

**Маслевич Т.П., Сафронова Н.Б., Минаева Н.Л.**

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ  
(РАНХиГС), Москва, Россия

E-mail: maslevich@ranepa.ru; safronova@ranepa.ru; n.minaeva@list.ru

## **ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АБИТУРИЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ МОТИВАЦИИ)**

Привлечение и удержание потенциального студента становится важнейшим фактором, обеспечивающим успех деятельности образовательного учреждения. С целью повышения эффективной приемной кампании, мы провели исследование по выявлению основных факторов мотивации, оказывающих влияние на выбор места обучения и направления образовательной программы.

При анкетировании студентов РАНХиГС нами было установлено, что основное влияние на выбор абитуриентами места и направления обучения оказывают факторы: набор ЕГЭ (52,3%), советы родителей (47,7%) и интерес к будущей профессии (37,7%). Минимальное значение оказала предварительная профессиональная ориентация школьников (8%). Как результат, представление о специфике работы после окончания обучения имеет меньшая часть опрошенных (21%), столько же респондентов (23,5%) проявляют интерес к актуальности выбранной профессии.

Мы пришли к следующим выводам. У значительного количества абитуриентов отсутствует осознанный подход к выбору будущей специальности. Следствием этого являются неоправданные в полной мере ожидания от процесса обучения. Порядка половины обучающихся готовы сменить профессию. После окончания бакалавриата значительное количество опрошенных не готово продолжать обучение в рамках выбранного направления. Профессиональная ориентация школьников не оказывает значительного влияния на выбор будущей профессии.

Проведенное исследование позволило нам сформулировать предложения об организации работы приемной кампании вуза. Во-первых, необходимо повысить профессиональную ориентацию школьников для повышения информированности как самих абитуриентов, так и их родителей об особенностях выбираемой специальности, ее актуальности и кадровой потребности на российском рынке. Во-вторых, в ходе приемной кампании необходимо использовать возможность по формированию первичной профессиональной ориентации абитуриентов, а именно организацию досуга абитуриентов совместно со студентами в период между подачей документов и зачислением. Особую важность приобретает вопрос подготовки студентов-волонтеров к работе в приемной комиссии, учитывая их влияние на мнение абитуриентов при подаче документов.

**Ключевые слова:** факторы мотивации абитуриентов, приемная кампания, профессиональная ориентация, престиж профессии, рейтинг ВУЗа, влияние на выбор абитуриента, фирменный стиль института.

**Maslevich T.P., Safronova N.B., Minayeva N.L.**

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia  
E-mail: maslevich@ranepa.ru; safronova@ranepa.ru; n.minaeva@list.ru

## **INNOVATIVE WAYS OF APPLICANTS ATTRACTION (BASED ON RESEARCH OF FACTORS OF MOTIVATION)**

Attracting and retaining a potential student becomes the most important factor ensuring the success of an educational institution. In order to increase the effective admission campaign, we conducted a study to identify the main factors of motivation that influence the choice of a place of study and the direction of the educational program.

When interviewing students of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), we found that the main influence on the choice of applicants for the place and direction of study is provided by the factors: USE set (52.3%), parents' advice (47.7%) and interest in future profession (37.7%). The minimum value was provided by the preliminary vocational orientation of schoolchildren (8%). As a result, fewer respondents (21%) have an idea of the specifics of work after graduation, as many respondents (23.5%) show interest in the relevance of the chosen profession.

We came to the following conclusions. A significant number of applicants lack a conscious approach to choosing a future specialty. The result is unjustified expectations of the learning process. About half of the students are ready to change their profession. After graduating from undergraduate a significant number of respondents are not ready to continue their studies in the chosen direction. The professional orientation of schoolchildren does not have a significant impact on the choice of a future profession.

The study allowed us to formulate proposals on the organization of the work of the university admission campaign. Firstly, it is necessary to increase the professional orientation of schoolchildren in order to increase the awareness of both the applicants themselves and their parents about the features of the chosen specialty, its relevance and personnel needs in the Russian market. Secondly, during the admission campaign it is necessary to use the opportunity to form the primary vocational guidance of applicants, namely the organization of leisure activities of applicants together with students during the period between the filing of documents and enrollment. Of particular importance is the issue of preparing student volunteers to work in the selection committee, given their influence on the applicants' opinion when submitting documents.

**Key words:** factors of applicants' motivation, admissions campaign, professional orientation, prestige of the profession, university ranking, influence to applicants' choice, corporate identity of the institute.

Основным условием конкурентоспособности организации в современных условиях является количество клиентов. Общеобразовательные учреждения в рыночной экономике вступают в конкуренцию за потенциального студента, вследствие чего стратегия привлечения и удержания клиента становится важнейшим фактором, обеспечивающим успех их деятельности, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. В последнее время появилось значительное количество работ, авторы которых исследуют факторы, влияющие на выбор абитуриентами места и направления обучения, с целью разработки мотивационных стратегий привлечения при организации приемных кампаний. В частности, исследуются воздействие таких факторов, как престиж ВУЗа, качество предлагаемого образования [15, с. 72–76], влияние семьи абитуриентов и прочих социальных факторов на выбор направления подготовки [6, с. 54–56], [4, с. 53–56]. В международной практике проблемы определения причин выбора абитуриентами специальности являются предметом исследований с использованием структурных уравнений. Результаты, полученные в [16, с. 32] позволили количественно определить взаимосвязи между факторами, влияющими на первоначальные причины, по которым студенты выбирают конкретную специальность.

Проведенные авторами маркетинговые исследования являются основанием для разработки модели поведения потребителей при выборе образовательных услуг [7, с. 216–221]. Результаты исследования позволяют сделать вывод о преимущественном влиянии на выбор абитуриентов внешних факторов – престижность наличия высшего образования, востребованность получаемой профессии на рынке, а также перспектива улучшить личную жизнь [12, с. 527]. На основе исследования взаимосвязей представлена также корреляционная зависимость между выбором ВУЗа и воздействием на абитуриента таких социокультурных факторов, как социальное и положением его родителей, занимаемые ими должности, уровнем образования родителей, прочими ресурсами семьи [10, с. 10]. Одним из факторов конкурентоспособности ВУЗа, позволяющим привлекать также абитуриентов из других регионов, называется привлекательность территории его расположения [2, с. 41–46]. Количественные

оценки позволяют в числе основных факторов мотивации абитуриентов при поступлении в ВУЗ называть возможность получения бесплатного образования (22,6% опрошенных), место ВУЗа в различных рейтингах (16,2%), местонахождения ВУЗа (11,9%), наличие активной студенческой жизни (8,3%) [5, с. 30]. Особенностью медицинского ВУЗа является и то, что часть студентов при выборе будущей профессии руководствовались возможностью помогать людям (46,5% опрошенных), престижностью профессии в современной жизни (45,2%), полезностью профессии для жизни (44,9%), возможностью иметь в будущем хороший заработок (37,7%), в 15% случаев выбор медицинского ВУЗа – это продолжение семейной традиции [1, с. 94]. В отдельных работах было отмечено, что выбор технологического ВУЗа был сделан на основе знаний о высоком уровне профессиональной подготовки студентов (такой ответ дали 44% опрошенных), интерес к конкретным техническим специальностям (41%), расположение ВУЗа (13%), рекомендации студентов старших курсов (2%) [14, с. 427]. Несмотря на то, что результаты опроса 651 студента из шести университетов в Шотландии, приведенные в [18, с. 704], показывают, что решение о выборе является сложным и многофакторным, результаты на противоречат данным опроса студентов г. Кемерово [14, с. 429]. Исследователи выявили три главных факторов выбора: академической репутации, расстояния от дома и местоположения вуза. Более подробные, но не противоречивые результаты можно встретить в количественном исследовании на базе опроса 1124 студентов и выпускников вузов во Вьетнаме. Анализ данных в [20, с. 666–681] позволил авторам выявить девять ключевых факторов, влияющих на решения учащихся, в порядке значимости, таких как стоимость обучения, услуги, образовательные программы, цена проживания, официальная информация, мнения студентов, сайт, простота коммуникаций, реклама.

На основании ряда исследований [в частности, 9, с. 118] среди прочих факторов, влияющих на выбор места учебы абитуриента, упоминались и такие, как влияние СМИ (этот фактор влияния отметили 26% респондентов), родителей (21%), отзывы студентов и выпускников (18%), влияние друзей и знакомых (9%), школа и учителя (5%). Снижение влияние учителей

на решение вопроса о выборе образовательного учреждения отмечена также в зарубежной практике. В работе [19, с. 24] приводятся обоснование того, что для восстановления своего влияния средняя школа должна реализовывать модель комплексного консультирования и выступать в качестве советника, координатора, фасилитатора, лидера, влияющего на представление учащихся о профессиях будущего.

Обращает на себя внимание тот факт, что на выбор направления обучения профессиональная ориентация школьников не оказывает того влияния, которое связывается с данным видом деятельности. В представленных обзорах оценка влияния данного мотивационного фактора не получила значимой оценки. В то же время практика показывает, что использование различных форм профессиональной ориентации, в том числе в рамках дня открытых дверей, презентация факультетов на школьных площадках, ярмарки профессий, разъяснение сущности будущей профессии, перспектив трудоустройства, возможностей творческой самореализации и карьерного роста, помогают молодежи осознанно сделать выбор будущей профессии [11, с. 98]. Грамотно организованная работа по профессиональной ориентации школьников может привести к значимым результатам по привлечению студентов. На примере исследования, проведенного сотрудниками Петрозаводского университета было показано, что целенаправленно организованная работа по профессиональной ориентации школьников на «предстартовом этапе работы с будущими студентами» дала значимые результаты. В 2015 году из 3426 выпускников карельских школ студентами университета стали 1342 человека, что составляет 39,2 % [3, с. 106–107]. Система довузовской подготовки должна включать в себя не только профориентацию, но также формировать и укреплять мотивацию школьников к продолжению обучения в том числе с использованием площадки подготовительных курсов. Статистика показывает, что по результатам сдачи ЕГЭ слушатели подготовительных курсов имеют в 2 раза больше шансов поступить в вузы, чем те, кто не воспользовался возможностью обучения на курсах [8, с. 241].

С целью повышения эффективности работы приемной кампании в 2019 году и увеличения

числа потенциальных студентов сотрудниками ИОМ Академии было проведено исследование мнения студентов. Задачей исследования было выявление основных факторов мотивации при выборе абитуриентами учебного заведения и направления подготовки, а также взглядов студентов на свое дальнейшее развитие и профессиональный рост. Исследование проходило в 2018 году на двух выборочных совокупностях – студентах Академии различных направлений подготовки 1–2 курса обучения (объем выборки составил 202 человека) и студентах 1 курса ИОМ всех факультетов (выборка составила 86 человек). Структура выборки: 75% респондентов женского пола, 25% – мужского, 65% учатся по договору, 35% – на бюджетных местах, 67% опрошенных являются выпускниками школ г. Москвы. Сбор данных проводился анонимно в онлайн формате с использованием сервисов управления опросами.

Одной из главных задач исследования было определить, какие основные факторы определяют выбор абитуриентом будущего места учебы и направления обучения. Респондентам предлагалось выбрать до трех вариантов ответов, при этом выяснилось, что наибольшее влияние на выбор будущей профессии оказывают набор ЕГЭ для поступления (52,3%), советы родителей (48,7%), интерес к будущей профессии (37,7%). Обращает на себя внимание тот факт, что ряд абитуриентов особо не задумывались о будущей профессии (22,1%). В то же время минимальное влияние на выбор направления обучения оказала предварительная профориентация школьников (8%). Более подробно результаты опроса представлены на рисунке 1.

Следует отметить, что в то время как интерес к будущей профессии, как фактор выбора направления обучения, был назван в 51,5% ответов, большинство опрошенных не имели четкого представления о выбранной профессии и специфике работы по окончании ВУЗа (порядка 26% ответов). Положительный ответ на вопрос о наличии представления о будущей работе дали 21% опрошенных. Полностью результаты опроса представлены на рисунке 2.

Аналогичные результаты показал ответ на вопрос о наличии у абитуриентов интереса к актуальности выбранной ими профессии в современных экономических условиях. Более 50%

опрошенных признались, что при поступлении в ВУЗ не проявляли интереса к актуальности выбираемой профессии. Этот показатель сопоставим с ответами, согласно которым выбор направления обучения был сделан на основе состава ЕГЭ, требуемых для поступления, а также по совету родителей. Однозначно положитель-

ный ответ на вопрос дали 23,5% опрошенных, порядка 25% проявили частичный интерес.

Возможно, отсутствие интереса к престижу и актуальности выбранной профессии у студентов может являться следствием их видения процесса дальнейшего трудоустройства. На вопрос о необходимости наличия профильного

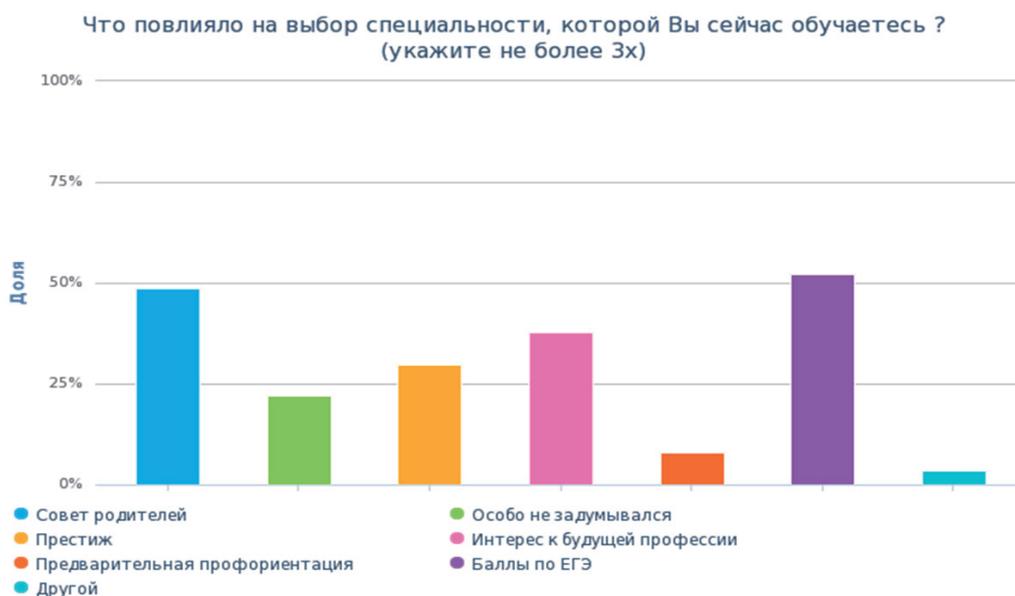


Рисунок 1 – Факторы влияния на выбор абитуриента направления обучения



Рисунок 2 – Наличие у абитуриентов представления о будущей профессии

образования по специальности для успешного карьерного роста большинство респондентов не дали утвердительного ответа. Лишь 34% опрошенных назвали профильное образование необходимым условием построения карьеры, в то время как отрицательный ответ дали 24%, выразили сомнения 42% респондентов. Приведенные результаты позволяют сделать вывод о том, что порядка трети абитуриентов и студентов ВУЗа осознанно выбирают профессию для построения стратегии своего профессионального роста, остальные получают высшее образование «на всякий случай, чтобы было», руководствуясь иными причинами выбора места обучения и направления подготовки.

Вывод об отсутствии прямой зависимости между выбором направления обучения и областью деятельности после окончания учебы косвенно подтверждают результаты опроса о желании работать по специальности после окончания обучения. Количество положительных и отрицательных ответов на данный вопрос было практически одинаковым (31% и 31,5% опрошенных соответственно), оставшаяся часть (37,5% опрошенных) высказалась в том смысле, что место работы будет определяться совокупностью факторов, лишь одним из которых может стать полученная в ВУЗе специальность.

Также в ходе опроса студентов попросили назвать причины, по которым, с их точки зрения, лишь малая часть выпускников высших учебных заведений идет работать по специальности. Результаты опроса представлены на рисунке 3.

Очевидно, что большое количество отрицательных ответов (78%) является следствием тех причин, по которым было выбрано место обучения – желание поступить хоть куда-нибудь, отсутствие осознанного самостоятельного выбора и интереса к актуальности и востребованности выбранной профессии. Обращает на себя внимание и то, что по мнению студентов, на возможность получить работу по специальности отрицательно влияет факт недостаточной подготовки в учебном заведении, отсутствие необходимых знаний и опыта, а также конкуренция на отраслевом рынке. В то же время желание повысить уровень профессиональных знаний путем регулярного посещения факультативных занятий и прочих учебных мероприятий выразили порядка 22% респондентов, 51% делает это периодически, отсутствие заинтересованности высказали оставшиеся 27%.

Следствием подхода к выбору направления обучения по советам родителей и на основе ЕГЭ является тот факт, что уже после первых двух лет обучения порядка 12% опрошенных

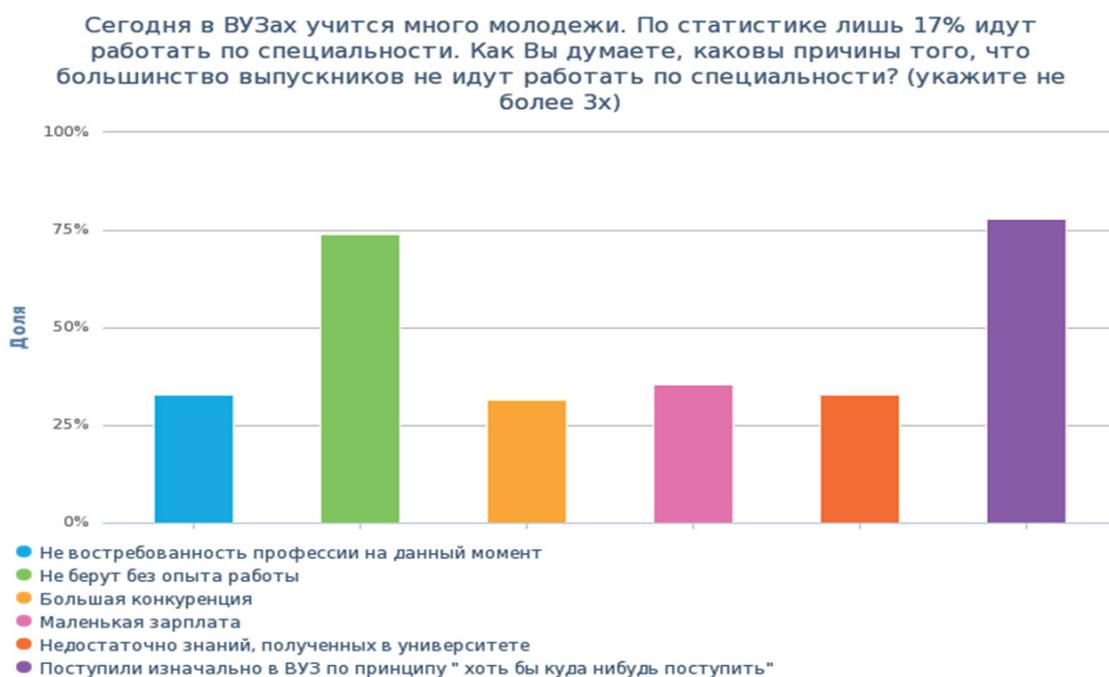


Рисунок 3 – Причины, по которым выпускники ВУЗа не работают по специальности

признались, что их представления в процессе обучения не оправдались, у 59% ожидания оправдались частично, и только 29% признались, что их ожидания оправдались полностью. Следствием данной ситуации является тот факт, что при наличии возможности поменять профессию порядка 48% студентов сделали бы это, 19% затруднились с ответом и только 33% опрошенных продолжили бы учиться по выбранной специальности. Практически такой же процент ответов был получен на вопрос о намерении продолжать образование после окончания ВУЗа по выбранной специальности (23% выразили желание пойти в магистратуру, 6% – получить второе высшее образование в выбранной профессиональной области, 7% – пройти курсы повышения квалификации). В то же время 41% опрошенных не высказали желания продолжить обучение. Полностью результаты опроса представлены на рисунке 4.

Следует обратить внимание на тот факт, что решение о выборе места учебы принимается респондентами более осознанно. Большинство респондентов (порядка 61%) отметили, что наличие всей или почти всей необходимой информации было одним из решающих факторов, определивших выбор. В качестве трех самых

полезных источников информации для принятия решения о месте учебы были отмечены: сайт Академии (64%), рейтинги вузов (59%), консультации на площадках дня открытых дверей (50%). Следует обратить внимание, что паблики Института в социальных сетях были отмечены как источник полезной информации только в 16% ответов.

Особое внимание в ходе исследования было уделено выбору абитуриентами в качестве места обучения ИОМ, при наличии сходных направлений обучения в рамках других институтов Академии. Наибольшее влияние на выбор абитуриентами ИОМа, как места будущего обучения, оказали студенты, работающие в приемной комиссии (такой ответ был дан 30% опрошенных), буклеты и фирменный стиль ИОМ (25%), выбор был сделан по совету друзей (13%), родителей (12%) и ряд прочих факторов. Минимальное влияние на выбор площадки обучения оказали учителя (это отметили порядка 1,2% опрошенных).

Анализ полученных в ходе исследования данных позволяет сделать следующие основные выводы.

У значительного количества абитуриентов отсутствует осознанный подход к выбору бу-

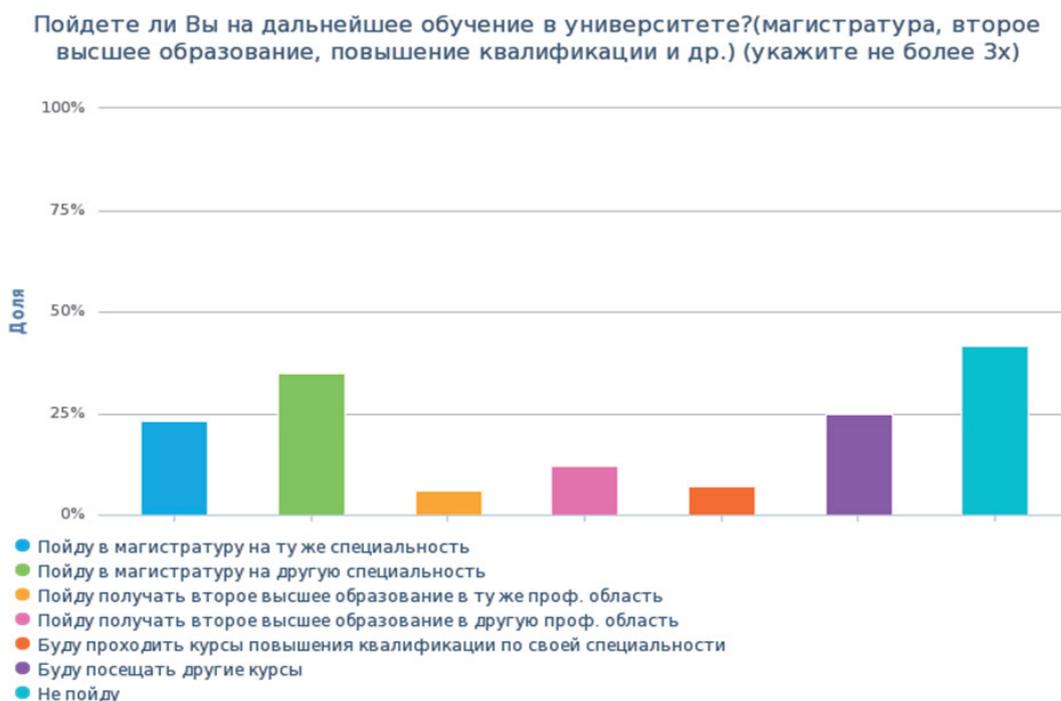


Рисунок 4 – Заинтересованность в продолжении обучения после окончания программы бакалавриата

душей специальности. Решение о направлении обучения принимается в большинстве случаев под влиянием родителей и на основании результатов ЕГЭ, без учета интереса к профессии, знания ее особенностей и востребованности специалистов на рынке.

Следствием представленного подхода к выбору направления обучения являются не оправданные в полной мере ожидания от процесса обучения, порядка половины готовы сменить профессию, значительное количество опрошенных не готово продолжать обучение в рамках выбранного направления после окончания бакалавриата.

Выбор места обучения осуществляется абитуриентами более осознанно. Основными инструментами, оказывающими влияние на выбор места обучения, являются сайт ВУЗа, рейтинг ВУЗа, а также информация, полученная в ходе проведения дня открытых дверей.

В рамках ВУЗа на выбор площадки обучения при наличии похожих вариантов оказывают влияние студенты, работающие в приемной комиссии, а также фирменный стиль института.

Профессиональная ориентация школьников не оказывает значительного влияния на выбор будущей профессии. Необходимость организации и проведения работы по данному направлению вследствие отсутствия в большинстве школьных коллективах, либо ненадлежащий уровень проведения требуют дальнейшего исследования.

На основании полученных выводов, на наш взгляд, работа по привлечению абитуриентов должна идти по двум направлениям. Во-первых, целесообразно задействовать потенциал, который может дать профессиональная ориентация школьников. Целью этой работы должно стать повышение информированности как самих абитуриентов, так и их родителей об особенностях специальности по предлагаемым направлениям обучения, актуальности выбранных профессий, их престижу в современных экономических условиях, востребованности на рынке и способности к адаптации в стремительно меняющихся условиях рыночного хозяйствования. Решение данного вопроса может быть достигнуто путем работы со школьниками на площадках дня открытых дверей, в рамках целенаправленной работы по профессиональной ориентации в

школах, продвижению бренда Академии в социальных сетях и на профессиональных сайтах. К работе по повышению информированности о престиже и потенциальной востребованности профессий на рынке следует привлечь Центр современных кадровых технологий Академии, основной задачей которого является определение кадровой потребности на российском рынке. В настоящее время ресурс Центра используется в минимальном объеме, о его существовании и направлениях его деятельности знают менее 1% опрошенных студентов. Кроме того, потенциал Центра может быть задействован с целью развития навыков молодежного социального предпринимательства, что с одной стороны – повысит привлекательность обучения в выбранном ВУЗе, с другой – поможет адаптироваться будущим специалистам в условиях современного рынка [13, с. 173–177].

Во-вторых, в ходе приемной кампании необходимо использовать еще одну возможность по формированию первичной профессиональной ориентации абитуриентов, а именно организацию досуга абитуриентов совместно со студентами в период между подачей документов и зачислением. В качестве инструментов можно рассмотреть общение с будущими однокурсниками (такое желание выразили 56% респондентов), совместное участие в квестах и прочих активностях (38%), проведение досуга с новыми друзьями вне рамок ВУЗа (36%), занятие киберспортом (9%) и прочими настольными играми (6%). Предложенные инструменты также можно рассматривать как дополнительный фактор удержания абитуриентов, представивших свои документы в приемные комиссии нескольких ВУЗов.

Особую важность приобретает вопрос о подготовке студентов - волонтеров к работе в приемной комиссии, учитывая их влияние на мнение абитуриентов при подаче документов. В период планирования и организации работ следует проводить со студентами тренинги, обучения, использовать систему их мотивации и вовлеченности в процесс набора и проведения приемной кампании. Также было бы целесообразно заранее разработать, ознакомить сотрудников приемной комиссии и применять на практике систему аргументации, убеждающей абитуриентов и их родителей выбрать ИОМ, как место будущего обучения.

Следует также использовать дополнительный визуальный фактор агитации для поступления в ИОМ. С целью привлечения аудитории абитуриентов и их родителей, необходимо использовать специалистов для разработки и поддержания фирменного стиля института, оформления территории приемной кампании, рекламных брошюр, проспектов и прочих информационных и агитационных материалов.

Основной акцент в работе приемной комиссии следует делать на первые две недели после получения школьниками аттестата, так как в ходе исследования было отмечено, что боль-

шинство абитуриентов (порядка 75%) подают документы именно в этот период. Было бы целесообразно разработать и внедрить в практику ряд мероприятий по совершенствованию работы приемной кампании. Целью предлагаемых мероприятий является не только увеличение количества абитуриентов, но также улучшение их качественного состава, который определяется заинтересованностью в получении выбранной профессии с точки зрения ее актуальности, востребованности на рынке и обеспечения карьерного роста.

17.05.2018

#### Список литературы:

1. Буянкина, Р.Г. Мотивация выбора образовательного учреждения абитуриентами / Р.Г. Буянкина, Е.В. Таптыгина, Л.В. Рудаква // Сибирское медицинское обозрение. – 2014. – №1(85). – С. 93–96.
2. Веселкова, Н.В. Высшее образование: выбор вуза или города? / Н.В. Веселкова // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. – 2015. – №3. – С. 41–46.
3. Винокурова, Н.М. Управление развитием профориентационной деятельности университета / Винокурова Н.М. // Университетское управление: практика и анализ. – 2015. – №5(99). – С. 106–107.
4. Дмитриева, К.С. Социальные факторы, повлиявшие на выбор специальности студентов экономического ВУЗа / К.С. Дмитриева, В.Е. Журавлев // Актуальные тенденции развития социально-политических процессов в России; Труды международной заочной научно-практической конференции. – 2017. – С. 53–56.
5. Ефимова, И.Н. Анализ влияния рейтингов вузов на мотивацию абитуриентов / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – №6(1). – С. 27–34.
6. Жерелина, С.Д. Выбор ВУЗА: влияние семьи / С.Д. Жерелина // Управление мегаполисом. – 2014. – №1. – С. 52–56.
7. Ковалева, Е.Н. Выбор вуза: особенности поведения потребителей / Е.Н.Ковалева // Общество. Экономика. Культура: актуальные проблемы, практика решения. К 25-летию Санкт-Петербургского университета управления и экономики: материалы V Международной научно-практической конференции. – Барнаул, – 2015. – С. 216–221.
8. Комарова, И.П. Довузовская подготовка: значимость и варианты реализации / И.П. Комарова, М.И. Ковалева // Актуальные проблемы совершенствования высшего образования. Материалы XIII научно-методической конференции с международным участием. Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова. – Ярославль. – 2018. – С. 240–242.
9. Лядова, Д.В. Исследование рынка образовательных услуг с целью выявления мотивации абитуриентов при выборе вуза / Д.В. Лядова, Г.С. Драпкина // МОЛОДЫЕ ЛИДЕРЫ – 2016. Материалы I международного конкурса выпускных квалификационных и курсовых работ. Научно-образовательный центр «Знание». – М. – 2016. – С. 116–121.
10. Попова, Л.А. Профессиональные и социальные факторы, определившие выбор вуза первокурсниками / Л.А. Попова, И.М. Фадеева, Е.М. Юрлова // ОГАРЭВ-ONLINE. – 2017. – №5(94). – С. 10.
11. Резник, Г.А. Исследование предпочтений потребителей образовательных услуг на рынке высшего образования / Г.А. Резник, Э.Х. Биктимирова // Реформирование системы управления на современном предприятии. Сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. – М. – 2014. – С. 97–104.
12. Рыченков, М.В. Исследование факторов, оказывающих влияние на выбор вуза абитуриентами, на различных этапах процесса поступления / М.В. Рыченков // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №6. – С. 527.
13. Сафронова, Н.Б. Методы развития молодежного социального предпринимательства в образовательной среде / Н.Б. Сафронова, Е.В. Калугина, Ф.Ю. Чанхиева // Менеджмент XXI века. Драйверы социально – экономического развития. – С.-Петербург, 2016. – С. 173–177.
14. Сахапов, Т.М. Оценка мотивации потенциальных абитуриентов 2015 года при выборе вуза / Т.М. Сахапов, С.А. Торошин, Г.С. Драпкина // Пищевые инновации и биотехнологии. Материалы Международной научной конференции. ФГБОУ ВО «Кемеровский технологический институт пищевой промышленности». – Кемерово. – 2015. – С. 427–428.
15. Хлабыстова, Н.В. Факторы, определяющие выбор вуза и профессиональное самоопределение абитуриентов (на примере ФГБОУ ВПО «КубГУ») / Н.В. Хлабыстова // Научные труды Кубанского Государственного Технологического Университета, – 2014. – №2. – С. 71–78.
16. Durdyev, S. Structural Equation Model of Factors Influencing Students to Major in Architecture, Engineering, and Construction / S. Durdyev, A. Ihtiyar // Journal of Professional Issues in Engineering Education and Practice. – 2019. – Т. 145. – С. 34–54
17. Tang, M. The history of school counseling. / M. Tang, B.T. Erford // Professional school counseling: A handbook of theories, programs, & practices. – Austin, TX, 2004. – С. 11–23
18. Senga, Briggs. An exploratory study of the factors influencing undergraduate student choice: the case of higher education in Scotland / Senga, Briggs // Studies in Higher Education. – 2006. – Т. 31 (6). – P. 705–722.
19. Callender, C. Attitudes to debt: school leavers and further education students' attitudes to debt and their impact on participation in higher education / C. Callender. – London: Universities UK, 2003.
20. Dao, M.T.N. What factors influence Vietnamese students' choice of university? / M.T.N. Dao, A. Thorpe // International Journal of Educational Management. – 2015. – Т. 29 (5). – P. 666–681.

**References**

1. Bulankina R. G., Chaplygina E. V., Rudakova L. V. Motivation of choice of educational institutions students. *Sibirskoye meditsinskoye obozreniye* [Siberian medical review], 2014, no. 1 (85), pp. 93–96.
2. Veselkova N.V. Higher education: choice of University or city? *Vestnik sotsial'no-gumanitarnogo obrazovaniya i nauki* [Bulletin of social and humanitarian education and science], 2015, no. 3, pp. 41–46.
3. Vinokurova N.M. Management of development of vocational guidance activities of the University. *Universitetskoye upravleniye: praktika i analiz* [University management: practice and analysis], 2015, no. 5 (99), pp. 106–107.
4. Dmitrieva K.S., Zhuravlev V. E. Social factors that influenced the choice of specialty of students of economic University. *Aktual'nyye tendentsii razvitiya sotsial'no-politicheskikh protsessov v Rossii. Trudy mezhdunarodnoy zaochnoy nauchno prakticheskoy konferentsii* [Current trends in the development of socio-political processes in Russia. Proceedings of the international correspondence scientific conference] Moscow, 2017, pp. 53–56.
5. Efimova I.N., Macoveichuk A.V. Analysis of the influence of University ratings on the motivation of applicants. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo* [Bulletin of Nizhny Novgorod University N. I. Lobachevsky], 2013, no. 6 (1), pp. 27–34.
6. Geraline S.D. College Choice: the influence of the family. *Upravleniye megapolisom* [Managing the metropolis], 2014, no. 1, pp. 52–56.
7. Kovaleva E.N. Choice of University: consumer behaviour. *Obshchestvo. Ekonomika. Kul'tura: aktual'nyye problemy, praktika resheniya. K 25-letiyu Sankt-Peterburgskogo universiteta upravleniya i ekonomiki: materialy V sovremennykh nauchno-prakticheskikh konferentsiy* [Society. Economy. Culture: actual problems, practice of solution. To the 25th anniversary of St. Petersburg University of management and Economics: proceedings of the V International scientific-practical conference]. Barnaul, 2015, pp. 216–221.
8. Komarova I.P., Kovaleva M.I. Pre-University training: the importance and implementation options. *Aktual'nyye problemy sovershenstvovaniya vysshego obrazovaniya. Materialy XIII nauchno-metodicheskoy konferentsii s uchastiyem RS. Yaroslavskiy gosudarstvennyy universitet im. P. G. Demidov* [Actual problems of improving higher education. Proceedings of the XIII scientific-methodical conference with international participation. Yaroslavl state University. P. G. Demidov]. Yaroslavl, 2018, pp. 240–242.
9. Lyadova D.V., Drapkina G.S. Study of the market of educational services in order to identify the motivation of students when choosing a University. *MOLODYYE LIDERY – 2016. Materialy I mezhdunarodnogo konkursa vypusknykh kvalifikatsionnykh i kursovykh rabot. Nauchno-obrazovatel'nyy tsentr "Znaniye"* [YOUNG LEADERS – 2016. Materials of the I international competition of final qualifying and term papers. Scientific and educational center "Knowledge"]. Moscow, 2016, pp. 116–121.
10. Popova L. A., Fadeeva I. M., Yurlova E. M. Professional and social factors that determined the choice of the University by first-year students. *OGAROV-ONLINE* [OGAREV-ONLINE], 2017, no 5 (94), pp. 10.
11. Reznik G. A., Biktimirova E. H. Research of preferences of consumers of educational services in the market of higher education. *Reformirovaniye sistemy upravleniya na sovremennoy predpriyatii. Sbornik materialov XIV mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Reforming of management system at the modern enterprise. The collection of materials of XIV International scientific and practical conference.]. Moscow, 2014, pp. 97–104.
12. Rychenkov M.V. Study of factors influencing the choice of University by applicants at different stages of the admission process. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya* [Modern problems of science and education], 2013, no.6, p. 527.
13. Safronova N.B., Kalugina E.V., Canhave F.Y. Methods of development of youth social entrepreneurship in an educational environment. *Menedzhment XXI veka. Drayvery sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya*. [Management of the XXI century. Drivers of socio-economic development]. St. Petersburg, 2016, pp. 173–177.
15. Sakhapov T.M., Troshin S.A., Drapkina G.S. Assessment of the motivation of potential students 2015 when choosing a University. *Pishchevyye innovatsii i biotekhnologii. Materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii. FGBOU VO Kemerovskiy tekhnologicheskii institut pishchevoy promyshlennosti*. [Food and biotechnology innovations. Materials of the International scientific conference. Of the Kemerovo technological Institute of food industry.]. Kemerovo, 2015, pp. 427–428.
16. Hlobystova N.V. The factors determining the choice of University and professional self-determination of students (on the example of Kuban state University). *Nauchnyye trudy Kubanskogo Gosudarstvennogo Tekhnologicheskogo Universiteta* [Scientific proceedings of Kuban State Technological University], 2014, no. 2, pp. 71–78.
17. Durdyev S., Ihtiyar A. Structural Equation Model of Factors Influencing Students to Major in Architecture, Engineering, and Construction. *Journal of Professional Issues in Engineering Education and Practice*, 2019, vol. 145, pp. 34–54.
18. Tang M., Erford B. T. The history of school counseling. *Professional school counseling: A handbook of theories, programs, & practices*. Austin, TX, 2004, pp. 11–23.
19. Senga Briggs An exploratory study of the factors influencing undergraduate student choice: the case of higher education in Scotland. *Studies in Higher Education*, 2006, vol. 31 (6), pp. 705–722.
20. Callender C. *Attitudes to debt: school leavers and further education students' attitudes to debt and their impact on participation in higher education*. London: Universities UK, 2003.
21. Dao M.T.N., Thorpe A. What factors influence Vietnamese students' choice of university? *International Journal of Educational Management*, 2015, vol. 29 (5), pp. 666–681.

**Сведения об авторах:**

**Маслевич Татьяна Петровна**, доцент кафедры Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), кандидат экономических наук  
E-mail: maslevich@ranepa.ru

**Сафронова Наталья Борисовна**, доцент кафедры Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), кандидат технических наук  
E-mail: safronova@ranepa.ru

**Минаева Наталья Леонидовна**, доцент кафедры Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), кандидат психологических наук  
E-mail: n.minaeva@list.ru

119571, г. Москва, проспект Вернадского, 82, стр.1