

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИЕМНОЙ КОМИССИИ ВУЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Improving the activities of the university admissions committee in modern conditions

Т. А. Сажина, студент

Уральский государственный аграрный университет

(Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42)

Аннотация

В статье рассматривается деятельность приемной комиссии ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет» как структурного подразделения, обеспечивающего реализацию прав граждан на образование. На основе прохождения учебной практики автором проанализированы основные задачи, функции и проблемы функционирования приемной комиссии в период приемной кампании 2024 года. Выявлены ключевые вызовы, такие как дефицит кадров, снижение интереса абитуриентов и недостаточный уровень цифровизации процессов. Предложены пути решения выявленных проблем, включая оптимизацию кадровой политики, усиление рекламной деятельности и модернизацию материально-технической базы. Материалы статьи могут быть полезны руководителям и сотрудникам приемных комиссий вузов, а также специалистам в области управления образованием.

Ключевые слова: приемная комиссия, абитуриенты, вуз, организационная структура, цифровизация, кадровый потенциал, приемная кампания, проблемы и решения.

Summary

The article examines the activities of the admissions committee of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University" as a structural unit that ensures the realization of citizens' right to education. Based on the author's internship, the main tasks, functions and problems of the admissions committee during the 2024 admissions campaign are analyzed. Key challenges are identified, such as staff shortages, declining applicant interest, and insufficient digitalization of processes. Solutions to the identified problems are proposed, including optimization of personnel policy, enhanced advertising activities, and modernization of the material and technical base. The materials of the article can be useful for managers and employees of university admissions committees, as well as specialists in the field of education management.

Keywords: admissions committee, applicants, university, organizational structure, digitalization, human resources, admissions campaign, problems and solutions.

В современных условиях, характеризующихся демографическими колебаниями, усилением конкуренции между вузами и стремительной цифровой трансформацией, эффективная деятельность приемной комиссии приобретает стратегическое значение, непосредственно влияя на выполнение государственного задания, финансовую стабильность и академическую репутацию университета [7, 10]. На наш взгляд, это структурное подразделение выполняет роль ключевого интерфейса между университетом и обществом, формируя первый и, зачастую, наиболее значимый имидж образовательной организации в восприятии абитуриентов и их родителей. Мы разделяем мнение Н. В. Поповой, Е. В. Осипчуковой, А. В. Гумерова и А. М. Зиятдинова о том, что данное подразделение является центральным элементом в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого

развития вуза в современных условиях [3, 6]. Однако, как показывают исследования уральских ученых, посвященные мотивационным аспектам образования и образовательному выбору, существует разрыв между ожиданиями абитуриентов и реальными процессами в вузах, что актуализирует необходимость поиска новых подходов к организации приема [3, 4]. Недооценка роли данного подразделения может привести к таким негативным последствиям, как недобор студентов, снижение среднего балла ЕГЭ зачисленных абитуриентов, падение позиций в национальных рейтингах и, в конечном итоге, потеря вузом рыночных позиций. В этом контексте оптимизация работы приемной комиссии перерастает из оперативной задачи в задачу стратегической важности, требующую комплексного научно-практического осмысления.

Целью данного исследования является комплексный анализ деятельности приемной комиссии ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет» и разработка на его основе практических рекомендаций по ее совершенствованию. Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи: изучение организационной структуры и ключевых функций комиссии; анализ практических аспектов ее работы на примере приемной кампании 2024 года; выявление системных проблем в организации процесса приема; разработка комплекса мер, направленных на повышение эффективности и конкурентоспособности работы комиссии.

Теоретической основой исследования послужили работы отечественных авторов, исследующих проблемы идентичности и мотивации студенческой молодежи [1, 3], особенности совершения образовательного выбора [4], а также роль социального партнерства в развитии профессионального воспитания [5, 8]. Нормативно-правовой каркас исследования составили Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» [10], приказы Минобрнауки России [7] и локальные акты университета [2, 9].

Эмпирическую базу исследования составили материалы, полученные автором в ходе прохождения учебной ознакомительной практики в приемной комиссии Уральского ГАУ в период с 01.07.2024 по 27.07.2024, а также анализ локальных нормативных актов и отчетной документации университета. Важно отметить, что, вопреки стереотипу, приемная комиссия не прекращает свою работу после завершения основной приемной кампании. В ее функции входит организация работы комиссий по переводу студентов с платного обучения на бесплатное, по восстановлению их в вузе, а также подготовка к следующему циклу обучения. В качестве основных методов выступили включенное наблюдение, анализ документов и системный подход, что позволило получить репрезентативные данные о реальных процессах функционирования исследуемого подразделения.

Отметим, что организационная структура и нормативная база приемной комиссии Уральского ГАУ, являющейся постоянно действующим структурным подразделением, регламентирована как федеральным законодательством [7, 10], так и обширным пакетом локальных актов, включая «Положение об отделе организации приема студентов» [2]. Ключевые функции комиссии носят комплексный и циклический характер, охватывая организационно-подготовительную, информационно-коммуникационную, административно-технологическую и контрольно-аналитическую деятельность, при этом, на наш взгляд, ее работа не прекращается после завершения основной приемной кампании, трансформируясь в круглогодичный процесс, о чем мы обозначили выше. Нами были детализированы следующие функции исследуемого структурного подразделения: 1. Организационно-подготовительная: разработка правил приема, формирование плана приема, обучение членов комиссии. 2. Информационно-коммуникационная: обеспечение гласности и открытости,

организация личного приема, работа горячей линии, поддержка раздела на сайте, а в 2024 году был внедрен чат-бот для ответов на типовые вопросы. 3. Административно-технологическая: прием документов очно и через Суперсервис «Госуслуги», формирование личных дел, проведение вступительных испытаний. 4. Контрольно-аналитическая: ведение рейтинговых списков, отчетность, взаимодействие с ФИС ГИА.

В период практики автора статьи комиссией было обработано более 9 000 заявлений, по итогам которых зачислено около 2 000 студентов на программы высшего и среднего профессионального образования. Для автоматизации процессов активно использовалась программа «1С:Университет». Непосредственное участие в работе комиссии в период пиковой нагрузки позволило выявить системные проблемы, сдерживающие повышение ее эффективности.

Во-первых, наиболее острой является проблема дефицита кадровых ресурсов. Штатная численность отдела не соответствует объему работ в пиковый период, что приводит к чрезмерной нагрузке на сотрудников, работе в условиях постоянного стресса и, как следствие, к профессиональному выгоранию и высокой текучести кадров. Эта проблема является частью общеуниверситетского кадрового кризиса, связанного с недостаточным финансированием и неконкурентоспособным уровнем заработной платы.

Во-вторых, был констатирован устойчивый тренд снижения интереса абитуриентов, что, на наш взгляд, связано не только с демографическими факторами, но и с недостаточной узнаваемостью бренда университета и слабой информированностью о его уникальных преимуществах, что коррелирует с выводами исследований о факторах образовательного выбора [4].

В-третьих, наблюдается проблема недостаточной цифровизации. Несмотря на наличие цифровых инструментов, наблюдается их фрагментарное использование и технологическое отставание. Электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС) на платформе Moodle используется эпизодически, а консерватизм значительной части профессорско-преподавательского состава создает разрыв между ожиданиями «цифрового» поколения абитуриентов и реальностью. На операционном уровне была отмечена нестабильная работа части компьютерного оборудования.

На основе проведенного анализа предлагается комплекс взаимосвязанных мер. В рамках оптимизации кадровой политики мы считаем целесообразным введение гибкой системы материального стимулирования и формирование кадрового резерва из числа студентов старших курсов. Для развития маркетинговой стратегии необходимо активное продвижение в социальных сетях, развитие партнерских программ со школами и колледжами, что соответствует идее развития социального партнерства как инструмента профессионального воспитания [5, 8], а также репозиционирование бренда с акцентом на успехи выпускников и внеучебную деятельность. В области модернизации инфраструктуры ключевыми видятся плановая замена оборудования и реализация программы развития цифровых компетенций ППС, стимулирующей использование онлайн-курсов и цифровых образовательных технологий.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что приемная комиссия современного университета представляет собой ключевое стратегическое подразделение, чья эффективность напрямую определяет его конкурентоспособность. Выявленные проблемы – кадровый дефицит, снижение интереса абитуриентов и технологическое отставание – носят системный и взаимосвязанный характер. На наш взгляд, успешная трансформация работы комиссии требует стратегического подхода и движется в трех направлениях. 1. Инвестиции в

человеческий капитал: решение кадровой проблемы через гибкую систему мотивации и привлечение кадрового резерва. 2. Трансформация коммуникационной стратегии: переход от пассивного информирования к активному продвижению бренда, продаже успешных карьерных траекторий и уникальной среды развития. 3. Целенаправленная модернизация инфраструктуры: плановая замена устаревшего оборудования и масштабная программа развития цифровых компетенций ППС.

Перспективы дальнейших исследований видятся в углубленном анализе эффективности конкретных предлагаемых мер, например, в оценке отдачи от инвестиций в целевую интернет-рекламу или в изучении факторов, влияющих на лояльность сотрудников приемных комиссий.

Материалы статьи могут быть полезны руководителям и сотрудникам приемных комиссий вузов, а также специалистам в области управления образованием, поскольку предлагают системный подход к решению актуальных проблем, с которыми сталкиваются университеты в условиях современного рынка образовательных услуг. Реализация предложенных рекомендаций позволит позиционировать деятельность и роль приемной комиссии Уральского ГАУ не как вспомогательного, а как активного инструмента стратегического развития, обеспечивающего устойчивый приток мотивированных и талантливых абитуриентов в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. *Ладыгина О. В., Попова Н. В.* Структура идентичности студенческой молодежи России и Таджикистана // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 2(484). С. 64-70.
2. Положение об отделе организации приема студентов ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ». URL: https://urgau.ru/images/document_/locakt/pol_ob_org_priema.pdf (дата обращения: 15.10.2025).
3. *Попова Н. В., Гумеров А. В., Попова Е. В.* Образование студентов в российских вузах: мотивационный аспект // Вестник ГБУ «Научный центр безопасности жизнедеятельности». 2017. № 2 (32). С. 64-70.
4. *Попова Н. В., Коноваленко О. М.* Особенности подготовки к совершению образовательного выбора у детей и подростков в моногороде // Вестник педагогических инноваций. 2020. № 2 (58). С. 93-100.
5. *Попова Н. В., Назаров В. Л.* Социальное партнерство как инструмент развития профессионального патриотизма среди молодежи: опыт Свердловской области // ЦИТИСЭ. 2025. № 2 (44). С. 24-39. EDN UOTDUY. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=82777801>.
6. *Попова Н. В., Осипчукова Е. В., Гумеров А. В., Зиятдинов А. М.* Система высшего образования: вопросы реализации молодежной политики // Вестник ГБУ «Научный центр безопасности жизнедеятельности». 2017. № 4 (34). С. 48-54.
7. Приказ Минобрнауки России от 21.08.2020 № 1076 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74441661/>(дата обращения: 15.10.2025).
8. *Попова Н. В., Ладыгина О. В., Пономарев А. В., Хакимов А. А.* Социальное партнерство вузов и предприятий как фактор профессионального воспитания студенческой молодежи // Педагогические исследования. 2025. № 3. С. 34-64.

9. Структура и органы управления образовательной организацией // Официальный сайт ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ». URL: <https://urgau.ru/sveden/struct> (дата обращения: 12.10.2025).

10. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 24.03.2025). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения 23.10.2025).