

Стратегии привлечения абитуриентов высшими учебными заведениями

Научный руководитель – Темнова Лариса Витальевна

Сисерова Ирина Константиновна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: siserova@mail.ru

Система высшего образования за последние годы претерпела много изменений в связи с социальными, экономическими, политическими и другими преобразованиями в нашей стране и мире. В условиях стремительно меняющегося мира серьезной проблемой становится уровень квалификации специалистов, а также качество профессионального образования в вузах. Успешность профессиональной подготовки квалифицированных кадров в немалой степени определяется уровнем подготовленности абитуриентов. Поэтому для любого вуза стратегической задачей является формирование набора студентов, способных к качественному освоению заданного в вузе уровня образовательных программ. Сложность решения данной задачи определяется рядом причин: длительным реформированием системы высшего образования, институциональными изменениями порядка приема в вузы, одновременно протекающими процессами массовизации вузовского образования и падения его престижа и др.

Поступление в вуз требует от учащихся школ большой подготовки и успешной сдачи единого государственного экзамена (ЕГЭ). Именно ЕГЭ является основным критерием отбора абитуриентов. Так как средний балл ЕГЭ поступающих является одним из критериев эффективности вузов, то борьба идет не просто за абитуриентов, а за наиболее талантливых [1]. Помимо поступления по результатам экзаменов, существует возможность поступления по результатам олимпиад или зачета этих результатов по ряду предметов с максимальным экзаменационным баллом. Кроме того, начиная с приёмной кампании 2015 года в дополнение к экзаменационным баллам начисляются баллы за индивидуальные достижения. Некоторые вузы могут дополнять государственные экзамены собственными – дополнительными вступительными испытаниями (ДВИ) профильной направленности.

Проблемой привлечения абитуриентов в вузы занимаются специалисты различных научных областей: педагогики, социологии, маркетинга и менеджмента и др. Так Т.П. Маслевич, Н.Б. Сафронова, Н.Л. Минаева исследуют инновационные методы привлечения абитуриентов. Авторы приходят к выводу, что работа по привлечению абитуриентов должна идти по двум направлениям: информирование абитуриентов об актуальных образовательных программах, организация совместного досуга абитуриентов и студентов в период между подачей документов и зачислением [2].

Российские вузы находятся в жестких конкурентных условиях борьбы за абитуриентов. Конкуренция за талантливых абитуриентов между российскими вузами сосредоточена не только внутри региона, она ведется в первую очередь на федеральном уровне [5]. Ведущие вузы страны стараются привлечь наиболее способных абитуриентов из регионов, в результате чего средний балл в региональных вузах снижается. С 2020 года поступление в федеральные вузы стало возможным для каждого школьника благодаря возможности подачи документов в электронном формате и зачисления в приемной комиссии в режиме онлайн, что позволило учащимся из регионов обучаться в ведущие вузы страны.

Кроме того, с каждым годом увеличивается количество бюджетных мест – общий объём бюджетных мест на 2024 – 2025 учебный год в вузах составит 591 967, что на 1811

больше, чем в нынешнем учебном году [4]. Однако конкурс на бюджетные места на некоторые направления подготовки остается высоким. В то же время на другие направления (инженерные и др.), отмечается недобор абитуриентов, а также существенное снижение проходного балла [3]. В результате чего Министерство науки и высшего образования ввело практику дополнительного зачисления на бюджетные места по завершению основной приемной комиссии. Следовательно, абитуриенты, не прошедшие по конкурсу в других вузах, могут претендовать на бюджетное место в другом вузе.

Министерство науки и высшего образования каждый год меняет правила поступления в вузы. Так, приём на бюджетные места по основному конкурсу осуществляется в одну волну; участвуя в нескольких конкурсах на разных направлениях или формах обучения, абитуриент обязан указать свои предпочтения, а также вузы могут устанавливать несколько возможных предметов ЕГЭ для конкретной специальности. Эти и другие принятые правила создают для вузов ситуацию «повышенного спроса» на абитуриентов. Чтобы привлечь талантливых абитуриентов, вузы учреждают повышенные стипендии обучающимся с высокими результатами ЕГЭ. Маркетинговая стратегия вуза начинает играть всё более важную роль: правильное наполнение сайтов вузов, ведение социальных сетей и др.

Таким образом, проблема конкуренции вузов в борьбе за абитуриента становится все более острой. Изменения в правилах приемной кампании создают новые условия поступления как для абитуриентов, так и для вузов, что существенно влияет на качество набора и подготовки студентов.

Источники и литература

- 1) Леонов А.К. Мотивация абитуриентов при поступлении в вуз: опыт социологического мониторинга // Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 4. С. 63–68.
- 2) Маслевич Т.П. Инновационные методы привлечения абитуриентов (на примере исследования факторов мотивации) / Т.П. Маслевич, Н.Б. Сафронова, Н.Л. Минаева // Вестник ОГУ. – 2018. №6 (218). – С. 52-59
- 3) МЕЛ. <https://mel.fm/ucheba/vuz/5361782-prokhdnoy-ball-nizhe-plintusa-pochemu-vuzy-ne-mogut-nabrat-budushchikh-inzhenerov-dazhe-na-byudzhet> (дата обращения: 15.02.2024).
- 4) Правительство Российской Федерации. <http://government.ru/news/49897/> (дата обращения: 15.02.2024).
- 5) Судакова А. Е., Сандлер Д. Г., Тарасьева Т. В. Конкуренция между вузами: концептуальный анализ // Университетское управление: практика и анализ. 2020. Т. 24. № 4. С. 58-74.