

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРИЕМНОЙ КОМПАНИИ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Е. Е. Чупандина, А. М. Сизова, Н. П. Ивановская

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Поступила в редакцию 13.06.2022 г.

Аннотация. Приемная кампания является исходным элементом учебного процесса в университете. Ее качественные и количественные показатели определяют, как стартовые позиции факультета, так и результаты образовательного процесса в целом. В статье проведена оценка абсолютных и относительных показателей 3001 заявлений на поступление по разным уровням образовательных программ: среднего профессионального образования (СПО), специалитета и ординатуры (3 программы). Проведен анализ динамики количества абитуриентов, подавших заявление на поступление и давших согласие на зачисление за 2017-2021 гг. Наибольший прирост заявлений на поступление за исследуемый период установлен для программы среднего профессионального образования (+59%), что обусловлено рядом факторов: изменениями потребности рынка труда, продолжительностью и стоимостью обучения. В настоящее время наблюдается снижение общей численности первого курса (на 26% ниже, чем в 2017 году), в первую очередь за счет специалитета, а именно уменьшения количества договорных студентов и сокращения бюджетных мест (с 50 до 35). Установлен нарастающий разрыв между количеством абитуриентов, подавших заявление и зачисленных на первый курс. Исследованы характеристики первокурсников за 2017-2021 гг. (пол, локация школы, регион образовательного учреждения, средние баллы по ЕГЭ, уровень предыдущего образования). Первокурсники фармацевтического факультета, обучающиеся на специалитете на бюджетных местах, демонстрируют высокие показатели среднего балла по ЕГЭ по сравнению с ближайшими вузами, которые реализуют аналогичные образовательные программы. Установлено, что основной контингент первокурсников на специалитете составляют школьники из образовательных учреждений Воронежской, Липецкой, Тамбовской и других сопряженных областей. Предложены направления по привлечению абитуриентов на образовательные программы факультета, в частности максимальная цифровизация и содержательная модернизация всех мероприятий по продвижению образовательных программ (активное использование социальных сетей, совершенствование сайта фармацевтического факультета), внедрение грантовой системы для снижения стоимости договорного обучения и усиление взаимодействия со школами.

Ключевые слова: приемная кампания, фармацевтический факультет, абитуриенты, первокурсники, довузовская работа.

Фармацевтический факультет Воронежского государственного университета организован в 1998 году. Он осуществляет подготовку специалистов по программам среднего профессионального образования, высшего образования по специальности «Фармация», включая подготовку кадров высшей квалификации. По состоянию на 01.10.2021 года контингент обучающихся на факультете составляет 850 человек, в том числе 542 обучающихся по программе специалитета, 268 человек - по программе СПО, 38 человек – по про-

граммам ординатуры, 2 – по программе аспирантуры (ФГОС).

Исходным элементом образовательного процесса в вузе является приемная кампания. На ее успешность влияет комплекс факторов, которые с позиции системного подхода разделяются на внутренние (дovuзовская работа, подготовленность и обеспеченность работников приемной кампании средствами коммуникации, информационные системы вуза и их мощности и др.) и внешние факторы (структура запросов рынка труда, платежеспособность населения, количество и средний балл ЕГЭ выпускников

школ по профильным дисциплинам, конкуренция в образовательном пространстве).

После издания приказа о зачислении абитуриентов на первый курс для администрации вуза/факультета становится очевидным необходимость анализа результатов приемной кампании и формирования перечня мероприятий по ее совершенствованию.

Цель работы - разработка организационных рекомендаций по совершенствованию мероприятий по набору студентов на образовательные программы в вузе на основе анализа результатов приемной кампании.

МЕТОДИКА ЭКСПЕРИМЕНТА

Оценка абсолютных и относительных показателей, указанных в заявлениях абитуриентов, в динамике.

Объектом исследования выступили показатели 3001 заявления на поступление по программам специалитета, ординатуры (3 программы) и среднего профессионального образования фармацевтического факультета Воронежского государственного университета за период 2017-2021 гг.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Динамика числа подавших заявление на образовательные программы фармацевтического факультета Воронежского государственного университета в разрезе уровней образования демонстрирует разнонаправленные тренды (рис.1). В среднем за последние пять лет на факультет ежегодно зачисляется около 180 обучающихся по всем уровням фармацевтического образования, что указывает на высокую потребность рынка труда в фармацевтических специалистах. Наблюдаются структурные изменения в приеме по уровням. Наибольший общий прирост заявлений

за исследуемый период демонстрирует прием на программы СПО (+59%). По нашему мнению, эта тенденция является отражением действия комплекса внешних факторов – изменения потребности рынка труда (число вакансий фармацевтов значительно превышает число вакансий провизоров), продолжительность и стоимость обучения на программах высшего образования дольше и больше, чем на программе среднего профессионального образования, снижение реальных доходов населения. Они негативно отражаются на числе поданных заявлений на программу специалитета, но по-прежнему, число заявлений на обучение по программе высшего образования занимают большую долю (около 70-80%) в объеме заявлений.

На численность заявлений на программы ординатуры существенно повлиял фактор изменения профессиональных стандартов в части требований к образованию и квалификации руководящего персонала фармацевтических организаций, число бюджетных мест, поскольку стоимость обучения по программе относится к третьей группе, наиболее высокой по финансовым затратам.

Всплески числа заявлений абитуриентов в 2020 году ряд авторов связывает с появлением возможности подавать заявление на обучение онлайн (по электронной почте или через Госуслуги) [1, 4]. Несомненно, цифровизация приемной кампании и расширение у абитуриентов возможностей подачи заявлений за счет Единого портала государственных услуг (ЕПГУ) теоретически должна оказывать влияние на рост численности заявлений. В нашем случае, этот фактор не оказал существенного влияния на структуру коммуникационных каналов, по которым были поданы заявления на поступление. Сложившаяся за исследуемый период структура подачи документов: 42%



Рис 1. Динамика количества абитуриентов, подавших заявление на поступление (1) и давших согласие на зачисление (2) на образовательные программы фармацевтического факультета за 2017-2021 гг. (чел.)

- по информационной системе вуза, 44% - лично, остальные (14%) – по почте, электронной почте, через ЕПГУ (2020 год), сохранилась. Это связано с тем, что информационная система Абитуриент Онлайн, которая в вузе работает последние 12 лет, демонстрирует свою востребованность и популярность среди абитуриентов.

Число зачисленных на образовательные программы является итоговым, результативным показателем действий факультета/вуза в условиях изменения внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на приемную кампанию.

Одним из внешних факторов выступает количественная и качественная характеристика зачисленных на первый курс. В настоящем исследовании число первокурсников в 2021 году составило 151 человек, что на 26% ниже, чем в 2017 году (рис.1). Падение общей численности первого курса произошло за счет уменьшения контингента на программе специалитета, доля которого является доминирующей в общей структуре обучающихся на факультете. Снижение контингента произошло за счет уменьшения числа договорных студентов и, частично, за счет снижения числа бюджетных мест с 50 до 35. Анализ причин сложившейся ситуации является основой для разработки перечня мероприятий по довузовской работе и набору студентов.



Рис. 2. Контингент первокурсников фармацевтического факультета по гендерному признаку за 2017-2021 года (%).

Прием на программу специалитета устойчиво демонстрирует средний балл ЕГЭ не ниже 74, а в отдельные годы – 80 баллов (рис. 4). В условиях роста конкуренции между образовательными программами традиционно высокий балл ЕГЭ на бюджетные места в сравнении с ближайшими вузами, которые реализуют аналогичные образовательные программы (Белгородская, Курская, Воронежская, Липецкая, Орловская область) играет двоякую роль в результатах приемной кампании. С одной стороны, проходной балл на программу указывает на ее востребованность у абитуриен-

тов с ЕГЭ выше 230 баллов по трем предметам. С другой стороны, абитуриент, который был ориентирован на договорные места в университете, в условиях снижения реальных доходов населения, предпочитает бюджетные места на программах университета, где балл ЕГЭ ниже, чем на факультете (рис. 4) [2,6], либо поступление на аналогичную программу в другие вузы, где проходной балл на бюджет ниже.

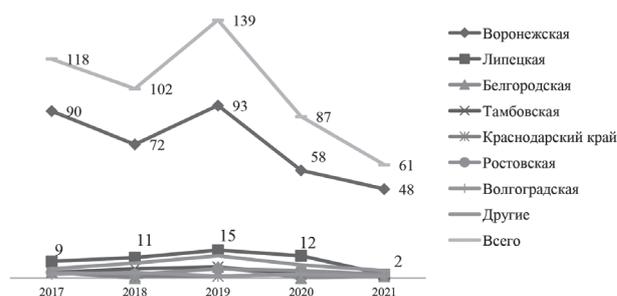


Рис. 3. Динамика зачисленных на программы высшего образования фармацевтического факультета по регионам (2017-2021 гг.).

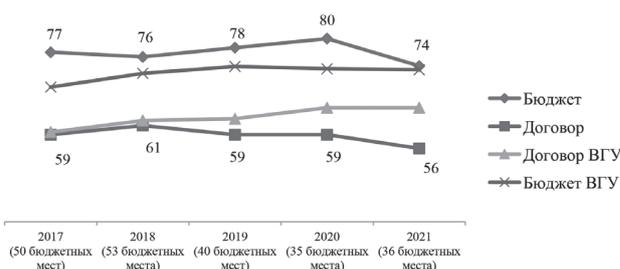


Рис. 4. Динамика среднего балла ЕГЭ абитуриентов, зачисленных на бюджет и договор на фармацевтическом факультете и по ВГУ в целом (баллы)

Структурные изменения вакансий рынка труда фармацевтических работников, утверждение стандарта среднего профессионального образования (СПО) с новым сроком обучения обусловили отток абитуриентов на программы СПО. Во-первых, срок обучения на программе составляет 2 года против 5 лет на программе высшего образования и выпускники СПО имеют зарплатное обеспечение на розничном фармацевтическом рынке незначительно ниже, чем выпускники программы высшего образования. Во-вторых, стоимость обучения программы СПО в два раза ниже по сравнению с программой специалитета. В-третьих, растет число абитуриентов сдавших ЕГЭ ниже установленного минимального балла. У этой категории выпускников школ две альтернативы – поступать на СПО или пересдавать в следующем

году ЕГЭ, чтобы получить право обучения на программах высшего образования. Вторым вариантом – пересдать ЕГЭ в следующем году и поступать на программу специалитета, в последние два года не выбрал ни один абитуриент из этого числа, все зачисляются на программу СПО.

Одним из инструментов поиска перспективных направлений продвижения образовательных программ факультета является анализ социо-демографических характеристик первокурсников на разных образовательных уровнях и их анализ в динамике. Для решения этой задачи был осуществлен статистический анализ характеристик поступающих, указанных в заявлениях - гендерный признак, локация школы (городская и сельская школа), регион нахождения образовательного учреждения, уровень предыдущего образования, средний балл по ЕГЭ.

Исследование по гендерному признаку показало, что соотношение мужчин и женщин на первом курсе фармацевтического факультета за 2017-2021 гг. остается практически постоянным. Преимущественно контингент представлен девушками вне зависимости от образовательной программы, что продолжает тенденцию, сложившуюся в предыдущие годы на факультете [5].

Отмечается незначительное увеличение доли мужчин по мере роста уровня образовательной программы. Доля абитуриентов мужского пола составляет: 7.7% в контингенте обучающихся по программе СПО, 13.8% - по программе высшего образования (специалитет), 15% - по программе подготовки кадров высшей квалификации (ординатура) (рис.2).

Структура первокурсников по локации школы, которую они окончили (городская/сельская школа), показала, что доля выпускников городских школ в контингенте обучающихся на фармацевтическом факультете на всех образовательных программах колеблется около 70%. Это практически повторяет соотношение городского и сельского населения в Воронежской области, где эти показатели составляют 68% городского населения и 32% сельского населения по состоянию на 1 января 2021 [3]. Детализация показателя по уровням образовательных программ показывает доминирование выпускников сельских школ на программе СПО (52%), городских школ – на программе специалитета.

Поскольку основной контингент первокурсников на программе СПО представлен Воронежской областью, принципиально важным для мероприятий по довузовской работе является выбор наименее охваченных районов области.

География абитуриентов на программе специалитета включает 75 регионов РФ. Это означает, что продвижение образовательных программ на факультете находится на удовлетворительном уровне. Вместе с тем, на программу были зачислены обучающиеся из 23 регионов РФ. Основной причиной, по которой абитуриенты отказались от зачисления, выступило не прохождение на бюджет. Динамика распределения первокурсников по регионам (рис.3) показывает, что основной контингент составляют студенты из образовательных учреждений Воронежской области (71%), Липецкой (10%), Тамбовской (4%) и других сопряженных областей.

Результаты обзора статистических характеристик абитуриентов программы ординатуры указывают, что, как правило, это девушки, из разных вузов России. Наблюдается тенденция к зачислению на бюджетные места ординатуры поступающих, с профессиональным стажем работы более 2 лет, что заложено в идеологию правил приема на программы ординатуры Министерством здравоохранения РФ в части учета их индивидуальных достижений. Вместе с тем, установлена обратная зависимость между результатами аккредитационного теста, как обязательного элемента приемной кампании в ординатуру, и профессиональным стажем.

Вторым перспективным направлением в работе факультета по интенсификации набора студентов является его довузовская работа. Объективные обстоятельства – ковидные ограничения, внесли существенные правки в перечень мероприятий, традиционно используемых факультетом для продвижения своих образовательных программ. Очные мероприятия (посещения школ, олимпиады, конкурсы, просветительские мероприятия, волонтерская работа, работа научного общества учащихся) были свернуты или частично перенесены в онлайн формат. Изменение формата общения потребовало развития цифровых инструментов продвижения и коммуникаций с потенциальными абитуриентами. Многочисленные практики других вузов подтверждают, что основными цифровыми инструментами выступают сайты и социальные сети [10,11,12,13,14,15,16,17]. Социальные сети стали выходить на первое место в системе университетов по продвижению своих программ [7], они опережают рекламу на ТВ и в газете, дни открытых дверей [12,17,18], а интернет-реклама в социальных сетях – таргетинг, является наиболее эффективным инструментом продвижения образовательных программ [19,20]. Не только ковидные ограничения явились причи-

ной стремительного развития и применения цифровых технологий в довузовской работе. Изменились и потенциальные абитуриенты. Приходит поколение, которое выбирает для себя университеты с развитым технологическим уровнем, соответствующим современным тенденциям [8, 9].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основным направлением по привлечению абитуриентов на программы факультета является максимальная цифровизация и содержательная модернизация всех мероприятий по продвижению образовательных программ: использование всех доступных социальных сетей, совершенствование цифровой информационной среды (сайт фармацевтического факультета) в соответствии с запросами абитуриентов. «Расслоение» контингента первокурсников по качеству школьной подготовки требует дополнительных усилий от педагогического состава факультета при организации образовательного процесса. Возможно, факультету для снижения такого разрыва в базовых знаниях абитуриентов, зачисленных на бюджет и договор, следует предусмотреть возможности зачисления 10-12 абитуриентов на договор, используя грантовую систему, позволяющую снизить стоимость договорного обучения.

Из традиционных мероприятий одним из наиболее эффективных, по нашему мнению, является привлечение первокурсников в систему продвижения программ факультета путем их общения с обучающимися своих школ, более активное вовлечение школьников в проекты факультета, включая отдаленные районы области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Новикова Н.А. // «Актуальные вопросы адаптации мигрантов в Российской Федерации», сборник статей научно-практического форума, 09–10 декабря 2021 г., Ижевск, 2022. – С. 23-29.
2. Мониторинг качества приема в вузы. - Режим доступа: <https://ege.hse.ru/> (дата обращения: 12.05.2022)
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Воронежской

*Воронежский государственный университет
Чупандина Е. Е., доктор фармацевтических наук, профессор, заведующий кафедрой управления и экономики фармации
E-mail: chupandina@vsu.ru*

области. - Режим доступа: <https://voronezhstat.gks.ru/> (дата обращения: 12.05.2022)

4. Ануфриева Е.В. // Вестник педагогических наук. 2021. № 5. С. 40-45.
5. Болдырева Е.В. // Журнал научных статей Здоровье и образование в XXI веке. 2017. Т. 19. № 10. С. 340-343.
6. Болдырева Е.В. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. 2020. № 1. С. 34-41.
7. Щетинина Н.Н. // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2020. № 23. С. 61-71.
8. Щетинина Н.Н. // Перспективы науки. 2020. № 12(135). С. 303-307.
9. Акимова О.Е. // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2(40). С. 76-84.
10. Кулямина О.С. // Социальная политика и социология. 2020. Т. 19. № 1(134). С. 47-55.
11. Субханкулова Р.Р. // «Наука, образование, общество: актуальные вопросы, достижения и инновации», сборник статей IV Международной научно-практической конференции, 10 декабря 2021 г., Пенза, 2021. С. 144-146.
12. Маслова Е.А. // Аспирант. 2021. № 3(60). С. 150-152.
13. Никулина Е.И. // Научный электронный журнал Меридиан. 2021. № 7(60). С. 83-85.
14. Пьянкова С.Г. // Региональная экономика. Юг России. 2020. Т. 8. № 3. С. 32-48.
15. Перцевая Е.А. // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2021. № 2-1. С. 86-90.
16. Нестеренко Е.С. // Современные научные исследования и инновации. 2021. № 3(119). С. 25.
17. Урядникова М.Н. // «Традиции и перспективы науки XXI века», Материалы Всероссийской научно-практической (педагогической) Internet-конференции, 20 февраля 2020 г., Тамбов, 2020. С. 73-76.
18. Макарова М.А. // Сборник избранных статей научной сессии ТУСУР. 2019. № 1-2. С. 187-189.
19. Руднева А.И. // Синергия Наук. 2021. № 56. С. 27-32.
20. Суханова М.В. // Инновации. Наука. Образование. 2020. № 19. С. 13-20

*Voronezh State University
Chupandina E. E., PhD., DSci., Head of the Department of Management and Economics of Pharmacy
E-mail: chupandina@vsu.ru*

Чупандина Е. Е., Сизова А. М., Ивановская Н. П.

*Сизова А. М., студентка 5 курса фармацевтического факультета, лаборант кафедры управления и экономика фармации
E-mail: annsizova1@yandex.ru

Ивановская Н. П., преподаватель кафедры управления и экономика фармации
E-mail: ivanovskaya69@yandex.ru

*Sizova A. M., 5th year student of Pharmaceutical faculty, laboratory assistant of the Department of Management and Economics of Pharmacy
E-mail: annsizova1@yandex.ru

Ivanovskaya N. P., lecturer of the Department of Management and Economics of Pharmacy
E-mail: ivanovskaya69@yandex.ru

THE RESULTS OF THE ADMISSION COMPANY FOR EDUCATIONAL PROGRAMS OF THE FACULTY OF PHARMACY AND WAYS TO INCREASE ITS EFFICIENCY

E. E. Chupandina, A. M. Sizova, N. P. Ivanovskaya

Voronezh State University

Abstract. The admission campaign is the initial element of the educational process at the university. Its qualitative and quantitative indicators determine both the starting positions of the faculty and the results of the educational process as a whole. The article evaluates the absolute and relative indicators of 3001 applications for admission at different levels of educational programs: secondary vocational education (SPE), specialty and residency (3 programs). The analysis of the dynamics of the number of applicants who applied for admission and agreed to enroll for 2017-2021 was carried out. The largest increase in applications for admission during the study period was established for the secondary vocational education program (+59%), which is due to a number of factors: changes in the needs of the labor market, the duration and cost of training. Currently, there is a decrease in the total number of first-year students (26% lower than in 2017), primarily due to the specialty, namely, a decrease in the number of contract students and a reduction in budget places (from 50 to 35). There is a growing gap between the number of applicants who have applied and enrolled in the first year. The characteristics of first-year students for 2017-2021 are studied. (gender, location of the school, region of the educational institution, average USE scores, level of previous education). First-year students of the Faculty of Pharmacy who study at a specialty in budget places demonstrate high average scores on the Unified State Exam compared to the nearest universities that implement similar educational programs. It is established that the main contingent of first-year students in the specialty consists of schoolchildren from educational institutions in Voronezh, Lipetsk, Tambov and other related regions. The directions for attracting applicants to the faculty's educational programs are proposed, in particular, maximum digitalization and meaningful modernization of all measures to promote educational programs (active use of social networks, improvement of the pharmaceutical faculty's website), the introduction of a grant system to reduce the cost of contractual training and strengthen interaction with schools.

Keywords: reception campaign, faculty of pharmacy, applicants, freshmen, pre -university work.

REFERENCES

1. Novikova N.A., «Aktual'nye voprosy adaptatsii migrantov v Rossiiskoi Federatsii», sbornik statei nauchno-prakticheskogo foruma, December 09–10, 2021, Izhevsk, 2022, pp. 23-29.
2. Monitoring kachestva priema v vuzy. - Available at: <https://ege.hse.ru/> (accessed 12 May 2022)
3. Territorial'nyi organ Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki po Voronezhskoi oblasti. -

Available at: <https://voronezhstat.gks.ru/> (accessed 12 May 2022)

4. Anufrieva E.V., Vestnik pedagogicheskikh nauk, 2021, No. 5, pp. 40-45.
5. Boldyreva E.V., J. nauchnykh statei Zdorov'e i obrazovanie v XXI veke, 2017, Vol. 19, No. 10, pp. 340-343.
6. Boldyreva E.V., Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Problemy vysshego obrazovaniya, 2020, No. 1, pp. 34-41.

7. Shchetinina N.N., PR i reklama v izmenyayushchemsya mire: regional'nyi aspekt, 2020, No. 23, pp. 61-71.
8. Shchetinina N. N., Perspektivy nauki, 2020, No. 12(135), pp. 303-307.
9. Akimova O.E., Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya, 2021, No. 2(40), pp. 76-84.
10. Kulyamina O.S., Sotsial'naya politika i sotsiologiya, 2020, Vol. 19, No. 1(134), pp. 47-55.
11. Subkhankulova R.R., «Nauka, obrazovanie, obshchestvo: aktual'nye voprosy, dostizheniya i innovatsii», sbornik statei IV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, December 10, 2021, Penza, 2021, pp. 144-146.
12. Maslova E.A., Aspirant, 2021, No. 3(60), pp. 150-152.
13. Nikulina E.I., Nauchnyi elektronnyi zhurnal Meridian, 2021, No. 7(60), pp. 83-85.
14. P'yankova S.G., Regional'naya ekonomika. Yug Rossii, 2020, Vol. 8, No. 3, pp. 32-48.
15. Pertsevaya E.A., Nauka XXI veka: aktual'nye napravleniya razvitiya, 2021, No. 2-1, pp. 86-90.
16. Nesterenko E.S., Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii, 2021, No. 3(119), 25 p.
17. Uryadnikova M.N., «Traditsii i perspektivy nauki XXI veka», Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi (pedagogicheskoi) Internet-konferentsii, Tambov, February 20, 2020, Tambov, 2020, pp. 73-76.
18. Makarova M.A., Sbornik izbrannykh statei nauchnoi sessii TUSUR, 2019, No. 1-2, pp. 187-189.
19. Rudneva A.I., Sinergiya Nauk, 2021, No. 56, pp. 27-32.
20. Sukhanova M.V., Innovatsii. Nauka. Obrazovanie, 2020, No. 19, pp. 13-20.