

УДК 311.21

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РЕЙТИНГОВ ВУЗОВ НА МОТИВАЦИЮ АБИТУРИЕНТОВ

© 2013 г.

И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

pr@unn.ru

Поступила в редакцию 06.11.2013

Анализируются основные тенденции развития системы высшего образования в современной России, нацеленной на формирование новой инновационно-ориентированной личности, специалиста, обладающего широким набором знаний и компетенций, имеющего навыки непрерывного обучения. Выявлены причины, факторы и критерии, которые оказывают решающее влияние на выбор вуза. Проведен анализ узнаваемости и влияния рейтингов вузов на мотивацию. В качестве эмпирической базы в статье раскрываются основные положения и результаты социологического исследования, проведенного в ННГУ им. Н.И. Лобачевского (Нижний Новгород) в приемную кампанию 2012 года.

Ключевые слова: вуз, рейтинг, конкурентоспособность, ННГУ им. Н.И. Лобачевского, социологический анализ, мотивация, абитуриенты, реклама вуза, бренд вуза, выбор вуза.

Введение

В последнее время все большее значение придается качеству не только образования, но и исследовательской работы ведущих вузов, их вкладу в решение основных глобальных проблем человечества. При этом главной задачей высшего образования является оказание помощи своим регионам в выравнивании и ускорении экономического развития, в борьбе с бедностью и социальным неравенством.

Международные рейтинги вузов традиционно воспринимаются как важная составляющая оценки экономического развития и сравнения достижений высшего образования различных стран мира.

Поддержка высшего образования всегда сочетается с двойными требованиями к нему. С одной стороны, общество заинтересовано в системе массового высшего образования для большого количества студентов, а с другой – оно всегда стремится создавать условия для университетов мирового класса.

Университет мирового уровня может иметь различные концепции и не быть совершенным во всех сферах деятельности, тем не менее он всегда должен служить эталонной моделью для других вузов. Это касается не только научно-исследовательской деятельности, но и других сфер, таких как этика поведения, соблюдение демократических и прозрачных принципов набора студентов, практика карьерного роста сотрудников.

История высшего образования свидетельствует, что учебное заведение мирового класса не

может быть создано по распоряжению сверху. Большинство таких учебных заведений развивались постепенно, на протяжении продолжительного времени, культивируя связи с научными сообществами, поддерживая инициативы в области преподавания и исследований.

С учетом потребностей общества, рынка труда и причин, связанных с принятием решений, возникает необходимость проведения оценки деятельности университетов.

Одним из подходов, связанных с «качественным вызовом», является определение рейтингов и составление списков ведущих университетов с соответствующей методологией и процедурой для отображения сравнительного состояния учебных заведений в целом или определенных сфер их деятельности.

Довольно часто высказывается мысль, что высшие учебные заведения должны сотрудничать и конкурировать между собой в области качества. Обмен передовым опытом как инструмент самоусовершенствования для заведений, сочетающий преимущества улучшения качества главным образом на основании внутренней оценки, хорошо вписывается в дух сотрудничества. С другой стороны, рейтинги прежде всего стимулируют конкуренцию между высшими учебными заведениями на национальном и международном уровнях, в последнем случае способствуя становлению так называемого университета мирового класса.

В целом можно сказать, что к целям определения рейтингов относятся:

– предоставление общественности информации относительно вузов для принятия решения

на индивидуальном или групповом уровне (это потенциальные студенты, родители, политики, фонды, работодатели и т.д.);

- развитие конкуренции;
- рост стимулирования развития центров усовершенствования;
- предоставление дополнительного обоснования для выделения средств.

В последние годы значительно увеличивается количество международных и национальных рейтингов, а также повышается их значимость для функционирования высших учебных заведений на уровне системы высшего образования в целом и отдельного учебного заведения в частности.

Важная роль рейтингов и внимание, которое им уделяется со стороны университетов, обуславливают необходимость тщательно выбирать методы их определения. Поэтому те, кто проводит и обнародует рейтинги, должны осознавать, что они рискуют своей репутацией, если в таблицах рейтингов будут какие-либо ошибки.

В этом контексте группа экспертов и разработчиков университетских рейтингов, известная как международная группа экспертов по проведению рейтингов (International Ranking Expert Group (IREG)), инициировала в мае 2006 года разработку основных определяющих принципов (так называемых Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions).

Таким образом, глобальные рейтинги вузов уже плотно влились в жизнь университетов и национальную политику многих стран, став заметным фактором рынка образовательных услуг.

Между тем определить, какое из высших учебных заведений лучше, а какое – хуже, по ряду причин представляется проблематичным. Если речь идет об университетах разных стран, то оценка их качества дополнительно осложняется. В связи с этим во многих странах разворачивается большая работа, связанная с составлением глобальных рейтингов университетов, призванных информировать общественность, по крайней мере, о самых лучших вузах мира. В настоящее время можно говорить о настоящей «рейтинговой лихорадке», которая, похоже, близка к апогею.

Рассмотрим рейтинг агентства QS. Данный рейтинг является глобальным исследованием высших учебных заведений мирового значения по показателю их достижений в области образования и науки. Рассчитан по методике британской консалтинговой компании Quacquarelli Symonds (QS). Считается одним из наиболее влиятельных глобальных рейтингов университетов. Разработан в 2004 году Quacquarelli Symonds совместно с британским изданием

Times Higher Education (с 2010 года реализуется без участия Times Higher Education).

Первая сотня вузов в рейтинге QS относительно стабильна. Одни вузы выбывают, уступая места другим, но не более 10%. Случаев быстрого перемещения из третьей-четвертой сотни в первую практически нет. При этом имеется возможность для вузов развивающихся стран поэтапного вхождения в первую сотню, где на сегодня подавляющее большинство вузов составляют учебные заведения Европы и Северной Америки. В то же время в топ-100 рейтинга QS присутствуют китайские, южнокорейские и тайваньские университеты, а во вторую сотню входят вузы из Малайзии, Бразилии и Мексики.

В топ-100 другого авторитетного мирового рейтинга THE агентства Thomson Reuters, выпускающего данный рейтинг совместно с издательским домом The Times Higher Education, также присутствуют вузы развивающихся стран: два китайских и два корейских вуза. Но прецедентов вхождения в мировые рейтинги сразу пяти вузов одной развивающейся страны история еще не знала. Тем не менее именно такая задача является ключевой для Министерства образования и науки РФ и рассматривается как отдельный крупномасштабный глобальный проект, который должен стать рычагом институциональных преобразований ведущих вузов России.

В связи с этим разрабатывается соответствующая программа. Первичный отбор составит 15 российских вузов. На втором этапе останется семь-восемь вузов, с которыми будет вестись дальнейшая работа.

И это не простой рабочий конкурс по итогам выполнения программы развития вуза, а конкурс реальных действий управленческих команд в области кадровой политики, реформы механизмов и моделей управления университетом, направленный на дальнейшую перспективу вхождения вузов в топ-100 мирового рейтинга QS.

По мнению Национального агентства научно-технологического развития Таиланда, рейтинги вузов должны стать более похожими на рейтинги кредитных агентств и банков. Последние, как известно, учитывают прежде всего качество работы, а не формальное положение в рейтинговой таблице.

Анализ как самих рейтингов, так и мотивации абитуриентов как потребителей образовательных услуг создает основания для корректировки учебных программ, совершенствования управления образовательным процессом и для совершенствования всей политики вуза, направленной на разработку методов поиска абитуриентов и на привлечение потенциальных студентов.

Мотивация получения высшего образования занимает одно из ведущих мест в структуре личности [1, с. 7]. Изменения системы высшего образования являются следствием происходящих в жизни нашей страны реформ и новых требований ко всем сторонам общественной деятельности. При этом все более актуальной становится проблема целеполагания образования. Быстрота и глубина изменений, происходящих во внешней среде, побуждают вузы к поиску новых идей, построению систем и структур управления, адекватных требованиям рынков труда и образовательных услуг.

Анализ образовательных потребностей и мотиваций профессионального выбора абитуриентов в условиях ранжирования вузов служит инструментом для выявления изменений, происходящих в отношении перспектив получения высшего образования.

Реформы социальной жизни в нашей стране существенно изменили ситуацию в области высшего образования, в системе жизненных ценностей, иерархии мотивов выбора профессии молодыми людьми [2, с. 54].

Российские вузы стали активнее интегрироваться в мировое образовательное пространство, вступая в жёсткую конкуренцию с ведущими вузами мира, продвигая свои образовательные программы и услуги на мировом образовательном рынке, наращивая уровень интернационализации и рекрутинга иностранных студентов и преподавателей, а также ведущих учёных. Поэтому очень важными для абитуриентов, как российских, так и иностранных, при выборе вуза становятся рейтинговые характеристики, имидж и репутация вуза в глобальном образовательном пространстве.

В настоящее время задача вузов заключается не только в том, чтобы дать молодежи предпосылки к постоянному, непрерывному в течение всей жизни образованию, что является важной характеристикой современной системы высшего образования, но и подготовить их к гибкой смене профессий и специальностей, что требует формирования у молодых людей соответствующих качеств личности, навыков, умений, компетенций и т.д.

Представитель современного студенчества России обладает рядом доминирующих характеристик. Студенты имеют высокий уровень притязаний по отношению к обучению, нацелены на получение профессии, востребованной в обществе. Для этой социальной группы характерно самостоятельное принятие решений. Прагматизм в профессиональной деятельности продолжает играть доминирующую роль среди целей обучения студентов.

Актуальность темы объясняется тем, что вопрос рейтингов вузов тесно связан с мотивацией и по существу является вопросом о качестве получаемого образования, об успешности социально-психологической адаптации молодых людей к условиям обучения в вузе, эффективности профессиональной подготовки будущего специалиста.

Выбор выпускниками школ рейтинговых вузов является задачей со многими неизвестными, от успешного решения которой зависит их будущее. Каждый абитуриент понимает, что образование является в настоящее время неотъемлемой составляющей всей его жизни. Поэтому спрос на образовательные услуги достаточно велик [3, с. 19]. Конкурентные преимущества обеспечивают себе те вузы, которые обладают высоким интеллектуальным потенциалом, позволяющим создавать уникальные компетенции и наращивать активы, реализующие концепцию «образование в течение всей жизни».

Основной целью данного исследования является анализ осведомлённости абитуриентов о вхождении российских вузов в отечественные и мировые рейтинги, а также причин и факторов, оказывающих решающее влияние на выбор абитуриентами конкретного учебного заведения для поступления в 2012 году.

Перед исследователями был поставлен ряд задач, основными из которых являются:

- определение демографического портрета абитуриента ННГУ 2012 года (пол, место проживания, семейное положение), а также учебного заведения, которое он окончил, и результатов успеваемости;
- выявление наиболее популярных источников получения информации о вузе абитуриентами;
- определение эффективности функционирования официального сайта вуза, достижения им своих целей и задач в контексте привлечения абитуриентов;
- выявление уровня осведомленности абитуриентов об участии российских вузов в отечественных и мировых рейтинговых системах, и в частности о включении ННГУ в ТОП-601+ глобального рейтинга QS;
- определение влияния рейтинга на мотивацию абитуриентов при выборе вуза.

Обработка результатов исследования

Для достижения поставленной цели была разработана анкета на основе адаптированного опросника отдела контроля качества обучения университета г. Линкольна (Великобритания) и материалов центра контроля качества обучения

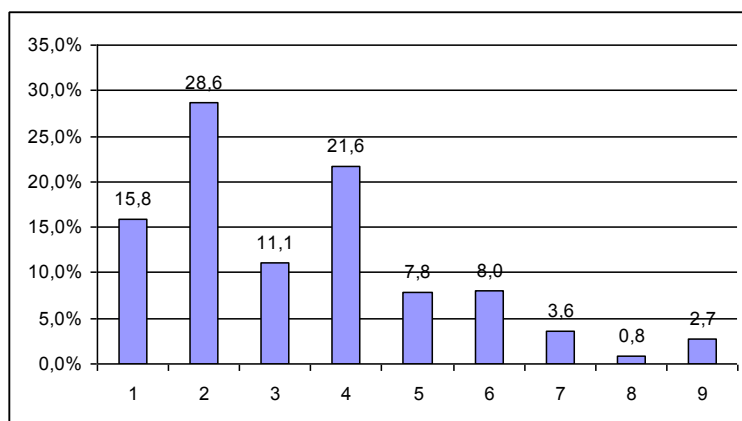


Рис. 1. Средний балл аттестата (диплома) абитуриентов ННГУ (1 – только пятёрки, 2 – больше пятёрок, есть четвёрки, 3 – примерно поровну пятёрок и четвёрок, 4 – больше четвёрок, 5 – четвёрки, есть 1 тройка, 6 – примерно поровну четвёрок и троек, 7 – увы, большинство тройки, 8 – затрудняюсь ответить, 9 – другое)

ННГУ. На вопросы данной анкеты ответили 892 респондента из числа абитуриентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского 2012 года.

Опрос был проведен в приемных комиссиях 16 факультетов вуза с 20 июня по 20 июля 2012 года. Вся полученная информация была приведена к более сжатому виду с помощью программ Microsoft Word и Microsoft Excel. В результате данного исследования нами были получены описанные ниже результаты.

В проведенном опросе участвовало 892 респондента, из которых 312 человек (35%) – молодые люди и 580 (65%) – девушки.

Распределение респондентов по признаку местности проживания выглядит следующим образом: 81.3% (725) опрошенных абитуриентов проживают непосредственно в городе Нижнем Новгороде или в ближайших городах области (Кстово, Дзержинск и т.д.), 18.7% (167) проживают в других городах регионов РФ.

Распределение респондентов по семейному положению: 95.8% – холост (не замужем), 1.8% – женат (замужем) и 2.4% – разведен(а).

Относительно учебного заведения, которое окончили абитуриенты, приходим к следующим результатам: больше половины респондентов (56.7%) окончили среднюю общеобразовательную школу, второй по популярности вариант ответа – лицей, гимназия; замыкает тройку популярных ответов школа с углубленным изучением отдельных предметов. Подавляющее большинство респондентов (в сумме первых трех вариантов ответа получаем 89.1%), поступавших в ННГУ в 2012 году, имеют аттестат о среднем (полном) общем образовании.

Относительно среднего балла аттестата (диплома) получаем следующие результаты. Для большей наглядности и анализа полученных данных сведем воедино ответы юношей и девушек и представим полученные данные в обобщенном виде на диаграмме (рис. 1).

Большинство респондентов имеют высокий средний балл аттестата (диплома): 77.1% поступающих имеют оценки только 5 и 4.

Относительно причин, влияющих на получение высшего образования в ННГУ им. Н.И. Лобачевского, приходим к следующим результатам (при возможности выбора нескольких вариантов ответа). Для большей наглядности и анализа полученных данных сведем воедино ответы юношей и девушек и представим полученные данные в обобщенном виде на диаграмме (рис. 2).

Большинство респондентов – 29.7% называют в качестве основной причины получения высшего профессионального образования желание стать дипломированным специалистом, 14.3% – хотят получить больше знаний по конкретной специальности, 13.9% респондентов считают, что высшее образование необходимо в жизни всем, 12.6% – указывают в качестве причины залог материального благополучия, 9.6% респондентов хотят за период обучения приобрести связи, которые помогут им в жизни, 9.3% – отмечают в качестве причины выбора престижность вуза. Остальные приведенные критерии варьируются от 5.9 до 0.6%.

Рассмотрим вопрос, касающийся различных критериев при выборе абитуриентами конкретного вуза. Представим результаты опроса в виде диаграммы (рис. 3).

В качестве основных критериев выбора вуза 22.6% абитуриентов выбрали возможность получения бесплатного образования, 16.2% – место вуза в различных рейтингах. При этом 11.9% выбирают вуз по критерию его местонахождения, 10.2% – из-за того, что вуз государственный, 8.3% – из-за активности студенческой жизни. Остальные критерии варьируются от 5.8 до 1.4%.

Для правильного выбора учебного заведения абитуриентам необходимо получать макси-

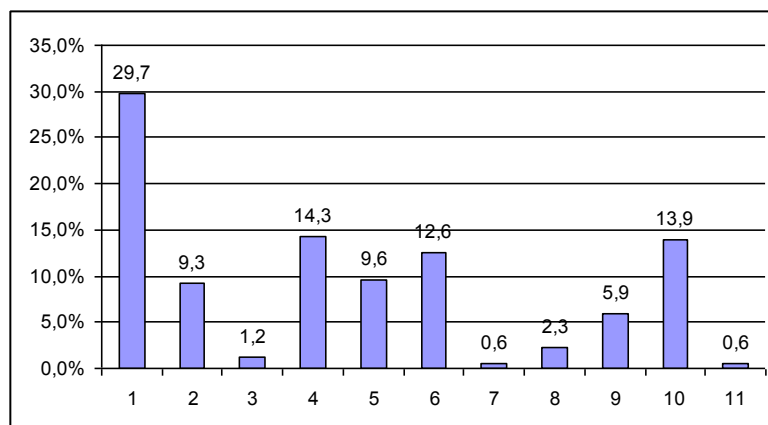


Рис. 2. Причины получения высшего профессионального образования (1 – хочу стать дипломированным специалистом (бакалавром, магистром), 2 – хочу получить диплом престижного вуза, 3 – хочу получить специальность, как у родителей, 4 – хочу получить больше знаний по специальности, которая меня интересует, 5 – это возможность познакомиться с людьми и приобрести связи, которые помогут в жизни, 6 – это залог моего материального благополучия, 7 – это нужно моим родителям (друзьям и т.д.), 8 – это престижно, модно, популярно, 9 – это повысит мой социальный статус, 10 – высшее образование в жизни необходимо всем, 11 – другое)

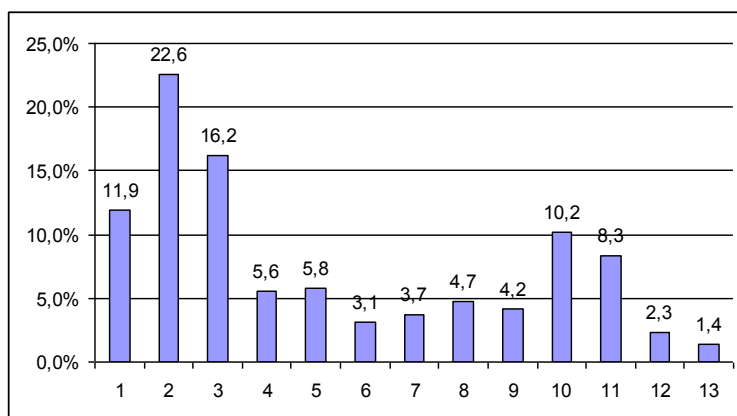


Рис. 3. Критерии выбора абитуриентами вуза (1 – местонахождение вуза, 2 – возможность бесплатного обучения, 3 – место вуза в различных рейтингах, 4 – мнение родителей, 5 – возможность совмещать работу и учебу, 6 – материально-техническая база, доступный и скоростной Интернет, 7 – есть военная кафедра, 8 – возможность дополнительно обучаться за границей и получить сразу два диплома, 9 – изучение более одного иностранного языка, 10 – вуз государственный, предоставление общежития, 11 – активность внеучебной студенческой жизни, 12 – стоимость обучения в вузе на внебюджетном месте, 13 – другое)

мально полную, качественную и достоверную информацию об интересующих вузах.

Источников информации в настоящее время достаточное количество, рассмотрим в связи с этим, какие же из них наиболее популярны среди абитуриентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского (рис. 4).

Анализ диаграммы показывает, что наиболее популярным источником информации оказался официальный сайт ННГУ им. Н.И. Лобачевского – ему отдали предпочтение 26.8% респондентов, 24.2% респондентов отдали предпочтение мнению знакомых, друзей, родных, замыкают тройку популярных ответов (17.1%) социальные сети в Интернете, далее по убыванию.

Проведем анализ посещения сайта ННГУ абитуриентами: 88.6% опрошенных заходят на

сайт вуза, 9.8% – нет и 1.6% респондентов не имеют возможности посещать сайт.

Проведем анализ частоты посещения сайта ННГУ абитуриентами, представим обобщенные данные на диаграмме (рис. 5).

Результаты опроса показывают, что 45.4% респондентов посещают сайт не реже 1 раза в неделю, 23.5% – примерно раз в месяц и чаще, 11.1% – примерно раз в квартал и реже, 10.8% – выбрали неприведенные варианты и 9.2% респондентов посещают сайт не чаще, чем раз в месяц, но не реже, чем раз в квартал.

Проведем анализ оценки сайта ННГУ абитуриентами и предложений по его усовершенствованию: 60.5% опрошенных дают сайту оценку «хорошо» (удобная навигация по страницам, всю необходимую информацию я там нахожу,

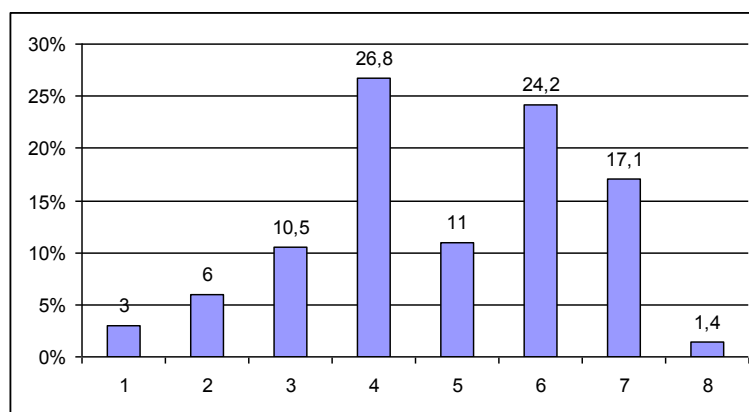


Рис. 4. Популярность источников информации (1 – реклама в газетах и журналах, 2 – справочная литература для абитуриентов, 3 – реклама на радио и ТВ, 4 – официальный сайт ННГУ, 5 – мнение учителей, 6 – мнение знакомых, друзей, родных, 7 – социальные сети в Интернете (В контакте, Facebook, Twitter), 8 – другое)

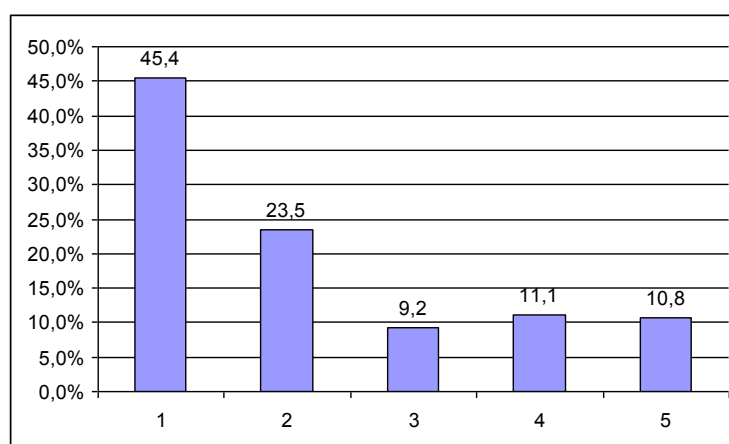


Рис. 5. Анализ частоты посещения сайта ННГУ абитуриентами (1 – примерно раз в неделю и чаще, 2 – примерно раз в месяц и чаще, 3 – чаще, чем раз в квартал, но не чаще одного раза в месяц, 4 – примерно раз в квартал и реже, 5 – другое)

легко и доступно), 34.4% – оценку «удовлетворительно» (информативность, легкость доступа и скорость поиска информации приемлема), 5.1% – оценку «неудовлетворительно» (мало необходимой информации, сложно её найти, есть проблемы с загрузкой страниц и файлов с сайта).

Перед анкетированием предполагалось, что большинство абитуриентов свое решение в отношении избрания вуза уже приняли, поэтому они смогут дать более четкий ответ, что именно повлияло на выбор того или иного вуза, в том числе его российский и международный рейтинг.

Проведем анализ осведомленности абитуриентов о существовании отечественных и мировых рейтингов. Результат показывает, что 39.7% респондентов интересуются рейтингами вузов, 21.4% – слышали, но не придают им большого значения, 20.3% опрошенных что-то слышали о рейтингах вузов в целом и 10.2% – не слышали о рейтингах вузов ничего.

Ответы на вопрос о значимости рейтинговых позиций вуза при его выборе для абитуриентов показали, что 59.4% опрошенных считают рейтинг важным показателем при выборе вуза, 19.3%

– незначительным фактором и 12.3% – затрудняются ответить.

Анализ осведомленности абитуриентов о вхождении ННГУ в ТОП-601+ мирового рейтинга вузов QS World University Rankings показывает: 15.5% респондентов не просто знают, что ННГУ входит в ТОП-601+ мирового рейтинга QS, но это повлияло на их выбор вуза больше других критериев; 27.8% – слышали о мировом рейтинге QS, но это не было определяющим фактором их выбора; основная масса – 48.0% опрошенных вообще не знают о данном рейтинге.

Заключение

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам:

- главной причиной получения высшего образования является желание стать дипломированным специалистом (бакалавром, магистром);
- важнейшими критериями при выборе ННГУ им. Н.И. Лобачевского были названы (три первых по популярности варианта ответа в

порядке убывания): возможность бесплатного обучения, место вуза в различных рейтингах и местонахождение вуза;

– официальный сайт ННГУ, знакомые, друзья, родные и социальные сети в Интернете (В Контакте, Facebook, Twitter) – это наиболее популярные источники информации для абитуриентов, на качество, полноту и оперативность информации которых учебным заведениям стоит обратить более пристальное внимание с целью обеспечения максимальной осведомленности абитуриентов;

– 88.6% абитуриентов посещают официальный сайт ННГУ, что является достаточно высоким показателем. Из них 45.4% посещают сайт не реже 1 раза в неделю, 23.5% – примерно раз в месяц и чаще, что также позволяет исследователю сделать вывод о его востребованности и необходимости в данном контексте как инструмента информирования абитуриентов о правилах и механизмах поступления в ННГУ. Большинство респондентов оценивают работу сайта и его полезность для них на «хорошо» (60.5%) и «удовлетворительно» (34.4%), вся необходимая для них информация там представлена в достаточно доступной форме;

– данное исследование показало, что 27.8% респондентов слышали об основном мировом рейтинге вузов QS, а 15.5% не просто слышали, что ННГУ вошёл в ТОП-601+ мирового рейтинга QS, но также констатировали, что это повлияло на их выбор именно ННГУ для обучения;

– 59.4% респондентов при ответе на другой вопрос отметили, что в целом рейтинг вуза является важным показателем при выборе учебного заведения для поступления;

– при выборе учебного заведения абитуриенты также ориентируются в основном на информацию, полученную от представителей вуза (Дни открытых дверей и др.), совет друзей, знакомых, совет родителей и в последнюю очередь на собственное мнение.

В настоящее время в условиях острой конкуренции возрастает роль рейтингов вузов, отражающих их позицию и формирующих в сознании потребителей образовательных услуг образ вуза.

Данное исследование наглядно иллюстрирует текущее состояние информационного обеспечения абитуриентов, критерии выбора учебного заведения, определяет степень влияния различных факторов при поступлении и многие другие показатели.

Полученные результаты можно использовать для более детального исследования, направленного на изучение характеристик и мотивации абитуриентов при выборе ими конкретного вуза, а также влияния рейтинга на выбор вуза.

В новых условиях к рейтингам должны предъявляться такие дополнительные требова-

ния, как усиление объективности в отражении слабых и сильных сторон каждого вуза, повышение внимания к прикладным результатам и исследовательской работе.

Новые тенденции в рейтинговой оценке вузов, научные исследования как фундаментального, так и прикладного характера должны для России превратиться из вспомогательного материала учебного процесса в его необходимый внутренний фундамент.

Понятно, что глобальные рейтинги не могут быть единственным критерием включенности российских вузов в мировое образовательное пространство. Тем не менее рейтинги частично отражают такие показатели, как доля иностранных студентов и преподавателей вузов, и во многом сказываются на мнении академического сообщества относительно отечественных вузов.

Включенность российских вузов в мировое образовательное пространство может быть охарактеризована и с помощью позиций вузов в рейтингах. Позиции российских университетов в обозначенных рейтингах на сегодняшний день крайне низкие и не могут устраивать ни отечественное академическое сообщество, ни органы управления образованием, ни студентов, ни общественность.

В современном мире постоянно растет спрос на прозрачные и объективные инструменты оценки качества образования. Именно в этих целях создаются различные аккредитационные центры и агентства. Однако процедура аккредитации не позволяет решить все проблемы, связанные с выбором вуза и специальности, с размещением государственного заказа на подготовку специалистов, с открытием/закрытием определенных образовательных программ в вузе и т.д.

В этих условиях растет популярность рейтингов вузов. Появившись как инструмент для внутривузовских сравнений (сравнения студентов, преподавателей, кафедр, факультетов), рейтинги постепенно стали элементом инфраструктуры национальных образовательных и инновационных систем. Они во многом позволили принимать обоснованные решения в масштабах государства представителям различных целевых аудиторий: абитуриентам и их родителям, работодателям и специалистам по подбору кадров, руководству вузов, органам управления образованием.

Процесс глобализации отразился и на сфере высшего образования: в последнее время наметился бурный рост академической и студенческой мобильности, резко увеличилось число программ «двойных дипломов», существенно повысился интерес платежеспособных абитуриентов и родителей к зарубежному обучению. Особо важной сегодня, в свете влияния рейтин-

говых позиций вуза на предпочтения абитуриентов, становится активизация работы по продвижению вуза в крупнейших и авторитетных рейтинговых агентствах, следствием которого в перспективе станет улучшение исследовательского климата, наращивание объемов интернационализации и коммерциализации продуктов интеллектуальной деятельности в вузе, увеличение реализуемых совместных с крупнейшими научными центрами мира инновационных проектов, внедрение новых управленческих стандартов, качественная трансформация системы высшего образования в России в соответствии с передовыми международными стандартами.

Список литературы

1. Гуськова Н.Д., Неретина Е.А., Маколов В.И. Анализ конкурентных позиций национального исследовательского университета // Университетское управление: практика и анализ. 2011. № 1. С. 6–11.
2. Гуськова Н.Д., Краковская И.Н. Инвестиции в человеческий капитал вуза: организационный аспект // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 5. С. 53–58.
3. Ефимова И.Н. Социологический анализ рынка образовательных услуг с целью выявления мотивации абитуриентов 2011 года при выборе вуза // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 4 (1). С. 19–23.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF UNIVERSITY RANKINGS ON THE MOTIVATION OF PROSPECTIVE STUDENTS IN 2012: THE REGIONAL ASPECT

I.N. Efimova, A.V. Makoveychuk

This article attempts to analyze the main trends in the development of higher education in modern Russia, aimed at forming a new innovation-oriented person, a professional with a wide range of knowledge and competences, with the skills of lifelong learning. The causes, factors and criteria that have a decisive influence on the choice of the university are identified. An analysis of visibility and influence of university rankings on the motivation of prospective students is performed. This study is based on the results of the survey conducted in UNN during the admission campaign of 2012.

Keywords: university ranking, competitiveness, Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod, sociological analysis, motivation, prospective students, advertising of the university, university brand, choice of university.