

Д. Филиппова, аналитик ЦВМ,
студентка 1-го курса магистратуры факультета социологии
«Прикладные методы социального анализа рынков»

«Куда пойти учиться?»: как первокурсники бакалавриата выбирали ГУ ВШЭ

Аннотация. Данная статья посвящена критериям выбора ГУ ВШЭ. Актуальность проблематики усиливается необходимостью адаптации существующих маркетинговых стратегий к текущим изменениям на рынке высшего образования в России. Статья опирается на данные внутреннего мониторинга первокурсников ГУ ВШЭ и представляет определенный взгляд на наблюдаемые тенденции, среди которых — повышение роли Интернет-портала ГУ ВШЭ как главного источника информации о вузе, снижение самостоятельности абитуриентов в вопросах принятия решения о выборе учебного заведения, а также выделение в качестве значимых для абитуриентов бакалавриата таких преимуществ ГУ ВШЭ, как международные связи и качество представления университета в Интернете. В целом абитуриенты бакалавриата идут в ГУ ВШЭ за качественным образованием и престижем, гарантирующим будущие перспективы.

Ключевые слова: исследования первокурсников, выбор вуза, источники информации о вузе.

Введение

Рынок высшего образования мало чем отличается от любого другого рынка, а потому конкуренция, неопределенность и риск его непереносимые сопровождающие [4]. Не только абитуриенты конкурируют за то, чтобы обучаться в определенном вузе, но и университеты, в свою очередь, соревнуются за потенциальных студентов. Постоянно меняющиеся условия среды, будь то государственная политика, экономический кризис или демографический спад, ставят игроков на рынке образования в тяжелые условия конкуренции за абитуриентов.

Государственный университет — Высшая школа экономики не является исключением, а потому нуждается в данных о том, почему абитуриенты хотят учиться именно здесь? Ответ на этот вопрос поможет при формировании ориентиров для позиционирования вуза на рынке высшего образования. Для ГУ ВШЭ сейчас эти вопросы даже более актуальны, чем прежде, по двум причинам: во-первых,

новый статус¹ «обязывает» — расширяет перспективы и вместе с ними задачи позиционирования вуза, его продвижения на российском, а также и на международном рынке образовательных услуг; во-вторых, этим летом вуз пережил свой первый опыт приема абитуриентов только по ЕГЭ без собственных вступительных испытаний. Оба эти факта укрепляют наш интерес к процессу выбора вуза: выявляя критерии, по которым абитуриенты решают отдать предпочтение тому или иному образовательному учреждению, мы можем не только судить о текущих изменениях в ориентации поступающих, но и вырабатывать рецепты для адаптации существующих маркетинговых программ вуза к условиям меняющейся среды.

Изучение критериев выбора университета: не мы первые

Прежде чем заняться рассмотрением ГУ ВШЭ, совершим небольшой экскурс в историю вопроса. Социологическое² изучение абитуриентов впервые началось в США в 70-х годах XX в. Необходимость в подобных исследованиях появилась благодаря не самым приятным обстоятельствам: демографический спад, наблюдавшийся тогда, повлек за собой естественное уменьшение количества потенциальных абитуриентов (т.е. возрастной группы от 18 до 21 года). Для управляющих образовательными учреждениями это означало ужесточение конкуренции. В подобных условиях особую актуальность приобретали исследования выбора первокурсников, необходимые для решения задач по развитию маркетинговых стратегий вуза [4].

¹ Имеется в виду статус Национального исследовательского университета.

² Авторы (см., например, [4]) выделяют, помимо социологического, экономического и психологического подходы к изучению выбора абитуриентами определенного вуза. У экономистов большинство открытий в этой сфере посвящено влиянию материального состояния абитуриента на выбор вуза, а у психологов — значимости «эмоционального климата» внутри университета, его соответствию внутреннему миру абитуриента.

Большинство исследований, выполненных в социологическом ключе, «смотрят» на выбор вуза через призму статусных и демографических детерминант. В них анализируется влияние на выбор вуза этнической и половой принадлежности [5, 7], социально-экономического положения семьи абитуриента [6, 7], территориального положения вуза [3]. В мониторингах, регулярно проводимых университетами, в качестве возможных факторов выбора также присутствуют личные характеристики и ориентации студентов (см., например [8, 10]. Помимо этого, обязательными составляющими подобных исследований являются вопросы о 1) советах при поступлении (см., например, [2]) и 2) источниках информации, из которых абитуриент узнал о вузе (см., например [6, 7]. Эти вопросы взаимосвязаны: оба дают возможность узнать, как абитуриент получает информацию о конкретном вузе.

Хотя и можно ставить под сомнение практическую ценность результатов подобных мониторингов, известны реальные примеры изменений в приемной политике вуза, учитывающие рекомендации исследователей процесса поступления [3]. Отметим, что для большинства американских (и теперь отчасти европейских) университетов наличие таких исследовательских проектов является само собой разумеющимся³ [4].

Тот факт, что подобные исследования проводятся и в ГУ ВШЭ⁴, причем уже 8 лет, представляется нам чрезвычайно важным. По своей методологии они очень похожи на доступные нам западные образцы, а это в перспективе может позволить нам делать межстрановые сравнения и говорить о различиях в образовательных ориентациях студентов разных стран. Это важный шаг для продвижения Вышки и на международном рынке⁵, поэтому мы считаем изучение процесса выбора ГУ ВШЭ (и сопоставление результатов с данными зарубежных исследований) важным и перспективным направлением, полезным для развития маркетинговой стратегии вуза.

Цель данной работы — установление причин выбора ГУ ВШЭ абитуриентами бакалавриата. Соответственно, мы ставим перед собой следующие задачи: 1) определить наиболее распространенные источники информации о ГУ ВШЭ; 2) определить критерии выбора ГУ ВШЭ; 3) проанализировать критерии выбора факультетов в ГУ ВШЭ.

Как изучаются критерии выбора ГУ ВШЭ?

Отдельное исследование критериев выбора вуза в ГУ ВШЭ не проводится. Данные, которые анализируются в этой работе, получены в рамках реализуемого с 2001 г. проекта «Портрет первокурсника бакалавриата». Ежегодно в анкету включались вопросы о советах при выборе вуза и источниках получения информации о ГУ ВШЭ, а также о выборе факультета. В исследовании, проведенном в 2009 г., также впервые был задан вопрос о критериях выбора ГУ ВШЭ из числа прочих вузов.

Источники информации о ГУ ВШЭ

Сначала поговорим о том, как абитуриенты узнают о Вышке: какие каналы информации являются наиболее действенными в деле привлечения внимания абитуриентов. Ключевые тезисы данного раздела следующие:

1. Основными источниками информации о ГУ ВШЭ для абитуриентов являются портал ГУ ВШЭ и родственники.

2. Наблюдается тенденция к снижению роли традиционных презентационных мероприятий (Дней открытых дверей) и перераспределению влияния в сторону электронных источников информации (Интернет-портал, справочники и др.).

3. В процессе выбора вуза на абитуриентов чаще всего влияли советы родителей и студентов ГУ ВШЭ.

Наиболее распространенные источники информации о ГУ ВШЭ в 2009 г. показаны на рисунке 1.

Чаще всего информация о ГУ ВШЭ появляется у абитуриентов от родственников и благодаря функционированию Интернет-портала Вышки⁶. Доля абитуриентов, получавших информацию о ГУ ВШЭ на портале, в 2009 г. существенно возросла: в 2007 г. портал отмечали 65% ответивших, в 2008 — 63%, а в 2009 — уже 81% (рис. 2). Обратная ситуация наблюдается с Днями открытых дверей: в 2007 г. через них информацию о Вышке получали 35% ответивших на вопрос, в 2009 г. эта доля снизилась до 29%. Возможно, этот факт можно объяснить перераспределением затрат на получение информации о вузе в сторону такого мобильного средства, как Интернет: удобнее узнавать о вузе, не выходя из дома⁷.

³ См., например, объединение канадских университетов CUSC (www.cusc-ccreue.ca/home.htm).

⁴ Имеется в виду проект «Портрет первокурсника бакалавриата», существующий с 2001 г. (до 2009 г. проводился участниками СК «Город» — социологического клуба при факультете социологии ГУ ВШЭ).

⁵ В ГУ ВШЭ активно развиваются программы международного сотрудничества и обмена студентов. В этом году число иностранных студентов, обучающихся в ГУ ВШЭ возросло (согласно материалам портала ГУ ВШЭ от 3 ноября 2009 г.). URL: <http://www.hse.ru/news/recent/11580418.html>

⁶ Реже всего абитуриенты узнают о ГУ ВШЭ из таких источников информации, как радио (2%), образовательные выставки; олимпиады, проводящиеся не в ГУ ВШЭ; Дни открытых дверей в регионах (каждый по 3%), а также из различных СМИ: газеты и журналы (5%), телевидение (7%) (все — в процентах от числа ответивших на вопрос).

⁷ Немного забегая вперед, отметим, что в пользу этого аргумента говорит и тот факт, что среди наиболее часто отмечаемых критериев выбора вуза находится «достаточная информация о вузе и интересующем факультете на сайте вуза» (56% от числа ответивших).

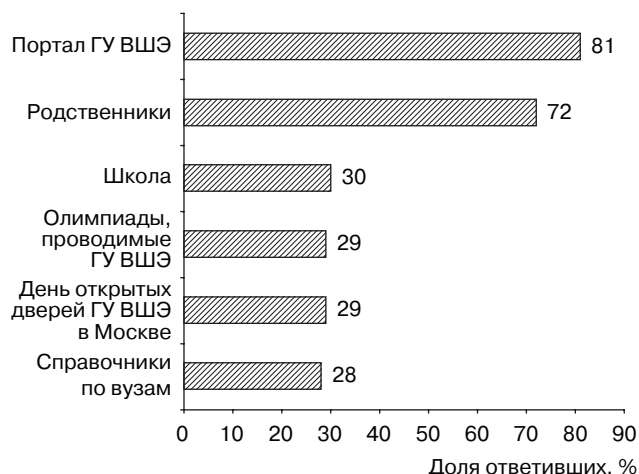


Рис. 1. Источники информации о ГУ ВШЭ, упоминаемые чаще всего ($N = 1597$; здесь и на рис. 2—5 сумма не равна 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа)



Рис. 2. Основные источники информации о ГУ ВШЭ: динамика 2006—2009 гг.

Это свидетельствует о высоком потенциале портала ГУ ВШЭ как главного информирующего звена в процессе привлечения абитуриентов.

Проблематичен тот факт, что абитуриенты очень часто узнают о вузе от своих родственников. Чем можно объяснить этот феномен, наблюдающийся во всех волнах проекта? Первое, что приходит в голову, — это отсутствие самостоятельности в определении собственных интересов и желаний; второй вариант — излишнее беспокойство родственников, которые заранее успевают провести разведку ситуации и уже потом предложить своим «чадам» готовые варианты. В любом случае, эти гипотезы требуют дополнительной проверки, так как имеющиеся у нас данные не позволяют детально рассмотреть данную проблему.

Советы о поступлении в ГУ ВШЭ

Вопросы о советах при выборе вуза имеют большую практическую ценность. В нашем обыденном

представлении совет — это нечто, базирующееся на личном опыте; он ассоциируется с желанием помочь в чем-то другому человеку, который такого полезного опыта не имеет и не в состоянии самостоятельно принять решение. Поэтому, узнавая, кто советует поступать в ГУ ВШЭ, мы получаем информацию о том, от каких групп исходят положительные отзывы о Школе, и потому можем предполагать, на кого дополнительно ориентировать PR-кампании.

Посмотрим сначала, каких «советчиков» чаще всего указывали первокурсники в 2009 г. (рис. 3).

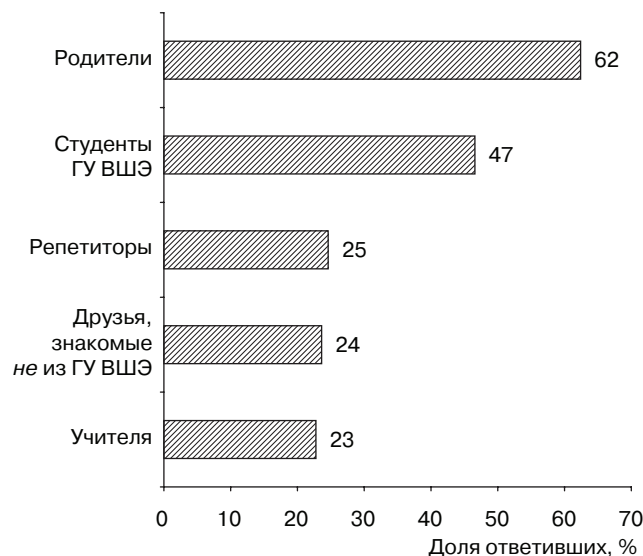


Рис. 3. Люди, советы которых имели значение для абитуриентов при выборе ГУ ВШЭ ($N = 1597$)

Самые частые «советчики» — это родители и студенты ГУ ВШЭ, причем в последние три года наблюдался рост показателей по этим категориям. Родители здесь вполне очевидные фигуранты, как, впрочем, и студенты ГУ ВШЭ: отзывы обучающихся в данном вузе чаще всего вызывают доверие и кажутся объективными. Высокий процент участия студентов ГУ ВШЭ в «советах поступающим» также кажется нам индикатором общей удовлетворенности студентов процессом обучения в вузе.

Из позитивных тенденций также можно отметить устойчивое возрастание доли советов со стороны репетиторов (в 2007—2008 гг. — 14%) и знакомых/друзей, не обучавшихся в ГУ ВШЭ (в 2008 г. — 14%), причем последние значимо чаще указываются студентами факультетов математической направленности. Это позитивный факт, так как развитие математических специальностей в Вышке началось сравнительно недавно. К сожалению, мы не располагаем данными, которые могли бы предоставить нам информацию о том, где обучаются эти «советующие» люди — при ее наличии получились бы интересные результаты. Однако имеющиеся в нашем распоряжении данные о конкурентах ГУ ВШЭ по математическим направлениям обучения позволяют

нам говорить о том, что Школа уже занимает сильные позиции в этой сфере.

Проведем параллель между советами и источниками информации о вузе: от родителей абитуриенты узнают о вузе, и они же чаще всего оказываются главными «советчиками» при его выборе. Напрашивается немного странный вывод: *вузу нужно донести информацию о себе скорее до родителей, нежели до абитуриентов, потому что самостоятельность в принятии решений, в какой вуз пойти учиться, к 2009 г., по нашим данным, существенно уменьшилась*. Еще в 2008 г. доля студентов, которые отмечали, что советы и рекомендации не были значимы для них при выборе вуза, составляла 48%, а к 2009 г. мы имеем всего 11% «самостоятельных». Можно предположить, что образовавшаяся в этом году информационная непрозрачность вокруг процедуры зачисления [1] так сильно «подогрела страсти» среди и без того переживающих за своих детей родителей, что объемы их советов существенно возросли, ограничив самостоятельность самих абитуриентов. Подобная «несамостоятельность» также может объясняться тем, что с введением в этом году ЕГЭ абитуриенты впервые столкнулись с реальной проблемой выбора: можно было оказаться рекомендованным к зачислению в несколько вузов, на несколько факультетов, и нужно было определиться, на каком из вариантов следует остановиться. Ранее процесс поступления был проще: вуз практически всегда выбирали до начала приемной кампании. В связи с этим рост роли советов со стороны родителей (и студентов ГУ ВШЭ) можно считать вполне закономерным явлением.

Критерии выбора ГУ ВШЭ

В этом разделе рассмотрим факторы, которые являются значимыми для абитуриентов при выборе ГУ ВШЭ из числа других вузов, а также поговорим о выборе факультета. Основные тезисы раздела следующие:

1. ГУ ВШЭ выбирают как престижный вуз, в котором можно получить хорошее образование и по окончании которого не возникает проблем с трудоустройством.

2. Выбор факультета основывается на желании получить хорошее образование, удачно трудоустроиться в будущем и реализовать собственный интерес.

3. Выбор вуза вызывает большие затруднения, нежели выбор факультета.

В этом году первокурсникам был впервые предложен вопрос, что больше всего повлияло на их решение учиться именно в ГУ ВШЭ. Для этой статьи мы выбрали самые популярные среди первокурсников варианты ответа на данный вопрос (рис. 4).

Выделяются три варианта: получение хорошего образования, престижность диплома вуза и перспективы трудоустройства — все три можно отнести к

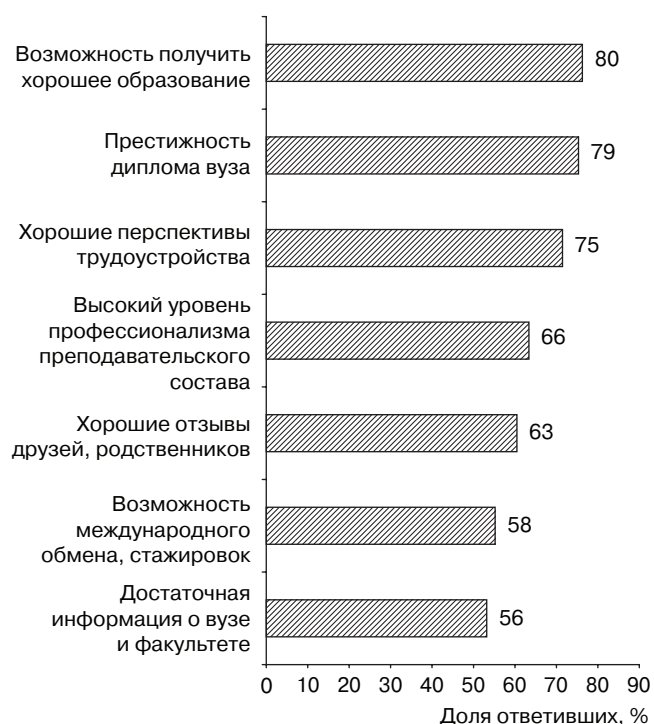


Рис. 4. Факторы, наиболее значимые при выборе ГУ ВШЭ факторы (N = 1597)

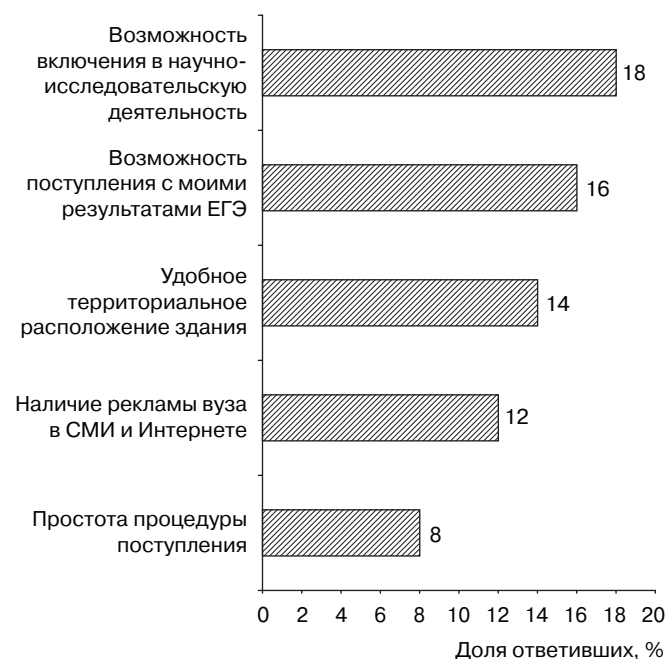


Рис. 5. Факторы, наименее значимые при выборе ГУ ВШЭ (N = 1597)

статусным переменным. Кроме того, они очень тесно связаны друг с другом: «хорошее образование + престижный диплом = больше шансов на хорошее трудоустройство». Все вместе это образует своеобразную «формулу успеха». То, что люди идут именно в ГУ ВШЭ за своим «будущим успехом», вполне оправдывает имидж одного из лучших высших учебных заведений в России. Интересно, что многие респонденты также отмечали в качестве важного критерия достаточность информации о вузе и факультете на

сайте. Это еще раз подтверждает значимость качества представления вуза в Интернете — в условиях постоянного информационного напряжения грамотная работа портала явилась конкурентным преимуществом ГУ ВШЭ в этом году. Подобное можно сказать и о возможности международного обмена и стажировок — наличие таких предложений привлекает многих абитуриентов, добавляя вузу конкурентные преимущества.

Реже всего (рис. 5) респонденты указывали в качестве значимого для них фактора выбора вуза простоту процедуры поступления. Это может объясняться тем, что сама «процедура поступления» в 2009 г. во все вузы была одинаковой (везде принимали результаты ЕГЭ), поэтому данный фактор мог оказаться значимым разве что для победителей олимпиад или льготников. Отметим, что российские абитуриенты редко указывают фактор удобного территориального расположения: для студентов на Западе он часто бывает чуть ли не определяющим выбор вуза вообще [7; 8; 10].

К сожалению, вопрос о выборе вуза был задан впервые в этом году, и поэтому мы не можем посмотреть, как менялись предпочтения абитуриентов. В нашем распоряжении имеется только несколько отчетов по зарубежным исследованиям, в которых задавался подобный вопрос [7—10]. Если соотносить их с нашими (пренебрегая незначительными различиями в формулировках вопросов), то получается сходная картина: например, американские студенты столь же детерминированы желанием получить качественное образование в университете, имеющем хорошую репутацию, и обеспечить себе достойное трудоустройство.

Критерии выбора факультета

Теперь рассмотрим критерии выбора факультета. Такой вопрос важен, так как имидж факультетов — это визитная карточка вуза. Это подтверждается тем, что, например, в 2009 г. доля тех, кто изначально хотел поступить в ГУ ВШЭ на определенный факультет, составила 51%. Однако есть и те, для кого выбор факультета вторичен или им просто очень хотелось попасть именно в ГУ ВШЭ — таких 27%. В итоге имеем 78% изначально ориентированных на Вышку абитуриентов. Что же с выбором факультета? Какие факторы наиболее значимы в этом случае для поступающих?

Мы видим картину, практически идентичную той, что наблюдали при рассмотрении критериев выбора вуза, разве что «престиж» в тройке лидирующих позиций в данном случае заменяет «личный интерес к выбранному направлению» (рис. 6). Этот факт кажется нам позитивным, так как он может свидетельствовать о наличии некой определенности в интересах респондентов и целенаправленности в выборе. Воз-

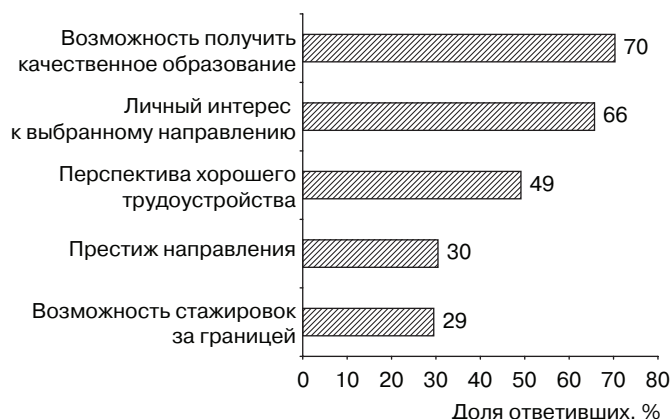


Рис. 6. Наиболее значимые факторы выбора факультета (N = 1597)

вращаясь к «больной» теме несамостоятельности, которую мы поднимали в обсуждении источников информации о вузе и советов при его выборе, здесь мы можем более или менее успокоиться: с определением собственных интересов у первокурсников все, скорее всего, в порядке. В пользу этого также говорит тот факт, что доля тех, у кого на выборе специальности настояли родители⁸, равна всего 3%. Исходя из этого можно представить типичный для 2009 г. процесс выбора следующим образом:

- наличие у абитуриента представления о специальности, которую ему хотелось бы получить в вузе;
- поиск информации о возможных вариантах (часто выполняется родителями);
- колебания при выборе вуза (особое значение приобретают советы родителей);
- окончательный выбор «вуз + факультет» (учтены собственные интересы и советы родителей).

Итак, то, что для 27% нынешних первокурсников выбор факультета оказался вторичным, может быть следствием двух явлений: 1) возможности подавать документы на несколько факультетов сразу, 2) информационного напряжения при поступлении и сильного влияния советов родителей по поводу выбора вуза.

Выводы

Каковы же причины поступления в ГУ ВШЭ? Исходя из полученных нами ответов на вопросы о критериях выбора вуза, можно сделать вывод, что в ГУ ВШЭ идут за теми перспективами (шансы на трудоустройство, социальный статус), которые сулит качественное, престижное образование. Возможно, именно поэтому родители так советуют своим детям поступать именно сюда (даже иногда закрывая глаза на факультет, что вполне может свидетельствовать об общем высоком доверии к вузу, которое выражается

⁸ Отметим, что в последние три года наблюдается тенденция к снижению доли, приходящейся на данный вариант ответа (в 2007 г. она составляла 5%).

в уверенности, что их ребенок в любом случае получит здесь хорошее образование и не останется без работы). В этом отношении частично оправдывается тот неформальный принцип, который хорошо известен каждому «инсайдеру» в ГУ ВШЭ: «Вышка выпускает ученых, министров и миллионеров». Мы говорим «частично» потому, что по поводу ученых возникает сомнение: научно-исследовательские перспективы привлекают не так много первокурсников (18% в 2009 г.)⁹. С учетом нового статуса Национального исследовательского университета ГУ ВШЭ следует серьезно озаботиться тем, как стимулировать интерес к исследовательской деятельности среди приходящих в ряды Вышки студентов или — шире — как сделать исследовательское направление престижным? Наряду с этим особое внимание следует обратить на развитие программ международных обменов и стажировок, так как абитуриенты отмечают их в качестве значимых факторов выбора вуза. Наличие широкого предложения в области международных связей — одно из конкурентных преимуществ ГУ ВШЭ.

Важны трансформации в значимости источников информации о ГУ ВШЭ. Намечился сдвиг в сторону мобильных информационных средств — сети Интернет, в первую очередь. Резко возросшая роль портала как источника информации о вузе является тому свидетельством. Это не значит, что традиционные способы самопрезентации, вроде Дней открытых дверей, совсем теряют свою актуальность, но вполне вероятно, что в будущем их роль уменьшится, а львиную долю информации абитуриенты будут получать через Интернет (или с помощью других мобильных средств, вроде «горячих линий» и т.п.). Развитие подобных информационных средств — дополнительный шаг вуза к укреплению своих позиций на рынке, ведь, как показали данные этого года, в новых условиях поступления наличие развернутой информации о вузе и факультете на сайте в Интернете становится значимым фактором выбора вуза.

⁹ Также отметим, что по данным 2009 г. только 4% первокурсников считают предпочтительной для себя академическую карьеру. Большинство (78%) ориентировано на бизнес, незначительная часть — (16%) на карьеру в государственных структурах.

В целом можно сказать, что средства привлечения абитуриентов в ГУ ВШЭ работают достаточно эффективно. Другое дело, что в настоящее время перед Школой стоят новые вызовы, а значит, в планировании маркетинговой политики вуза должны быть учтены и дополнительные задачи.

Источники

1. Кузьминов Я.И. Россия с ЕГЭ // Ведомости, 02.09.2009.
2. Ceja M. Understanding the role of parents and siblings as information sources in the college choice process of Chicana students // Journal of College Student Development. 2006. Vol. 47. No. 1. P. 87—104.
3. Hossler D., Kuh G.D., Olsen D. Finding Fruits on the Vines: Using Higher Education Research and Institutional Research to Guide Institutional Policies and Strategies // Research in Higher Education. 2001. Vol. 42. No. 2. P. 211—221.
4. Paulsen M.B. College choice: understanding student enrollment behavior. ASHE-ERIC Higher Education Report No. 6. Washington, D.C.: The George Washington University, School of Education and Human Development, 1990.
5. Perna L.W. Understanding the decision to enroll in graduate school: sex and racial/ethnic group differences // The Journal of Higher Education. 2004. Vol. 75. No. 5. P. 487—527.
6. Rowan-Kenyon H.T., Bell A.D., Perna L.W. Contextual Influences on Parental Involvement in College Going: Variations by Socioeconomic Class // The Journal of Higher Education. 2008. Vol. 79. No. 5. P. 564—586.
7. Teranishi R., Ceja M., Antonio A.L., Allen W.R., McDonough P. The college-choice process for Asian Pacific Americans: Ethnicity and Socioeconomic Class Context // The Review of Higher Education. 2004. Vol. 27. No. 4. P. 527—551.
8. 2004 CUSC Survey of first-year university students (Summary). URL: www.uregina.ca/orp/Surveys/CUSC2004-Summary.pdf
9. First-year student survey 2004, Ryerson University. URL: www.ryerson.ca/upo/reports/2004Year1Report.pdf
10. Survey of first-year university students, University of British Columbia (Report of findings). URL: www.pair.ubc.ca/surveys/cusc/CUSC2001UBC.pdf