

О ТЕХ, КТО НАС ВЫБИРАЕТ

Ежегодно на основании опроса посетителей дней открытых дверей университета создается портрет потенциального абитуриента РГПУ им. А. И. Герцена*. Наблюдения, ведущиеся на протяжении нескольких лет, дают широкое представление о тех, кто планирует связать свою жизнь с Герценовским университетом (о тех, кто нас выбирает), и позволяют проследить в динамике изменения, происходящие с каждым поколением выпускников.

В этом году анкетирование проводилось 29–30 марта 2008 г. В опросе приняло участие 320 старшеклассников, выборка сплошная. Предварительный, полевой и аналитический этапы исследования осуществлялись отделом маркетинга совместно с кафедрой прикладной социологии и социологической лабораторией.

Основные социально-демографические и личностные характеристики будущих абитуриентов, их мотивация при выборе вуза и отношение к РГПУ им. А. И. Герцена, параметры выбора факультета/специальности и информационные предпочтения — вот неполный перечень тех вопросов, ответы на которые были получены в ходе анкетирования. Исследование является маркетинговым: в зоне особого внимания находились вопросы прогнозирования спроса на различные образовательные программы и факторы, влияющие на поведение потребителей и определяющие их выбор. Обратимся к самым интересным и показательным данным проведенного исследования.

Начнем с ключевого вопроса: что сегодня определяет мотивацию абитуриентов при выборе вуза? Анализ данных за несколько лет позволяет с уверенностью говорить, что на выбор в первую очередь влияют интерес к выбранной специальности, высокое качество образования в вузе, профессионализм его профессорско-преподавательского состава, а также возможность получения бесплатного образования. Эти показатели традиционно занимают верхние строчки рейтинга мотивов абитуриентов.

Изучение соотношения всех факторов, определяющих выбор вуза, позволяет утверждать, что в этом году заметно возросло значение таких факторов, как наличие в вузе насыщенной образовательной программы, строгий конкурсный отбор при поступлении, а также престиж, репутация вуза.

Мотивами выбора конкретного факультета и специальности устойчиво выступают следование своему призванию, престиж будущей профессии и перспективы трудоустройства.

* Анализ исследований потенциальных (посетивших день открытых дверей) и реальных (подавших документы в университет) абитуриентов РГПУ им. А. И. Герцена, проводимых более 5 лет, позволяет утверждать, что данные за один год, полученные в ходе анкетирования на днях открытых дверей, коррелируют с данными анкетирования, проводимого во время приемной кампании. Предлагаемый портрет потенциального абитуриента дает вполне адекватное представление не только о герценовском абитуриенте — 2008, но и о герценовском первокурснике — 2008.

Сравнительный анализ данных показал заметный рост числа абитуриентов, к моменту проведения дней открытых дверей уже определившихся с выбором факультета (82%). Самыми популярными остаются факультет иностранных языков, психолого-педагогический, факультет управления и факультет философии человека (специальности «Реклама» и «Связи с общественностью»). Показательно, что эти же учебные подразделения лидируют по данным опросов, проводимых отделом маркетинга на каждой образовательной выставке среди посетителей стенда университета.

Важным аспектом исследования стало выявление информационных предпочтений потенциальных абитуриентов: откуда старшеклассники черпают информацию о вузах и какие источники оказывают влияние на их решение? Сводный рейтинг видов информации свидетельствует, что больше всего абитуриент обращает внимание на инициативную деятельность самого вуза по привлечению внимания потенциального потребителя, а также ориентируется на мнение о вузе, распространенное в его окружении. Последнее свидетельствует о возрастающей важности неформальных каналов коммуникации: как источник информации они сравнялись с методами прямого рекламного продвижения. Указанная тенденция, несомненно, будет сохраняться, и в данном случае рынок образовательных услуг — не исключение: общей приметой последних лет является снижение эффективности традиционных методов продвижения. Применительно к сфере высшего образования можно с уверенностью предположить, что носителями информации о вузе, пользующейся высоким лимитом доверия со стороны потенциальных потребителей, выступают студенты этого учебного заведения. Оценки тех, кто свидетельствует о вузе с опорой на собственный опыт, интересуют абитуриентов и их родителей прежде всего потому, что они в некоторой степени компенсируют неосязаемый характер образовательной услуги. Таким образом, наряду с родственниками, на выбор старшеклассника влияют те, кто закончил школу на 1–2 года раньше: у студентов младших курсов еще сильны связи со школой, они общаются с учителями и друзьями из школы. Опираясь на услышанное от «очевидцев», старшеклассники стремятся принять взвешенное решение, определяя свою судьбу на ближайшие 4–6 лет.

Одной из приоритетных задач исследования являлось выяснение отношения нынешних абитуриентов к Герценовскому университету и ожиданий, которые они связывают с вузом. С этой целью респондентам предлагалось согласиться или опровергнуть ряд утверждений об университете. Что касается определяющих, базовых представлений об РГПУ им. А. И. Герцена, большинство опрошенных подчеркнули известность университета, его лидирующие позиции в Петербурге и наличие в вузе наряду с педагогическими специальностями и направлениями подготовки широкого спектра образовательных программ, не связанных напрямую с педагогической деятельностью.

На сегодняшний день почти половина опрошенных (45,1%) считает Герценовский университет вузом с сильной материально-технической базой. Треть респондентов (34,6%) разделяют мнение о том, что его выпускники могут найти высокооплачиваемую работу.

Прогнозирование перспектив платного обучения требует детального выяснения отношения абитуриентов к такой возможности. Востребованность платного обучения во многом зависит от материального положения их семей. Из года в год практически половину наших абитуриентов (48,6%) составляют выходцы из семей со средним уровнем достатка (от 6000 до 15000 р. на одного члена семьи ежемесячно); около 40% — представители семей с низким материальным достатком (менее 6000 руб. на одного члена семьи ежемесячно). По сравнению с прошлым годом возросло число абитуриентов из высокообеспеченных семей (более 15000 на одного члена семьи ежемесячно); их доля составляет сегодня 12,4%. Однако по-прежнему более 50% абитуриентов, соотно-

ся возможное платное обучение и уровень благосостояния своей семьи, признают, эти траты будут существенны для их бюджета.

В этом году незначительно увеличилась доля абитуриентов, которые не рассматривают вариант учебы на внебюджетной основе (52%). Перераспределение произошло за счет сокращения категории тех, кто готов учиться с полной компенсацией затрат в случае непоступления по основному конкурсу. Практически не изменилось число тех, кто изначально планирует обучаться на платной основе.

Выбор абитуриентов становится все более осознанным и в финансовом плане. На вопрос анкеты «Если в выбранном вузе обучение по интересующей специальности платное, то что Вы предпочтете?» 40% опрошенных сообщили, что перед принятием окончательного решения проведут сравнение со стоимостью обучения в других вузах. Почти столько же (39%) признались, что выберут бесплатное обучение по данной специальности в другом вузе.

Что касается вариантов оплаты обучения, то здесь пока продолжает лидировать возможность получения долгосрочного образовательного кредита. Однако все большую популярность в глазах будущих абитуриентов набирает вариант обучения за счет государства с условием последующего обязательного распределения.

Одна из задач исследования заключалась в прогнозировании востребованности дополнительного образования. Опрос показал, что почти половина опрошенных (48,4%) планирует или уже совмещает дополнительное образование с основной учебой. Важно, что 44% респондентов собираются получать дополнительное образование в своем будущем вузе. При этом большинство опрошенных (77%) осведомлено о платном характере обучения.

Что касается содержательных предпочтений, то треть опрошенных (37%) уже сейчас, на этапе поступления в вуз, интересуется получением второго высшего образования. Полученные данные наглядно иллюстрируют тезис о том, что современная молодежь стремится к овладению широким спектром профессиональных компетенций в сжатые сроки — именно это обеспечивает дополнительные конкурентные преимущества для выпускника вуза на рынке труда. Равную востребованность (около 18%) имеют курсы повышения квалификации и иностранных языков. Потребность в последнем направлении косвенно подтверждается тем, что 20% абитуриентов оценили свой уровень владения английским как «чтение со словарем».

Разработка и реализация Герценовским университетом инновационной образовательной программы поставили перед исследованием задачу прогнозирования востребованности изучения гуманитарных технологий среди конечных и промежуточных потребителей образовательных услуг вуза (работодателей и абитуриентов, студентов). Проведенное анкетирование дает основания утверждать, что по сравнению с прошлым годом количество абитуриентов, заинтересованных в освоении гуманитарных технологий, возросло и составило 87,4%.

В «командном зачете» лидируют, как и в прошлом году, группа гуманитарных технологий, регулирующих отношения «человек—общество». По индивидуальным показателям первенство досталось технологиям в области гуманитарной экспертизы и аудита (16%), управления репутацией (14,1%) и в области межэтнических взаимодействий (13,3%).

В ходе исследования затрагивался также достаточно острый вопрос готовности выпускников школ к обучению в вузе.

Из года в год выше всего учащиеся оценивают свою способность понимать объяснения учителя, умение составлять четкий конспект, делать сообщения и доклады.

Хуже обстоят дела с навыками длительной концентрации внимания, с умениями самостоятельно работать с литературой и высказывать свое мнение.

Наибольший же пессимизм у самих школьников вызывают их умение работать с научной литературой и создавать электронные презентации. Причем последнее — несмотря на то, что у 54% опрошенных есть в распоряжении персональный компьютер или ноутбук, а 50% респондентов охарактеризовали себя «опытными пользователями ПК» (44% назвали себя начинающими пользователями). Видимо, пока «опытность» выпускников школ распространяется преимущественно на пользование ресурсами Интернета: в этом году заметно выросло число абитуриентов, имеющих постоянных доступ в Интернет (с 54 до 70%) и владеющих навыками работы в сети (с 65 до 90%).

Примечательно, что названные абитуриентами проблемы коррелируют с теми трудностями первокурсников в университете, которые указали в марте 2007 г. заместители деканов на специальном групповом обсуждении проблем адаптации в вузе.

Резюмируя, отметим, что современный абитуриент РГПУ им. А. И. Герцена выбирает вуз, ориентируясь на свое призвание и учитывая уровень подготовки, которую он может получить в учебном заведении. От Герценовского университета он ждет именно качественного образования, которое позволит ему быть востребованным на рынке труда; залог качества он видит прежде всего в опытном профессорско-преподавательском составе. Немаловажным для наших абитуриентов, большая часть которых происходит из семей со средним достатком, является возможность получения образования бесплатно. На фоне роста числа тех, кто рассматривает только такой вариант обучения, растет и лояльность к механизму, который может его обеспечить (обязательное распределение). Несмотря на то, что большинство абитуриентов уже определились с выбором факультета, половина из них нацелена на получение дополнительной квалификации в ходе учебы, преимущественно — в родном вузе. Что касается технической готовности к обучению в современном инновационном вузе (комфортное рабочее место, наличие компьютера), то она присутствует у большинства опрошенных. Вместе с тем сами абитуриенты критично оценивают свою готовность к интенсивным интеллектуальным нагрузкам, предстоящим им в вузе.

Впрочем, они надеются, что всем необходимым умениям их научат в вузе — Герценовском университете, куда, по общему мнению, сложно поступить, но где в случае успеха есть все шансы реализовать свое призвание.