



Поведение абитуриентов в новых условиях приема в вузы: опыт НИУ ВШЭ

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

Компетентное мнение

Стратегии вузов
по привлечению
абитуриентов
в изменившихся условиях
приема. Интервью
с Г.Г. Канторовичем 2

Профессиональные обзоры/рефераты

Д. Дрожжина
Реферат статьи Майкла
Паулсена «Выбор вуза:
к пониманию поведения
абитуриентов при
поступлении» 5

Эмпирические исследования

И. Груздев
Поведение
абитуриентов
в новой ситуации приема:
к итерационному
пониманию выбора вуза 10

Е. Колотова,
А. Петухова
Различия в стратегиях
поступления
абитуриентов
НИУ ВШЭ из Москвы
и регионов 16

Л. Камальдинова
Портрет абитуриента
магистратуры
НИУ ВШЭ 2011 г. 26

К читателям:

Предлагаем Вашему вниманию 8-й выпуск бюллетеня «Мониторинг университета», который посвящен изучению различных аспектов поведения абитуриентов бакалавриата и магистратуры при выборе вуза. Изменившиеся институциональные условия приема в вузы, массовизация высшего образования, появление новых категорий вузов трансформируют сложившиеся паттерны поведения абитуриентов. Вопрос, как устроен процесс выбора вуза в новых условиях, имеет, помимо теоретической значимости, важные практические следствия для университетов. Как необходимо выстраивать продвижение вуза среди абитуриентов? Какие способы привлечения абитуриентов «работают» эффективнее в условиях обострившейся конкуренции? От чего зависит конкурентное окружение конкретного вуза? Есть ли различия между разными типами абитуриентов в стратегиях выбора вузов и как сами абитуриенты обосновывают свой выбор? В данном выпуске предлагается обсудить на примере НИУ ВШЭ различные вопросы, касающиеся поведения абитуриентов в новых условиях приема.

В разделе «Компетентное мнение» представлено интервью с проректором НИУ ВШЭ Григорием Гельмутовичем Канторовичем. На основе многолетнего опыта руководства приемными кампаниями в Высшей школе экономики он анализирует произошедшие изменения в поведении абитуриентов и позиционировании университетов.

В разделе «Профессиональные обзоры/рефераты» можно ознакомиться с рефератом статьи Майкла Паулсена «Выбор вуза: к пониманию поведения абитуриентов при поступлении». Статья является ценным руководством, позволяющим вузам повысить эффективность прогнозирования и планирования набора абитуриентов. Паулсен объясняет, как нужно подходить к исследованию абитуриента и для чего может быть использована полученная информация, и дает практические рекомендации.

В блоке эмпирических исследований освещаются различные аспекты поведения абитуриентов бакалавриата и магистратуры НИУ ВШЭ. В статье И. Груздева на основе материалов фокус-групп и интервью с абитуриентами ведущих вузов Москвы, проведенных Центром внутреннего мониторинга летом 2011 г., предлагается рассматривать процесс выбора с учетом его стадийности. Ключевое положение статьи состоит в том, что решение о поступлении в университет представляет собой не одномоментный выбор, а серию итераций. Статья Е. Колотовой и А. Петуховой посвящена изучению различий в стратегиях поступления в вуз абитуриентов из регионов России и из Москвы (поступавших в бакалавриат НИУ ВШЭ в Москве в 2011 г.) на основе материалов мониторинга абитуриентов бакалавриата. В статье Л. Камальдиновой приводятся основные характеристики приема в магистратуру 2011 г., а также данные по академической активности, смене специальности, главным конкурентам ВШЭ в области магистерского образования.

Стратегии вузов по привлечению абитуриентов в изменившихся условиях приема

Интервью с Г.Г. Канторовичем,
проректором НИУ ВШЭ

— Григорий Гельмутович, хотелось бы узнать Ваше экспертное мнение относительно того, как изменялись стратегии российских вузов в целом и Вышки в частности по приему абитуриентов в ретроспективе последних 10 лет. Предлагаю начать с общего вопроса: какие наиболее важные институциональные изменения произошли в сфере привлечения и приема абитуриентов в вузы?

— Начнем с того, что кроме институциональных изменений процедур приема произошли еще изменения, не зависящие ни от вузов, ни от абитуриентов. Первое — это переход к массовому высшему образованию. По разным оценкам, от 85 до 93% выпускников школ нынешнего года ориентированы на получение высшего образования. Можно много рассуждать, почему это произошло, и какие-то причины лежат на поверхности. В частности, у выпускников школ не так много альтернатив: им не готовы предоставлять места на рынке труда, им некому дать качественное профессиональное обучение, сохраняется призыв в армию — в общем, известный набор. К массовизации высшего образования можно относиться по-разному, но это сложившийся факт, с которым столкнулись все вузы.

Второе изменение, происходящее буквально на наших глазах, — это изменение среды, в которой вуз взаимодействует с абитуриентами. Если раньше мы работали в основном через бумажные носители и лицом к лицу, сейчас появление интерактивных электронных средств кардинально изменило ситуацию. Десять лет назад, в 2001 году, когда мы развивали эту деятельность, то даже не знали такого слова, как «форум», это называлось «горячая линия», и для нас было важно интерактивно и быстро отвечать. По сути, Высшая школа экономики одной из первых сделала интернет-форум основным средством взаимодействия с абитуриентами. Сейчас же форумом никого не удивишь, он стал распространенным явлением.

Самое важное изменение состоит в том, что вуз перестал самостоятельно отбирать абитуриентов и в значительной степени стал брать то, что ему дает некоторый объективный (во всяком случае, внешний и независимый от вуза) экзамен. Вузы, в том числе Высшая школа экономики, встретили этот вызов по-разному и по-разному «сопротивлялись». Кто-то «сопротивлялся» через от-

рицание ЕГЭ, мы «сопротивлялись» посредством расширения доли приема по олимпиадам, пытались добиться нашего содержательного участия в более широком круге олимпиад.

Если говорить о Вышке, то мне кажется, что мы наилучшим образом адаптировались к новым условиям приема в вуз. Этому способствовали два обстоятельства. Во-первых, к началу 2000-х годов у ВШЭ сложился четко узнаваемый имидж, у которого были две характерные черты. Первая — это то, что прием честный, а вторая — то, что обучение честное и трудное, и я даже не знаю, что важнее. И такой имидж, на мой взгляд, позволил отсеять от нашего университета значительную долю «прохиндеев». Во-вторых, это широкая и гибкая позиция руководства вуза в отношении во многом изжившего себя механизма контрольных цифр приема. Фактически в последние годы мы за свой счет берем больше людей, и ничего плохого не происходит. Этот риск, на который мы сознательно идем, оправдывает себя — к нам приходят абитуриенты с хорошей подготовкой, настроенные на учебу, и мы ориентируемся в первую очередь на уровень поступающих, а не на контрольные цифры.

— На Ваш взгляд, какие средства остались у вузов, чтобы контролировать качество приема?

— Практически никаких. Что осталось в наших руках, и чем мы активно пользуемся? Во-первых, это установление минимальных требований по оценкам ЕГЭ по каждому из предметов, в том числе на платную форму обучения. С моей точки зрения, эти требования как раз показывают, какого именно абитуриента хочет принимать вуз. Повышая эти требования, мы фактически отсекаем от себя часть потенциальных платных студентов, но мы идем на это сознательно. Во-вторых, во власти вуза осталась возможность выбирать число предметов вступительных испытаний: три или четыре. Мы практически везде переходим на четыре вступительных испытания, кроме тех направлений подготовки, где считаем, что утвержденный государством набор предметов не вполне удачен. В-третьих, косвенно вуз управляет своим высоким проходным баллом. Поскольку у нас проходной балл в среднем 85 баллов и выше, мы можем быть относительно спокойны и специально не

бороться за его повышение, к примеру, до 90. Ведь ЕГЭ, как и другие педагогические измерители, не измеряет уровень подготовки человека с точностью до балла. В-четвертых, в новых условиях все вузы должны были скорректировать рекламную кампанию, причем как собственно рекламу, так и каналы донесения информации до «клиентов» в целом. Наличие сайтов у вузов кардинально изменило ситуацию. Мы сами не заметили, как у большинства вузов сайты стали обширными и насыщенными. Как мне кажется, наш потребитель несколько устал от этого, стало крайне сложно все прочитать, разобраться, отличить, где — правда, а где — неправда. Нужно помочь им в этом, и сейчас все вузы ищут различные методы такой «помощи». Один из наших методов — это, конечно, ранний «захват» абитуриентов: через олимпиады, курсы довузовской подготовки, интеллектуальные состязания школьников. К примеру, в Москве мы работаем, начиная со школьников 7-го класса. Если посчитать, какая доля тех, кто пришел к нам в 7-м классе, доходит до 11-го класса и поступает в ВШЭ, то окажется, что эта доля не столь велика. Зато это очень ориентированные на ВШЭ абитуриенты, знакомые с нашими требованиями и т.д. Довузовская подготовка организуется, в первую очередь, исходя из интересов клиента. Мы готовим и к ЕГЭ, и к олимпиадам. Но также важно то, что в процессе подготовки происходит притирка абитуриента к вузу и идет предварительная селекция. Абитуриент начинает работать и жить в нашей атмосфере, даже несмотря на то, что его готовят к ЕГЭ.

— *Далее хотелось бы подробнее обсудить некоторые из этих механизмов отбора и привлечения абитуриентов. Если говорить об определении проходных баллов (за счет чего вуз обычно контролирует качество принимаемых абитуриентов), то как работает этот механизм сейчас? Какие критерии используются вузами для выставления того или иного проходного балла?*

— Формально по замыслу это должно работать так: у вуза есть упорядоченный список абитуриентов и сто мест — контрольные цифры приема. На сотом абитуриенте приемная комиссия вуза проводит условную черту и выставляет проходной балл. Это, конечно, неправильно, и чиновники не всегда до конца это понимают. Мы действуем так: исходя из нашего опыта и активных контактов с абитуриентами на заключительной стадии приема (когда мы уже неформально знаем, придет к нам человек или нет), из нашей оценки изменившегося шкалирования баллов ЕГЭ по каждому предмету, определяем, насколько нужно снизить проходные баллы. Если пользоваться экономическими терминами, то с нашей стороны это безусловная оферта — мы говорим конкретному абитуриенту, что мы точно его берем. И этот шаг приводит к определенным рискам, потому что иногда бывают сильные просчеты, как произошло в этом году на факультете прикладной политологии: недооценили, сколько людей придет, и приняли слишком много абитуриентов.

— *Как Вы считаете, в ближайшие годы этот механизм как-то стабилизируется и вузы смогут планировать прием точнее?*

— Я думаю, что пока еще будут определенные флуктуации, и не ожидаю, что в ближайшее время ситуация стабилизируется, ошибки в прогнозах неизбежны. Поэтому и Ярослав Иванович Кузьминов, и я уже много раз в прессе выступали, говорили, что нужно менять плановый механизм контрольных цифр. Это отживший механизм. Мы предлагаем что-то вроде индикативного планирования — установить лимиты, приблизительные цифры, и не наказывать вуз за возникающие отклонения.

— *А если посмотреть на выбор вуза со стороны абитуриента? Изменились условия приема, сформировались тренды массовизации образования, появилась новая медиасреда. Как, на Ваш взгляд, изменился процесс выбора вуза, поведение абитуриента?*

— Думаю, изменился. Ситуация, когда ты подавал в один, максимум в два вуза, и ситуация, когда у тебя сегодня есть 15 разрешенных конкурсов, кардинально различаются. Здесь особняком стоят олимпиадники (особенно на будущий год), а в целом люди, если говорить финансовым языком, начали хеджировать риски. То есть они стали выбирать один-два топ-вуза, один — среднего уровня и что-нибудь для подстраховки. Это отчасти связано с нашим российским менталитетом — все откладывать на последний момент, и если все бесплатно, так брать все. По данным Рособнадзора число конкурсов, в которых участвует один абитуриент, не зашкаливает, но где-то 3,7 набирается. Это не так мало, но психологи говорят, что максимальное количество опций, за которыми человек может сознательно следить, — 5–6, а если их 15, то отслеживать становится крайне сложно. И здесь стоит учитывать состояние информационного пространства — несмотря на все усилия, далеко не все вузы предоставляют достаточно информации, чтобы человек мог осознанно выбирать. Все истории вроде Второго медицинского — яркая тому иллюстрация.

— *Когда мы проводили фокус-группы с абитуриентами московских вузов в этом году, то пришли к гипотезе, что в изменившихся условиях приема изменился и характер выбора. Вместо единичного акта выбора у абитуриентов наблюдаются минимум четыре стадии этого процесса, на каждой из которых абитуриент может менять свои изначально намеченные решения. Первая стадия — когда школьник (или его родители) в старших классах примерно намечает какие-то ориентиры, уровень притязаний, определяя широкий набор вузов и программ подготовки. Вторая — когда абитуриент выбирает предметы для сдачи ЕГЭ под конкретные направления и вузы. Третья — когда он узнает результаты экзаменов и исходя из этого определяет набор вузов, куда будет подавать документы. На четвертой стадии он узнает результаты зачисления и осуществляет, как мы это называли, эффективный выбор между конкретными программами и вузами. В результате процесс выбора становится довольно непредсказуемым, а на каждой стадии задействуются разные инструменты и типы информации.*

— Да, я согласен с вами. Это, наверное, еще одна особенность: теперь выбор не является одномомент-

ным. Кстати, это не всегда понимает наше образовательное начальство, которое пытается фиксировать, куда люди подали документы, не учитывая, что он сегодня подал документы в один вуз, а завтра заберет их и подаст в другой. Это действительно процесс, и характер выбора сильно изменился. Более того, часто этот процесс не заканчивается даже после опубликования списков: ко второй волне абитуриенты начинают забирать документы из одного вуза, приносить в другой и т.д.

— При этом по результатам нашего исследования оказалось довольно сложным выделить какую-либо твердую основу для такого стадийного выбора, даже на примере Вышки. Складывается впечатление, что на выбор влияет много случайных факторов вроде советов сотрудников приемной комиссии или того, как прошел прием документов.

— И по вашим исследованиям, и по нашим впечатлениям от разговоров с абитуриентами, для поступающего действительно оказалось очень важно, как его встречает вуз. На самом деле, абитуриенту трудно различать направления обучения, которых нет в школе. Политология, международные отношения, реклама — он не знает толком про это. А потому элемент случайности все равно высок — я не думаю, что человек прагматично все взвесил, составив портфолио и оценив разные параметры. Поэтому личность того, кто его встречает, кто ему объясняет разные нюансы, очень существенна. И если факультету удастся привлечь к работе в приемной комиссии человека, который может доходчиво и интересно общаться с абитуриентами, то это влияет и на характер приема. И хотя возрастает роль интернет-ресурсов, социальных сетей, некоторые факультеты распространяют информацию через твиттер, роль личных контактов очень важна — абитуриенты перепроверяют информацию, составляют общее впечатление и т.д.

— Вы уже долгое время отвечаете на вопросы на форуме, который в июне-августе буквально «разрывается» от вопросов абитуриентов, поступающих в Вышку. Как за последние годы изменился характер вопросов? Какие типы вопросов преобладали раньше и какие — сейчас?

— Всегда было много вопросов консалтингового характера. У нас в России нормативные акты, регулирующие прием, достаточно запутаны и не всегда полностью согласуются друг с другом. А потому они требуют комментариев. За последние два-три года произошло следующее изменение: люди стали внимательно читать правила приема, доверять им, рассматривать эти правила как документ, принуждающий в том числе и вуз к определенным действиям.

Второй момент, который я бы отметил, — вопросов стало значительно больше. Абитуриентам трудно найти аналогичный вопрос, FAQ (часто задаваемые вопросы) тоже не спасают, человек предпочитает удостовериться и в одиннадцатый раз задать вопрос применительно именно к своей ситуации. При этом часть вопросов отпала, потому что мы выкладываем

на сайте больше материала и люди находят его там, их можно отослать к этим документам. Каждый год находятся три-четыре активных абитуриента, которые читают все и начинают помогать отвечать на вопросы. Наконец, в последние два года, на мой взгляд, не наблюдается никаких скандалов. Поначалу были люди, которые начинали нагнетать — обманываете, что-то сказали неправильно и т.д., обычно на конкретном примере. А теперь таких скандалов почти нет.

— И в заключение несколько вопросов о бренде и позиционировании ВШЭ для абитуриентов. На наших фокус-группах было несколько абитуриентов-историков, ориентированных на науку, и они были нацелены на поступление в МГУ, мотивируя это тем, что в других вузах историческая наука гораздо слабее. ВШЭ часто даже не рассматривался как вариант, потому что ассоциируется с экономикой, бизнесом. И вопрос заключается в следующем: как нашему университету балансировать, посылая, с одной стороны, сигналы о хорошем трудоустройстве, близости к бизнесу, а с другой — сигналы о развитии научно-исследовательской работы в вузе? Как позиционировать ВШЭ с учетом того, что появились новые направления обучения, которые тяжело соотнести с названием?

— Это сложный вопрос, и однозначного ответа у меня нет. Понимаете, у нас страна построена очень иерархически, что сказывается и на вузах. Мое личное мнение, труднее всего приходится нашему Санкт-Петербургскому филиалу. В Санкт-Петербурге есть две градации: СПбГУ и все остальные. Чтобы сломать такой стереотип, нужны годы усилий, и то не факт, что сломается. Нужно доказывать своей работой, выпускниками, постоянными усилиями, и отчасти это удалось нашим юристам. Кто были юристы в Вышке раньше? Никто — все знали МГУ, МГИМО, а сейчас ситуация изменилась, мы входим в обойму топ-вузов по юриспруденции. От чистой экономики Вышка отошла давно. Да, на некоторые направления общий бренд ВШЭ распространяется трудно, но я думаю, например, что наш факультет математики сейчас один из самых лучших. И хотя пока он с трудом ассоциируется с Вышкой, полагаю, что через пару лет ситуация изменится.

— А если говорить о конкретных практических шагах? Что может быть сделано в этом направлении?

— Я думаю, что наиболее правильная позиция заключается в том, чтобы не только прямо агитировать, организовывать дни открытых дверей, но и привлекать косвенно, через все возможные события в университете. Нужно не только рассказывать о факультете абитуриентам на днях открытых дверей, а вовлекать преподавателей и исследователей в публичную сферу, демонстрировать их весомость и значимость. Сейчас наши историки, медиакоммуникации активно движутся в этом направлении.

— Спасибо большое за интервью!

Беседовал И. Чириков

Д. Дрожжина,

аналитик проектно-учебной лаборатории «Развитие университетов» НИУ ВШЭ

Реферат статьи Майкла Паулсена «Выбор вуза: к пониманию поведения абитуриентов при поступлении»*

Аннотация. Введение ЕГЭ до сих пор вызывает резонанс в обществе. Практика подачи документов сразу в несколько вузов неоднозначно сказывается на участниках образовательного рынка. Из-за большого количества поданных заявлений абитуриенты не могут адекватно оценивать свои шансы на поступление в вуз. Вузы, которые являются «запасными» для абитуриентов, теряют наиболее талантливых из них и формируют свой набор по остаточному принципу. Непредсказуемость выбора вуза абитуриентами диктует непредсказуемость набора в конкретное учебное заведение. Поэтому вузам важно проводить более последовательную политику по привлечению абитуриентов. А для этого необходимо понять, как происходит процесс выбора вуза. Статья М. Паулсена является ценным руководством, позволяющим вузам повысить эффективность прогнозирования и планирования набора абитуриентов. Паулсен объясняет, как нужно подходить к исследованию абитуриента и для чего может быть использована полученная информация, и дает практические рекомендации. Опыт, отраженный в статье Паулсена, полезен для административного, управленческого звена, а также для исследователей, заинтересованных в повышении эффективности и качества набора абитуриентов.

Ключевые слова: абитуриенты, процесс выбора вуза, планирование и прогнозирование набора, маркетинг образовательных услуг.

«Высшие учебные заведения¹ более не могут оставаться пассивными в отношении своих абитуриентов» [р. 16]. Эта фраза представляется наиболее подходящей для начала дискуссии о статье Майкла Б. Паулсена «Выбор вуза: изучение поведения абитуриентов при поступлении». Возникает сразу несколько вопросов. Почему вузы более не могут оставаться пассив-

ными? Что повлияло на их решение изменить отношение к абитуриентам? Что вузы предпринимают для того, чтобы лучше узнать абитуриентов? На что важно обращать внимание при исследовании абитуриентов? Паулсен дает ответы на эти и многие другие вопросы в своей статье, где последовательно убеждает нас в том, что абитуриента изучать необходимо, в особенности тем, кто заинтересован в развитии вузов.

Перемены на рынке высшего образования

Все началось в 1970 г., когда американские вузы столкнулись с целым рядом проблем. Демографический спад заставил их беспокоиться: теперь вузам предстояло не высокомерно отбирать заявления среди множества присланных, но целенаправленно искать студентов, вступая в борьбу за выживание с другими вузами. Обостряла положение и ситуация на рынке труда. Выпускники вузов занимали те же должностные позиции, что и выпускники школ. Последние задавались вопросом: зачем продолжать учиться, повышать свой образовательный уровень, если диплом вуза не принесет никаких выгод? Можно вполне успешно работать и после школы. Кроме того, демотивировала инфляция: заработная плата выпускников вузов изрядно упала, тогда как заработная плата обычных рабочих возросла. Другими словами, экономическое положение и ситуация на рынке труда не стимулировали потенциальных студентов продолжать обучение. Над вузами нависла угроза уменьшения финансирования со стороны государства. Картину дополняли и меняющиеся предпочтения потенциальных абитуриентов. «Каждый год абитуриенты все более походили на потребителей академических программ» [р. 21]. Отходя от традиционно предлагаемых для изучения вузами общеобразовательных предметов (liberal arts), они стали более ориентированы на получение прикладного образования, окончание курсов профессиональной подготовки. Все это заставляло вузы серьезно задуматься о переменах.

Столкнувшись с этими проблемами, вузы начали искать пути сохранения численности ежегодно набираемых студентов. Важным шагом навстречу переменам стала ориентация на рынок потенциальных потребителей. Вузы открывали новые образовательные

* 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. В тексте в квадратных скобках приводятся ссылки на страницы этой публикации.

¹ Здесь и далее слово *college* мы переводим как «высшее учебное заведение» (вуз), признавая возможное смысловое несовпадение, вызванное несовпадением структуры профессионального образования США и России.

программы и, ради того чтобы стать более привлекательными для абитуриентов, даже «*во многих случаях расставались со своей исторической миссией*» [р. 21]. Исторический обзор меняющегося рынка, предлагаемый М. Паулсеном, подводит к важной мысли. В новых рыночных условиях, где от действий учебных заведений по привлечению потенциальных студентов зависит итоговый набор на первые курсы, вузам стало крайне важно исследовать поведение абитуриентов, которые теперь являлись потребителями образовательных услуг.

Изучение процесса выбора вуза

Начиная с 1970-х годов у вузов появились две крайне важные рыночные потребности. Во-первых, они захотели более эффективно прогнозировать и осуществлять набор абитуриентов на первые курсы. Во-вторых, возникла потребность влиять на решение абитуриентов при выборе высшего учебного заведения. Паулсен рассматривает два типа исследований, направленных на удовлетворение двух соответствующих потребностей вузов.

1. Планирование набора: исследования макроуровня

Первый тип — это исследования **макроуровня**, которые помогают осуществлять планирование и прогнозирование итогового набора абитуриентов в зависимости от меняющихся факторов внешней среды (например, демографической или экономической ситуации). Такие исследования имеют дело с агрегированными данными и учитывают изменения в приеме на уровне групп абитуриентов.

Основываясь на анализе 14 исследований разного охвата (государства, штатов и образовательных учреждений), Паулсен выделяет следующие факторы, влияющие на итоговый набор [р. 34–35]:

1. *Демографическая ситуация* задает общую картину. Знание демографической ситуации позволяет оценить размер группы потенциальных абитуриентов вузов, в частности численность выпускников школ.
2. *Возможности, предлагаемые рынком труда выпускникам вузов*. Абитуриенты должны быть уверены, что по окончании вуза они получат большие привилегии на рынке труда по сравнению с теми, кто в вузе не обучался.
3. *Упущенная выгода из-за обучения в вузе*. Набор зависит от дохода, который абитуриенты могли бы получать, если бы не посещали вуз. И чем выше для абитуриентов упущенная выгода, тем меньший набор ожидается в вузах.
4. *Размер вооруженных сил*. Исследования показывают, что набор в вузы связан с численностью молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет,

которые призваны служить в вооруженных силах. Высокий процент призывников негативно влияет на набор.

5. *Прямые издержки вуза*. Набор непосредственно зависит от факторов, уменьшающих прямые издержки вуза. В качестве таковых выступает финансовая помощь со стороны государства, штата. Отрицательное влияние оказывают высокая плата за обучение и высокая ставка процента, определяющая образовательные кредиты.
6. *Конкуренция*. На наборе отрицательно сказывается численность конкурентов, ориентированных на ту же целевую группу абитуриентов, что и сам вуз.
7. *Местоположение*. Выгодным для вуза является расположение в черте города, при котором до него можно легко добраться.
8. *Учебный план*. Характеризуется соотношением числа дипломов, получаемых выпускниками по традиционным общеобразовательным и прикладным учебным программам. Привлекательность учебных программ для абитуриентов и, соответственно, величина набора зависят от ситуации на рынке труда. Когда ситуация благоприятна, возрастает численность тех, кто хочет получить традиционное образование; при ухудшении ситуации растет процент желающих получить прикладное образование (в сфере бизнеса, менеджмента и т.п.).

Изменение каждого фактора серьезно влияет на итоговый набор вузов. Чтобы учитывать эти изменения, Паулсен предлагает, во-первых, использовать различные типы данных и способы их анализа (временные ряды, сопоставительные данные для сравнения вуза и конкурентов), а во-вторых, разрабатывать модели прогнозирования итогового набора в вузы. В качестве примера он приводит модель, разработанную Университетом Миннесоты, которая позволяла предсказывать влияние факторов внешней среды на набор в вуз на протяжении 29 лет и объясняла 90% вариации набора [р. 36–37].

2. Выбор вуза: исследования микроуровня

Второй тип исследований — это исследования **микроуровня**, которые имеют дело непосредственно с поведением абитуриентов в процессе выбора вуза. Задача исследований микроуровня состоит в оценке факторов, влияющих на вероятность того, что отдельно взятый абитуриент выберет или не выберет вуз.

Такие исследования отсылают к области маркетинга, используя его терминологию и инструментарий. Так, Паулсен вводит понятие *концепции маркетинга* и говорит, что для вуза она состоит в достижении баланса между целями учебного заведения и предпо-

чтениями потенциальных студентов. Для этого вузу нужно пройти через несколько этапов [р. 39]:

- Определить конкурентов, с которыми вуз чаще всего сталкивается.
- Создать устойчивый имидж, который будет восприниматься потенциальными абитуриентами, и обозначить свое место на рынке.
- Произвести сегментацию потребителей образовательных услуг, т.е. разделить потенциальных студентов на группы, и сконцентрировать свое внимание на наиболее предпочтительных из них.
- Определить маркетинговую стратегию. Понимается, что вуз должен определить целевой сегмент, из которого он планирует набирать абитуриентов, и проводить политику по привлечению абитуриентов из этого сегмента. Цель вуза состоит в развитии и продвижении на рынке тех характеристик, которые кажутся важными для потенциальных абитуриентов. В то время как абитуриенты ищут конкретный вуз, вуз ищет конкретных абитуриентов. Для того чтобы они могли друг друга найти, вузам необходимо исследовать поведение абитуриентов и использовать полученную информацию для их привлечения.

Далее в своей статье Паулсен переходит к рассмотрению социально-демографических и психологических характеристик студентов, характеристик учебных заведений — как по отдельности, так и во взаимосвязи. С помощью примеров из реальных исследований он показывает всю комплексность процесса выбора учебного заведения. Паулсен говорит, что вузу важно принимать во внимание как индивидуальные характеристики абитуриента, так и характеристики вуза. Но наиболее полно и те и другие проявляют себя во взаимосвязях.

Этапы выбора вуза

Выбор вуза имеет сложную природу. Об этом свидетельствует хотя бы соотношение индивидуальных характеристик абитуриентов и характеристик учебных заведений. Существует огромное число комбинаций подобных характеристик, и у вузов возникает вполне закономерное желание описать их посредством некоторой модели. Модель позволяет учесть факторы, влияющие на процесс выбора вуза, дать достаточно простое, но вместе с тем достаточно полное представление о том, как абитуриенты выбирают вуз и что для них является важным. «Такие упрощенные классификационные схемы <модели> помогают сформировать фокус исследования и систематизировать полученные данные» [р. 50]. Паулсен делает обзор нескольких моделей, предложенных различными исследователями, начиная от двухступенчатой модели принятия решения о выборе вуза и заканчивая се-

миступенчатой. Но сам он отдает предпочтение рассмотрению трехступенчатой модели [р. 50].

Согласно модели, предложенной Паулсеном, **первый этап** в процессе выбора вуза — это **формирование самого желания продолжить обучение** после выпуска из школы. Информация о решении потенциального абитуриента продолжать или не продолжать обучение уже может быть полезной для некоторых прогнозов. Она позволяет определять примерные сегменты потенциальных абитуриентов по их социально-демографическим характеристикам, объемы потенциального рынка, а также отслеживать изменения на рынках, пока будущие абитуриенты растут до выпускного класса.

Вузы также обладают вполне естественным желанием влиять на процесс принятия решения абитуриентом с самого первого этапа. Для этого им необходимо определить точки приложения усилий, воздействие на которые дало бы в будущем вполне удовлетворительные результаты. Анализ социально-демографических характеристик показал, что в наибольшей степени на решение о том, продолжать обучение или нет, влияют родители потенциального абитуриента. Для абитуриента мотивом первостепенной важности является поддержка решения пойти в вуз со стороны родителей. Таким образом, если вузы хотят вмешиваться в процесс выбора на раннем этапе, они должны действовать через родителей абитуриента.

Второй этап в процессе выбора — это **поиск вузов и подача заявлений**. Этот этап заканчивается, когда абитуриент формирует определенный список вузов, наиболее предпочтительных для поступления. Понимание сути процесса выбора вуза, а также того, как он распределен во времени, помогает образовательным учреждениям более эффективно организовывать политику по рекламе и продвижению предлагаемых ими услуг. Особенно важным на этом этапе является выделение характеристик (атрибутов) вузов, которые представляются важными для абитуриентов. Среди таковых Паулсен называет конкурс (который также является показателем качества учебного заведения), предлагаемые учебные программы, затраты, расстояние до дома, организационно-правовую форму учебного заведения (государственный/не государственный вуз), продолжительность обучения (2–4 года) [р. 61–62].

В статье не просто идентифицируются значимые характеристики учебных заведений, но и на примерах демонстрируются их взаимосвязи с социально-демографическими характеристиками абитуриентов. Понимание таких взаимосвязей дает возможность вузам налаживать эффективную коммуникацию с абитуриентами, продвигая свои услуги и привлекая желаемых потребителей образовательных услуг. Так, Паулсен утверждает, что абитуриент более склонен поступать в вуз с высоким конкурсом, если он — мужчина, белый, имеет значительный доход, его поддер-

живают родители, у него высокие устремления, высокие достижения в школе и т.п. Или же абитуриент более склонен посещать частный вуз, если это — женщина из обеспеченной семьи, у нее высокие достижения в школе, хорошие способности к обучению и высокие устремления. Аналогично, предлагая для рассмотрения несколько профилей абитуриентов и учебных заведений, Паулсен показывает, что они достаточно удобны для сопоставления. На основании таких профилей вуз легко может понять, какие абитуриенты в него поступают в соответствии с акцентируемыми им характеристиками и, наоборот, какие характеристики ему нужно продвигать, чтобы привлечь желаемых абитуриентов.

После того как определены характеристики, важные для целевых сегментов, и созданы соответствующие наборы услуг с учетом привлекательных атрибутов и особенностей абитуриентов, вузам становится крайне важно в нужное время и через нужные каналы донести до абитуриентов информацию о предоставляемых ими услугах. Для налаживания эффективной коммуникации необходимо понимание того, как абитуриенты предпочитают получать информацию в процессе поиска вуза. Стоит сразу оговорить, что поиск информации важен не только для абитуриентов, но и для их родителей, и потому *«для проведения эффективного маркетинга и набора абитуриентов надо понимать, какие источники информации важны как для потенциальных студентов, так и для их родителей»* [р. 65]. Перечень источников информации и у родителей, и у абитуриентов схож, однако сами источники варьируются по предпочтительности. Так, и абитуриенты, и их родители в качестве интересующих их источников информации выделяют приемные комиссии, публикации вуза, школьного консультанта, справочники, выпускников и студентов рассматриваемых ими вузов. Среди перечисленных источников родителям наиболее важной кажется информация, получаемая от выпускников вузов, тогда как абитуриенты при выборе вуза полагаются на мнение школьных консультантов. Абитуриенты также в качестве источника информации задействуют родителей и склонны прислушиваться к их советам.

Стоит отметить, что существуют значимые социально-демографические различия в количестве задействованных источников информации и их предпочтении среди абитуриентов. Так, афроамериканцам требуется намного больше источников, чем белым, а студенты, чьи родители имеют более высокое образование или более высокий доход, склонны полагаться на их мнение при выборе вуза.

Этап поиска и подачи заявления крайне важен для вузов. Именно на этом этапе необходимо учесть множество различных факторов, чтобы в нужное время и в нужном месте предоставить потенциальным абитуриентам информацию об услугах, предлагаемых вузом. Именно на этом этапе формируется решение

о том, какие вузы выбрать из многих, и потому учебным заведениям нужно прилагать максимум усилий, чтобы найти нужных абитуриентов и сформировать у них желание поступать в конкретный вуз. Для более эффективного достижения баланса «желания потребителя — характеристики вуза» необходимо понять, какие атрибуты вуза важны абитуриентам, как их набор варьируется среди различных групп абитуриентов и как эти атрибуты можно наиболее эффективно продвинуть. Понимание взаимосвязей различных уровней крайне важно для успешного маркетинга, направленного на потенциальных абитуриентов, и их набора в вуз.

Если между желаниями абитуриента и характеристиками вуза существует значимое несоответствие, то вуз может выбрать один из двух путей [р. 73]:

- либо меняться, идя навстречу потребителю и предлагая ему более привлекательные характеристики;
- либо искать абитуриентов, которые наилучшим образом подходят под предлагаемые характеристики.

Таким образом, вуз проявляет определенную гибкость в отношении абитуриентов. Конечно, следует стремиться к достижению баланса «желания потребителя — характеристики вуза», но не стоит забывать, что вуз не может стать привлекательным абсолютно для всех абитуриентов.

И наконец, заключительный, **третий этап**, который предлагает рассматривать Паулсен, — это **выбор конкретного вуза и принятие решения о поступлении**. *«На данном этапе выбора упорядочение характеристик вузов становится решающим для принятия решения в пользу того или иного учебного заведения»* [р. 73]. Успешность этого этапа для конкретного вуза зависит от того, насколько эффективными были его действия в отношении абитуриентов на предыдущих этапах. Теперь абитуриенты получили подтверждение того, что они успешно прошли конкурс и могут стать студентами выбранных учебных заведений. Остается самое главное — выбрать тот единственный вуз, в котором они собираются учиться. Паулсен развивает идею, что абитуриенты на заключительном этапе принимают решение о выборе вуза в результате оценивания всех альтернативных вариантов по ряду критериев. В качестве наиболее важных критериев выступают [р. 74]:

- затраты;
- финансовая помощь;
- предоставляемые учебные программы;
- размер вуза;
- местоположение вуза;
- качество (которое также расценивается как конкурс);
- атмосфера;
- возможности для занятия спортом;
- религиозная направленность.

Для того чтобы лучше понять, как происходит процесс выбора вуза на заключительном этапе, проводятся специальные исследования, которые позволяют сравнить вуз с его основными конкурентами. Паулсен приводит в качестве примеров исследования конкретных учебных заведений, акцентируя внимание на методе, с помощью которого определялось место вуза среди его конкурентов. Для определения позиции на рынке и имиджа учебного заведения Университет Карлтона, Бостонский колледж, Йельский университет и ряд других учебных заведений проводили исследования, в которых просили абитуриентов с помощью различных методик (ранжировок, оценок по ряду критериев) сопоставить вузы. Полученные данные использовались для выявления основных конкурентов представленных вузов и характеристик конкурентов, схожих с характеристиками вуза. В ряде исследований были задействованы техники кластерного анализа и многомерного шкалирования для выделения групп вузов, сходных по своим характеристикам.

Применение маркетинговых инструментов для анализа имиджа и определения позиции учебного заведения на рынке образовательных услуг является важной составляющей современного вуза. Эти инструменты позволяют воссоздать картину восприятия вуза абитуриентами, выявить основных конкурентов вузов в глазах абитуриентов и сопоставить их по основным характеристикам. Полученные данные позволяют вузам проводить более эффективную кампанию по привлечению потенциальных абитуриентов, реагировать на запросы меняющегося рынка.

Заключение

Основная цель статьи «Выбор вуза: к пониманию поведения абитуриентов при поступлении», как определяет ее Майкл Паулсен, состоит в желании помочь администраторам, управленцам и исследователям более эффективно планировать и осуществлять набор студентов на первые курсы вузов. С помощью

краткого исторического экскурса статья вводит нас в проблематику необходимости изучения поведения абитуриентов при выборе вуза. Знание состояния среды, в которой функционирует вуз, характеристик его потенциальных абитуриентов и их предпочтений дает вузу преимущества в использовании маркетинговых инструментов по привлечению желаемых абитуриентов. Вузам важно привлекать абитуриентов, *«чья образовательные цели и интересы сопоставимы с достоинствами учебного заведения»* [р. 16], так как в выигрыше остаются все: и сами вузы, желающие сохранить набор и предоставить разработанный продукт целевой аудитории абитуриентов, и абитуриенты, которые останутся в вузе и будут удовлетворены получаемым образованием. *«Понять, что абитуриент подходит вузу, можно, если будут поняты мотивы, которыми он руководствуется при выборе учебного заведения»* [р. 16]. Посредством анализа различных работ макро- и микроуровня, Паулсен подводит нас к тому, что исследование абитуриентов должно проводиться на разных уровнях для получения как можно более полной картины сложного процесса выбора вуза.

В заключение Паулсен дает рекомендации, какие меры и направления исследования следует выбрать вузам для дальнейшего повышения их эффективности в плане набора абитуриентов и изучения процесса выбора учебных заведений. Во-первых, Паулсен предлагает обратить внимание на группу возрастных студентов, которые представляют собой ценный ресурс для увеличения набора вузов. Во-вторых, он рекомендует разрабатывать внутренние модели прогнозирования набора абитуриентов и модели выбора абитуриентами вузов. И наконец, Паулсен говорит, что вузам следует собирать как можно больше информации (и как можно более полной) о процессе выбора вуза абитуриентами. Для этого, подчеркивает автор, необходимы внутриуниверситетские исследовательские организации, а также кооперация между учебными заведениями с целью обмена информацией по интересующим их проблемам.

И. Груздев,
аналитик ЦВМ

Поведение абитуриентов в новой ситуации приема: к итерационному пониманию выбора вуза

Аннотация. Статья посвящается особенностям выбора университета абитуриентами после введения ЕГЭ. На основе результатов исследования фокус-групп и интервью с абитуриентами ведущих вузов Москвы, проведенных летом 2011 г., процесс выбора предлагается рассматривать с учетом его стадийности. Ключевое положение статьи состоит в том, что решение о поступлении в университет представляет собой не одномоментный выбор, а серию итераций. Обсуждается также трансформация категорий обоснования выбора вуза, к которым прибегают абитуриенты в процессе поступления.

Ключевые слова: поведение абитуриентов, выбор вуза, стадийность.

Введение

Вопрос, как абитуриенты осуществляют выбор в пользу того или иного университета, оставляет пространство для дискуссий. В качестве толчка для новой волны обсуждений выступили институциональные изменения в системе приема в вузы, последствия которых до сих пор не эксплицированы и не всегда принимаются к сведению в университетском сообществе. Повсеместное введение ЕГЭ определило новые «правила игры» и трансформировало саму ситуацию принятия решения о выборе университета. В настоящее время абитуриенты выбирают вуз в новой системе координат, понимание которой критически важно как для исследователей, так и для университетских управленцев.

Для первых тема интересна тем, что она пока недостаточно изучена. В России это — результат общего дефицита качественных исследований в поле высшего образования. За рубежом недостаточное внимание к проблеме обусловлено смещением популярности в сторону вопроса о выборе между университетским образованием и другими альтернативами (например, выходом на рынок труда), который долгое время был ключевым для специалистов в области социальной политики [Charman, 1981]. Вторые обращаются к теме выбора вуза абитуриентами по двум причинам: «Они хотят сделать процедуру приема более эффективной и предсказуемой и повлиять на выбор абитуриентов, которые представ-

ляют особый интерес» [Paulsen, 1990, p. 5]. Иными словами, люди, ответственные за набор студентов в вузах, пытаются, с одной стороны, спланировать прием, обозначив некоторые «контрольные числа», и, с другой стороны, привлечь наиболее талантливых абитуриентов.

В статье предпринята попытка описать основные характеристики недавно изменившейся ситуации выбора университета абитуриентами. Основное внимание уделяется институциональным условиям, в которых реализуется выбор, и категориям его обоснования, в то время как вопросы мотивации и факторы привлекательности вузов остаются в стороне. Ключевая идея статьи состоит в том, что выбор не следует рассматривать как одномоментное действие. Решение о поступлении в тот или иной вуз корректнее изучать как серию итераций или как череду стадий. Таким образом, в центре внимания оказывается стадийность выбора вуза.

Работа основана на результатах исследования, проведенного Центром внутреннего мониторинга НИУ ВШЭ летом 2011 г. Используемый эмпирический материал включает шесть фокус-групп (ФГ) и десять интервью с абитуриентами ведущих университетов Москвы¹.

Статья содержит краткий обзор зарубежных исследований, затрагивающих проблему выбора вуза абитуриентами, общую характеристику новой ситуации, в которой находятся абитуриенты после введения ЕГЭ, и детальное описание категорий выбора, присущих той или иной стадии, на основе данных фокус-групп и интервью.

Зарубежные исследователи о стадийности выбора вуза абитуриентами

Идея рассмотрения стадийности выбора вуза абитуриентами не является новой. Ряд зарубежных ис-

¹ В исследовании приняли участие абитуриенты МГУ им. М.В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, МГИМО, Финансового университета, РЭА им. Г.В. Плеханова, РГГУ и РУДН. Были привлечены информанты, поступающие на следующие направления: «экономика», «менеджмент», «социология», «филология», «востоковедение», «история». Представлены абитуриенты как из Москвы, так и из регионов.

следователей так или иначе указывали на то, что решение о выборе принимается в несколько этапов.

Число стадий выбора варьируется в различных объяснительных схемах. «Чапман и Джексон [Chapman, Jackson, 1987] разделяли процесс выбора на две фазы: поиск колледжа и его выбор... в семистадийной модели [Kotler, Fox, 1985] речь идет о таких этапах, как 1) выбор между «общими» альтернативами (такими, как обучение, работа, служба в армии); 2) выбор между различными типами университетов (государственные/частные, большие/маленькие); 3) определение набора колледжей; 4) осведомление о них; 5) рассмотрение подмножества колледжей; 6) выбор из уже определенного подмножества; 7) решение» [Paulsen, 1990, p. 50]. Вместе с тем наиболее распространенной и используемой в современных исследованиях является трехстадийная модель [Paulsen, 1990; Menon et al., 2007]. В этой логике первая стадия — predisпозиция — характеризуется принятием решения о продолжении обучения в университете. Вторая — связана с поиском информации и определением пространства рассматриваемых вузов. Наконец, на третьей стадии принимается само решение о выборе той или иной институции [Hossler, Gallagher, 1987].

Отметим, что во всех моделях, предложенных за рубежом, стадии рассматриваются как характеристики поведения абитуриентов. В то же время, как будет показано ниже, при анализе ситуации выбора вуза в России, сложившей после введения ЕГЭ, можно говорить о стадиях и как о характеристиках институциональной среды, в которой действуют абитуриенты.

Общая характеристика «новой» ситуации выбора вузов абитуриентами

Обратимся теперь к условиям, в которых осуществляют выбор вуза абитуриенты отечественных университетов после введения ЕГЭ. К основным элементам, отличающим новую ситуацию выбора от старой, следует отнести формирование стадий, появление двух различных возможностей для поступления, увеличение множества рассматриваемых альтернатив.

Формирование стадий как объективных условий выбора связано с рядом формальных правил, следовать которым необходимо для поступления. Сама процедура поступления разделяет процесс решения на этапы, на каждом из которых превалирует та или иная логика обоснования выбора. Ключевыми точками, разделяющими стадии, могут быть следующие: момент определения набора предметов для сдачи ЕГЭ, получение результатов экзамена, публикация проходных баллов и т.д.

О наличии двух более или менее равнозначных способов поступления позволяет говорить существование различного рода олимпиад. Некоторые абитуриенты могут отдавать предпочтение олимпиадам, учитывая возможные сложности, связанные со сдачей ЕГЭ.

Увеличение множества рассматриваемых абитуриентами альтернатив следует из трансформации системы приема. Например, абитуриенты 2011 г. могли одновременно поступать в пять вузов на три факультета в каждом. Подача документов с уже имеющимися баллами ЕГЭ в несколько вузов на разные факультеты не требует дополнительных усилий в виде сдачи экзаменов (за исключением вузов, для поступления в которые необходимо прохождение дополнительного внутреннего экзамена), что является для абитуриентов стимулом к использованию всех вариантов.

Несмотря на то что далее мы так или иначе затронем каждую из указанных характеристик, основной акцент будет сделан именно на рассмотрении стадий. В связи с этим важно уточнить, что стадийность аналитически может быть представлена в двух измерениях. Первое измерение стадийности относится к характеристике среды, в которой осуществляется выбор. Второе — связано с итерационностью самого процесса принятия решения.

Стадийность как характеристика среды может быть обозначена событийно. Это своего рода внешние стимулы (важные события), которые заставляют абитуриента продвигаться вперед в процессе выбора университета. Для разных абитуриентов набор событий и их хронология не являются одинаковыми. По материалам фокус-групп и интервью можно сделать предположение относительно наиболее общих событий: первое событие происходит в 7–9-х классах, когда родители «запускают» обсуждение того, куда поступать их ребенку. Следующее событие связано с началом специальной подготовки по ряду предметов. Далее следуют события, общие для всех: выбор предметов для сдачи ЕГЭ, олимпиады, публикация результатов ЕГЭ, объявление проходных баллов.

Другое значение стадийности отсылает не к внешним условиям, а к самому выбору. Именно это значение стадийности подразумевают исследователи, пытающиеся описать принятие решения о выборе университета. Такое понимание акцентирует внимание на том, что выбор как действие не ограничивается каким-то моментом и представляет собой процесс.

Если говорить о ситуации выбора вуза в России, то следует отметить правомерность рассмотрения стадий в двух указанных измерениях. С одной стороны, наблюдаются стадии, вызванные институциональными условиями. С другой — сам процесс выбора вуза абитуриентами не остается неизменным и в то или иное время принимает разные формы, реагируя на трансформацию ситуации. Поскольку различие двух значений стадийности является аналитическим и труднофиксируемым в реальных случаях, при выделении стадии мы руководствуемся сразу двумя ее измерениями.

Прежде чем мы перейдем к непосредственному рассмотрению стадий, сделаем несколько замечаний в отношении ограничений, которые накладывает

собранный эмпирический материал. Во-первых, все высказывания абитуриентов, за исключением тех, что хронологически относятся к периоду, в который проводились фокус-группы и интервью, имеют ретроспективный характер. Это свидетельствует о том, что описания процесса выбора на определенной стадии могут отличаться от размышлений и действий, которые на самом деле имели место. Абитуриенты могли рационализировать принятые решения, и это необходимо учитывать при прочтении. Во-вторых, в исследовании приняли участие абитуриенты ведущих вузов Москвы, для которых характерны хорошая успеваемость и высокая вовлеченность в процесс выбора вуза. В-третьих, из-за небольшой доли победителей олимпиад среди информантов представленные ниже выводы описывают процесс выбора главным образом для тех абитуриентов, которые поступали в вуз на основе результатов ЕГЭ.

Стадия 1: первичный выбор

Первая стадия (судя по интервью и фокус-группам, она приходится на 7–9-е классы) наиболее вариативна. От абитуриента к абитуриенту может различаться набор событий. В каких-то случаях просто артикулируется перспектива поступления в университет, в других — может определяться список релевантных вузов. Некоторые уже на этом этапе начинают активный поиск информации, построение стратегии подготовки и т.д. В связи с таким многообразием и сам выбор сформулирован по-разному, с различной степенью детализации и разными обоснованиями. Отметим также, что первая стадия является также хронологически растянутой.

Шаг вперед, который абитуриент может сделать в процессе поступления на этой стадии, заключается: а) в артикулировании пространства выбора; б) в первичном накоплении информации о вузах. Абитуриент изначально рассматривает ограниченное число вузов. Все вузы никогда не берутся в расчет. К примеру, абитуриенты из Москвы очень редко рассматривают вузы в другом городе. Круг вузов, которые допускаются к рассмотрению, с одной стороны, сформирован здравым смыслом (абитуриент, как правило, имеет представление о «границах дозволенного») и, с другой стороны, определяется родственниками, друзьями, а в некоторых случаях учителями.

Первый раз, наверное, классе в 6–7-м речь пошла о поступлении... У меня была установка просто поступить в хороший вуз. Это МГУ, МГИМО, Вышка... Ну это все знают, какие (вузы) хорошие (интервью № 5, приоритетные вузы НИУ ВШЭ, МГУ, РГГУ).

У меня родители учились в МГУ, сестра училась в МГУ, и меня тоже изначально... в МГУ (ФГ 5,

абитуриенты факультетов экономического и менеджериального профиля).

Ну, это я как-то всегда понимала, что буду поступать. Серьезно с 9-го класса об этом думала, и с родителями обсуждали... Сначала думала, что это будет что-то техническое, родители посоветовали смотреть Бауманку или МГУ (интервью № 3, приоритетные вузы МГУ, НИУ ВШЭ).

Учитывается также приоритетная специальность, которая тоже впервые выбирается в 5–9-х классах (чаще в 9-х, так как в это время многим нужно выбрать профильный класс). В ряде случаев университет выбирают уже под конкретную профессию. Число рассматриваемых вузов может варьироваться. Иногда это один университет (как правило, университет-мечта), в других случаях в расчет принимается более широкий круг вузов.

Думала, что экономика, менеджмент — это, конечно, очень популярно, но я просто не смогу, потому что это немножко скучно для меня... Я думала, что вот география — немного вузов, где это есть. МГУ — это вот такой вуз (ФГ 1, абитуриенты факультетов социологии).

Поле высшего образования весьма значимо для большинства людей, что находит свое отражение в широком распространении информации о вузах даже среди тех, кто не имеет прямого отношения к университетам. Это, в свою очередь, ведет к тому, что уже к моменту первичного выбора абитуриент довольно много знает о вузе. Его знание отражает то, что можно было бы назвать народными представлениями об университете. На первом этапе происходит столкновение этого представления с информацией, полученной из официальных источников (сайт вуза, день открытых дверей и т.д.). В результате этого столкновения выбор в пользу того или иного учебного заведения может меняться.

У меня гуманитарная школа была, и я как-то долго хотела в РГГУ... а потом я посмотрела, что там, как... видела преподавателей, и как-то все не очень понравилось, впечатление было не очень, и в итоге я как-то на МГУ больше склонилась (интервью № 9, приоритетные вузы МГУ, НИУ ВШЭ).

Если говорить о категориях обоснования на этой стадии, то следует отметить две наиболее общих характеристики. Во-первых, информация о вузах, которая используется абитуриентами для принятия решения, почти полностью заимствована ими из социального окружения. Для абитуриентов в этот период не очень характерен самостоятельный сбор информации, и даже если он осуществляется, то с целью уточнения, но не поиска нового. Во-вторых,

университеты рассматриваются прежде всего с точки зрения бонусов, которые можно получить от обучения в них (качественное образование, гарантия трудоустройства и т.д.). Вопросы, связанные с процедурой поступления, также обсуждаются, но в целом остаются на периферии внимания.

Стадия 2: определение набора экзаменов

Выбор на первой стадии может трансформироваться несколько раз — как в отношении специальности, так и в отношении вуза. Первым событием, которое заставляет сделать более или менее жесткий выбор (по крайней мере, очертить круг специальностей обучения), является определение набора предметов для сдачи ЕГЭ.

Для абитуриентов, которые наиболее индифферентны к поступлению в университет, этот момент (середина последнего учебного года в школе) может быть первым серьезным стимулом вовлечься в процесс поиска подходящего учебного заведения.

Остальные могут осуществлять дополнительный сбор информации о правилах приема, проходных баллах и т.д. Вероятно, на первой стадии абитуриент оперирует скорее «народными» знаниями об университетах, в то время как на второй стадии он уже владеет значительным количеством фактов, которые почерпнул в ходе посещения различных мероприятий, проводимых вузами (например, дней открытых дверей), и изучения интернет-порталов университетов.

Речь идет о том, что на второй стадии может осуществляться более свободный поиск информации о вузах (поиск, не продиктованный диспозицией, сформированной под влиянием окружения; начинают рассматриваться вузы, которые до этого находились на периферии пространства выбора). Абитуриент начинает просматривать варианты для поступления, подходящие ему по набору экзаменов. Кроме выгод, которые сулит обучение в том или ином университете, в обоснование выбора активно включаются сложности, которые могут возникнуть в процессе поступления.

Когда я выбирал, что сдавать, пришлось просмотреть сайты вузов, которые я вообще хоть как-то рассматривал. Смотрел, куда какие экзамены, хотелось, чтобы было много вариантов... (интервью № 8, приоритетные вузы НИУ ВШЭ, СПбГУ).

А так серьезно уже подходить, размышлять я начала где-то с середины 11-го класса, когда понимала, что времени мало и для какого-то собственного спокойствия надо уже решить, в какие вузы подавать, хотя бы приблизительно, посмотреть, есть ли какие-то вступительные экзамены, платное отделение, курсы, как поступать... (ФГ 5, абитуриенты факультетов экономического и менеджериального профилей).

В этот момент абитуриенты могут быть поделены на две группы: минимизирующие и максимизирующие усилия. При выборе экзаменов сосуществуют две стратегии, которые могут проявляться как в чистом виде, так и совпадать друг с другом: 1) сдавать предметы, необходимые для поступления в желаемый вуз/вузы и на желаемый факультет; 2) сдавать наиболее «легкие» для себя дисциплины. Это разделение также переплетается с тем, что некоторые абитуриенты сильно мотивированы поступить в какой-то один определенный вуз, в то время как другие имеют равные предпочтения в отношении нескольких вузов.

Я с шести лет... вообще у меня была идея фикс — это МГУ, и ничего больше. Я всегда говорила, что я буду учиться в МГУ. И сейчас — МГУ (ФГ 5, абитуриенты факультетов экономического и менеджериального профилей).

Я в 8–9-м классе начала просто задумываться, просто в хороший вуз хотелось. В МГУ думала, МГИМО. А потом как-то в 11-м — вообще не было направления никакого, не могла определиться просто. Математику хорошо знаю, языки, русский, обществознание — во всех (вузах) как-то требуется (ФГ 5, абитуриенты факультетов экономического и менеджериального профилей).

Стадия 3: выбор вуза после получения баллов ЕГЭ

На третьей стадии фиксируется значительное число изменений, которые позволяют говорить о новой ситуации выбора вуза. Это стадия характеризуется наибольшей активностью абитуриентов, которые, сдав ЕГЭ и получив свои результаты, начинают подавать документы в вузы. Из общей логики стадии могут выпадать абитуриенты, занявшие призовые места на олимпиадах и имеющие гарантию поступления.

На данном этапе абитуриенты формируют набор вузов для подачи документов. Как правило, в результате предшествующего выбора абитуриент имеет один-два университета, приоритетных для поступления, и один-два «запасных». Вместе с тем есть возможность подать документы в пять вузов. Судя по фокус-группам и интервью, такое количество возможностей способствует осуществлению дополнительного выбора. Не все абитуриенты имеют определенный «запасной» вариант, и, вероятно, еще меньше абитуриентов знают, как использовать все пять возможностей. Получив результаты ЕГЭ, большинство абитуриентов по тем или иным причинам (решение о выборе вуза не было принято раньше; не определены запасные варианты; баллы ЕГЭ оказались ниже/выше ожидаемых, и ранее запланированный набор университетов требует пересмотра и т.п.) приступают к активному поиску информации о вузах для оконча-

тельного выбора. Этому также способствует то, что экзамены уже сданы и поиск становится де-факто основным занятием.

Я заранее думала подавать документы в три места: МГУ, Вышка, МГИМО. Сейчас думаю, куда еще подать... вот ездила в РГГУ как раз, но там... мне не очень понравилось. А еще куда подавать, даже не знаю. Наверное, не буду, мне кажется достаточно. Можно еще в РУДН съездить... (интервью № 3, приоритетные вузы МГУ, НИУ ВШЭ).

Я подал в Питер, потому что в Москве не осталось вузов, в которые интересно подавать. Нечего было решать (ФГ 1, абитуриенты факультетов социологии).

Поиск, который осуществляют абитуриенты, позволяет им выйти за пределы изначально установленного пространства выбора. Это, в свою очередь, увеличивает мобильность. Работа с информацией, предоставленной в Интернете или других источниках, осуществляемая на фоне возможности без дополнительных издержек подать документы практически в любой вуз (куда можно поступить с уже имеющимися баллами), стимулирует абитуриентов рассматривать варианты, которые они никогда бы не принимали во внимание в другой ситуации. Аналогичным образом увеличивается межфакультетская мобильность. К тем, кто еще не определился с желаемой специальностью, добавляются абитуриенты, которые подают документы на другие факультеты в качестве подстраховки.

Выделяется категория абитуриентов, которые вообще не делают выбор до третьей стадии. Это не всегда люди, индифферентные по отношению к поступлению. Такая стратегия подходит для тех, кто не уверен в своих силах. Эти абитуриенты собирают информацию и примерно очерчивают пространство выбора, но лист университетов для подачи документов составляют только после получения результатов ЕГЭ, отталкиваясь от обнародованных данных о проходном балле прошлых лет. С определенной точки зрения такие абитуриенты являются наиболее расчетливыми: они информированы и в соответствии с фактами выстраивают свою стратегию поступления, в меньшей степени ориентируясь на мечты и советы знакомых.

Трансформация категорий обоснования выбора

К сожалению, хронология исследования, на результатах которого основывается эта статья, не дает возможности обратиться к фокус-группам и интервью для рассмотрения четвертой стадии (эмпирический этап был проведен до объявления проходных баллов), на которой принимается окончательное ре-

шение о выборе того или иного вуза. Однако можно утверждать, что после публикации проходных баллов в вузы выбор снова трансформируется. В зависимости от того, сталкивается абитуриент с отрицательным или положительным исходом, могут измениться и категории обоснования решения, которое он принимает. Например, если полученных баллов достаточно для поступления в несколько вузов, абитуриент оказывается в ситуации эффективного выбора². Это положение отличается от состояния неопределенности, в котором абитуриенты находятся на предыдущей стадии, и может способствовать изменению предпочтений.

Данная логика применима к рассмотрению трансформации категорий обоснования выбора на всех стадиях.

Из описания процесса поступления, приведенного выше, видно, что на каждой стадии абитуриент оказывается в новых условиях. Что наиболее важно, меняется информационная среда, в которой он находится. Социальная желательность наличия промежуточного решения (например, абитуриентов часто спрашивают, куда они поступают), а также стремление к достижению некоторой определенности располагают абитуриентов к тому, чтобы на каждой стадии они более или менее точно формулировали свое решение о выборе университета. Таким образом, обоснованным выглядит предположение, что, изучая поведение абитуриентов, исследователи имеют дело не с одним выбором, совершенным в определенный момент, а с его итерациями.

На первой стадии решение принимается в условиях сильного влияния окружения и временной отдаленности от вступительных испытаний. Не все абитуриенты на этом этапе сами осуществляют поиск информации, поэтому такой выбор делается на основе ограниченной осведомленности. На второй стадии правила игры стимулируют абитуриента уточнить выбор и «маркируют» приближение экзаменов, запуская тем самым активный поиск информации самими абитуриентами, что также может привести к переопределению предпочтений. Третья стадия характеризуется наиболее интенсивным поиском и стремлением к максимальной информированности. Это в очередной раз может трансформировать категории обоснования выбора. На последней стадии условия опять меняются, что снова позволяет говорить об очередной смене логики принятия решения о поступлении в тот или иной вуз.

² Другой вариант, вероятно более интересный, возможен, если в один из рассматриваемых вузов (как правило, наиболее предпочтительный) абитуриент не может быть зачислен в первую волну, но имеет хорошие шансы поступить во вторую, в то время как в другой вуз (менее предпочтительный) он точно может поступить. Возникновение таких дилемм и сопутствующее им поведение представляют интерес для последующих исследований.

Источники

Chapman D.W. A Model of Student College Choice // Journal of Higher Education. 1981. Vol. 52. No. 5 (Sep. — Oct.).

Chapman R., Jackson R. College Choices of Academically Able Students: the Influence of No-need Financial Aid and Other Factors. New York: College Entrance Examination Board, 1987.

Hossler D., Gallagher K.S. Studying Student College Choice: A Three Phase Model and the Implications for Policymakers // College and University. 1987. Vol. 62. No. 3.

Kotler Ph., Fox K.F.A. Strategic Marketing for Educational Institutions. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1985.

Menon M., Saiti A., Socratous M. Rationality, Information Search and Choice in Higher Education: Evidence from Greece // Higher Education. 2007. Vol. 54. No. 5.

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.

Е. Колотова,
аналитик ЦВМ
А. Петухова,
стажер-исследователь ЦВМ

Различия в стратегиях поступления абитуриентов НИУ ВШЭ из Москвы и регионов

Аннотация. Статья посвящена изучению различий в стратегиях поступления в вуз абитуриентов из регионов России и из Москвы (поступавших в бакалавриат НИУ ВШЭ в Москве в 2011 г.). Под стратегией понимается некоторый набор возможных способов поступления в вуз (подготовка, выбор вузов, направлений подготовки). Основной вывод статьи состоит в том, что стратегии поступления в вуз абитуриентов из регионов и Москвы различаются, во-первых, по готовности оплачивать обучение, во-вторых, по характеру выбора вузов Москвы и Санкт-Петербурга, в-третьих, по отношению к прикладной и фундаментальной составляющим обучения и, в-четвертых, по тому, что для абитуриентов важно при выборе вуза. Результаты могут быть использованы для позиционирования НИУ ВШЭ, повышения привлекательности вуза для двух указанных групп абитуриентов.

Ключевые слова: выбор вуза, абитуриенты бакалавриата.

Многие вузы сегодня ориентированы на абитуриентов из других регионов — это позволяет им прежде всего укрепить свое влияние за пределами города, где они находятся, а также привлечь наиболее талантливых абитуриентов. Для более успешного продвижения вуза в других регионах необходимо изучать запросы проживающих там потенциальных студентов. Между тем нам не известны специальные исследования (как российские, так и зарубежные), в которых бы изучались различия абитуриентов в зависимости от места их проживания. Как правило, место постоянного проживания используется в качестве независимой характеристики при решении тех или иных исследовательских задач. Например, разделение абитуриентов по регионам проживания учитывалось при анализе причин поступления на конкретные программы обучения в колледжах провинции Онтарио [Profile of Non-Direct Entrants..., 2008]. Вузу важно знать особенности запросов на обучение со стороны разных групп абитуриентов не только для их успешного привлечения, но и для того, чтобы впоследствии дифференцировать образовательный процесс с учетом интересов и потребностей разных групп студентов.

Поскольку НИУ ВШЭ ориентирован на привлечение региональных абитуриентов¹, важно понимать различия между абитуриентами из Москвы и других российских регионов, чтобы лучше выстраивать взаимодействие с рассматриваемыми в статье аудиториями на разных этапах поступления.

Данная работа посвящена выявлению различий в стратегиях поведения двух больших групп абитуриентов — тех, кто постоянно живет в Москве, и тех, кто приехал поступать в вуз из других городов², — на примере абитуриентов НИУ ВШЭ. Согласно экономико-социологическому подходу, «стратегия — устойчивый рефлексивный выбор способов действия на пути к достижению фиксированной цели в условиях ограниченного набора ресурсов» [Радаев, 2003, с. 323]. В статье стратегия поступления будет пониматься как способ достижения цели поступления в вуз, а также сопутствующие этому процессу действия абитуриента (подготовка к поступлению в вуз, набор вузов, в которые абитуриент подавал документы, выбор направления подготовки).

Для анализа были использованы количественные данные мониторинга абитуриентов бакалавриата НИУ ВШЭ 2011 г. (который охватывал две стадии выбора вуза — до и после публикации приказов о зачислении на бюджетные места), данные из административной базы ACAB, материалы интервью с региональными абитуриентами НИУ ВШЭ, которые проводились в июле 2011 г., а также материалы фокус-групп, проведенных с абитуриентами ведущих московских вузов в июле 2011 г.

¹ Контингент студентов НИУ ВШЭ в Москве практически наполовину состоит из студентов, приехавших в Москву из других регионов, за исключением Московской области (МО): на 1 сентября 2011 г. доля таких абитуриентов составляла 42% от общей численности первокурсников. См.: http://www.hse.ru/data/2011/11/17/1272765791/ltogi_bacalavr.pdf

² Рассматриваемые в этой статье группы были выделены в зависимости от региона постоянного проживания абитуриента. Так, региональные абитуриенты — это те, кто приехал поступать в ВШЭ из других городов (кроме Москвы и Московской области); московские абитуриенты, москвичи — абитуриенты, постоянно проживающие в Москве.

Социально-демографический портрет абитуриентов ВШЭ из регионов РФ и Москвы

В 2011 г. 41% абитуриентов приехали поступать в ВШЭ из других российских регионов. Отметим, что больше всего абитуриентов (помимо проживающих в Москве и городах Московской области) приехало из Приволжского и Центрального федеральных округов (ФО): 30 и 27% соответственно (табл. 1).

Таблица 1

Распределение региональных абитуриентов ВШЭ по местам постоянного проживания

Регион, из которого приехали абитуриенты	Доля от общего числа региональных абитуриентов (N = 2930), %
Приволжский ФО	30
Центральный ФО	27
Сибирский ФО и Дальневосточный ФО	10
Южный ФО	10
Северо-Кавказский ФО	10
Уральский ФО	8
Северо-Западный ФО	5

Источник: данные АСAB.

Половозрастной состав абитуриентов из регионов и из Москвы различается. Среди первых несколько больше девушек (65% абитуриентов женского пола и 35% мужского), тогда как среди москвичей — юношей (59% абитуриентов женского пола и 41% мужского). По возрасту различия в группах абитуриентов несущественные.

По результатам многих зарубежных исследований (см., например, [Bowen et al., 2009]), одним из наиболее значимых предикторов будущей академической успеваемости студента является социально-экономический статус его семьи. Один из индикаторов этого статуса — образование родителей. Низкий уровень образования родителей значимо коррелирует с плохой успеваемостью студентов и высокой вероятностью их выбытия из университета. Подобное влияние не тестировалось на данных о российских студентах, однако этот параметр представляется нам важным для рассмотрения различий региональных и московских абитуриентов.

Доли абитуриентов, чьи родители имеют высшее образование, одинаковы для проживающих в Москве и приехавших из регионов. Однако среди москвичей значимо выше доля тех, у кого родители имеют ученую степень, в то время как среди абитуриентов из регионов больше тех, у кого родители имеют среднее или неоконченное высшее образование (табл. 2). В даль-

нейшем планируется изучить, влияет ли уровень образования родителей на образовательные достижения студентов.

Таблица 2

Распределение абитуриентов в зависимости от уровня образования родителей, % (по столбцу)

Уровень образования родителей	Доля абитуриентов из регионов РФ кроме Москвы и МО		Доля абитуриентов из Москвы	
	мать (мачеха) (N = 2542)	отец (отчим) (N = 2325)	мать (мачеха) (N = 2873)	отец (отчим) (N = 2697)
Среднее или неоконченное высшее	15	18	10	10
Высшее образование без ученой степени	78	74	78	74
Высшее образование и ученая степень	7	8	12	16

Примечание. Процент считался от числа абитуриентов, у которых есть хотя бы один родитель.

Источник: данные опроса, проходившего во время подачи абитуриентами заявлений в НИУ ВШЭ, вопрос: «Укажите уровень образования Ваших родителей. Отметьте по каждому столбцу подходящий вариант ответа».

Стратегии подготовки к поступлению в вуз

В связи с недавними изменениями в правилах приема в вуз подготовка абитуриентов перестала быть направленной на сдачу собственных экзаменов вузов и стала сводиться к сдаче экзаменов в формате ЕГЭ либо к участию в олимпиадах, результаты которых принимаются любым российским вузом. Вместе с тем при подготовке абитуриенты по-прежнему используют институты, существующие при конкретных вузах: курсы, преподавателей из этого вуза или репетиторов, которые готовят к поступлению в этот вуз.

Подготовка к поступлению в вуз может рассматриваться как часть стратегии поступления абитуриента. Она исследовалась нами с двух сторон: во-первых, то, к чему абитуриент готовился (ЕГЭ, олимпиада), а во-вторых, то, каким образом он готовился (подготовка в школе, в специализированных центрах вне вузов, с помощью репетиторов, при этом отдельно выделялись репетиторы из ВШЭ и не из ВШЭ, и т.д.).

Выбор стратегии подготовки к поступлению в вуз может зависеть от ситуации, сложившейся в предыдущую приемную кампанию, которая публикуется на сайтах вузов (статистика) и в СМИ. Ситуация прошлого года приема в ВШЭ, в частности, характеризовалась более высокими баллами ЕГЭ у абитуриентов из регионов по сравнению с москвичами, что давало первым больше шансов поступить на бюджетные места (подробные результаты описаны в отчете по ре-

результатам исследования «Мониторинг абитуриентов 2010»³).

Можно предположить, что из-за большой конкуренции при поступлении по результатам ЕГЭ со стороны региональных абитуриентов москвичи, желающие попасть в престижный вуз на бюджетное место, вынуждены менять стратегию своего поступления в вуз и переключаться в основном на подготовку к олимпиадам. Однако результаты обследования «Мониторинг абитуриентов — 2011» не подтверждают эту гипотезу. В целом, абитуриенты в Москве и регионах не различаются по тому, на какой способ вступительных испытаний направлена их подготовка (рис. 1). Преимущественным способом подготовки как для москвичей, так и для региональных абитуриентов является ЕГЭ. А среди абитуриентов из регионов даже выше доля тех, кто ориентирован на поступление в вуз через Всероссийскую олимпиаду школьников: 20% региональных абитуриентов по сравнению с 14% абитуриентов из Москвы. Среди региональных абитуриентов также выше доля тех, кто когда-либо участвовал в заключительных этапах Всероссийской олимпиады школьников: 11% по сравнению с 6% абитуриентов-москвичей⁴.

Однако доли тех, кто при подаче документов в ВШЭ использовал привилегии победителей и призеров олимпиад, среди региональных и московских абитуриентов одинаковы.

Рассмотрим, как выпускники школ готовились к олимпиадам или ЕГЭ. Независимо от места проживания большинство абитуриентов готовились самостоятельно (79% среди региональных абитуриентов, 71% среди москвичей) либо занимались с репетиторами (по 67% и для региональных, и для московских абитуриентов). Однако среди москвичей больше тех, кто посещал какие-либо курсы НИУ ВШЭ или занимался с репетиторами либо преподавателями из ВШЭ, по сравнению с абитуриентами из регионов. Вместе с тем в некоторых регионах доля готовившихся с помощью курсов ВШЭ или преподавателей из ВШЭ относительно высока: 16,1, 14,9 и 14,5% в Уральском, Приволжском и Центральном ФО (за исключением Москвы и МО) соответственно (табл. 3).

Спрос на курсы ВШЭ среди москвичей или абитуриентов из определенных регионов может свидетельствовать о конкурентном преимуществе НИУ ВШЭ в плане подготовки к поступлению в вуз в глазах самих абитуриентов и/или их родителей. Готовясь с

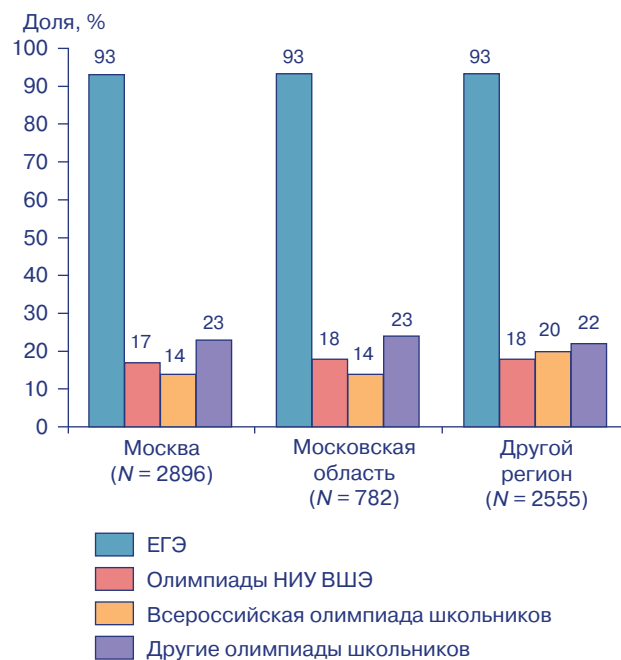


Рис. 1. Способы поступления, на которые была направлена подготовка абитуриентов, в зависимости от региона их проживания (НИУ ВШЭ в Москве), %

Источник: данные опроса, проходившего во время подачи абитуриентами заявлений в НИУ ВШЭ, вопрос: «Укажите, на какие способы поступления в вуз была преимущественно направлена Ваша подготовка? Выберите ВСЕ подходящие варианты ответа».

помощью курсов или преподавателей из ВШЭ, «выпускник» увеличивает вероятность своего поступления в этот вуз, а также диапазон выбора вузов за счет того, что, если он пройдет по баллам в ВШЭ, он тем более сможет быть рекомендованным к зачислению на бюджетное место в вузы с меньшим конкурсом. Кроме того, подготовка на курсах при вузе позволяет абитуриенту уже в школьные годы адаптироваться к обучению в нем, пройти часть материала, который будет изучаться.

Данные опроса подтверждают существование взаимосвязи между долей абитуриентов, готовившихся с помощью курсов НИУ ВШЭ, и привлекательностью ВШЭ для абитуриентов (измеряемой как доля подававших документы только в НИУ ВШЭ либо указавших ВШЭ одним из двух приоритетных вузов; см. табл. 3). Исключение здесь составляет лишь немногочисленная группа абитуриентов из других стран, среди которых высокая доля тех, кто подавал документы только в НИУ ВШЭ, может объясняться различиями в правилах приема иностранных граждан у разных московских вузов. Абитуриенты из Приволжского федерального округа находятся на втором месте по доле подававших заявление только в НИУ ВШЭ. Меньше всего абитуриентов, подававших заявление в НИУ ВШЭ, — среди тех, кто приехал из Южного федерального округа (и среди них одна из самых низких долей посещавших курсы ВШЭ).

Среди абитуриентов, которые отметили, что поступали в другие вузы помимо НИУ ВШЭ, наиболь-

³ Результаты исследования предоставляются по запросу на адрес: cim@hse.ru

⁴ По результатам опроса абитуриентов НИУ ВШЭ в 2011 г., проходившего во время приема документов. Вопрос звучал следующим образом: «Участвовали ли Вы в заключительных этапах Всероссийских олимпиад? Если да, то являетесь ли Вы победителем или призером? Пожалуйста, ответьте про все заключительные этапы Всероссийских олимпиад, в которых Вы участвовали».

Таблица 3

Приоритетность НИУ ВШЭ для абитуриентов в зависимости от региона проживания

Регион проживания абитуриента	Абитуриенты, которые не указали НИУ ВШЭ приоритетным вузом, среди поступавших в два и более вузов		Абитуриенты, поступавшие только в ВШЭ		Готовились к поступлению с помощью курсов и преподавателей НИУ ВШЭ*
	доля от числа абитуриентов региона, %	всего абитуриентов	доля от числа абитуриентов региона, %	всего абитуриентов	
Северо-Западный ФО	24,3	114	10,2	127	7,7
Москва	17,3	2552	12,5	2915	22,5
Московская область	15,2	693	11,8	786	19,3
Южный ФО	14,8	241	8,7	264	5,9
Дальневосточный и Сибирский ФО	13,3	222	10,5	248	7,1
Приволжский ФО	13,0	639	15,8	759	14,9
Уральский ФО	12,2	176	10,2	196	16,1
Другая страна	11,9	120	18,4	147	3,4
Центральный ФО (кроме Москвы и МО)	10,8	640	11,5	723	14,5
Северо-Кавказский ФО	10,3	215	10,8	241	9,8

* Для регионов это доля готовившихся в региональных базовых школах, центрах, интернет-школе НИУ ВШЭ, с помощью региональных курсов НИУ ВШЭ, репетиторов из ВШЭ. Для Москвы и МО — доля готовившихся в базовых школах, на подготовительных курсах факультета довузовской подготовки в Москве, с помощью репетитора/преподавателя из ВШЭ.

Источник: данные опроса, проходившего во время подачи абитуриентами заявлений в НИУ ВШЭ, вопросы: «В какие вузы, помимо ВШЭ, Вы собираетесь подавать (или уже подали) заявление на поступление в этом году?», «В какие вузы Вы хотели бы поступить больше всего? Укажите не более двух приоритетных для Вас вузов среди тех, в которые Вы собираетесь подавать документы (или уже подали документы)»; данные ACAB о регионе проживания.

шая доля тех, кто не выбрал НИУ ВШЭ одним из двух приоритетных вузов, у представителей Северо-Западного федерального округа, где низка доля готовившихся с помощью курсов или преподавателей ВШЭ. На втором месте находятся абитуриенты из Москвы. Наиболее лояльны к НИУ ВШЭ абитуриенты Северо-Кавказского, а также Центрального (за исключением Москвы и МО) федеральных округов, где достаточно высока доля тех, кто готовился, посещая курсы ВШЭ.

Стратегии выбора вуза

Рассмотрев стратегии подготовки абитуриентов к поступлению в вуз, перейдем к стратегиям выбора абитуриентами вуза, места обучения и направления подготовки.

Кто готов платить за свое обучение?

Абитуриенты, которые приезжают из регионов в Москву, как правило, реже готовы оплачивать свое обучение, нежели москвичи. Это хорошо прослеживается по данным об абитуриентах НИУ ВШЭ. Большинство из них (две трети абитуриентов) подают документы только на бюджетное место в ВШЭ. Среди москвичей доля таких абитуриентов ниже: большинство из них подают документы и на бюджетное, и на коммерческое место — это свидетельствует о боль-

шей готовности обучаться на платной основе в случае непоступления на бюджетное место. На наш взгляд, такие различия в стратегиях поступления связаны со значительной дифференциацией доходов в разных российских регионах. Хотя и не строго, но прослеживается тенденция: чем выше средний подушевой доход в регионе, тем меньше доля поступающих только на бюджетные места. Таким образом, можно выделить российские регионы, абитуриенты из которых с большей вероятностью готовы обучаться на платной основе: Дальневосточный и Уральский федеральные округа, Москва, Московская область (табл. 4).

Кроме того, стоит отметить, что абитуриенты из регионов, поступающие на бюджетные места, чаще используют все возможности, подавая документы на три направления подготовки (57%, тогда как среди абитуриентов-москвичей на три направления подавали 45%). Скорее всего, это можно объяснить тем, что региональные абитуриенты стараются поступить прежде всего на бюджетное место, пусть даже и не на самую приоритетную специальность.

Стратегии формирования списка вузов для поступления

Среднее число вузов, в которые абитуриенты НИУ ВШЭ подавали документы, практически не различается для москвичей и приехавших из регионов: и те и другие в среднем подают документы в три вуза. Одна-

Таблица 4

Места, на которые поступали абитуриенты в НИУ ВШЭ, в зависимости от региона их проживания

Регион проживания абитуриента	Поступали в НИУ ВШЭ			Число абитуриентов	Среднедушевой доход в 2009 г.
	только на бюджетные места	только на коммерческие места	и на бюджетные, и на коммерческие места		
Дальневосточный ФО	33	6	61	64	18262,0
Москва	41	6	53	3216	41891,0
Московская область	48	4	49	874	20754,0
Уральский ФО	59	4	37	237	19848,0
Северо-Кавказский ФО	64	1	34	283	11664,5
Северо-Западный ФО	66	4	30	143	17446,0
Сибирский ФО	66	4	30	240	13491,0
Центральный ФО	67	2	31	787	12371,9
Южный ФО	68	3	29	301	12994,6
Приволжский ФО	73	2	25	875	13867,0

Источники: место подачи заявления, регион проживания — данные АСАВ; среднедушевые денежные доходы населения — см. [Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010].

ко эти группы абитуриентов различаются по набору наиболее популярных вузов, куда они относили документы. На рис. 2 представлено распределение вузов, в которые абитуриенты подали или собирались подавать документы на поступление в 2011 г.

Выделяются университеты, в которые абитуриенты НИУ ВШЭ, проживающие в Москве, подавали документы чаще, чем приехавшие из регионов: это Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ), Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Московский государственный лингвистический университет (МГЛУ), Всероссийская академия внешней торговли (ВАВТ), Российская академия народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС). Отчасти это может быть связано с разными профилями, на которые абитуриенты ориентируются при поступлении. Как показывает анализ предпочтительных направлений обучения в ВШЭ, для абитуриентов из регионов и москвичей эти профили достаточно сильно разнятся.

К причинам того, что в МГУ подает документы меньшая доля абитуриентов из регионов, можно отнести наличие внутренних вступительных испытаний.

МГУ <...> Мы туда не стали подавать документы. Там они проводят дополнительное вступительное испытание. А нам некогда в нем участвовать <...> МГУ тоже рассматривался как вариант. Ну, он рассматривался. Потом откинулся (абитуриент факультета бизнес-информатики НИУ ВШЭ, Челябинск).

Абитуриенты, проживающие в других регионах России, кроме Москвы и Московской области, несколько чаще подавали документы в Финансовый университет, а также в Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ). Стоит отметить,

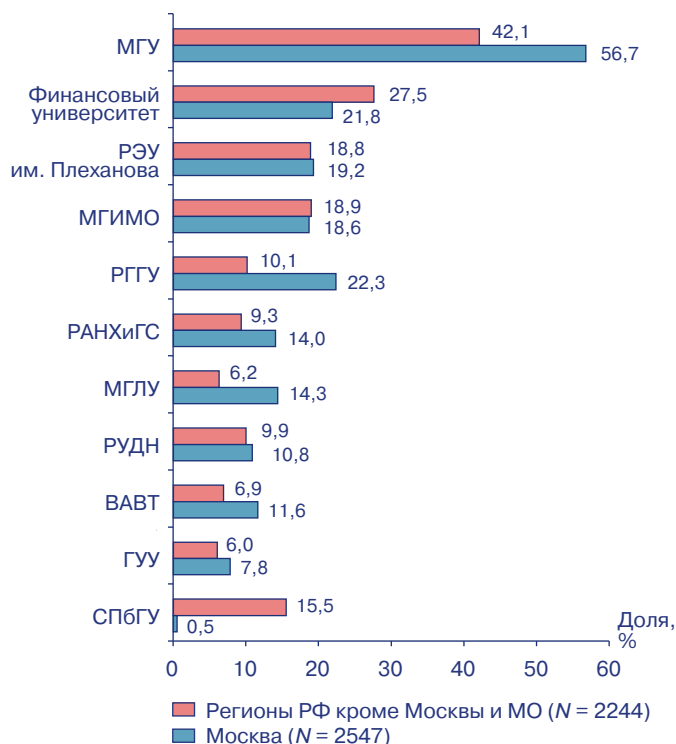


Рис 2. Распределение вузов, в которые подавали документы абитуриенты НИУ ВШЭ, в зависимости от региона проживания, % от поступавших в другие вузы помимо ВШЭ

Примечание. В анализ не включены абитуриенты НИУ ВШЭ из Московской области и из других стран.

Источники: данные опроса, проходившего во время подачи абитуриентами заявлений в НИУ ВШЭ, вопрос: «В какие вузы, помимо ВШЭ, Вы собираетесь подавать (или уже подали) заявление на поступление в этом году?»; данные АСАВ о регионе проживания.

что наибольшее число абитуриентов, подававших документы в СПбГУ, приехали из Приволжского федерального округа (в абсолютном выражении 107 человек). В относительном же выражении (по отношению

к числу абитуриентов из региона) самая высокая доля поступавших в СПбГУ наблюдается среди абитуриентов из Северо-Западного (31,5%), а также Уральского (24,5%) федеральных округов.

На основании этих данных можно сформулировать два предположения. Первое заключается в том, что для большинства абитуриентов из регионов, которые выбирают вузы в других городах, наиболее привлекательными являются Москва и Санкт-Петербург. Второе предположение исходит из того, что региональные абитуриенты НИУ ВШЭ, которые приезжают учиться в Санкт-Петербург, чаще всего поступают в СПбГУ и некоторые другие петербургские вузы, а не в филиал НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге. В связи с этим можно предположить, что филиал ВШЭ в Санкт-Петербурге менее привлекателен для них и не является серьезным конкурентом петербургских вузов. Причины такого выбора интересны, однако их изучение не входит в цели данной статьи.

Критерии выбора вузов

Для выявления стратегий выбора вуза абитуриентами в электронном опросе, который проходил после объявления приказов о зачислении на бюджетные места, абитуриентам НИУ ВШЭ были заданы два вопроса.

1. Вопрос с множественным выбором: Почему Вы решили обучаться в НИУ ВШЭ (а не в другом вузе)/Почему Вы выбрали обучение в указанном вузе?
2. Оценка согласия с суждениями, отражающими стратегии выбора вуза, по пятибалльной шкале (полный список суждений приведен в отчете «Мониторинг абитуриентов — 2011»⁵).

Можно выделить и рассмотреть следующие координаты сопоставления региональных и московских абитуриентов относительно их стратегий выбора вуза (табл. 5–7).

Связи вуза или связи в вузе?

Региональных абитуриентов от московских отличает значимость для первых связей вуза с ведущими компаниями на рынке (возможность прохождения стажировок в этих компаниях). Среди первых доля тех, кто полностью согласился с тем, что для них важны связи вуза с ведущими компаниями, составила 68% (по сравнению с 59% абитуриентов из Москвы). Также среди абитуриентов из регионов больше тех, кто думает, что при трудоустройстве работодатели обращают внимание прежде всего не на то, чему научился студент в процессе обучения, а на то, диплом какого вуза он получил (см. табл. 6). Можно предположить, что *региональные абитуриенты скорее рассматривают вуз как*

«проводника» на рынок труда. Это можно объяснить тем, что в городе, куда приехали учиться студенты из регионов, у них меньше возможностей, чем у местных, которым могут помочь в трудоустройстве родители и другие родственники. Стоит также учитывать, что во многих российских регионах ситуация с трудоустройством значительно хуже, чем в Москве (низкая оплата труда, плохие возможности трудоустройства без «связей», практически отсутствует открытое предложение вакансий). Поэтому для многих абитуриентов, которые едут учиться в Москву, одним из главных мотивов обучения в вузе является возможность хорошего трудоустройства после его окончания.

Для региональных абитуриентов при выборе вуза также более значимыми оказываются связи вуза с зарубежными университетами, научными центрами: для половины из них большое значение при выборе вуза имела предоставляемая вузом возможность обучения за границей, наличие программ двойных дипломов (полностью согласились 52%, тогда как для москвичей эта доля ниже — 46%, см. табл. 6). Возможно, это связано с тем, что региональные абитуриенты не могут позволить себе уехать на учебу за рубеж за счет своих средств, не через вуз. Мы уже ранее отмечали, что в среднем абитуриенты из регионов менее платежеспособны.

Московские абитуриенты характеризуются большей долей тех, кто выбрал вуз, потому что в него пошли учиться друзья. Из распределения ответов на вопрос о причинах выбора того или иного вуза видно, что каждый четвертый абитуриент из Москвы и почти каждый пятый из регионов при выборе вуза обращает внимание на то, где будут обучаться его друзья. Скорее всего, меньшая ориентация региональных абитуриентов на обучение с друзьями вызвана тем, что, уезжая после школы учиться в другой город, они теряют связь с частью друзей, выбравших вузы в каких-то иных городах. В дополнение к сказанному выше, среди москвичей больше доля тех, для кого определяющим при выборе вуза является контингент студентов: 41% московских абитуриентов отметили эту характеристику в качестве одной из причин выбора вуза (тогда как среди региональных абитуриентов доля таких ниже — 33%). Почти половина (42%) абитуриентов из Москвы отмечали в качестве одной из причин выбора вуза дружелюбную атмосферу в вузе, тогда как среди региональных абитуриентов этот показатель ниже (35%).

Прикладной характер обучения или фундаментальная подготовка?

Абитуриенты из регионов более ориентированы на получение конкретных прикладных навыков, которые потом можно использовать в работе, нежели на широкую фундаментальную подготовку. Абсолютное согласие с подобным утверждением высказали 35% абитуриентов из регионов против 30% абитуриентов

⁵ Результаты исследования предоставляются по запросу на адрес: cim@hse.ru

Таблица 5

**Предпочитаемые направления подготовки в ВШЭ для абитуриентов НИУ ВШЭ
из регионов и из Москвы***

Предпочтения региональных абитуриентов ВШЭ	Предпочтения абитуриентов ВШЭ из Москвы
Юриспруденция (подали документы 19% vs 10% москвичей) Международные отношения (подали документы 13% vs 8% москвичей) Статистика (отметили приоритетным 28% vs 16% среди поступавших на это и другие направления) Программная инженерия (подали документы 8% vs 5%; отметили приоритетным 38% vs 33% среди поступавших на это и другие направления) Бизнес-информатика (отметили приоритетным 42% vs 36% среди поступавших на это и другие направления) Прикладная математика и информатика (подали документы 10% vs 7%)	МИЭФ (подали документы 12% vs 6% региональных абитуриентов) Филология (подали документы 9% vs 6% региональных абитуриентов) Фундаментальная лингвистика (подали документы 9% vs 7% региональных абитуриентов) Востоковедение, африканистика (подали документы 8% vs 6%; отметили приоритетным 55% vs 43% среди поступавших на это и другие направления) Культурология (отметили приоритетным 23% vs 9% среди поступавших на это и другие направления) История (отметили приоритетным 31% vs 27% среди поступавших на это и другие направления) Психология (подали документы 6% vs 2% региональных абитуриентов) Математика (отметили приоритетным 46% vs 26% среди поступавших на это и другие направления)

* Вопрос: «Укажите направления обучения, на которые Вы собираетесь подавать документы в НИУ ВШЭ. Если Вы подаете на несколько направлений обучения, расположите их в порядке предпочтительности (первый выбор — наиболее предпочтительное и далее по убыванию предпочтительности)»; данные АСАВ о направлениях обучения.

Источник: данные опроса «Мониторинг абитуриентов», проходившего во время приемной кампании.

из Москвы (см. табл. 7). Скорее всего, это связано с их большей ориентированностью на необходимость успешного трудоустройства после окончания вуза, а также с представлением, что именно получение конкретных прикладных навыков в вузе позволит им добиться успехов на работе.

Вышка — она более такая направленная на практику все-таки <...> Мне это нравится, потому что теория сегодня мало кому нужна, нужна практика (абитуриент факультета медиакоммуникаций НИУ ВШЭ на момент интервью, Уфа).

Этот же вывод подтверждает и то, как распределялись приоритеты абитуриентов относительно направлений обучения в ВШЭ. В целом, региональные абитуриенты в большей степени ориентированы на прикладные программы (особенно юриспруденцию и интернет-технологии), в то время как москвичи — на фундаментальные и гуманитарные науки, а также платную программу МИЭФ (табл. 5). Москвичи выбирают программы с менее очевидной денежной отдачей, что может объясняться их более высоким материальным положением как во время обучения в вузе, так и после его окончания (большинство из них получают значительную материальную поддержку от родителей, обеспечены жильем). Региональным абитуриентам после окончания вуза необходимо иметь относительно высокий доход, поскольку их издержки на проживание возрастают и, как правило, помощь родителей из регионов (с более низким уровнем заработной платы, чем в Москве) не позволяет их покрыть.

Работа — внеучебная жизнь

Как было уже отмечено, для абитуриентов из регионов несколько больший вес имеют факторы, связанные с дальнейшим трудоустройством после окончания вуза. В дополнение к этому, они чаще задумываются о возможностях работы еще во время обучения в вузе: 67 и 61% абитуриентов из регионов и Москвы соответственно отметили, что хотели бы совмещать работу и обучение в вузе. Вместе с тем высока вероятность, что абитуриенты из регионов начнут работу в стенах университета, различных научно-исследовательских лабораториях, поскольку среди них высока доля тех, кто отметил, что им было бы интересно заниматься научными исследованиями и разработками (65%, в то время как среди московских абитуриентов эта доля составляет 55%).

Московские абитуриенты при выборе вуза обращают большее внимание на возможности для внеучебной жизни по сравнению с региональными абитуриентами. Среди них доля выбравших вуз в том числе по этой причине значительно выше и составляет 33%, в то время как среди региональных абитуриентов этот фактор значим для 27%.

Инфраструктура университета: расположение учебного корпуса и общежития

Для абитуриентов из Москвы более значимым при выборе является расположение учебного корпуса: 31% абитуриентов из Москвы и 19% абитуриентов из регионов отметили, что одной из причин выбора учебного заведения для них было более удобное расположение учебного корпуса. Для абитуриентов из

регионов важным фактором выбора является расположение общежития. Среди всей совокупности региональных абитуриентов, которые подавали документы в НИУ ВШЭ, доля выбравших вуз по причине более удобного расположения общежития составляет 20%. А среди тех, кто имел возможность учиться на бюджетном месте в ВШЭ, но выбрал другой вуз, эта доля значительно выше и составляет 44%, в то время как среди тех, кто в итоге был зачислен в НИУ ВШЭ на бюджетное место, доля региональных абитуриентов, указавших расположение общежития в числе других причин выбора, составляет всего 4%. Соответствен-

но, можно сделать вывод, что характеристики общежития, точнее его расположение, являются значимым фактором выбора для региональных абитуриентов. Однако НИУ ВШЭ практически никто не выбирал именно по этой причине. С одной стороны, это хорошо для вуза, поскольку позволяет отсеять студентов, для которых важны «гигиенические» факторы, а не качество обучения, преподавательский состав и т.д. С другой стороны, неудобное расположение общежития может оттолкнуть и сильных абитуриентов из регионов, послужив причиной выбора ими других московских вузов.

Таблица 6

Распределение положительных оценок суждений абитуриентами в зависимости от их региона постоянного проживания, %

Высказывание	Регион РФ (кроме Москвы и МО)		Москва	
	абсолютно согласны	скорее согласны, чем несогласны	абсолютно согласны	скорее согласны, чем несогласны
Я готов(а) прикладывать максимальные усилия, чтобы получить как можно больше знаний в вузе	79	19	74	24
Мне важно, чтобы у вуза были налаженные связи с ведущими компаниями на рынке, возможность прохождения стажировок в этих компаниях	68	28	59	36
Мне важно, чтобы вуз предоставлял возможность обучения за границей, имел программы двойных дипломов	52	38	46	41
В вузе мне важнее получить конкретные прикладные навыки, которые потом пригодятся в работе, нежели широкую фундаментальную подготовку	35	35	30	37
Мне важно, чтобы обучение в вузе можно было совмещать с работой	21	46	17	44
Я считаю, что при трудоустройстве прежде всего важно не то, чему ты научился(ась), а диплом какого вуза ты получил(а)	5	15	4	12
В перспективе мне было бы интересно заниматься научными исследованиями и разработками	24	41	24	31

Примечание. Процент считался от не затруднившихся с ответом в оценке суждения. В таблице представлены только те высказывания, распределения оценок по которым значимо различались для московских и региональных абитуриентов.

Источник: данные он-лайн опроса, вопрос: «Далее последует несколько высказываний о выборе университетов для поступления. Отметьте степень Вашего согласия с каждым из высказываний».

Таблица 7

Распределение всех абитуриентов ВШЭ по характеру причин выбора вуза в зависимости от их региона постоянного проживания, %

Причины выбора вуза	Регион РФ (кроме Москвы и МО)		Москва	
	по всем абитуриентам (N = 793)	был рекомендован в НИУ ВШЭ на бюджет, но выбрал другой вуз (N = 214)	по всем абитуриентам (N = 843)	был рекомендован в НИУ ВШЭ на бюджет, но выбрал другой вуз (N = 181)
Более удобное расположение учебного корпуса	19	34	31	43
Лучше контингент студентов	33	24	41	26
В этом вузе будут учиться мои друзья	18	17	25	27
Более дружелюбная атмосфера вуза	35	23	42	35
Лучше преподавательский состав	41	33	47	40
Более интересная внеучебная жизнь	27	23	33	25
Проходил по баллам/олимпиаде в этот вуз на место, обеспеченное государственным финансированием	41	44	36	38

Окончание табл. 7

Причины выбора вуза	Регион РФ (кроме Москвы и МО)		Москва	
	по всем абитуриентам (N = 793)	был рекомендован в НИУ ВШЭ на бюджет, но выбрал другой вуз (N = 214)	по всем абитуриентам (N = 843)	был рекомендован в НИУ ВШЭ на бюджет, но выбрал другой вуз (N = 181)
У меня была мечта учиться именно здесь	45	50	48	56
Меньшая стоимость обучения	6	2	9	3
Возможность заграничных стажировок	61	47	63	50
Более фундаментальная подготовка по интересующей специальности	47	51	49	54
Легче процесс обучения	4	7	5	10
Лучше языковая подготовка	49	36	50	39
Вуз с большей историей и репутацией	54	73	55	78
Наличие интересующей специальности	57	56	56	52%
Более подходящий профиль вуза	38	43	38	48
Более удобное расположение общежития	20	44	0	0

Примечание. В таблице представлены только те варианты ответа, распределения которых значимо различались для московских и региональных абитуриентов.

Источник: данные он-лайн опроса, вопрос «Почему Вы решили обучаться в НИУ ВШЭ (а не в другом вузе). Отметьте все подходящие варианты ответа» или «Почему Вы выбрали обучение именно в этом вузе. Отметьте все подходящие варианты ответа».

Выводы

В статье рассмотрены лишь некоторые аспекты стратегий подготовки к поступлению и выбора вуза московскими и региональными абитуриентами, в частности, готовность оплачивать обучение, особенности формирования набора вузов, способы подготовки к поступлению в вуз, критерии выбора университета. Данный вопрос требует дальнейшего изучения не только в НИУ ВШЭ, но и в других вузах. Однако уже сейчас можно сформировать некоторые рекомендации для НИУ ВШЭ по более успешному продвижению вуза для региональных и московских абитуриентов.

По характеру причин выбора вуза региональных абитуриентов от московских отличает значимость для первых связей вуза как с ведущими компаниями на рынке труда, так и с зарубежными университетами и научными центрами. Кроме того, региональные абитуриенты более убеждены в значимости диплома (а не полученных знаний) при трудоустройстве. Абитуриенты из регионов чаще задумываются о возможностях работы во время обучения в вузе и перспективах участия в научно-исследовательской деятельности. Для московских абитуриентов при выборе вуза большее значение придается тому, где будут обучаться их друзья, существуют ли возможности для внеучебной жизни, какой контингент студентов учится в этом вузе.

Что касается предпочтительных направлений обучения, абитуриенты из регионов более ориентированы на получение конкретных прикладных навыков, которые потом можно использовать в работе, нежели на широкую фундаментальную подготовку. Такие направления обучения, как юриспруденция, международные отношения, бизнес-информатика,

программная инженерия, статистика, расцениваются региональными абитуриентами как приоритетные направления обучения. Москвичи в качестве приоритетных направлений обучения отмечали, скорее, фундаментальные науки и гуманитарные направления: востоковедение, историю, математику, филологию, психологию, культурологию, а также платную программу МИЭФ.

Что касается коммерческой формы обучения, абитуриенты из регионов реже готовы платить за свое обучение в НИУ ВШЭ. Для региональных абитуриентов более привлекательна возможность поступления на бюджетные места, поскольку средний уровень дохода в российских регионах намного ниже московского. Следовательно, для них важно подчеркнуть прозрачность процедуры поступления, то, что поступить на бюджетное место реально и стоит пробовать свои силы. Проведенные в июле 2011 г. фокус-группы с абитуриентами ведущих московских вузов показали, что многими выпускниками школ НИУ ВШЭ воспринимается как недоступный и блатной вуз. Во-первых, этому способствует высокая популярность экономической направленности вуза:

В школу сложнее попасть, чем в МГУ, там экономика и туда все стремятся (фокус-группа с абитуриентами, поступающими на факультет социологии).

У абитуриентов создается впечатление, что из-за высокой популярности НИУ ВШЭ в него стремятся попасть в первую очередь абитуриенты с хорошими связями, что делает вуз недоступным для обычных выпускников школ. Этому негативному образу ВШЭ

способствует и то, что отбор в вуз идет только по результатам олимпиад и ЕГЭ. С точки зрения абитуриентов это создает условия для махинаций, поскольку в ситуации, когда большое число абитуриентов удовлетворяет высоким требованиям, становится непонятно, как проводится конкурсный отбор. К тому же, этому способствуют негативные образы ЕГЭ и олимпиад, которые в регионах часто коррумпированы.

Конечно, понятно, что у людей, которые поступают в Высшую школу экономики, если они в состоянии платить 400 тысяч в год, то, скорее всего, у них обширные связи. МГУ, мне кажется, менее взяточный и рейтинговый. Допустим, у меня кто более обеспеченные люди — они идут в МГИМО и Вышку (фокус-группа с абитуриентами, поступающими на факультеты экономики, менеджмента и не желающими поступать в НИУ ВШЭ).

Для абитуриентов из Москвы более значимым при выборе является расположение учебного корпуса, а для региональных абитуриентов — расположение общежития. Менее удобное расположение общежития у ВШЭ по сравнению с другими московскими вузами нередко становится причиной отказа абитуриента, рекомендованного к зачислению на бюджетное место, от обучения в НИУ ВШЭ. Почти половина региональных абитуриентов, которые имели возможность учиться на бюджетном месте в ВШЭ, но ушли в другой вуз, указали в качестве одной из причин своего выбора более удобное расположение общежития. Необходимо обратить внимание региональных абитуриентов на другие важные и привлекательные для них характеристики — возможно, это сможет компенсировать неудобства, связанные с расположением общежития. Следовательно, при презентации НИУ ВШЭ аудитории региональных абитуриентов необходимо подчеркнуть перспективы хорошего трудоустройства после окончания вуза, возможности работы в лабора-

ториях во время обучения в ВШЭ (что потом поможет и при трудоустройстве в бизнесе), а также больше рассказывать о программах информационных технологий, юриспруденции, международных отношений и статистики.

Поскольку у московских абитуриентов, как правило, выше достаток, им следует больше рассказывать о платных программах, скидках при обучении и программе МИЭФ. Для них стоит также сделать акцент на атмосфере вуза, контингенте студентов, возможностях для внеучебной активности, поскольку именно эти факторы важны им при выборе вуза.

Среди региональных абитуриентов, как правило, меньше доля тех, кто контактировал с представителями НИУ ВШЭ до подачи заявления в вуз, готовился в специализированном центре НИУ ВШЭ или на подготовительных курсах. С одной стороны, есть аргументы в пользу того, чтобы расширить аудиторию, вовлеченную в этот контакт, поскольку это формирует лояльность к вузу, готовит школьников к будущему обучению в вузе. С другой стороны, необходимо изучить спрос на подобные подготовительные центры со стороны отдельных регионов. Возможно, более эффективной формой расширения контактов будет увеличение числа встреч представителей НИУ ВШЭ со школьниками различных регионов.

Источники

Profile of Non-Direct Entrants to Ontario's Colleges, 2008; <http://www.collegesontario.org/research/school-college-transition.html>

Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010: стат. сб. М.: Росстат, 2010. Р32.

Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2003.

Bowen W.G., Chingos M.M., McPherson M.S. Crossing the Finish Line: Completing College at America's Public Universities. Princeton: Princeton University Press, 2009.

Л. Камальдинова,
стажер-исследователь ЦВМ

Портрет абитуриента магистратуры НИУ ВШЭ 2011 г.

Аннотация. Статья посвящена результатам опроса в рамках Мониторинга абитуриентов магистратуры, который проходил в июне-июле 2011 г. во время приемной кампании¹. Приводятся основные характеристики приема в магистратуру 2011 г., а также данные по академической активности, смене специальности, главным конкурентам ВШЭ в области магистерского образования. Основной акцент приведенного в статье анализа сделан на сравнении данных по абитуриентам ВШЭ в Москве и филиалах; рассмотрен также срез по абитуриентам, подавшим документы на различные направления обучения в ВШЭ (Москва)².

Ключевые слова: исследование абитуриентов, филиалы, магистерские программы.

Опрос поступающих в ВШЭ проходит во второй раз, и в этом году он был расширен — количество опрошенных в Москве значительно приблизилось к объему генеральной совокупности: в исследовании участвовали 2137 абитуриентов, т.е. 87% от общего числа поступавших. Кроме того, впервые исследование проводилось в филиалах ВШЭ. На вопросы анкеты ответили 115 абитуриентов в Перми (75% от общего числа поступавших), 210 абитуриентов в Нижнем Новгороде (87% от общего числа поступавших), 88 абитуриентов в Санкт-Петербурге (43% от общего числа поступавших).

В этом году в опросе были затронуты те же темы, что и в прошлом, — социально-демографические характеристики абитуриентов, академическая активность, процесс поступления, вузы-конкуренты ВШЭ в сфере магистерского образования, встречаемость рекламных сообщений о НИУ ВШЭ и посещение мероприятий ВШЭ, организуемых для абитуриентов магистратуры. Тем не менее были включены и новые сюжеты — альтернативный спрос (какие магистерские программы ВШЭ абитуриенты рассматривали помимо той, на которую подали документы), соответствие полученной специальности на предыдущей ступени образования той, на которую абитуриент подал документы в ВШЭ. Анкеты для поступающих в НИУ

ВШЭ (Москва) и для поступающих в филиалы не различались.

Общие характеристики приема-2011

На рис. 1 показаны распределения абитуриентов ВШЭ в Москве по основным характеристикам: полу; возрасту; году окончания предыдущей ступени образования; вузу, выпускником которого является абитуриент; региону, где абитуриент окончил вуз (вузы Московской области относятся к региональным вузам); а также результаты поступления. При подготовке данных использовалась как информация основного опроса абитуриентов, так и информация из базы АСAB. На рис. 2 отражено распределение абитуриентов по направлениям обучения в магистратуре ВШЭ. Схема на рис. 3 показывает распределение абитуриентов по трем группам в соответствии со степенью участия в Олимпиаде НИУ ВШЭ для студентов и выпускников вузов, указана также доля участников зимних школ в этих группах (доля посчитана от общего числа абитуриентов).

Академическая активность

Для измерения уровня академической активности мы выбрали два индикатора. Первый индикатор — участие в таких научных мероприятиях³ 2010–2011 гг., как различные научные конференции (международные, российские, конференции в вузе, который окончил абитуриент), выездные школы, всероссийские студенческие конкурсы и олимпиады. Другой показатель — наличие у абитуриента публикаций⁴ в студенческих сборниках, научных журналах и монографиях или других научных изданиях. Результаты опроса позволяют сравнить показатели академической активности абитуриентов ВШЭ в Москве и филиалах в Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге и Перми. В целом можно сказать, что уровень академической активности всех абитуриентов довольно высок. Тем не менее в Москве и филиалах он различается. На рис. 4 сравнивается уровень академической активности

¹ Мы выражаем благодарность сотрудникам Приемной комиссии ВШЭ в Москве и в филиалах, которые оказали помощь в сборе данных для исследования.

² Из анализа были исключены направления, на которые подали документы небольшое число абитуриентов, — «история» и «математика».

³ Вопрос анкеты: «Укажите, в каких научных мероприятиях и сколько раз Вы участвовали в 2010–2011 гг.».

⁴ Вопрос анкеты: «Есть ли у Вас научные публикации? Если да, то укажите их количество».



Рис. 1. Общие характеристики приема 2011 г.



Рис. 2. Число поданных заявлений на направления обучения в ВШЭ, % от общей численности абитуриентов



Рис. 3. Участие абитуриентов в Олимпиаде и зимних школах НИУ ВШЭ

абитуриентов ВШЭ в Москве и филиалах. Наибольшие показатели наблюдаются в Санкт-Петербурге (66% абитуриентов участвовали в научных мероприятиях, 50% имеют хотя бы одну публикацию), также они достаточно высоки и в Перми (56 и 49% соответственно). Меньше всего в академическую деятельность, судя по выбранным индикаторам, вовлечены поступающие в филиал в Нижнем Новгороде (46 и 30% соответственно).

Индикаторы академической активности по абитуриентам ВШЭ в Москве в целом не показывают какой-либо значимой динамики по сравнению с опросом 2010 г. Тем не менее, если рассматривать срез по направлениям обучения в ВШЭ, то доля принимавших участие в научных мероприятиях уменьшилась на направлениях «государственное и муниципальное управление» (с 76% в 2010 г. до 61% в 2011 г.), «бизнес-информатика» (с 74 до 66%) и «прикладная математика и информатика» (с 56 до 50%). В то же время активность участия в научных мероприятиях повысилась на направлениях «журналистика» (с 61 до 72%), «политология» (с 61 до 74%) и «международные отношения» (с 74 до 84%)⁵.

Направления подготовки, на которые подавали документы поступающие, можно условно разделить на три группы в зависимости от доли принимавших участие в научных мероприятиях и доли имеющих хотя бы одну научную публикацию (рис. 5). В первую группу входят направления «прикладная математика и информатика», «менеджмент» и «экономика» (последние два — наиболее многочисленные среди на-

⁵ Заметим, что динамику по наличию научных публикаций рассматривать нельзя, так как вопросы задавались в различных форматах.



Рис. 4. Уровень академической активности поступающих в ВШЭ (Москва) и филиалы

правлений). Это направления, характеризующиеся наименьшими (по сравнению с другими группами) показателями: научные публикации имеют от 27 до 31% поступающих, в научных мероприятиях принимали участие от 50 до 56% абитуриентов.

Во вторую группу вошли такие направления, как «юриспруденция», «философия», «государственное и муниципальное управление», «психология», «социология» и «бизнес-информатика». Абитуриентам данных направлений свойственны средние значения показателей публикационной активности (публикации имеют 38–45% поступающих) и участия в мероприятиях (от 56 до 66%).

Третья группа направлений менее однородна по показателям академической активности по сравнению с предыдущими группами. В нее вошли такие направления подготовки, абитуриенты на которых

достаточно сильно вовлечены в академическую деятельность (имеют высокие показатели по всем индикаторам): в мероприятиях участвовали не менее 69% опрошенных, а публикации имеют 38–68% абитуриентов. Наиболее сильно выделяются направления «культурология», «программная инженерия» и «международные отношения».

Соответствие выбранного направления обучения полученной специальности

В опросе этого года большее внимание было уделено смене специальности абитуриентами при поступлении в магистратуру. Это не только позволяет лучше понять, какие абитуриенты приходят в магистратуру, но и дает возможность оценить, какова доля поступающих подает документы на отличающееся от

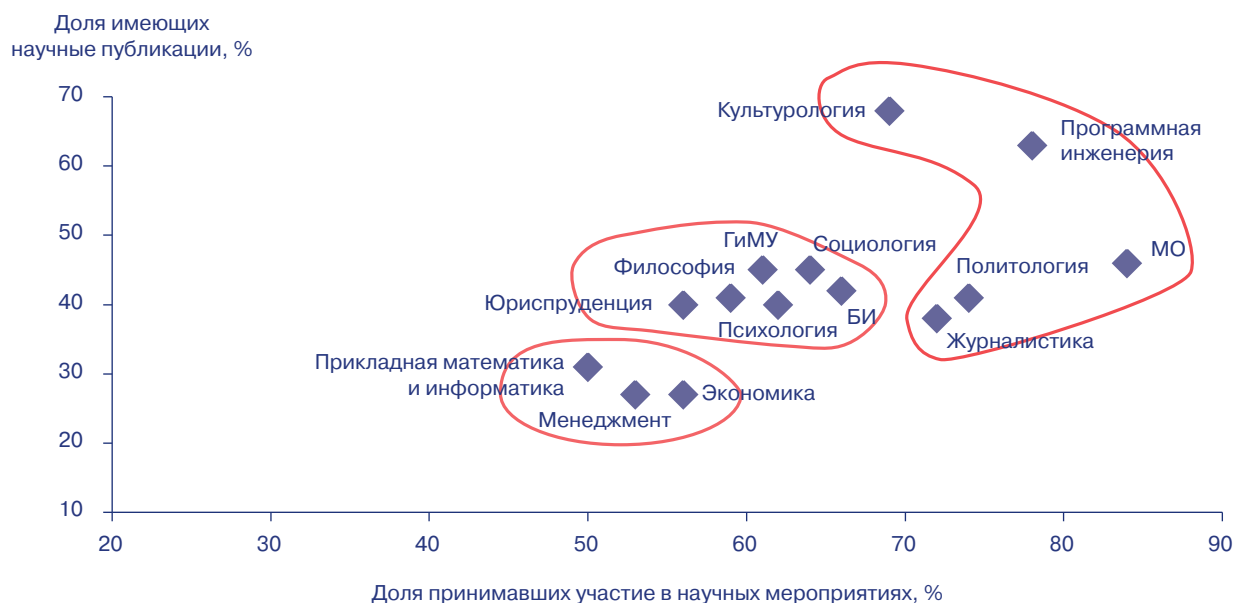


Рис. 5. Уровень академической активности абитуриентов различных направлений подготовки ВШЭ в Москве

полученной специальности направление обучения. Это важный показатель, поскольку данная группа первокурсников магистратуры довольно специфична. Большая доля первокурсников, сменивших при поступлении в магистратуру специальность, может повлечь за собой ряд проблем в дальнейшем образовательном процессе — как для самих обучающихся, так и для преподавательского состава (введение адаптационных курсов для «новичков», возвращение к более простому материалу при чтении основных курсов и др.).

В этом году для оценки доли сменивших специальность использовались два показателя: 1) субъективная оценка абитуриентом соответствия направления обучения полученной ранее специальности (вопрос анкеты: «Соответствует ли полученная Вами специальность той специальности, на которую вы подали?»); 2) «объективная» оценка — соотношение специальности, указанной в дипломе абитуриента, и направления обучения, на которое поступающий подал документы. Второй показатель использовался только при анализе данных о поступающих в Москве.

Около 76% абитуриентов ВШЭ в Москве подали документы на направление обучения, которое полностью или частично соответствует полученной специальности, остальные абитуриенты сменили направление обучения.

Что можно сказать о поступающих в магистратуру филиалов ВШЭ? Большинство, как и в Москве, предпочитают продолжить образование по уже полученной специальности или по схожему с ней направлению обучения. Тем не менее довольно высока и доля сменивших специальность (частично или полностью) — в Нижнем Новгороде она достигает 25%, в Санкт-Петербурге и Перми несколько меньше (рис. 6).

В одном из предыдущих выпусков «Мониторинга университета» (2011, № 5) нами рассматривались две

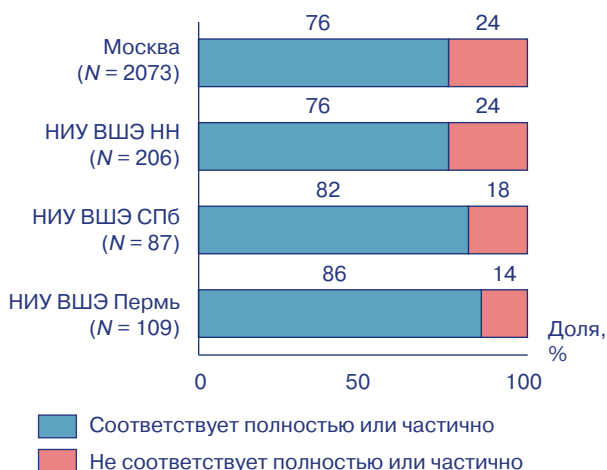


Рис. 6. Соответствие направления обучения ранее полученной специальности абитуриентов ВШЭ (Москва) и филиалов. Вопрос анкеты: «Соответствует ли полученная Вами специальность той специальности, на которую вы подали?»

группы абитуриентов ВШЭ в Москве — выпускники Вышки и выпускники других вузов, которые решили поступать в ВШЭ. Одним из главных выводов было то, что стратегии выбора магистерской программы среди данных групп значительно различаются. Так, для выпускников ВШЭ магистратура — это прежде всего продолжение образовательной траектории (бакалавриат — магистратура), тогда как выпускники других вузов стремятся сменить специализацию, получить дополнительное образование в новой для них сфере — магистратура рассматривается ими как аналог второго высшего или дополнительного образования. Результаты «Мониторинга абитуриентов — 2011» позволяют подтвердить этот вывод на более точных данных, а также несколько дополнить его.

Действительно, из рис. 7 видно, что выпускники ВШЭ в 2 раза чаще, чем выпускники других вузов, указывали, что направление обучения, на которое они подали документы, полностью соответствует полученной специальности. Вероятно, это выпускники, продолжившие образование в магистратуре своего же факультета, где они окончили бакалавриат или специалитет. Доля сменивших специальность (частично или полностью) среди выпускников других вузов значительно больше.

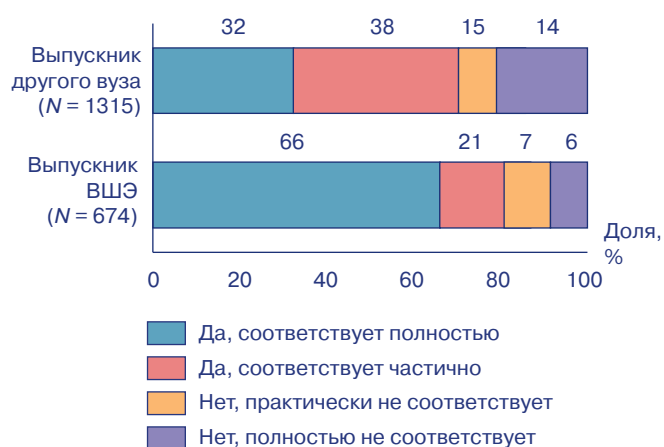


Рис. 7. Соответствие направления обучения ранее полученной специальности выпускников ВШЭ и других вузов (абитуриенты ВШЭ в Москве). Вопрос анкеты: «Соответствует ли полученная Вами специальность той специальности, на которую вы подали?»

Рассмотрим теперь срез по направлениям обучения. Для каждого направления укажем долю поступающих, сменивших специальность (частично или полностью), и продолжающих образование по полученной специальности (частично или полностью). Исходя из данных, приведенных выше, справедливо предположить, что на направлениях с большим числом абитуриентов из других вузов доля сменивших специальность будет велика.

На рис. 8 приведен список направлений обучения в магистратуре ВШЭ, для каждого из них указаны два показателя: доля абитуриентов, сменивших

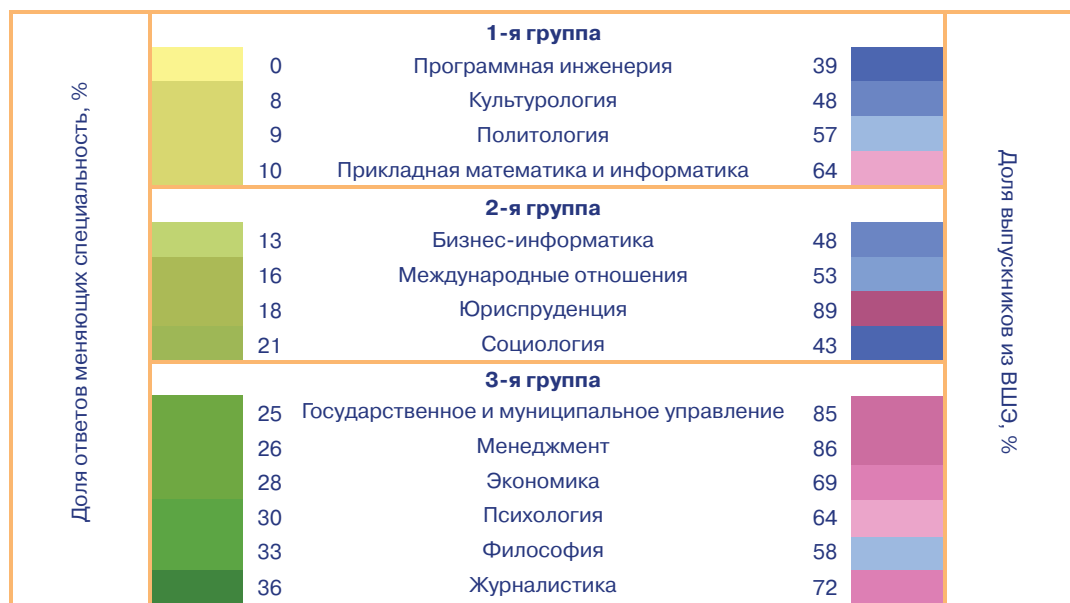


Рис. 8. Доля полностью или частично сменивших специальность и доля выпускников других вузов по направлениям обучения в ВШЭ

специальность, и доля абитуриентов, окончивших не ВШЭ. Данные отсортированы по возрастанию доли сменивших специальность. Схема частично подтверждает нашу гипотезу, но есть направления, на которых при большой доле желающих сменить специальность высока доля выпускников бакалавриата ВШЭ. Прежде всего необходимо отметить, что направления подготовки неоднородны и приведенные показатели значительно различаются в зависимости от направления. Так, доля выпускников других вузов колеблется от 39% на программной инженерии до 89% на юриспруденции, а доля сменивших специальность — от 0% на программной инженерии до 36% на журналистике. По второму показателю все направления обучения можно условно разделить на три группы.

Первая группа направлений, где доля сменивших специальность наименьшая (не превышает 10% абитуриентов на направлении), действительно, подтверждает нашу гипотезу: доля выпускников других вузов здесь ниже среднего по ВШЭ (66%). В данную группу попали три направления обучения, которые можно назвать специфическими — «программная инженерия», «культурология» и «прикладная математика и информатика». Кроме них в группу вошло и направление «политология».

Во вторую группу попали направления, где доля сменивших специальность колеблется в пределах 13–21%. Для направлений «бизнес-информатика», «международные отношения» и «социология» доля поступающих из других вузов невелика — значительно ниже среднего значения. На их фоне выделяется направление «юриспруденция», где почти 90% поступающих окончили не ВШЭ. Вероятно, причина этого в том, что подготовка студентов на факультете права ВШЭ

проходит в формате специалитета, а не бакалавриата, и выпускники не стремятся продолжать обучение в магистратуре, считая свою подготовку достаточной для дальнейшей работы по специальности.

Особый интерес представляет анализ направлений из третьей группы. Некоторые из них — «государственное и муниципальное управление», «менеджмент» — подтверждают наше предположение о связи числа «внешних» абитуриентов и доле сменивших специальность. Если говорить о направлении «менеджмент», то 18% поступающих получили экономическое образование, еще 31% специализировались в других областях, таких как прикладная математика и информатика, филология, социальные науки и др. На направление «государственное и муниципальное управление» приходят абитуриенты из различных областей — здравоохранения (16%), экономики (13%), архитектуры и строительства (13%), менеджмента (11%) и др. Примечательно, что строго по специальности в данной сфере продолжают обучаться лишь 11% поступающих — меньше, чем на других направлениях.

Большая доля сменивших специальность на направлениях «философия» и «психология» также определяется за счет «внешних» абитуриентов. А вот направления «экономика» и в особенности «журналистика», помимо абитуриентов из других вузов, привлекают и выпускников ВШЭ, получивших образование в другой сфере. Среди выпускников ВШЭ, подавших документы на магистерские программы экономического профиля, 12% окончили предыдущую ступень образования по другому профилю. На «журналистике» эта доля выше и составляет около 27%, однако необходимо отметить, что и число поступающих на это направление меньше.

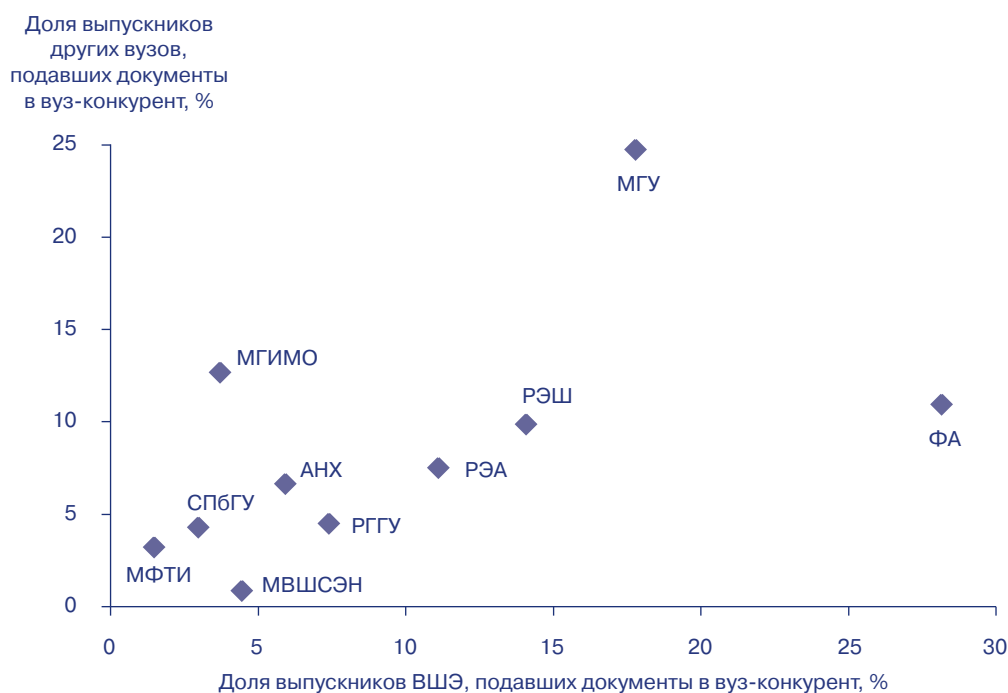


Рис. 9. Вузы, в которые выпускники ВШЭ и других вузов также подавали документы

Вузы-конкуренты в области магистерского образования

Основной список вузов-конкурентов ВШЭ в Москве не претерпел изменений по сравнению с прошлым годом. Тем не менее наблюдаются некоторые различия в том, какие вузы дополнительно рассматривают «внешние» абитуриенты, а какие — выпускники ВШЭ⁶. На рис. 9 показаны вузы-конкуренты ВШЭ в зависимости от того, какая доля выпускников ВШЭ (по горизонтали) и какая доля выпускников других вузов (по вертикали) рассматривали их при выборе. Такие вузы, как МГУ им. М.В. Ломоносова, Российская экономическая школа, Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова и ряд других, выбирают в равной степени абитуриенты двух групп, тогда как Финансовая академия является основным конкурентом ВШЭ для выпускников нашего университета (почти треть говорит о возможности обучения в магистратуре академии), а МГИМО чаще рассматривается выпускниками других вузов.

Заключение

В 2011 г. на магистерские программы очной формы обучения в ВШЭ в Москве подали документы 2456 человек. Из них 61% стали студентами ВШЭ, 36% не поступили, 3% успешно прошли вступительные испытания и могли стать студентами ВШЭ, но отказались

от обучения. Среди всего количества абитуриентов выпускники ВШЭ (Москва) составили около трети (32%). Еще около 2% приходится на выпускников филиалов ВШЭ в Нижнем Новгороде, Перми и Санкт-Петербурге.

Что касается показателей академической активности абитуриентов, то по сравнению с другими кампусами ВШЭ доля участвующих в научных мероприятиях и имеющих научные публикации невелика в Нижнем Новгороде; в Санкт-Петербурге, напротив, показатели академической активности довольно высоки. В НИУ ВШЭ в Москве наиболее вовлеченными в академическую деятельность оказались абитуриенты направлений «культурология», «программная инженерия», «международные отношения» и — несколько в меньшей степени — «политология» и «журналистика».

В «Мониторинге абитуриентов магистратуры — 2011» более подробно был рассмотрен вопрос о смене специальности выпускниками вузов при поступлении в магистратуру. После проведения мониторинга 2010 г. было сделано предположение, что стратегии выбора магистерской программы у абитуриентов, окончивших ВШЭ, и выпускников других вузов значительно различаются. В целом это предположение подтверждается данными мониторинга 2011 г., хотя есть ряд направлений обучения, которые выбиваются из общего «правила». На таких направлениях, как «государственное и муниципальное управление», «менеджмент», «экономика», «психология», «философия» и «журналистика», доля сменивших специальность превышает 25%, что больше, чем на других направлениях обучения ВШЭ.

⁶ Вопрос анкеты: «Если Вы рассматривали варианты поступления в магистратуру других вузов, помимо НИУ ВШЭ, укажите их».

ИНФОРМАЦИЯ О ЦВМ

Центр внутреннего мониторинга НИУ ВШЭ

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, 20,
каб. 428-К

Тел.: 8 (495) 772-9590, доб. 1686

e-mail: cim@hse.ru; <http://cim.hse.ru>

Научный руководитель ЦВМ —
Радаев Вадим Валерьевич

Главный редактор бюллетеня «Мониторинг
университета» — *Чириков Игорь Сергеевич*

Редколлегия: *Правдина Мария Александровна,*
Груздев Иван Андреевич, Филиппова Дарья
Сергеевна

При перепечатке ссылка на бюллетень обязательна.

© Центр внутреннего мониторинга Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики», 2011

© Оформление. Издательский дом Высшей школы экономики, 2011

Формат А4. Тираж 200 экз. Заказ №