

УДК 378.4

РОЛЬ МЕХАНИЗМА РАНЖИРОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЕДУЩЕГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА В ГЛОБАЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

И. Н. Ефимова, А. В. Маковейчук

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Поступила в редакцию 11 ноября 2013 г.

Аннотация: в статье раскрываются основные положения и результаты социологического исследования, проведенного в Нижегородском государственном университете в приемную кампанию 2012 г.

Ключевые слова: ранжирование, стратегическое развитие, исследовательский университет, бренд и репутация вуза, рейтинговые позиции, конкурентоспособность.

Abstract: the article describes the results of the survey was conducted in University of Nizhni Novgorod during admission campaign 2012.

Key words: ranking, strategic development, research university, the brand and reputation of the university, ranking position, global competitiveness.

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. В этом контексте, а также с учетом быстрого количественного роста высшего образования в России определение рейтингов следует рассматривать как логический шаг, направленный на повышение качества.

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 г. разработку основных определяющих принципов (так называемых Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions) [1].

Основной целью данного исследования стал анализ осведомленности 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 г.

Перед исследователями был поставлен ряд задач:

– определение демографического портрета абитуриента Нижегородского государственного университета (ННГУ) 2012 г. (пол, место проживания, семейное положение), а также учебного заведения, которое он закончил и с какими результатами успеваемости;

– выявление наиболее популярных источников получения информации о вузе абитуриентами;

– 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.

Обсуждение 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 ННГУ. Опрос был проведен в приемных комиссиях 16 факультетов вуза с 20 июня по 20 июля 2012 г. В результате данного исследования нами были получены описанные ниже результаты.

В проведенном опросе участвовали 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.

Рассмотрим распределение респондентов по семейному положению: 95,8 % ответов – холост (не замужем), 1,8 % – женат (замужем) и 2,4 % – разведен(а).

Относительно учебного заведения, которое закончили абитуриенты, приходим к следующим результатам: больше половины респондентов (56,7 %) закончили 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 3 вариантов ответа получаем 89,1 %), поступавших в ННГУ в 2012 г., имеют аттестат о среднем (полном) общем образовании.

Данные о среднем балле аттестата (диплома) приведены на диаграмме (рис. 1).

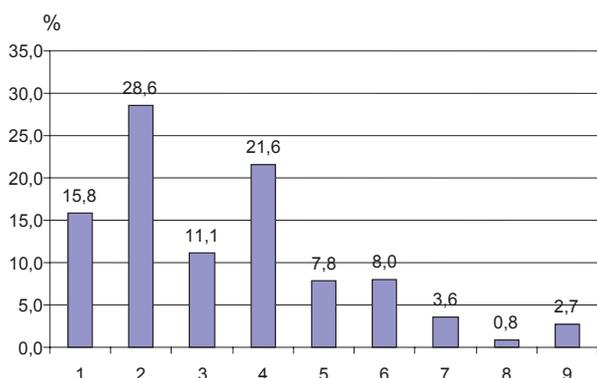


Рис. 1. Средний балл аттестата (диплома) абитуриентов ННГУ: 1 – только пятерки, 2 – больше пятерок, есть четверки, 3 – примерно поровну пятерок и четверок, 4 – больше четверок, 5 – четверки, есть 1 тройка, 6 – примерно поровну четверок и троек, 7 – увы, большинство тройки, 8 – затрудняюсь ответить, 9 – другое

Большинство респондентов имеют высокий средний балл аттестата (диплома), 77,1 % поступающих имеют только оценки 5 и 4.

Причины, влияющие на получение высшего образования в ННГУ имени Н. И. Лобачевского, приведены на рис. 2.

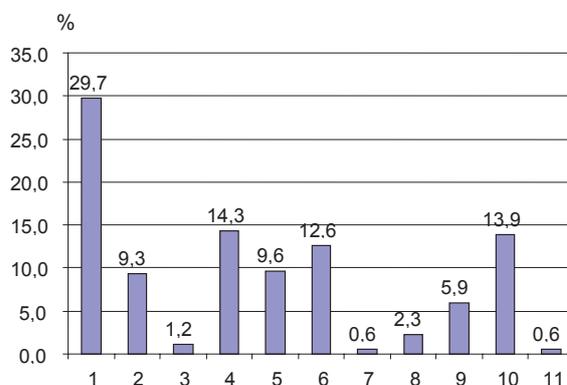


Рис. 2. Причины получения высшего профессионального образования: 1 – хочу стать дипломированным специалистом (бакалавром, магистром), 2 – хочу получить диплом престижного вуза, 3 – хочу получить специальность, как у родителей, 4 – хочу получить больше знаний по специальности, которая меня интересует, 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

Критерии при выборе абитуриентами конкретного вуза отражены на рис. 3.

Для правильного выбора учебного заведения абитуриентам необходимо получать максимально 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 имени Н. И. Лобачевского (рис. 4).

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 %

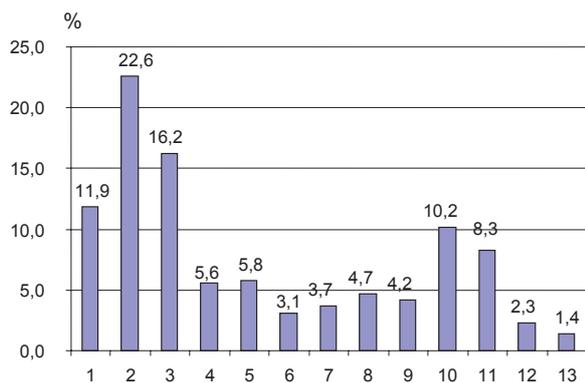


Рис. 3. Критерии выбора абитуриентами вуза: 1 – местонахождение вуза, 2 – возможность бесплатного обучения, 3 – место вуза в различных рейтингах, 4 – мнение родителей, 5 – возможность совмещать работу и учебу, 6 – материально-техническая база, доступный и скоростной Интернет, 7 – есть военная кафедра,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

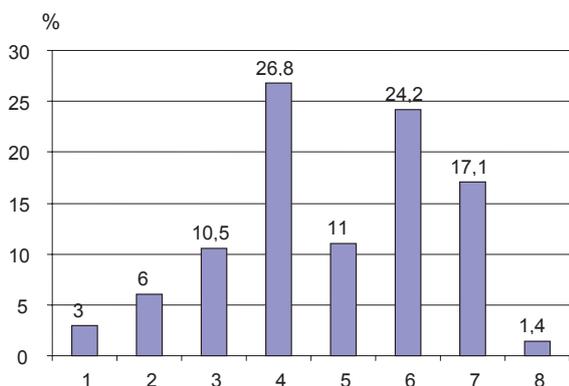


Рис. 4. Популярность источников информации: 1 – из рекламы в газетах и журналах, 2 – из справочной литературы для абитуриентов, 3 – из рекламы на радио и ТВ, 4 – с официального сайта ННГУ, 5 – от учителей, 6 – от знакомых, друзей, родных, 7 – из социальных сетей в Интернете (В контакте, Facebook, Twitter), 8 – другое

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 относительно анализа значимости рейтинговых позиций вуза при его выбо-

ре 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, что 15,5 % респондентов не просто знают об этом, но что это повлияло на их выбор вуза, 27,8 % – слышали о мировом рейтинге QS, но это не было их определяющим фактором, и основная масса опрошенных (48,0 %) вообще не знают о данном рейтинге.

В ходе социологического исследования причин и факторов, оказывающих влияние на мотивацию абитуриентов при выборе вуза, был проведен системный анализ первичной и вторичной информации. Для сбора первичной информации респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты, после чего все полученные данные приводились к более сжатому виду и анализировались.

В результате по итогам исследования мы пришли к следующим выводам:

- важнейшими критериями при выборе ННГУ имени Н. И. Лобачевского были названы 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;

- 27,8 % респондентов слышали об основном мировом рейтинге вузов QS, а 15,5 % от общего числа не просто слышали, что ННГУ вошел в ТОП-601+ мирового рейтинга QS, но также констатировали, что это повлияло на их выбор;

- 59,4 % респондентов 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.

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 требования, 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 формальные показатели, такие 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 охарактеризовано и с помощью позиций вузов в рейтингах. Позиции российских университетов в обозначенных рейтингах на сегодняшний день крайне низки 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, размещением государственного заказа на подготовку специалистов, 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 представителями различных целевых аудиторий: абитуриентами и их родителями, работодателями и специалистами по подбору кадров, руководством вузов, органами управления образованием [2].

Конкурентные преимущества обеспечивают себе те вузы, которые обладают высоким интеллектуальным потенциалом, занимают устойчивые позиции на рынке, имеют свою стратегию развития, базирующуюся на нескольких конкурентных позициях. Каждый вуз должен формировать свои ценности, которые позволят ему охватить наиболее широкую целевую аудиторию. К атрибутам ценностей можно отнести следующие показатели:

- известность и престиж вуза (бренд);
- высокое качество образования, профессиональный уровень знаний и подготовки, грамотные преподаватели;
- возможность успешного трудоустройства после окончания вуза;
- наличие широкого круга международных стажировок и практик;
- возможность получить инновационное и перспективное высшее профессиональное образование (современные программы подготовки и дисциплины);
- возможность учиться на самом современном оборудовании (хорошая материально-техническая база);
- большой выбор направлений подготовки (специальностей);
- высокая степень интегрированности научно-исследовательских процессов и многое другое.

В настоящее время новой формой организации образовательной и научной деятельности, способствующей развитию интеллектуального потенциала и повышению конкурентоспособности, являются национальные исследовательские университеты (НИУ).

Конкуренция вузов в глобальном образовательном пространстве, борьба за привлечение высококачественных человеческих, материальных и нематериальных ресурсов непосредственно связана с демонстрацией уровня развития вуза и качества образования в нем. Инструментами, более или менее объективно отражающими эти факторы, в последнее время становятся мировые рейтинги университетов. На сегодняшний день, когда уже можно говорить о сложившемся институте рейтингования высших учебных заведений, исследователи обращают пристальное внимание на пути совершенствования позиций отдельных национальных университетов в рейтингах, а также на улучшение сложившихся систем рейтингования с учетом опыта и ошибок прошлых лет. Немалый интерес вызывают и те последствия, которые имеют рейтинги вузов в мировом образовательном пространстве.

Тесная взаимосвязь различных проблем, представленных в работах российских авторов, –

присоединение российских вузов к Болонскому процессу, внутривузовские и мировые рейтинги университетов, повышение качества высшего образования – указывает на общий фактор, лежащий в основе перечисленных тем. Внедрение и развитие систем менеджмента качества (СМК), превратившееся в неотъемлемую часть функционирования мировых университетов, должно стать залогом интеграции российских вузов в мировой образовательный процесс [3]. Без этого невозможно ни повышение позиций российских вузов в глобальных академических рейтингах, ни усиление их конкурентоспособности на национальном и мировом уровнях, ни успешное присоединение к Болонскому процессу.

Повышение качества не только образования, но и науки в вузах путем внедрения СМК должно стать ключевым фактором развития отечественных университетов в мировом пространстве, так как не только подготовка квалифицированных кадров, но и инновационные результаты научной деятельности являются теми сторонами деятельнос-

ти вузов, которые оказывают наибольшее влияние в глобальном образовательном, экономическом, социальном и политическом пространствах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берлинские принципы ранжирования высших учебных заведений. – Режим доступа: http://www.ireg-observatory.org/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=60

2. Артюшина И. А. Глобальные рейтинги как характеристика степени включенности российских вузов в мировое образовательное пространство / И. А. Артюшина, В. А. Шутинин // Профессиональные кадры России XXI века : опыт, проблемы, перспективы развития : материалы II Всерос. конф. – Режим доступа: <http://edu.meks-info.ru/tezis.shtml>

3. Модели системной интеграции инновационной международной образовательной практики в систему национального образования России / В. А. Сласс-тенин и др. // Педагогическое образование и наука : науч.-метод. журнал. – Режим доступа: http://www.manpo.ru/manpo/publications/ped_obraz/n2010_01.pdf

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского – Национальный исследовательский университет

Ефимова И. Н., кандидат социологических наук, заместитель начальника отдела по связям с общественностью, руководитель сектора по работе с российскими и мировыми рейтинговыми агентствами

E-mail: pr@unn.ru

Тел.: 8 (831) 462-31-06

Маковейчук А. В., аспирант, специалист отдела по связям с общественностью

E-mail: pr@unn.ru

Тел.: 8 (831) 462-31-07

Nizhni Novgorod State University named after N. I. Lobachevskiy – National Research University

Efimova I. N., the Candidate of Sociological Sciences, Deputy Head of Public Relations Office, Head of OCRA – UNN Office of Cooperation with Ranking Agencies

E-mail: pr@unn.ru

Tel.: 8 (831) 462-31-06

Makoveychuk A. V., Post-graduate Student, Specialist of the Public Relations Office

E-mail: pr@unn.ru

Tel.: 8 (831) 462-31-07