

УДК 316.42

DOI: 10.26456/2219-1453/2022.4.136–148

## **АБИТУРИЕНТ КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ И ВАЖНЫЙ ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ВУЗЕ**

**В.А. Михайлов, С.В. Михайлов, Е.С. Тупик**

ФГБОУ «Тверской государственный университет», г. Тверь

Цель исследования – анализ современных тенденций развития системы высшего образования. Новизна полученных результатов заключается в междисциплинарном исследовании корпуса абитуриентов и его превращения в особый и важный объект управленческой деятельности любого российского вуза. Необходимо тщательно изучать потенциальных студентов и надлежащим образом влиять не только на расширение рынка абитуриентов, но и максимальное привлечение наиболее подходящего контингента для каждой конкретной образовательной программы. В статье показано, что одним из важнейших направлений деятельности современного вуза является формирование у обучающихся компетенций инновационной деятельности. Проанализирован опыт исследований инновационной деятельности вузов страны на примере социологии инноваций. Прослежены некоторые изменения в поведении абитуриентов регионального вуза. Сформулирован ряд практических рекомендаций, которые можно применять для развертывания аналогичных исследований и в практической деятельности вузовских структур по работе с абитуриентами в свете насущных задач формирования у обучающихся компетенций инновационной деятельности. Основные методы исследования – вторичный анализ результатов исследований других авторов по данной проблематике, анкетный опрос абитуриентов (n = 360) и студентов первого курса Тверского государственного университета (n = 385) с участием авторов.

**Ключевые слова:** абитуриент, высшее учебное заведение, инновационная деятельность, менеджмент, обучающийся, профориентационная работа.

### **Введение**

Актуальность изучения потребностей и поведения абитуриентского корпуса обусловлена, в первую очередь, наличием барьерами в цепочке «средняя школа – вуз – рынок труда». В силу этого всестороннее изучение потенциальных потребителей образовательных услуг вуза становится насущной задачей фундаментальных и прикладных исследований.

Важно учесть, что одним из важнейших направлений деятельности современного вуза является формирование у обучающихся компетенций инновационной деятельности, что требует от исследовательского сообщества и управленческих вузовских структур повышенного внимания к данной проблематике. Так, современная социология «имеет все основания

включить инновационную проблематику в круг своих научных интересов либо как продолжение и расширение предметной области социологии науки, либо даже как относительно автономное научное направление» [3, с. 58]. При этом можно отметить, что быстро развивающаяся социология инноваций использует и обобщает материалы, получаемые со стороны многих других научных дисциплин, и тем самым выполняет интегративную (систематизирующую) функцию, становится вполне удобной площадкой междисциплинарных исследований по самой широкой тематике: продуктивные механизмы взаимодействия «школа – вуз», совершенствование профориентационной работы, формирование эффективной коммуникативной политики вуза, выявление соответствия между спросом и предложением на рынке образовательных услуг, профессиональное самоопределение старшеклассников, внедрение инновационных подходов в работе с абитуриентами, составление комплексного социологического портрета абитуриента и многое другое.

Наличный опыт эмпирических социологических исследований инновационной деятельности вузов страны достаточно обширен. Например, как отмечают О.С. Кошевой, В.П. Воробьев, Н.В. Некрылова и А.Н. Опекунов, чтобы выдержать конкуренцию, вузам области необходимо знать мотивы выбора абитуриентами того или иного профиля обучения, систематически их исследовать и анализировать [2, с. 152]. Еще в апреле-мае 2007 г. по заказу Национального фонда подготовки кадров и в интересах Федерального агентства по образованию исследовательской группой ЦИРКОН было проведено исследование «Мониторинг национального проекта «Образование». Внутривузовские эффекты инновационных образовательных программ (ИОП)» [7]. Главной целью исследования являлось получение информации для оценки степени достижения целей и эффекта изменений внутренней образовательной среды в результате реализации инновационных образовательных программ. Дополнительной целью было получение информации, необходимой для предупреждения возможных рисков и возможного сопротивления среды. НП «Центр развития малого бизнеса, образования и международных связей («Сократ»)» в 2009 г. провел исследование на тему «Изучение объективных и субъективных противоречий в процессе управления инновациями в системе среднего и высшего профессионального образования в регионах Российской Федерации» [2]. По итогам исследования были сделаны важные выводы и рекомендации, не утратившие своего практического значения и в настоящее время.

Таким образом, можно констатировать, что прикладные исследования помогают вовремя распознавать назревающие проблемы и производить необходимые коррективы в развертывание инновационной деятельности российских вузов, в том числе – в работу с абитуриентами. Для конкретизации целевой установки такой работы следует сослаться на раздел IV Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.: «Ключевая задача инновационного развития... – создание условий для формирования у граждан компетенций

инновационной деятельности, иначе говоря – компетенций «инновационного человека» как субъекта всех инновационных преобразований» [12]. Далее в разделе V представлен целый перечень компетенций инновационной деятельности. Тем самым была определена главная цель и искомый результат инновационной деятельности любой организации в системе образования, в том числе и применительно к начальному звену образовательной цепочки: *абитуриент – обучающийся – выпускник*.

#### Материалы и методы

В силу того, что инновационная деятельность сегодня выступает в качестве объекта исследований многих научных дисциплин, теоретико-методологической основой исследования послужили известные публикации представителей самых разных наук. Используются современные модели университетской жизни: глобальный научно-исследовательский университет, инновационный вуз, федеральный университет, национальный исследовательский университет, предпринимательский университет, виртуальный университет, корпоративный университет, учебно-научно-инновационный комплекс (УНИК), а также основные модели, иллюстрирующие выбор конкретного вуза: неоклассическая модель спроса на образовательные услуги, теория человеческого капитала, теория скрининга, бихевиористский подход [9, с. 7.].

В качестве методологической базы выступил деятельностный подход, который представляется наиболее эффективным при изучении любого вида деятельности, в том числе – инновационной деятельности регионального вуза. С одной стороны, рассматривается с точки зрения общей структуры любого вида деятельности, которая включает в себя следующие основные элементы: субъект – объект – мотивы (потребности и интересы) – цель и задачи – действия и средства – условия (факторы, внутренняя и внешняя среда) – результат (эффекты и эффективность). С другой стороны, каждый из перечисленных элементов требует своего отдельного рассмотрения применительно к тому или иному виду деятельности. В рамках данной статьи в качестве одного из важных объектов инновационной деятельности современного вуза рассматривается корпус абитуриентов.

В качестве эмпирической базы в статье использованы некоторые локальные документы Тверского государственного университета, посвященные инновационной деятельности и профориентационной работе. Широко привлекаются результаты авторских исследований инновационной деятельности в Тверском государственном университете, которые проводятся с 2011 г., когда была осуществлена первая большая работа на тему «Социологическое измерение готовности вуза к инновационному развитию» в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» (Госконтракт № 16.740.11.0709, шифр 2011-1.3.1-303-013). Некоторые итоги

исследований инновационной деятельности подведены в коллективной монографии [6].

В качестве основного метода сбора первичной информации был выбран анкетный опрос. На протяжении последних пяти лет постоянно проводились массовые опросы старшеклассников г. Твери и студентов первого курса Тверского государственного университета. Сравнительный анализ результатов этих исследований позволил выявить важные тенденции и сформулировать ряд практических предложений для улучшения работы с абитуриентами: 1. Конкретно-социологическое исследование на тему «Профессиональное самоопределение подростков». Время проведения: 11.10.-7.11.2021г. Выборка сплошная: учащиеся 9–11 классов МОУ СОШ № 15 г. Твери. Опрошено 151 человек, из них: 69 из 9 классов, 45 из 10 классов, 37 из 11 классов. 2. Диагностика уровня базовой подготовки мотивации поступления в вуз, 15.09.-15.10.2021г. в рамках участия Тверского государственного университета в проекте НИИ мониторинга качества образования. Методика – «Диагностическое интернет-тестирование студентов первого курса на базе 11 классов» [8]. Анализируются полученные данные на примере первокурсников направления подготовки 39.03.01 Социология. 3. Для сравнительного анализа использованы данные социологических исследований «Абитуриент ТвГУ-2016» (август 2016 г., 455 анкет), «Абитуриент ТвГУ-2019» (август 2019 г., 450 анкет).

#### Результаты

На вопрос «Определились ли Вы с выбором направления подготовки в вузе?» 75 % ответили утвердительно, не определились с выбором – 25 % опрошенных школьников.

Приоритетные источники информации о профессиях: Интернет (81 %), школа (22 %), СМИ (13 %).

Подростки хорошо осведомлены о старых профессиях, но плохо информированы о новых.

Каждый третий школьник, планирующий продолжить школьное образование после 9-го класса, затруднился с выбором профилем дальнейшего обучения. Каждый четвертый выбрал для себя гуманитарное направление.

Продолжить школьное обучение предполагают в основном те учащиеся, которые выбрали для себя следующие сферы профессиональной занятости: информационные технологии (программист, системный администратор и т.д.); экономика, организация, управление (экономист, менеджер и т.п.); психология; наука, образование (учитель, ученый и т.д.); право, юриспруденция, политика (юрист, дипломат и т.п.); искусство (дизайнер, архитектор и др.); реклама и связи с общественностью, маркетинг, военное направление.

72 % подростков, принявших решение покинуть школу после 9-го класса и получить среднее специальное образование, в будущем не собираются дополнять его высшим. Приоритетные профессии у данной категории школьников: безопасность (пожарный, спасатель и т.д.); сервис,

обслуживание населения, услуги (повар, парикмахер и т.д.); техника, производство, строительство (электрик, сварщик и т.д.).

Учащиеся, чьи семьи имеют высокое материальное положение, предпочли для себя сферы искусства, права, юриспруденции, политики. Юноши и девушки со средним уровнем семейного дохода, как правило, ориентируются на сферы информационных технологий и медицину.

Подростки, имеющие опыт неоплачиваемой работы (волонтерство и проч.) гораздо чаще планируют продолжить школьное обучение.

Ученики, получающие дополнительное образование, имеют лучшую успеваемость. Девочки, получающие дополнительное образование, чаще выбирают творческие направления, мальчики – спортивные и информационные.

Почти все учащиеся в поисках будущей занятости планируют сосредоточиться на достойной заработной плате и здоровом трудовом коллективе. Важнейший критерий выбора предполагаемого школьной профориентации – престиж и доход будущей профессии.

Каждый второй подросток, посещающий курсы иностранного языка, компьютерного программирования или художественной школы, видит для себя перспективу работы за границей.

В качестве приоритетных мест будущей учебы и работы ученики чаще выбирают Москву и Санкт–Петербург.

Планы на будущее («Кем Вы хотите быть в будущем?»): иметь свое дело (37 %), быть руководителем (24 %), подчиненным/исполнителем (10 %), затруднились с ответом (29 %).

На вопрос «Проводятся ли в Вашей школе профориентационные мероприятия?» 61 % опрошенных ответили утвердительно.

Наиболее часто проводимые в школе профориентационные мероприятия: встречи с представителями учебных заведений (63 %) и проведение тематических уроков (22 % респондентов).

Таблица 1

Количественное и процентное распределение ответов на вопросы (исследование «Абитуриент ТвГУ-2016», август 2016 г., 455 анкет)

	Количество ответов	Количество ответов (в %)
1. Что, по Вашему мнению, больше всего влияет на выбор будущей профессии и направления подготовки в ВУЗе (отметьте 2 варианта ответов):		
Престиж профессии и карьерный рост	384	47,6
Оплата труда	265	32,8
Привилегии при поступлении	21	2,6
Легкость обучения	41	5,1
Мнение родственников и друзей	36	4,5
Возможности для дополнительного заработка	27	3,3
Другое (впишите)	33	4,1
2. Как Вы узнали о ТвГУ (можно отметить несколько вариантов ответов):		
Живу недалеко	119	14,7
Увидел информацию по местному ТВ	14	1,7
Увидел информацию в Интернете	183	22,6
По рекомендации родственников	140	17,3
По рекомендации друзей	147	18,1
По рекомендации студентов ТвГУ	96	11,8

	Количество ответов	Количество ответов (в %)
Услышал на радио	2	0,2
Мне раздали приглашение на Днях открытых дверей	39	4,8
Проходил мимо, заинтересовался вывеской	17	2,1
Прочитал в СМИ	30	3,7
Другое (впишите)	24	3
3. Если Вы узнали о ТвГУ в Интернете, то из какого ресурса?		
С сайта университета ТвГУ ( <a href="http://university.tversu.ru">http://university.tversu.ru</a> )	275	76,4
Информация на образовательном портале «Учеба.ру»	24	6,7
Информация на федеральном портале «Российское образование» ( <a href="http://www.edu.ru">www.edu.ru</a> )	15	4,2
Страница в «Википедии»	20	5,5
Информация на портале «Мое образование» ( <a href="http://moeobrazovanie.ru">http://moeobrazovanie.ru</a> )	5	1,4
Справочник ВУЗов EduNetwork ( <a href="http://vuz.edunetwork.ru">vuz.edunetwork.ru</a> )	8	2,2
На портале отзывов <a href="http://ucheba-otziv.ru">http://ucheba-otziv.ru</a>	2	0,5
Другое (впишите)	11	3,1
4. Знаете ли Вы о существовании группы ТвГУ в социальной сети Vkontakte.com и на Facebook.com?		
Да	270	59,7
Нет	182	40,3
5. Хотели бы Вы подписаться на аккаунт ТвГУ в twitter.com, чтобы вовремя получать свежую информацию об университете?		
Да	221	48,8
Нет	182	51,2
6. Основной мотив поступления в ВУЗ (выберите один вариант или впишите свой вариант ответа):		
Высшее образование как залог будущего материального благополучия	280	57,9
Определение высшего образования как основы повышения интеллектуального уровня человека	133	27,5
Оценка высшего образования как элемента социального статуса человека	65	13,4
Другое (впишите)	6	1,2
7. Какими источниками для получения более полной информации о ТвГУ Вы пользовались:		
Справочники ВУЗов	98	15
Реклама в тверских газетах	12	1,8
Интернет	333	51,1
День открытых дверей, советы родственников, знакомых	134	20,6
Беседы в школе	54	8,3
Выставки ВУЗов	11	1,7
Другое (впишите)	10	1,5
8. Какие мероприятия и курсы в ТвГУ Вы посещали за последний год?		
День открытых дверей	213	61,9
Подготовительные курсы	40	11,6
Олимпиада «Левша»	2	0,6
Олимпиада «Г лаголица»	17	4,8
«Школа юного химика»	2	0,6

	Количество ответов	Количество ответов (в %)
Всероссийская олимпиада школьников	43	12,5
Другое (впишите)	27	7,9
9. Вы окончили:		
Лицей/гимназия	94	20,2
Профильный физико-математический класс	27	5,8
Профильный класс другого направления	59	12,7
Обычный класс	226	48,6
Колледж	38	8,2
Другое (впишите)	21	4,5

Исследование 2019 г. зафиксировало следующее распределение ответов на принципиальный вопрос «Почему Вы выбрали для обучения именно ТвГУ?»: Здесь дают хорошее образование – 57,5 %, Вуз ближе других расположен к дому – 19,7 %, Знакомые посоветовали – 8,9 %, Учатся знакомые, родственники – 5,9 %, Другое (укажите) – 8,0%.

По поводу еще одного очень важного момента – правильности выбора направления обучения (39.03.01 Социология) – было выявлено следующее (рис. 1):

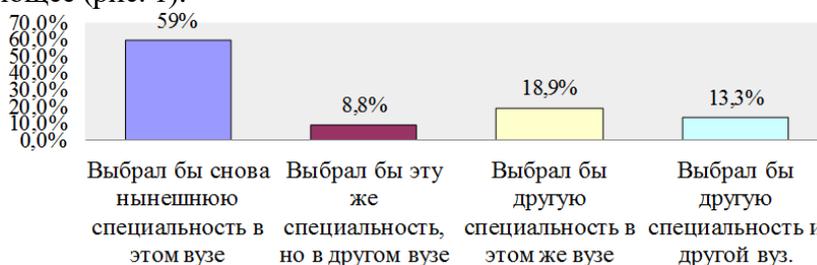


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Если бы Вам пришлось выбирать направление обучения (специальность) снова, как бы Вы поступили?»

Диагностика внутренней и внешней мотивации поступления в вуз показала следующее :

**Внутренняя мотивация:** доминирующие мотивы поступления в вуз: интерес к профессии; желание получить высшее профессиональное образование; стремление заниматься выбранным для будущей профессии делом; желание стать высококвалифицированным специалистом (рис. 2, 3).

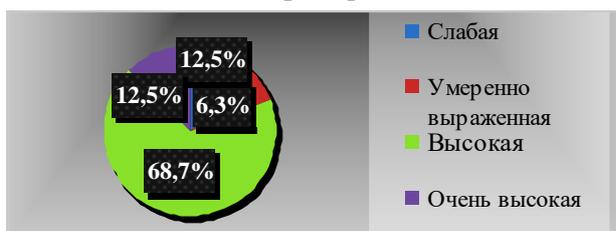


Рис. 2. Диаграмма уровня развития доминирующих мотивов поступления в вуз

**Внешняя мотивация:** доминирующие мотивы поступления в вуз: бесплатное поступление, низкая оплата за обучение; семейные традиции, желание родителей; совет друзей, знакомых; престиж, авторитет вуза и

факультета; стремление прожить беззаботный период жизни; случайность; нежелание идти в армию; желание выйти замуж; стремление получить диплом о высшем образовании.

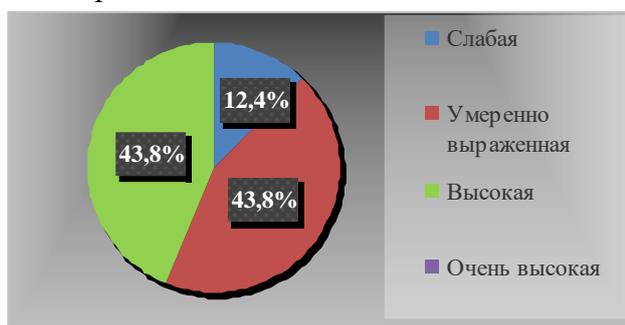


Рис. 3. Диаграмма уровня развития мотивов поступления в вуз

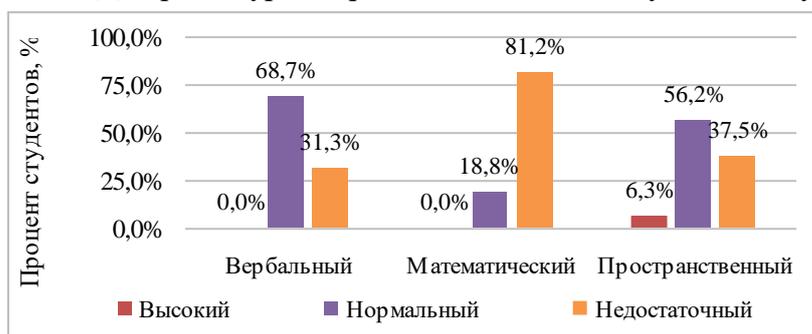


Рис. 4. Диаграмма уровня развития интеллекта

Результаты диагностики интеллектуальных способностей студентов-первокурсников (рис. 4). *Вербальный интеллект* предполагает развитие общей способности оперировать словами как сигналами и символами. *Математический интеллект* включает комплекс интеллектуальных способностей, связанных с количественным моделированием явлений, основанным на оперировании математическими символами и числами. *Пространственный интеллект* характеризует развитие наглядно-образного мышления, практических и теоретических конструктивных способностей, пространственного воображения.

#### Обсуждение

На основе анализа данных опросов 2016, 2019, 2021 гг. можно сделать несколько основных обобщений и сопутствующих замечаний:

1. Более всего на выбор будущей профессии (выбор направления подготовки при поступлении в ТвГУ), по мнению респондентов, влияют: престиж профессии и карьерный рост – 47,6 %, оплата труда – 32,8 %. Наметилась тенденция отмечать в качестве важного фактора будущий здоровый трудовой коллектив. Факторы выбора направления и профиля подготовки из года в год меняются, поэтому необходимо отслеживать изменяющуюся ситуацию в мониторинговом режиме, чтобы обнаружить намечившиеся тенденции.

2. Приоритетный источник информации о наличных профессиях – Интернет (81 %). Главные «предварительные» источники информации о вузе и перспективных направлениях подготовки в нем (главные советовавшие, куда обратиться за необходимой информацией): друзья и родственники – 35,4 %, Интернет – 22,6 %, информация в самом ТвГУ («живу недалеко») – 14,7%, студенты ТвГУ – 11,8%. Приемной комиссии и ПР-службе университета следует обратить внимание не только на перечень данных источников важной для абитуриентов информации, но и отдельно проанализировать характер тех сведений, который поступает от этих и иных каналов (злободневность, полнота, достоверность, простота доступа и проч.).

3. Непосредственный доминирующий источник информации о ТвГУ – сайт университета ТвГУ (<http://university.tversu.ru>) – 76,4 %. Однако следует отметить, что для получения более полной информации респонденты часто обращаются к другим адресам в Интернете и ищут альтернативные пути получения информации. Например, для поиска дополнительной информации были использованы: День открытых дверей, советы родственников, знакомых – 20,6 %, Беседы в школе – 8,3 % и др.

4. При этом желающих подписаться на аккаунт ТвГУ в twitter.com, чтобы вовремя получать свежую информацию об университете, набралось менее половины (49 %). При соответствующей информационной работе это число может увеличиться, если о существовании группы ТвГУ в социальных сетях Vkontakte.com и на Facebook.com будет знать все 100 % потенциальных абитуриентов, их родственников и знакомых.

5. Важное место среди профориентационных мероприятий вуза низменно занимает День открытых дверей, традиционно пользуются повышенным вниманием подготовительные курсы, постепенно увеличивается число участников профильных олимпиад. При этом достаточно большая группа респондентов указала на «другие» мероприятия, которые мог бы проводить вуз.

6. Большинство респондентов (86,7 %) положительно оценили обстановку и качество обучения в вузе, но при этом каждый шестой опрошенный, если бы ему представилась возможность, выбрал бы для обучения другую специальность и другой вуз. Необходимо выявлять причины этого негативного момента и предпринимать предупреждающие действия.

7. Большинство абитуриентов (68,8 %) окончили обычный класс или лицей/гимназию. Достаточно малое количество ребят приходит из профильных классов. Потребуется провести специальное изучение наметившихся тенденций (кто и в каком количестве поступает в вуз из колледжа др.) с целью точного определения главных территорий профориентационной работы.

8. В силу того, что старшеклассники недостаточно осведомлены о новых профессиях на рынке труда, на этом вопросе в профориентационной деятельности следует сделать особое ударение.

9. Каждый третий школьник, планирующий продолжить школьное образование после 9-го класса, затрудняется с выбором профиля дальнейшего обучения. В силу этого акцент необходимо сделать на взаимодействии с родителями.

10. Учитывая ориентацию многих современных старшеклассников на приоритетный поиск места учебы в Москве и Санкт-Петербурге и поисков последующей работы за границей, необходимо всячески продвигать престиж вуза и направления подготовки, а также практиковать дистанционное взаимодействие со школами других регионов России, особенно тех, где не реализуются соответствующие программы высшего образования.

Отмеченные тенденции свидетельствуют о назревшей задаче разработки и внедрении в практику работы вуза ряда инновационных методов привлечения абитуриентов [5].

Исследование *внутренней* мотивации учения показало, что «высокий» и «очень высокий» уровни развития мотивации поступления в вуз в сумме составляют 81,2 %. Налицо прекрасная стартовая позиция для всего последующего обучения: есть интерес к профессии, присутствует стремление к самореализации, имеется настрой на успех в профессиональной деятельности. Руководитель образовательной программы должен следить, чтобы кривая замеров этих и подобных показателей не пошла резко вниз.

Исследование *внешней* мотивации учения засвидетельствовало, что «высокий» уровень развития мотивов поступления в вуз составляют всего 43,8 %, При этом она является весьма ранородной (бесплатное поступление, низкая оплата за обучение, семейные традиции, желание родителей, стремление прожить беззаботный период жизни, нежелание идти в армию и т.д.).

Отсюда задача постоянной последующей координации с реально действующими мотивами обучения (стремление не отставать от сокурсников, достичь уважения преподавателей, стремление получать стипендию и т.п.) и иррелевантными профессиональными мотивами (стремление получить высокооплачиваемую работу, работать в государственных структурах или в частных организациях, получить руководящую должность и др.). Уже сегодня социологи задаются вполне правомерным вопросом: какие аспекты представлений о социологии как о профессии и о социологии как научной области оказываются настолько привлекательными для выпускников школ, что они останавливают свой выбор на данном направлении вузовской подготовки [11]. Применительно к проблематике статьи можно добавить: необходимо предпринимать такие действия, которые позволят прицельно отобрать и подготовить к поступлению тех ребят, у которых наиболее быстро и глубоко будут развиваться навыки и умения инновационной деятельности.

Полученные данные о *развитии отдельных видов интеллекта* позволяют сделать обоснованный вывод, что у большинства студентов-первокурсников интеллектуальные способности вполне соответствуют

выбранному направлению (39.03.01 Социология) и профилю профессиональной подготовки (Социология управления и организаций). Высокий уровень нормы по вербальному интеллекту (68,7 %) засвидетельствовал предрасположенность большинства бывших абитуриентов к общественным наукам, к изучению иностранных языков, что в целом соответствует выбранному направлению. Однако у трети был выявлен низкий уровень вербального интеллекта, что может сигнализировать о наличии потенциального балласта в студенческом коллективе. Выявленные у обучающихся невысокие показатели по математическому интеллекту вызывают определенную настороженность, ибо в дальнейшем это может обернуться существенными трудностями при оперировании математическими символами, решении практических задач по количественному моделированию социальных явлений.

#### **Выводы**

Перечисленные в разделе V Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. компетенции «инновационного человека» (способность и готовность к непрерывному образованию, постоянному совершенствованию, переобучению и самообучению, профессиональной мобильности, стремление к новому; способность к критическому мышлению и т.д. [12]) дают первоначальный ориентир в работе с абитуриентами: вуз должен всемерно заботиться не только о количественном расширении своей абитуриентской базы, но также тщательно изучать ее качественный состав, чтобы подобрать максимально адекватный для решения подобной задачи человеческий материал.

Сегодня многие исследователи сосредоточились на изучении самых разных аспектов обсуждаемой проблемы: влияние мотивов поступления в вуз на результаты последующего обучения [1], классификация и анализ ценностно-рациональных и целерациональных компонентов поведения абитуриентов в процессе поступления [5] и т.д. Эти и подобные исследования в перспективе нацелены на создание типового портрета абитуриента, ориентирующегося на определенный профиль обучения.

Взаимодействие вуза и школы должно быть направлено на координацию усилий по формированию универсальных компетенций, но с прицелом на задачи продвижения компетенций инновационной деятельности внутри набора общепрофессиональных и профессиональных компетенций. Особенно это касается тех направлений подготовки, где в образовательной программе прямо закреплены соответствующие типы задач профессиональной деятельности (проектно-инновационный, инновационно-предпринимательский и под.).

#### **Список литературы**

1. Игнатъев В. П., Цой Т. В., Чахов Д. К. Влияние мотивов поступления в вуз на результаты обучения // Современные проблемы науки и образования. 2020. № 6. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=30335>.
2. Изучение объективных и субъективных противоречий в процессе управления инновациями в системе среднего и высшего профессионального образования в

- регионах Российской Федерации. Аналитический обзор результатов социологического исследования. Липецк: НП «Сократ», 2009. 57 с.
3. Келле В.Ж. К социологии инновационной деятельности // *Инновации*. 2011. № 1. С. 57–62.
  4. Кошевой О.С., Воробьев В.П., Некрылова Н.В., Опекунов А.Н. Мотивы выбора профиля обучения студентами-экономистами (региональный аспект) // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. 2019. № 3 (51). С. 151–160.
  5. Маслевич Т. П., Сафронова Н. Б., Минаева Н. Л. Инновационные методы привлечения абитуриентов (на примере исследования факторов мотивации) // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2018. № 6 (218). С. 52–60.
  6. Михайлов В. А., Михайлов С. В., Тупик Е. С. Инновационная деятельность в региональном вузе: состояние и перспективы развития: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2021. 218 с.
  7. Мониторинг эффективности национального проекта «Образование». Внутривузовские эффекты инновационных образовательных программ (ИОП). Аналитический отчет по результатам исследования. М., 2007. 227 с. URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/15a/Monitoring\\_jeffektivnosti\\_nacionalnogo\\_proekta\\_Obrazovanie\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/15a/Monitoring_jeffektivnosti_nacionalnogo_proekta_Obrazovanie_otchet.pdf).
  8. Оценка уровня базовой и психологической подготовки первокурсников к обучению в вузе/ссузе. URL: <https://diag.i-exam.ru/>.
  9. Прахов И. А. Модель выбора вуза в условиях ЕГЭ и роль ожиданий абитуриентов. М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. 56 с.
  10. Рябоконт М. В. Социальные компоненты поведения абитуриентов (на примере классического университета): диссертация ... канд. социолог. наук : 22.00.04. Н. Новгород, 2017. 245 с.
  11. Скворцов Н. Г., Зырянов В. В. Социологическое образование: между стандартами и реалиями // *Социологические исследования*. 2018. № 7. С. 30–40.
  12. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: <http://cluster.hse.ru/cluster-policy/docs/.pdf>.

*Об авторах:*

МИХАЙЛОВ Валерий Алексеевич – доктор философских наук, заведующий кафедрой социологии, заведующий кафедрой социологии, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», 170100, Тверь, ул. Желябова, д. 33, e-mail: [Mikhaylov.VA@tversu.ru](mailto:Mikhaylov.VA@tversu.ru), ORCID: 0000-0002-1534-0994, Spin-код: 9854-2220.

МИХАЙЛОВ Сергей Валерьевич – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», 170100, Тверь, ул. Желябова, д. 33, e-mail: [Mikhaylov.SV@tversu.ru](mailto:Mikhaylov.SV@tversu.ru), ORCID: 0000-0002-0584-0530, Spin-код: 9375-7480.

ТУПИК Елена Сергеевна – старший преподаватель кафедры социологии, заведующий лабораторией социальных исследований, Тверской государственный университет, ФГБОУ ВО «Тверской

государственный университет», 170100, Тверь, ул. Желябова, д. 33, e-mail: [Tupik.ES@tversu.ru](mailto:Tupik.ES@tversu.ru), ORCID: 0000-0003-4479-1011, Spin-код: 8371-7340.

**THE APPLICANT AS A SUBJECT OF RESEARCH AND AN  
IMPORTANT OBJECT OF MANAGEMENT ACTIVITY  
IN A REGIONAL UNIVERSITY**

**V.A. Mikhailov, S.V. Mikhailov, E.S. Tupik**

FGBOU VO «Tver State University», Tver

The purpose of the study is to analyze current trends in the development of the higher education system. The novelty of the obtained results lies in the interdisciplinary study of the applicants' corps and its transformation into a special and important object of management activity of any Russian university. It is necessary to carefully study potential students and properly influence not only the expansion of the entrant market, but also the maximum attraction of the most suitable contingent for each specific educational program. The article shows that one of the most important areas of activity of a modern university is the formation of innovative activity competencies among students. The experience of research of innovative activity of universities of the country on the example of the sociology of innovation is analyzed. Some changes in the behavior of applicants of a regional university have been traced. A number of practical recommendations have been formulated that can be applied to the deployment of similar studies and in the practical activities of university structures for working with applicants in the light of the urgent tasks of forming students' com.

**Keywords:** *entrant, higher education institution, innovation, management, student, career guidance.*

*About the authors:*

МИHAJЛОВ Valerij Alekseevich – Doctor of Philosophy, head of the sub-department of sociology, FGBOU VO “Tver State University”, 170100, Tver, st. Zhelyabova, 33, e-mail: [Mikhaylov.VA@tversu.ru](mailto:Mikhaylov.VA@tversu.ru). ORCID: 0000-0002-1534-0994, Spin code: 9854-2220.

МИHAJЛОВ Sergej Valer'evich – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology, FGBOU VO “Tver State University”, 170100, Tver, st. Zhelyabova, 33, e-mail: [Mikhaylov.SV@tversu.ru](mailto:Mikhaylov.SV@tversu.ru). ORCID: 0000-0002-0584-0530, Spin code: 9375-7480.

TUPIK Elena Sergeevna – Senior Lecturer of the Department sociology, head of laboratory, social research, FGBOU VO “Tver State University”, 170100, Tver, st. Zhelyabova, 33, [Tupik.ES@tversu.ru](mailto:Tupik.ES@tversu.ru). ORCID: 0000-0003-4479-1011, Spin code: 8371-7340.