

УДК 2964

## РЕПУТАЦИОННЫЕ РИСКИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Антонов Егор Константинович**

Магистрант ОЧУВО "Московский инновационный университет"

Кафедра управления и гуманитарных дисциплин

(г. Москва, Россия). Email: egorant@yandex.ru

### Аннотация

В статье проанализированы процессы, формирующие репутационные преимущества и недостатки. Автором выделены репутационные риски, которые следует учитывать при управлении субъектами образовательной деятельности.

**Ключевые слова:** репутация, стиль, имидж, репутационные риски, имиджевые риски.

## REPUTATIONAL RISKS IN HIGHER EDUCATION

**Egor K. Antonov**

Graduate student at the Moscow Innovative University

Department of Management and Humanitarian Disciplines

(Moscow, Russia)

### ABSTRACT

The article analyses the processes forming reputational advantages and disadvantages. The author highlights reputational risks that should be taken into account when managing subjects of educational activity.

**Keywords:** reputation, style, image, reputational risks, image risks.

Репутация является одним из ключевых факторов успеха любой организации, включая высшее учебное заведение. В современном мире формирование репутации стало еще более сложным, в связи с развитием технологий и доступностью информации. В исследовании проиллюстрировано, какие сложности возникают при формировании репутации у вузов в России в 2023 году.

Теоретическая значимость исследований в вузах

Теоретическая значимость исследований в вузах является одним из ключевых критериев оценки научной работы. Важность теоретической значимости заключается в том, что она позволяет определить, насколько новым и оригинальным является исследование, а также какие научные знания и теории оно расширяет или уточняет. Теоретическая значимость также помогает установить связь между исследованием и другими научными

работами в данной области знаний. Это позволяет ученым более точно определить место данного исследования в общей научной картине мира и использовать его результаты для дальнейшего развития науки.

Изменение отношения общества к высшему образованию

Согласно исследованию, проведенному в 2022 году [1, с. 61], в России наблюдается изменение отношения общества к высшему образованию. Если ранее высшее образование было признаком престижа и успеха, то сейчас многие люди считают, что оно не обязательно для успешной карьеры. Это приводит к снижению престижности вузов и ухудшению их репутации.

Влияние социальных сетей на формирование репутации вузов

Социальные сети стали одним из главных инструментов в формировании репутации вузов. Однако, в связи с тем, что социальные сети не являются надежным источником информации, возникают сложности в оценке репутации вуза. Кроме того, негативные отзывы и комментарии могут быстро распространяться в социальных сетях и наносить ущерб репутации вуза [2, с.29].

Конкуренция между вузами

Конкуренция между вузами также является одной из сложностей в формировании репутации. В связи с увеличением количества вузов и увеличением числа студентов, вузы вынуждены бороться за каждого студента. Это приводит к появлению негативной рекламы и снижению репутации [3, с. 4].

Недостаточное финансирование вузов

Недостаточное финансирование также является одной из основных причин снижения репутации вузов. Недостаточное финансирование ведет к снижению качества образования, что негативно сказывается на репутации вуза [4, с. 3].

Недостаточное внимание к маркетингу

Маркетинг является одним из важных инструментов в формировании репутации вуза. Однако, в связи с тем, что многие вузы не уделяют достаточного внимания маркетингу, возникают сложности в формировании репутации. Недостаточное внимание к маркетингу приводит к тому, что вузы не могут привлечь достаточное количество студентов, что негативно сказывается на репутации [5, с. 5].

Неэффективное управление вузами

Неэффективное управление также является одной из основных причин снижения репутации вузов. Неэффективное управление приводит к недостаточному вниманию к качеству образования и к недостаточной рекламе вуза [6, с. 22].

Недостаточное внимание к качеству высшего образования

Недостаточное внимание к качеству образования также является одной из основных причин снижения репутации вузов. Недостаточное внимание к качеству образования приводит к тому, что выпускники вуза не могут конкурировать на рынке труда, что негативно сказывается на репутации вуза [7, с. 2].

Недостаточное внимание к научной деятельности в вузах

Научная деятельность является одним из ключевых факторов в формировании репутации вуза. Недостаточное внимание к научной деятельности приводит к снижению престижности вуза и ухудшению его репутации [8, с. 4].

Недостаточное внимание к вузовским инновациям

Инновации являются одним из ключевых факторов в формировании репутации вуза. Недостаточное внимание к инновациям приводит к снижению престижности вуза и ухудшению его репутации [9, с. 10].

Недостаточное внимание к международному сотрудничеству вузов

Международное сотрудничество является одним из ключевых факторов в формировании репутации вуза. Недостаточное внимание к международному сотрудничеству приводит к снижению престижности вуза и ухудшению его репутации.

#### Практическая значимость вузовских исследования

ВУЗы России давно сталкиваются с проблемой формирования и поддержания своей репутации. В 2023 году эта проблема остается актуальной, поскольку в условиях рыночной конкуренции и повышенных требований со стороны своих клиентов, ВУЗы заботятся о своей репутации и делают все возможное, чтобы ее сохранить.

Ниже мы рассмотрим, какие сложности возникают при формировании репутации в 2023 году для ВУЗов России. Одна из основных сложностей, с которой сталкиваются ВУЗы, это стремление соответствовать требованиям рынка и общества. Новые технологии, повышение профессионального уровня преподавателей и наличие квалифицированного персонала – все это требует значительных инвестиций. Однако, даже если учреждение обладает всеми перечисленными компонентами, это не гарантирует уважение в профессиональном сообществе и у клиентов. Необъективное отношение к университетам со стороны медиа может создать совсем иной образ университета, нежели действительный результат их деятельности.

Другая сложность заключается в том, что репутация университета не зависит только от успешной деятельности и качественного образования. Он может столкнуться с проблемами студенческой репутации [11, с. 15-20).

Негативное отношение студентов к университету может быть вызвано разной причиной: от наследственности преподавателей до стрессовой ситуации в связи с явным или косвенным бюджетным ограничением университета для выполнения академических обязательств, что может привести к ухудшению качества образования и, соответственно, затруднить заслуженную репутацию.

Тем не менее, наиболее важным фактором, влияющим на репутацию ВУЗа, является успех его выпускников. Вместе с тем, репутация ВУЗа также зависит от закреплённости действующих кадров, с которыми он работает [12, с. 50-60]

Репутация принимается во внимание при подборе квалифицированных кандидатов на открытые позиции, в том числе и преподавателей.

Одним из способов увеличения репутации стало превращение ВУЗа в бренд. Бренд подразумевает не только уровень знания для обучения студентов, но и уникальный стиль университета [12, с. 95-103]. В то же время, для того чтобы стать брендом, нужна не только серьезная работа над чисто визуальной составляющей, но и расширение образовательных возможностей на платформах, такие программы обучения, которые иначе невозможны.

В условиях трансформации экономики, субъектам экономической деятельности следует актуализировать потенциальные возможности увеличения доходности, с учетом рисков [13, с. 98]. Формирование стратегий коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и методов эффективного управления, позволит учебным заведениям влиять на репутационные издержки [14, с. 112]. В зависимости от региона, его ресурсных возможностей и специализации учебных заведений, целесообразно рассматривать общие репутационные риски в подотраслевых компетентностных подходах относительно объекта исследования [15, с. 154].

Следует отметить, что решение проблемы формирования репутации ВУЗа не ограничивается только усовершенствованием качества образования и выполнением нормативных обязательств. ВУЗ должен быть уверенным в себе и своем месте в среде образования, готовым к тому, чтобы противостоять конкуренции с другими университетами при подборе нового поколения студентов. Кроме того, ВУЗ должен быть уверенным в своих способностях противодействовать внешним негативным факторам, таким как ухудшение внешней ситуации в экономике страны.

Таким образом, мы видим, что в 2023 году для ВУЗов России существует ряд сложностей при формировании репутации. Однако знание этих сложностей может помочь в выработке эффективной стратегии повышения репутации в глазах студентов, преподавателей и широкой общественности.

Формирование репутации вузов в России в 2023 году является сложным процессом, который связан с изменением отношения общества к высшему образованию, влиянием социальных сетей, конкуренцией между вузами, недостаточным финансированием, недостаточным вниманием к маркетингу, неэффективным управлением, недостаточным вниманием к качеству образования, научной деятельности, инновациям и международному сотрудничеству. Для повышения репутации вузов необходимо уделять достаточное внимание всем этим факторам.

#### Список литературы:

1. Тугускина Г.Н., Рожкова Л. В., Кошарная Г. Б. Высшее образование во взглядах молодежи: от обучения к работе // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. №1 (61). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vysshee-obrazovanie-vo-vzglyadah-molodezhi-ot-obucheniya-k-rabote> (дата обращения: 13.06.2023).
2. Прохоров А. В. Репутация вуза в контексте его присутствия в социальных сетях // Ученые записки НовГУ. 2020. №4 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-vuza-v-kontekste-ego-prisutstviya-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 13.06.2023).
3. Судакова А.Е., Сандлер Д.Г., Тарасьева Т. В. Конкуренция между вузами: концептуальный анализ // Университетское управление: практика и анализ. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-mezhdu-vuzami-kontseptualnyy-analiz> (дата обращения: 13.06.2023).
4. Де Мартино М., Ткач Г. Ф., Коваленко С. А. Современные тенденции государственного финансирования высшего образования // Высшее образование в России. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-gosudarstvennogo-finansirovaniya-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 13.06.2023).
5. Безпалова А. Г. Имидж как маркетинговое преимущество локального вуза // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-marketingovoe-preimuschestvo-lokalnogo-vuza> (дата обращения: 13.06.2023).
6. Резник С. Д., Юдина Т. А. Репутация как ключевой фактор обеспечения конкурентоспособности российского вуза // Университетское управление: практика и анализ. 2014. №2 (90). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-kak-konkurentosposobnosti-rossiyskogo-vuza>

- klyuchevoiy-faktor-obespecheniya-konkurentosposobnosti-rossiyskogo-vuza (дата обращения: 13.06.2023).
7. Глушко И. В. Проблема качества высшего образования в оценках работодателей как потребителей образовательных услуг // Концепт. 2019. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-kachestva-vysshego-obrazovaniya-v-otsenках-rabotodatelei-kak-potrebitelei-obrazovatelnyh-uslug> (дата обращения: 13.06.2023).
  8. Харченко Е. В., Широкова Л. В., Тимохина Е. В. Роль университетов в формировании условий глобального технологического лидерства России // Социально-экономические явления и процессы. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-universitetov-v-formirovanii-usloviy-globalnogo-tehnologicheskogo-liderstva-rossii> (дата обращения: 13.06.2023).
  9. Бянкин А.С., Бурдакова Г. И. Выбор приоритетов в области научных исследований и разработок в вузе // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2018. №2 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-prioritetov-v-oblasti-nauchnyh-issledovaniy-i-razrabotok-v-vuze> (дата обращения: 13.06.2023).
  10. Хоркин В. Проблемы формирования студенческой репутации // Высшее образование сегодня. 2019. №6. С. 15–20.
  11. Пентер Р. Репутация университета как фактор на становления технологического кластера // Вестник Нинаиска. 2018. № 23(1). С. 50–60.
  12. Фломов А. Управление репутацией университета // Международный маркетинг академической образовательной премии. 2022. № 9(1). С. 30–40.
  13. Скрипник О.Б. Стратегии обеспечения экономической безопасности в условиях инновационно-технологического развития // Финансовые рынки и банки. 2023. №4. С. 152–158.
  14. Скрипник О.Б. Риски и перспективы глобальных и трансформирующихся экономик // Московский экономический журнал. 2023. № 4. URL: <https://qje.su/otraslevaya-i-regionalnaya-ekonomika/moskovskijekonomicheskij-zhurnal-4-2023-50/>
  15. Скрипник О.Б. Анализ различий развития сферы образования российских макрорегионов // Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. 2018. № 4. С. 151–168.

#### References:

1. Tuguskina G.N., Rozhkova L.V., Kosharnaya G.B. Higher education in the views of young people: from learning to work. Izvestiya VUZov. Volga region. Social Sciences. 2022. No. 1 (61). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vysshee-obrazovanie-vo-vzglyadah-molodezhi-ot-obucheniya-k-rabote> (date of access: 06/13/2023).
2. Prokhorov A. V. Reputation of the university in the context of its presence in social networks. Uchenye zapiski Novgorod State University. 2020. No. 4 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-vuza-v-kontekste-ego-prisutstviya-v-sotsialnyh-setyah> (Date of access: 06/13/2023).

3. Sudakova A.E., Sandler D.G., Tarasyeva T.V. Competition between universities: a conceptual analysis // University management: practice and analysis. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-mezhdu-vuzami-kontseptualnyy-analiz> (date of access: 06/13/2023).
4. De Martino M., Tkach G. F., Kovalenko S. A. Modern trends in public financing of higher education // Higher education in Russia. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-gosudarstvennogo-finansirovaniya-vysshego-obrazovaniya> (date of access: 06/13/2023).
5. Bezpalova A. G. Image as a marketing advantage of a local university // A-factor: research and development (humanitarian sciences). 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-marketingovoe-preimushchestvo-lokalnogo-vuza> (date of access: 06/13/2023).
6. Reznik S. D., Yudina T. A. Reputation as a key factor in ensuring the competitiveness of a Russian university // University management: practice and analysis. 2014. No. 2 (90). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-kak-klyuchevoy-faktor-obespecheniya-konkurentosposobnosti-rossiyskogo-vuza> (date of access: 06/13/2023).
7. Glushko I. V. The problem of the quality of higher education in the assessments of employers as consumers of educational services // Concept. 2019. No. 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-kachestva-vysshego-obrazovaniya-v-otsenkah-rabotodatelei-kak-potrebitelei-obrazovatelnyh-uslug> (Date of access: 06/13/2023).
8. Kharchenko E. V., Shirokova L. V., Timokhina E. V. The role of universities in shaping the conditions for global technological leadership in Russia. Socio-economic phenomena and processes. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-universitetov-v-formirovanii-usloviy-globalnogo-tehnologicheskogo-liderstva-rossii> (date of access: 06/13/2023).
9. Byankin A.S., Burdakova G.I. The choice of priorities in the field of scientific research and development at the university // Bulletin of the Kemerovo State University. Series: Political, sociological and economic sciences. 2018. No. 2 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-prioritetov-v-oblasti-nauchnyh-issledovaniy-i-razrabotok-v-vuze> (date of access: 06/13/2023).
10. Khorokin V. Problems of forming student reputation // Higher education today. 2019. No. 6. pp. 15–20.
11. Penter R. Reputation of the university as a factor in the formation of a technological cluster // Bulletin of Ninaiska. 2018. No. 23(1). pp. 50–60.
12. Flomov A. University reputation management // International marketing of academic educational awards. 2022. No. 9(1). C. 30-40.
13. Skripnik O.B. Strategies for Ensuring Economic Security in the Conditions of Innovative and Technological Development // Financial Markets and Banks. 2023. №4. pp. 152-158.
14. Skripnik O.B. Risks and prospects for global and transforming economies // Moscow Economic Journal. 2023. No. 4. URL: <https://qje.su/otraslevaya-i-regionalnaya-ekonomika/moskovskijekonomicheskij-zhurnal-4-2023-50/>

15. Skripnik O.B. Analysis of differences in the development of education in Russian macroregions // Bulletin of the Moscow Financial and Legal University MFYuA. 2018. No. 4. P. 151-168.