**Наша версия – Массовый прогул – Матвей Лебедев**

23 августа 2010 года

Российские вузы начинают конкурировать из-за нехватки студентов. Близится 1 сентября, российские вузы готовятся принять очередную волну "новобранцев", окончательные списки зачисленных уже сформированы и подписаны. Однако мало кто из экспертов сомневается, что во многих учебных заведениях страны останутся свободные места: демографический кризис 90-х дошел и до высшего образования. Число вузов за постсоветский период значительно выросло, а количество выпускников школ резко упало. На бюджетные места абитуриентов еле хватает. А многочисленным коммерческим вузам приходится воевать за каждого школьника. В итоге приемная кампания все больше напоминает торговлю: с рекламой, скидками и спецпредложениями.

В метро, в электричках, на уличных билбордах красуются гламурные физиономии Ксении Собчак и Димы Билана. Они зазывают в некий университет. Что характерно, Ксюша окончила МГИМО, а Билан и вовсе Гнесинку. Но реклама есть реклама - звезды исправно участвуют в студенческих корпоративчиках этого небедного, очевидно, вуза.

Уровень образования становится второстепенным. Поступим, как нормальные абитуриенты: зайдем на сайт университета. Первым делом я вижу список корпоративных мероприятий заведения в 2010 году, приглашение на дискотеку "День знаний" с участием Билана и список других звездных гостей, развлекавших студентов в прошлые годы. Филипп Киркоров, Baccara, Гоша Куценко, Boney M... Полтора десятка знакомых имен и названий. С этим делом у вуза все неплохо. А как насчет уровня образования?

Если бы я гордился этим самым уровнем, я бы в первую очередь вывесил на сайте сообщение об этом. Ничего подобного. Есть информация о стоимости обучения, о датах дней открытых дверей, список направлений обучения, приветственное слово президента университета, написанное, судя по всему, копирайтерами - малосвязное сообщение, напичканное оптимизированными под поисковые системы ключевыми словами. И ни слова о методиках преподавания, качестве преподавательского состава, успехах студентов и выпускников, конкурсе на поступление в прежние годы. То есть ничего, что свидетельствовало бы о качестве обучения.

В общем, сайт ориентирован не на тех, кто ищет хорошее образование, а на тех, кто готов платить деньги за легальную отмазку от армии и диплом. Ну и за периодические дискотеки. При этом нет достаточных оснований утверждать, что образование в Первом профессиональном никудышное. Может, все там отлично. Они вынуждены ловить студентов на артистов, потому что тех, кто клюет исключительно на Канта или Эйнштейна, сейчас днем с огнем не сыщешь. К тому же в отличие от любого государственного вуза частное учебное заведение поставлено в очень жесткие условия выживания. Гособразование может какое-то время жить с недобором, частникам же - либо банкротиться, либо повышать плату за обучение и соответственно продолжать терять потенциальных студентов.

Абитуриентов не хватает чисто математически Простая арифметика. В этом году школу окончили 840 тыс. человек, а только бюджетных мест в государственных университетах насчитывается 448 тысяч. Разумеется, на эти места и происходит основной конкурс, на эти места претендуют самые талантливые выпускники. И этих мест слишком много: найти серьезный научный потенциал аж у 50% школьников вряд ли удастся.

Но ведь бюджетными местами дело не ограничивается. По данным Минобрнауки на докризисный 2008 год, в стране насчитывалось 1134 государственных и негосударственных высших учебных заведений, а предложить они могли 1,64 млн мест на очных, заочных и очно-заочных отделениях. То есть по два места на каждого выпускника школы. Дальше будет только хуже. По прогнозам Минобрнауки, к 2015 году в российских вузах останется около 4,5 млн студентов против примерно 7,5 млн в прошлом учебном году.

Конечно, от демографической проблемы страдают и государственные вузы. По экспертным оценкам, каждый пятый вуз в этом году может оказаться с недобором студентов на бюджетные места. Более того, многие вынуждены снижать требования при приеме, что сказывается на качестве абитуриентов.

По прогнозам проректора Высшей школы экономики профессора Григория Канторовича, снижать требования к поступающим, возможно, придется вскоре и ведущим вузам страны.

"Жизнь ставит такие условия, - сказал он в интервью "РИА Новости". - У вас есть хороший вуз, а сильных абитуриентов не хватает. У вас дилемма: либо ограничить набор, либо набрать 100 сильнейших на сегодня, ну если 50 из них не очень сильные по сравнению с прошлым годом, смириться с этим, подстраиваться под то, что есть реально. Это, наверное, самый важный вопрос, какую генерацию сейчас выпускает школа. Есть ощущение, что она стала хуже".

Для коммерческих вузов ситуация и вовсе грозит обернуться катастрофой, ведь на деньги студентов они попросту живут. Нет студентов - нет денег. Банкротство. Все эти бесконечные академии, институты и университеты росли как грибы в 1990-х годах. За 19 постсоветских лет их открылось около 500. Подавляющее большинство из них никогда не было ориентировано на науку или качественное профессиональное обучение: отсрочка от армии и диплом государственного образца - все, что они предлагали студентам. Еще в 2006 году из школ выпустили 1,3 млн детей, а в этом - всего 840 тысяч. Так что сейчас эти услуги предлагать попросту некому, а потому, полагают эксперты, до половины таких вузов могут обанкротиться уже по итогам нынешней вступительной кампании, в ближайшие полгода-год.

В таких жестких условиях все средства хороши. "Всякие попытки вузов переиначить всякие правила, задержать абитуриента, в том числе и неправильными путями, связаны с тем, что вузы это почувствовали", - говорит Григорий Канторович.

В приемные комиссии сажают маркетологов. Вузы начали нанимать себе опытных маркетологов, и первые результаты разработанных ими стратегий уже видны.

Ряд учебных заведений предлагают студентам скидки на обучение, если те приведут в приемную комиссию друзей. Например, студентам Института МИРБИС, участвующим в акции "Приведи друга", - 10% на первый год обучения. Вообще, сетевой маркетинг, которым в свое время так прославились компании "Гербалайфа", все прочнее входит в образовательный бизнес. Ректорат Института государственного администрирования пошел еще дальше МИРБИСа - объявил акцию "Приведи 10 друзей и обучайся бесплатно".

Вторая поляна для вербовки абитуриентов - Интернет. Социальные сети уже давно находятся в поле зрения маркетологов бизнес-структур. Крупный бизнес не обходится без своей странички в Facebook, малые предприниматели ловят клиентов среди виртуальных друзей в Twitter. Это уже норма. Так что неудивительно, что в область интернет-маркетинга полезли и вузы. В качестве платформы они выбрали сеть "В контакте" - самую популярную среди российских школьников. Здесь присутствуют уже такие престижные вузы, как Новосибирский, Южный федеральный, Южно-Уральский университеты, Высшая школа экономики, Московский госуниверситет экономики, статистики и информатики. Завести информационную страничку в социальной сети - это даже меньше, чем полдела. Здесь нужен полноценный контакт с целевой аудиторией. Поэтому представители вузов нет-нет, да вставляют свое слово в дискуссиях о ЕГЭ, скажем. Постепенно завоевывают доверие, создают себе лояльную аудиторию, а потом делают ее выбор очевидным. Создавать лояльных потребителей можно и в режиме офлайн. Так, некоторые вузы уже начали предлагать школьникам бесплатные курсы подготовки к ЕГЭ. Привычка - вторая натура. Походил школьник годок на курсы, пообвыкся в стенах вуза - и в другой уходить не хочется.

Скорее всего, все эти истории - цветочки. Находящиеся на грани разорения вузы будут использовать все более агрессивные методы вербовки абитуриентов. Казалось бы, будущим студентам это только на руку: за тебя борются, а значит, у тебя появляется возможность выбора. Это не совсем так: соблазняют-то вузы совсем не качеством образовательных программ. И увидеть главное за всей этой мишурой вроде большой дискотеки на День знаний абитуриенту будет все сложнее и сложнее. Помощник руководителя Рособрнадзора Сергей Шатунов советует: при выборе учебного заведения нужно обращать внимание на то, размещает ли вуз обязательную информацию для абитуриентов на своем сайте и стендах. Например, ежедневно должны обновляться сведения о количестве поданных заявлений; пофамильный список абитуриентов, подавших заявления; конкурсы на место; утвержденный список абитуриентов, которые успешно прошли вступительные испытания; приказы о зачислении с указанием количества набранных баллов и основания зачисления. Обязательно нужно найти на сайте сведения о государственной лицензии вуза. Это, конечно, тоже лишь внешние атрибуты, формальности. О качестве образования они не говорят. Но хотя бы откровенных мошенников удастся отсечь.

"Если вуз честно выполняет все обязательства, это значит, что он прозрачен, открыт, доступен, всегда готов ответить на любой вопрос", - говорит Шатунов.