

## ***Выбор высшего учебного заведения: стратегии абитуриентов и их родителей***

***Рашева Юлия Александровна***

*Студентка магистры*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-mail: [rasheva\\_julia@mail.ru](mailto:rasheva_julia@mail.ru)*

На сегодняшний день рынок высшего профессионального образования характеризуется высокой конкуренцией. За период 2000-2010 гг. сеть высших учебных заведений выросла на 15,5%, в том числе негосударственных – на 29,05%, государственных и муниципальных – на 7,58% [1]. При этом, численность приема в высшие учебные заведения сокращается с 2008г., и по прогнозам Росстата, численность населения в возрасте 16-23 лет (как основной группы потенциальных потребителей высшего профессионального образования) продолжит снижаться, что может привести к недостатку потенциальных абитуриентов и, как следствие, недобору студентов вузами. В этой связи все большее значение на рынке образовательных услуг начинает играть роль потребителя – учащегося, а маркетинг становится основным инструментом эффективного управления учебным заведением в целом и набора студентов в частности.

Автором было проведено исследование (анкетирование), посвященное особенностям выбора высшего учебного заведения. В рамках данного опроса нами ставилась задача выявления как потенциальной потребности в высшем учебном заведении, важности высшего образования, так и особенностей выбора вуза.

В проведенном исследовании изучалось, на какие факторы индивид опирается при выводе высшего учебного заведения. Выявлялась основная цель получения высшего образования: получение ли диплома о высшем образовании; возможность занятим независимой предпринимательской деятельностью; перспектива получения престижной работы; возможность стать хорошим специалистом или получение образования с целью самосовершенствования. Кроме этого, анализировались способы подготовки респондентов к поступлению в вуз. В частности, рассматривался выбор между следующими стратегиями: самостоятельная подготовка, обучение на подготовительных курсах, занятия с репетитором. Особое внимание уделялось анализу установок потенциальных абитуриентов (тех, кто в ближайшие 1-5 лет планируют поступать в высшее учебное заведение) относительно важности поступления в конкретный вуз, на конкретную специальность или получение образования в принципе.

Кроме этого, респондентам предлагалось выразить свое предпочтение по поводу наиболее предпочтительного механизма отбора в высшие учебные заведения, среди которых были предложены: «Сорбонская система»; традиционный вариант поступления в вуз путем сдачи вступительных экзаменов; поступление в рамках ЕГЭ; зачисление как по результатам ЕГЭ, так и на основе вступительных экзаменов; «паллиативный вариант» поступления; механизм зачисления в вуз на основе способности оплатить обучение, вне зависимости от уровня подготовки; и зачисление на основании договоров с учебными заведениями предшествующего уровня.

Отдельно уделялось внимание финансовому вопросу получения высшего профессионального образования. В ходе опроса выявлялась стратегия выбора между бюджетной и коммерческой формами обучения, а так же стоимость обучения, которую согласились бы платить респонденты, в случае зачисления в вуз на коммерческой основе. Кроме этого, рассматривался выбор способа финансирования оплаты обучения на коммерческой основе. Для этого, респондентам предлагалось сделать выбор между следующими вариантами: продажа ценного недвижимого имущества, заем денежных средств в долг, обращение в банк за специальным образовательным или потребительским кредитом, а так же такие варианты, как: отказ от платного образования и самостоятельная оплата расходов на высшее

образование.

Отдельный блок вопросов исследования был посвящен качеству высшего образования в России. В частности, респонденты отвечали на вопрос, что, по их мнению, представляет собой «хорошее, качественное высшее образование», а так же сколько лет необходимо учиться в вузе для получения такого образования. Кроме этого респонденты выражали и свое мнение как относительно количества вузов в России, предлагающих услуги качественного, высшего образования, так и относительно уровня российском образовании в целом, соответствует ли оно мировому уровню, или же выше, ниже мирового уровня высшего образования. Отдельно задавался вопрос, о предпочтении получения образования в России или за границей, в случае материальной возможности получения такого за пределами России.

В заключении, респондентам было предложено отметить основные источники первичной информации о вузе, а так же выбрать уровень знаний, который должны, по их мнению, предлагать вузы (в частности предлагалось сделать выбор между узко специализированными и универсальными знаниями).

Данное исследование проводилось в декабре-январе 2011-2012гг соответственно. В общей сложности было опрошено порядка 200 человек из Москвы и Подмосковья. В соответствии с поставленными автором задачами, в выборку попали респонденты в возрасте от 15 до 50 лет, таким образом, автору удалось проанализировать как потенциальных абитуриентов, так и их родителей. В результате исследования, нами сформулированы предложения для совершенствования стратегий высших учебных заведений по усилению своих конкурентных преимуществ по привлечению абитуриентов в свои вузы.

#### Литература

1. Российский статистический ежегодник. 2011: Стат.сб./Росстат. - М., 2011. – 237 с.