагаются в рейтинге); кластерный (разбивка по группам с лучшими, средними, худшими показателями); комбинированный (дается количественная оценка, но публикуется информация только по лучшим вузам, модификация порядкового и кластерного подхода);

3) по источникам данных — по имеющимся данным; по собранным на основе опросов студентов, преподавателей, работодателей, выпускников;

4) одномерные рейтинги (оценка эффективности в соответствии с одним набором показателей и с присвоением веса);

5) многомерные рейтинги (совокупность таблиц оценок, позволяющие составлять персонализированные рейтинги).

Наиболее репрезентативными рейтингами принято считать так называемые глобальные рейтинги университетов. Попадание в эти ранжированные списки и было ключевой задачей Проекта 5-100, о котором мы писали ранее. К ним относятся: Шанхайский академический рейтинг мировых университетов (ARWU), семейство рейтингов QS World University Rankings (QS WUR), Великобритания, семейство рейтингов Times Higher Education (THE), Великобритания, рейтинг Center for World University Rankings (CWUR), ОАЭ и др. Критерии, цели и целевая аудитория у указанных списков частично совпадает. Ключевые стейкхолдеры: студенты, родители, высшие учебные заведения, политики, правительства, финансовые агентства, работодатели. При этом QS, THE учитывают показатели устойчивого развития ЦУР ООН, что количественно и качественно подтверждает учет человекоориентированного управления в организациях высшего образования.

Российская образовательная платформа Skillbox составила свою классификацию рейтингов, опубликовав ее на своем медиапортале. Эксперты в области образования в своем материале сделали акцент на рейтингах, в которых участвуют отечественные вузы. См. таблицу 1 [20].

Таблица 1. Классификация рейтингов и их характеристика [20]

Статус рейтинга	Наименование рейтинга/страна	Содержательные характеристики рейтинга
Международный	Шанхайский рейтинг (ARWU), КНР	Первый рейтинг опубликован в 2003 году. С 2009 года список готовит и публикует независимое агентство ShanghaiRanking Consultancy. Фокус на научные достижения: цитируемость, число лауреатов Нобелевской и Филдсовской премий среди сотрудников и выпускников. В 2023 году представлено 9 вузов из РФ, но не в топ-100. В предметных списках – 5 вузов из РФ в топ-100.
Международный	Семейство рейтингов QS, Великобритания	Первый рейтинг в 2004 году. В 2022 году прекратили сотрудничество с РФ, но вузы остались. Фокус на репутацию. Опросы ученых, преподавателей, студентов, работодателей со всего мира. В главном QS WUR-2025 — 47 вузов из РФ. Лидер — МГУ (94-е место). В топ-100 предметного QS WUR by Subject — 21 организация из РФ.

Продолжение Таблицы 1

Международный	Семейство рейтингов THE, Великобритания	Британское издание Times Higher Education. Собственный рейтинг с 2009 года (вышло из QS). Баланс в методологии. Всесторонняя оценка по блокам: образование, исследования, международная деятельность и трансфер научных знаний в практику по ежегодному доходу от продажи технологий бизнесу. С 2022 года вузы России представлены без подробных профилей и активных ссылок на сайты. В 2023 году — МГУ впервые вошел в топ-100, также отечественные вузы представлены в предметных рейтингах издания.
Международный	Рейтинг CWUR, ОАЭ	Center for World University Rankings — консалтинговая организация в области образования и науки. Фокус на объективные показатели. Без опросов, а с помощью подсчета количества главных мировых научных наград у преподавателей и по числу выпускников на руководящих постах в крупных компаниях. Наука составляет 40%. В топ-200 — МГУ, в топ-500 — 3 организации.
Международный	Рейтинги RUR, РФ	RA Round University Ranking. Первый отечественный рейтинг. Сегодня его база в Грузии. Фокус на финансовые показатели. Также публикует четыре узких рейтинга: по качеству преподавания, результатам исследований, международной деятельности, финансовой устойчивости (принимают во внимание объёмы дохода вуза на одного студента и преподавателя, соотношение числа научных публикаций и суммы, которая тратится на исследования). 76-е место — МГУ, 3 организации — в топ-200. По широким областям наук вузы РФ в 2023 году — 10 строчек в топ-100.
Международный	«Три миссии университета», РФ	Российский союз ректоров и Ассоциация составителей рейтингов (АСР). Учитывает: исследования, образование, роль в обществе, развитии своих регионов и отраслей. Не учитывает репутацию. Без проведения опросов. 154 вуза РФ в списке. В топ-100 — МГУ, СПбГУ, МФТИ. Доступ к данным с целью сравнения их между собой.
Международный	U.S. News, Best Global Universities Rankings, США	Медиакомпания U.S. News & World Report. Включает 2 репутационных показателя: оценка мировых ученых, в том числе регионального уровня, публикационная активность (баллы за монографии и доклады на конференциях). Представлено 27 вузов из РФ, в топ-300 — Южно-Уральский ГУ.
Внутрироссийские	Национальный рейтинг университетов «Интерфакса», РФ	Группа «Интерфакс». С 2009 года. Фокус на социальную среду и бренд вуза, инновации, образование, исследования. Возглавляет рейтинг МГУ. Топ-20 часто не меняется.
Внутрироссийский	RAEX-100, РФ	РА RAEX С 2012 года. Фокус — образование. Ключевые показатели: соотношения числа преподавателей и студентов, доля иностранных студентов, победы в олимпиадах, стоимость обучения. Отдельно выпускает совместный рейтинг с АСР по предметам, локальные (региональные) рейтинги.
Внутрироссийский	Лучшие российские вузы по версии Forbes	С 2018 года, журнал Forbes. Учитывается фактор Forbes. В частности, оцениваются выпускники, которые есть среди богатейших бизнесменов России и победители рейтинга «30 до 30».
Особый тематический	Webometrics, Испания	Оценка присутствия в интернете, прозрачности сайтов, открытости на других ресурсах в сети.
Особый тематический	Рейтинг результативности коммуникационных стратегий российских университетов, РФ	Линейка рейтингов. Проект «Социальный навигатор» МИА «Россия сегодня» и компания Brand Analytics. С 2023 года. Фокус на результат коммуникации по четырем блокам: вовлечённость аудитории на собственных ресурсах, представленность в научно-популярных СМИ, представленность в СМИ и соцмедиа, эффективность

Продолжение Таблицы 1

Особый тематический	Рейтинг медиаактивности Минобрнауки, РФ	С 2021 года. Фокус на популяризацию науки и вклад вуза в продвижение науки и образования. Экспертная оценка с привлечением СМИ, общественных организаций, вузов. Учитывается медиаактивность, в том числе на этот показатель обращает внимание «Интерфакс».
Особый тематический	Лейденский рейтинг, Нидерланды	CWTS Leiden Ranking. Строится на научных публикациях ученых вуза
Особый тематический	Nature Index Ranking, Великобритания	Строится на научных публикациях ученых вуза
Особый тематический	U-Multirank, ФРГ	Составляет Европейский центр развития высшего образования и ряд исследовательских институций. Это не совсем рейтинг, а система ранжирования по пяти направлениям: образование, исследования, международная деятельность, трансфер знаний, региональное развитие. Входят 9 вузов РФ.
Особый тематический	Рейтинг рекрутинговой платформы hh.ru, РФ	Фокус на оценку успешности выпускников на рынке труда.

Указанные в сводной таблице рейтинги вузов (как инструмент) повышают мотивацию при выборе абитуриентами университета, влияет на решение о продолжении обучения, а также стимулируют бизнес и компании из реального сектора экономики сотрудничать с вузом по разным направлениям деятельности образовательной организации.

Стоит отметить, что рейтинг — это информационный механизм, поддержка в формировании общественного мнения среди партнеров университетов по рынку. При этом с точки зрения экономического подхода центральной конструкцией для формирования мнения об организации является имидж. Как показывает практика и опросы студентов, вузы активно конкурируют между собой на уровне имиджа и репутации. Ранее мы указывали, что некоторые рейтинги в качестве отдельного показателя указывают имиджевую составляющую (коммуникационную составляющую) или публикуют отдельные тематические ранжированные списки вузов.

Исследование, проведенное автором на базе Университета ИТМО в 2021-2023 гг. среди обучающихся первого курса бакалавриата, магистратуры и аспирантуры показал устойчивость рейтинга как фактора влияния на выбор вуза. См. таблицу 2 [14, 15].

Таблица 2. Факторы влияния на выбор вуза [14, 15]

Критерий	Значение в исследовании			Среднее значение	Максимальное отклонение от среднего, %
	2021 г.	2022 г.	2023 г.		
Факторы влияния на выбор вуза					
Рейтинг вуза	62 %	58,8 %	51,4 %	57,40 %	6,00
Имидж вуза	70 %	51,4 %	47,0 %	56,13 %	-13,87
Возможность трудоустройства	48 %	36,4 %	34 %	39,47 %	-8,53
Местоположение вуза (город и место вуза в городе)	57 %	22,4 %	20 %	33,13 %	-23,87
Большой выбор образовательных программ и направлений	-	21,6 %	18,0 %	19,80 %	-1,80
Наличие бюджетных мест	-	17 %	30 %	23,50 %	6,50
Совет родителей	58 %	5,4 %	4,0 %	22,47 %	-35,53
Наличие военной кафедры	-	9,7 %	2,0 %	5,85 %	-3,85
Желание учиться в СПб	57 %	33,5 %	26,0 %	38,83 %	-18,17
Проходные баллы ЕГЭ или вступительных испытаний в вуз	-	8,2 %	11,0 %	9,60 %	1,40

Если учесть, что при значении генеральной совокупности первого исследования в 5231 человек и количестве принявших в анкетировании — 147 человек, предельная ошибка

выборки была 10,49%; для исследования 2022 года — 4707/352 человека соответственно, предельная ошибка выборки была 6,61%; при значении генеральной совокупности исследования 2023 года в 4495 человек и количестве принявших в анкетировании — 100 человек, предельная ошибка выборки — 12,76% [14, 15].

Кроме этого, аналогичное исследование, проведенное в СПбГЭУ в 2024 году, закрепило результат рейтинга как фактора влияния выбора на уровне 55,4%. При этом имидж вуза — 37,5% (значение генеральной совокупности — 4076, количество респондентов — 112 человек, предельная ошибка выборки — 9,13%). Рост предельной ошибки на 4,678 пункта в 2023 году и сохранение значения в 2024 г. допустим, так как наша основная цель — выявить тенденцию [14, 15].

На основании проведенного анализа можно согласиться с формулировкой понятия «мировой рейтинг» («глобальный рейтинг»). А именно: «это количественная и качественная оценка результативности инновационной, образовательной, научно-исследовательской, финансово-экономической, международной деятельности, основанная на согласованной методологии, признаваемая мировым академическим сообществом» [5].

Рейтинг вуза выполняет ряд ключевых функций: информационную (имиджеформирующую), мотивационную, когнитивную (закрепляется в памяти, становясь элементом репутации), экономическую (влияет на объем финансирования организации), стратегическую.

Рейтинг можно рассматривать как определенный механизм, инструмент с четкими индикаторами, позволяющими оценить эффективность работы вузов. При этом учитываются количественные и качественные характеристики, которые могут быть включены в программы развития организаций, имиджевой политики, учитывая интересы ключевых стейкхолдеров, в том числе, закрепляя на уровне менеджмента вуза принцип «человекоориентированного управления» с привлечением ESG-практик. Отметим, что вопрос создания отдельного тематического ESG-рейтинга в России обсуждается экспертами отрасли и РА RAEX с 2023 года.

Рейтинг — социальная технология для стимулирования, популяризации, выработки лояльности и оценки эффективности деятельности организаций высшего образования.

Рейтинг как социальная технология может стать ключевым инструментом для стимулирования, популяризации и выработки лояльности у целевых аудиторий — стейкхолдеров, получателей и трансляторов имиджа вуза.

Рейтинг влияет на информационное поле вуза, которое в процессе формирования становится доступным большому количеству стейкхолдеров. То есть оно перестает принадлежать только организации. Поэтому с целевыми аудиториями надо работать на ежедневной основе и в рамках сформированной имиджевой политики организации.

Литература

1. Лучинин В.В. Модель университета для нового технологического уклада. Университет человека и профессий будущего // Инновации. 2019. №10 (252). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-universiteta-dlya-novogo-tehnologicheskogo-uklada-universitet-cheloveka-i-professiy-buduschego> (дата обращения: 20.08.2024).
2. Эбзеева Ю.Н. Международный рейтинг современного университета как механизм управления развитием образовательной системы: диссертация на соискание ученой степени доктора социологических наук: 5.4.7. Социология управления (социологические науки). — РУДН им. Патриса Лумумбы, Москва, 2023 — 287 с.
3. Фадеев А.С., Змеев О.А., Газизов Т.Т. Модель университета 4.0 // Ped.Rev.. 2020. №2 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-universiteta-4-0> (дата обращения: 20.08.2024).
4. Шалаев В.С. Рейтинг как инструмент управления вузом // Вестник МГУЛ – Лесной вестник. 2008. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-kak-instrument-upravleniya-vuzom> (дата обращения: 20.08.2024).
5. Юдина В.А., Бондаренко В.В., Танина М.А. Развитие методологии формирования международных рейтингов в условиях глобализации мирового образовательного пространства // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-metodologii-formirovaniya-mezhdunarodnyh-rejtingov-v-usloviyah-globalizatsii-mirovogo-obrazovatel'nogo-prostranstva> (дата обращения: 20.08.2024).

6. Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Рейтинг и бренд вуза как инструменты реализации политики менеджмента качества системы высшего образования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2016. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-i-brend-vuza-kak-instrumenty-realizatsii-politiki-menedzhmenta-kachestva-sistemy-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 20.08.2024).
7. Ягудина Л.Р., Ягудин И.И. Эффективность рейтингов университетов: реализация информационной и мотивационной функций // Высшее образование в России. 2016. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-rejtingov-universitetov-realizatsiya-informatsionnoy-i-motivatsionnoy-funktsiy> (дата обращения: 20.08.2024).
8. Новгородов П.А. Эффективность деятельности вузов: от мониторинга и рейтингов к оценке интеллектуального капитала // Управленец. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-deyatelnosti-vuzov-ot-monitoringa-i-rejtingov-k-otsenke-intellektualnogo-kapitala> (дата обращения: 20.08.2024).
9. Эбзеева Ю.Н. Рейтинг университета как элемент аттрактивности для потенциальных абитуриентов // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-universiteta-kak-element-attraktivnosti-dlya-potentsialnyh-abiturientov> (дата обращения: 20.08.2024).
10. Чугунов В.К., Николаева А.Б., Юдина С.В. Ориентиры, ожидания и факторы принятия решения о поступлении в вуз // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2024. №65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/orientiry-ozhidaniya-i-factory-prinyatiya-resheniya-o-postuplenii-v-vuz> (дата обращения: 20.08.2024).
11. Троцук И.В. Рейтинг вузов: идеология и методология составления (российская практика) // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2009. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejting-vuzov-ideologiya-i-metodologiya-sostavleniya-rossiyskaya-praktika> (дата обращения: 20.08.2024).
12. Бобракова Л.С. Проблемы применения рейтингового подхода в управлении конкурентоспособностью вузов // Journal of Monetary Economics and Management. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemu-primeneniya-rejtingovogo-podhoda-v-upravlenii-konkurentosposobnostyu-vuzov> (дата обращения: 20.08.2024).
13. Ключарев Г.А., Неверов А.В. Проект «5-100»: некоторые промежуточные итоги // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proekt-5-100-nekotorye-promezhutochnye-itogi> (дата обращения: 20.08.2024).
14. Шадрин А.А. Социологические аспекты формирования имиджа ВУЗа // Новые императивы устойчивого развития социально-экономической системы. – 2022. – С. 319-324.
15. Гильдингерш М. Г., Шадрин А. А. Социальный портрет студента университета как основа стратегического планирования имиджевой политики // KANT: Social science & Humanities. – 2023. – №. 3 (15). – С. 87-95.
16. Пономаренко Е.В. Новые модели развития университетов в мире в условиях цифровой революции. Теоретические и практические подходы // Государственная служба. 2017. №6 (110). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-modeli-razvitiya-universitetov-v-mire-v-usloviyah-tsifrovoy-revoljutsii-teoreticheskie-i-prakticheskie-podhody> (дата обращения: 20.08.2024).
17. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Сравнительная надежность глобальных рейтингов университетов. Журнал Новой экономической ассоциации. 2011;(11):127–142.
18. Борисова И.И. Рейтинг как инструмент повышения конкурентоспособности вузов: учебно-методическая разработка. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; 2012.
19. Штырно Д.А. О значимости для вуза международных рейтингов. Человеческий капитал и профессиональное образование. 2014;3(11):75–80.
20. В каких рейтингах искать лучшие российские вузы. Skillbox Media, 2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://skillbox.ru/media/education/kakie-byvaut-rejtingi-vuzov/> (дата обращения: 20.08.2024).
21. Десять участников Проекта 5-100 вошли в мировой топ-100 предметных и отраслевых рейтингов QS, Новости образования в НИУ ВШЭ, 2021[Электронный ресурс]. – URL: <https://www.hse.ru/news/edu/448685786.html>
22. Habicht H. Universität und Image: Entwicklung und Erprobung eines stakeholderorientierten Erhebungsinstrumentariums. – 2009.
23. Honecker P. Image-und Reputationsmanagement als strategischer Prozess // International Journal of Education. – Т. 15. – С. 6.