

*Ермак Анна Сергеевна*

магистрант

Научный руководитель

*Коньшева Екатерина Владиславовна*

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный  
университет путей сообщения»

## **ПРОДВИЖЕНИЕ ВУЗОВ В РЕЙТИНГАХ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

*Аннотация:* в научной статье изучается продвижение вузов в рейтингах как способ повышения экономической эффективности. Тема актуальна по причине того, что повышение экономической эффективности – это обязательное направление для любого учреждения. Несмотря на это многие университеты недостаточно используют повышение рейтинга университета для этих целей. Итогом работы являются практические авторские рекомендации, которые, в случае применения, позволят любому вузу улучшить свое положение в рейтингах.

*Ключевые слова:* рейтинги университетов, экономическая эффективность, публикационная активность, университетские исследования, международная деятельность университетов.

Экономическая эффективность является важным показателем для любого университета, так как от этого зависит, сможет ли учебное заведение постоянно совершенствовать свои активы, можно ли удерживать преподавательский состав материальными стимулами и так далее. Увеличивать экономическую эффективность можно множеством способов, одним из них является продвижение вуза в рейтингах. На данный момент способ не является распространенным [4], несмотря на то, что он, во-первых, способствует достижению цели, во-вторых, является относительно дешевым и простым в использовании, в-третьих, именно

сейчас, в условиях экономического кризиса, любой инструмент увеличения экономической эффективности должен применяться всеми учреждениями. Далее в рамках данной статьи будет не только раскрыта данная актуальная тема, но и представлены авторские практические рекомендации по ее применению.

Первоначально необходимо определить, как рейтинг университета влияет на экономическую эффективность. Выделим следующую причинно-следственную связь – чем выше расположен университет в различных рейтингах, тем выше интерес абитуриентов к нему. Это, в свою очередь, чрезвычайно значимо для экономической эффективности потому, что, чем больше абитуриентов подаст заявления на обучение, тем больше будет зачислено студентов. Здесь можно выделить два направления – первое – чем выше спрос среди населения на услуги университета, тем значительнее будут государственные дотации [1]. Второе – практически любой университет имеет некоторое количество лиц, не проходящих на бюджетные места. Чем выше будет количество абитуриентов, тем больше будет таких лиц, следовательно, тем выше вероятность поступления на платное отделение. Можно считать, что максимизация числа платных студентов является одним из наиболее важных направлений в повышении экономической эффективности университета.

Дополнительно можно выделить следующий важный аспект – чем выше рейтинг университета, тем существеннее к нему интерес работодателей. В рамках повышения экономической эффективности это интересно потому, что работодатели могут направлять за свои денежные средства работников на обучение. Как итог, вуз получает еще один приток платных студентов. Таким образом, продвижение университета в рейтингах – это однозначно важное и эффективное направление по повышению экономической эффективности.

Необходимо отметить, что сейчас существует множество рейтингов университетов. Одни учитывают наиболее традиционные параметры, например, качество образования, количество педагогов на одного студента и иные. Максимизировать рейтинг университета по ним – достаточно сложная, трудоемкая

задача. Исходя из этого, рекомендуется первоначально обратить внимание на иные рейтинги, те, которые доступны для любого университета.

Так, предлагается обратить внимание на рейтинг агентства «Интерфакс». Он многогранен, потому следует выделить в нем следующие элементы.

1. Исследования. В первую очередь оценивается количество публикаций. Максимизировать их число можно с помощью двух направлений. Первое – установление требований к педагогам в отношении публикаций. Наиболее мягким и допустимым является формирование премий за количество публикаций, однако, рост экономической эффективности в данном случае не будет крупным, потому это направление подходит в наименьшей степени, только в случае рисков у конкретного вуза при реализации других мер. Под иными мерами можно предполагать: 1) формирование неконкретного обязательства по написанию научных статей. Речь идет о том, что педагог обязан предоставить доказательства того, что за календарный год им было написано и опубликовано заранее определенное количество статей, но без указания их принадлежности. Мероприятие позволит увеличить общую публикационную активность, но не качество публикаций, при этом являясь относительно мягким для преподавательского состава. 2) Формирование конкретного обязательства по написанию научных статей. Речь идет о следующем – каждый педагог обязан предоставить доказательства того, что за календарный год им было написано и опубликовано конкретное число статей не ниже определенного уровня. Под уровнем предполагаем статьи с индексацией в РИНЦ (первый уровень), ВАК статьи (второй уровень), статьи в SCOPUS и Web of Science (третий уровень), статьи в SCOPUS и Web of Science в научных журналах, относящихся к уровню не ниже Q3-Q4 (четвертый уровень), статьи в SCOPUS и Web of Science в научных журналах, относящихся к уровню не ниже Q2-Q1 (пятый уровень). Если педагог не выполняет требование, к нему применяются различные санкции (дисциплинарные взыскания, лишения премий и иное). На рисунке 1 отобразим предлагаемое нововведение и уровень его результата. 3) Формирование ранжированного конкретного обязательства по написанию научных статей. В данном случае уро-

вень и количество статей будет зависеть от ученой степени и должности педагога. Так, например, профессор, руководитель кафедры и доктор экономических наук обязан написать за год не менее одной статьи пятого уровня и, например, одной статьи третьего уровня, а старший преподаватель может получить задание написание одной статьи первого и одной второго уровней.

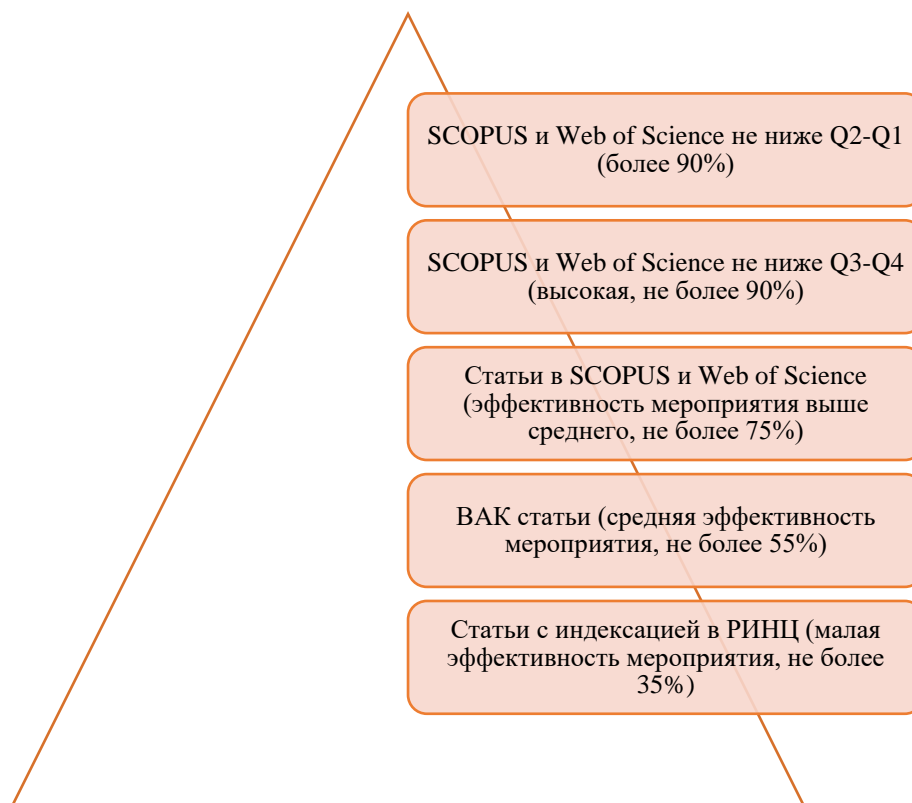


Рис. 1. Нововведения в отношении научных публикаций и их предполагаемая эффективность по уровням

Второе направление – формирование аналогичного требования к студентам. Уже сейчас многие университеты требуют от магистров обязательного написания статей [2], однако, необходимо расширить эту практику на бакалавров. Если предлагаемые меры будут реализованы, количественная и качественная публикационная активность возрастут, что позволит увеличить рейтинг университета;

2. Инновации. Здесь можно, как вновь обратиться к публикационной активности – каждая статья должна иметь практическую значимость, так и к патентам – необходимо формировать мотивацию у студентов и педагогов к созда-

нию патентов. Если мотивация будет материальной, экономическая эффективность увеличиться в меньшей степени, если нематериальной – в большей;

3. Бренд. Руководству вузов необходимо тщательно изучать отзывы студентов, работать с преподавательским составом, со СМИ и общественными организациями, совершенствуя свой бренд;

4. Международная деятельность. Продвижение университета должно происходить и за пределами России, особенно рекомендуется уделить внимание странам бывшего СССР [3].

На другие рейтинги тоже необходимо обратить внимание. Так, например, рейтинг «РАЕХ» имеет показатель «доля очников». Исходя из этого, рекомендуется максимизировать число студентов очного отделения. Здесь же есть параметр «победы в олимпиадах», что формирует следующую рекомендацию – создание мотивации для студентов и педагогов в активном участии в олимпиадах. Рейтинг «Forbes» интересен тем, что там учитывается место, где богатейший бизнесмен России получил образование. Исходя из этого, предлагается уделять больше внимания основам предпринимательского дела для каждого образовательного направления.

Подводя итог, констатируем, что при продвижении вуза в рейтингах, их экономическая эффективность может увеличиться, так как, либо будет получено большее количество бюджетных денежных средств, либо сформируется дополнительный приток иностранных студентов. В результате, рейтинг университета необходимо увеличивать. Если одни направления являются трудоемкими и дорогостоящими, то иные доступны всем университетам. В рамках данной научной статьи были подставлены авторские практические рекомендации, которые, в случае применения, позволяют любому университету повысить свое место в различных рейтингах.

### ***Список литературы***

1. Опряткова О.В. Анализ практики функционирования и развития региональных опорных университетов / О.В. Опряткова, В.И. Опрятков // Путь в науку. Современная национальная экономика: молодые ученые – новый взгляд: мате-

риалы III Международной научно-практической конференции (Орёл, 10–11 апреля 2023 года). – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2023. – С. 336–345. EDN WFADDR

2. Продвижение вузов в рейтингах как результат повышения эффективности управления / М.М. Губаева, О.А. Зятева, Е.А. Питухин, П.В. Питухин // Перспективы науки и образования. – 2023. – №1 (61). – С. 740–752. – DOI 10.32744/pse.2023.1.44. EDN QXAPBP

3. Юдина В.А. Региональные аспекты продвижения вузов на международном рынке / В.А. Юдина, М.А. Танина, В.В. Бондаренко // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия Политические, социологические и экономические науки. – 2022. – Т. 7. №3 (25). – С. 395–402. – DOI 10.21603/2500-3372-2022-7-3-395-402. EDN VXGUMN

4. Коньшева Е.В. Эволюция концептуальных подходов к стратегическому анализу деятельности предприятия / Е.В. Коньшева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – №12 (59). – С. 845–847. EDN XNJPFZ