

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

ПЕРВОКУРСНИК ГЕРЦЕНОВСКОГО
СВЯЗАННЫЕ С ПОЛУЧЕНИЕММАРКЕТИНГОВАЯ
ПОЛИТИКА

В последние годы конкурентная борьба на рынке образовательных услуг заметно обострилась. Это связано с несколькими факторами. Во-первых, с демографическим кризисом конца 80-х – начала 90-х прошлого века. Его последствия вузы начали ощущать с 2006 года, и, по предварительным прогнозам, он пойдет на спад лишь к 2015 году. Во-вторых, идет снижение количества бюджетных мест «по престижным, но невостребованным профессиям», таким как экономика, юриспруденция, а также по ряду специальностей в педагогических вузах. Все это приводит к тому, что вузы, стремясь заполнить абитуриента, стараются «угодить» его представлениям о хорошем учебном заведении и качественном образовании. В такой ситуации кажутся необходимыми не теоретические маркетинговые разработки, а точные данные (насколько это возможно), так сказать, «из первых рук», основанные на мнении абитуриентов и студентов. Только после этого университет может определять и внедрять эффективную маркетинговую политику по привлечению абитуриентов и по работе с уже обучающимися студентами. Каждый учащийся имеет десятки личных и опосредованных контактов и является источником распространения информации, в том числе и о вузе, в котором обучается. В этой связи «забота» о комфорте образовательного процесса и воплощении на практике ожиданий от получения высшего образования являются стратегически важными задачами для любого высшего учебного заведения.

ВАЖНОСТЬ ОПРОСА

У каждого абитуриента-студента есть свое представление об «идеальном» вузе, о том, что для него важно при выборе учебного заведения и что несущественно. При этом такие представления молодого человека, находящегося в статусе «абитуриента», могут значительно отличаться от его же представлений после полугода обучения в университете. Интересным будет выяснить, насколько вуз, который молодой человек выбрал (осознанно или случайно) соответствует предъявляемым изначально требованиям. Это, в свою очередь, позволит выделить сильные стороны нашего университета для дальнейшей их «раскрутки» и обозначить проблемные зоны для их проработки и устранения.

Понимая важность вышеизложенных тезисов, отделом маркетинга Герценовского университета было запущено внутривузовское исследование – опрос первокурсников. Оно призвано помочь различным структурным подразделениям университета понять, какое образование нужно сегодня нашим студентам и какие ожидания они связывают с получением высшего образования. В анкетировании с марта по апрель 2010 года приняли участие 308 герценовцев, что составило 29% принятых на очную форму обучения первокурсников.

Перейдем к анализу и интерпретации полученных данных.

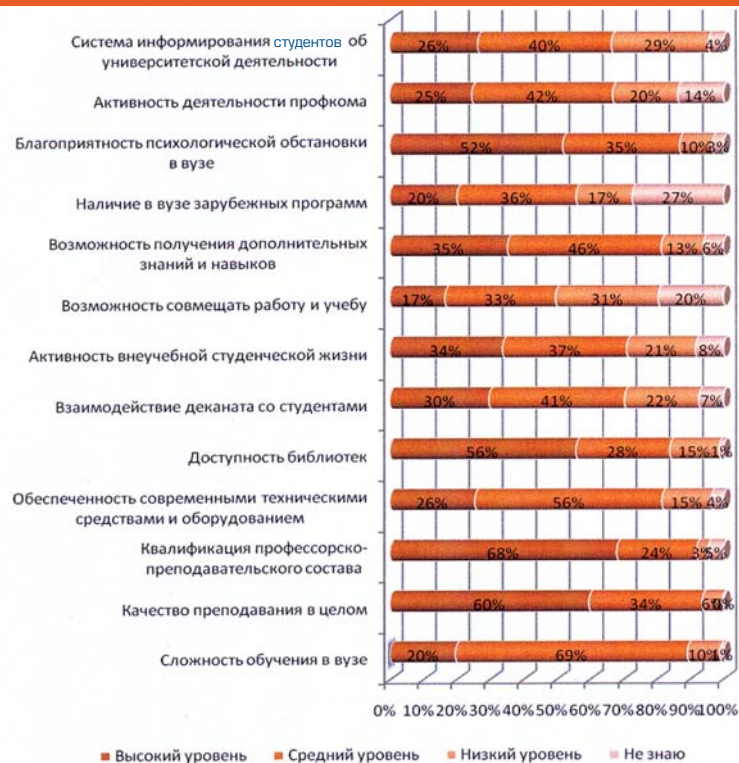
Первая часть анкеты содержала ряд вопросов, направленных на выявление набора оптимальных условий высшего учебного заведе-

ния вообще. Выяснялось, что было наиболее существенным при выборе вуза, а также что вообще важно при обучении в высшем учебном заведении. В одном из вопросов сравнивались две точки зрения на выбор вуза (на момент поступления в статусе еще абитуриента и сейчас, после почти года обучения). Наиболее важными критериями при выборе вуза, занимающими 1-ю и 2-ю строчку рейтинга, в обоих случаях стали «Наличие в вузе интересующего направления (специальности)» и «Качество образования», предоставляемое вузом. На 3-м месте при выборе вуза абитуриентами находится критерий «Престижность вуза». Если бы студенты выбрали вуз в данный момент времени, то на 3-м месте находилась бы «Востребованность выпускника на рынке труда». Молодые люди начинают более серьезно задумываться о своем трудоустройстве, которое будет обеспечено хорошим «качеством образования». Престижность вуза отходит на второй план (потеря 4-х позиций, с 3-го места на 7-е), что говорит об осознании «искусственности» этого критерия. Место «престижности» занимает на данный момент «Доброжелательная атмосфера в вузе» (вверх с 7-го места на 4-е). Молодые люди понимают, что большую часть времени им приходится проводить в университете, поэтому уровень психологической комфортности в его стенах, безусловно, очень важен. С «атмосферой» в вузе связано и повышение позиции «Интересной насыщенной студенческой жизни» (с 6-го места на 5-е). Требовательность к студентам со стороны преподавателей выросла по важности к данному моменту – 11-я позиция (до поступления – 13-я). Возможно, после школьной «обязаловки» абитуриенты посчитали этот критерий ненужным, но после вузовского процесса обучения пришли к выводу, что форма контроля им в той или иной степени необходима. О более серьезном подходе к своему развитию после поступления говорит и факт повышения значимости получения дополнительных знаний и навыков (вверх на 4 позиции, с 10-го места на 6-е), а также наличие в вузе зарубежных программ (вверх с 11-го на 8-е место). Пункт «Возможность совмещать работу и учебу» стоит на предпоследнем месте по значимости в обоих случаях. Это говорит, во-первых, о том, что первокурснику о такой возможности просто неизвестно, а во-вторых, что они, прежде всего, ориентированы пока на получение высшего образования.

ИДЕАЛЬНЫЙ ВУЗ

Целью одного из вопросов было выявление того, какие параметры обучения в вузе важны для студента (и в какой степени). Отмечая критерии значимости обучения в высшем учебном заведении, наиболее важными респонденты выделили «Качество преподавания в целом», «Квалификацию профессорско-преподавательского состава» и «Сложность обучения в вузе». Первые три пункта занимают позиции, напрямую связанные с образовательным процессом. Это говорит о сознательности желания получить высшее образование. (Данный факт подтверждается и следующим: 80% респондентов указывают, что поступили на приоритетную специальность.) Подтверждается

КРИТЕРИЙ ОБУЧЕНИЯ В РГПУ ИМ. А.И. ГЕРЦЕНА



важность для молодежи «Благоприятной психологической обстановки» в вузе и «Возможности получения дополнительных знаний и навыков» (на 4-м и 5-м местах, соответственно). Обеспеченность современными техническими средствами находится в середине рейтинга на 6-м месте из 12 позиций. В период развития мультимедиа-технологий, а также усложнения с каждым годом академического материала, необходимость технического оснащения становится все более актуальной.

Итак, «идеальный вуз» на данный момент для наших студентов – тот, в котором качественное образование по выбранной специальности, со сложной программой и хорошим преподавательским составом, гарантирует востребованность на рынке труда. При этом весь образовательный процесс должен проходить в благоприятной психологической обстановке.

В любом случае, ориентироваться нужно как на представления молодежи «до поступления», так и на представления первокурсников. Первые – это наши потенциальные студенты, вторые – источник информации для абитуриентов; у первокурсников, как правило, сохраняются сильные связи со школой.

Теперь обратимся к сравнению представлений о высшем учебном заведении вообще с тем вузом, в котором молодые люди обучаются, с Герценовским университетом. Для начала озвучим процент тех, кто целенаправленно поступал в РГПУ им. А.И. Герцена: 81% молодых людей изначально хотели обучаться в Герценовском университете, 80% поступили на приоритетную специальность. При этом наибольшее влияние на выбор нашего вуза оказала возможность поступить на бюджетную форму обучения (65%) и советы родных, друзей, учителей (26% – второй по популярности ответ). Наш вуз располагает достаточно большим количеством бюджетных мест, и многие, чтобы не рисковать, подают к нам документы в первую очередь. Определенное влияние окружения говорит о том, что у вуза хорошая репутация в городе и за его пределами (44% опрошенных первокурсников – приезжие). Вышеперечисленные дан-

ные говорят о том, что наш студент – явление неслучайное, выбор был осознанным. В этой связи интересным представляется узнать, в какой степени воплотились ожидания наших студентов.

СТАТИСТИКА

В целом, молодые люди удовлетворены процессом обучения. Можно сказать, что РГПУ, в общем, соответствует их представлениям о хорошем вузе. А именно: 68% отмечают высокий уровень профессорско-преподавательского состава, 60% – качество преподавания, 52% – благоприятность психологической обстановки (недовольны данными пунктами лишь 3,6 и 10% соответственно). Высокую оценку получили пункты «Доступность библиотек» – 56%, и «Возможность получения дополнительных знаний и навыков» – 35%. Не в полной мере оправдала ожидания так называемая «Сложность обучения»: обучение считают сложным лишь 10% студентов, легким – также 10%, для остальных она находится на среднем уровне. Хотелось бы обратить внимание на пункт «Наличие в вузе зарубежных программ». Для учебного заведения, имеющего сильное лингвистическое отделение, известное по всей стране, их актуальность должна быть на высоком уровне. Но 44% первокурсников либо вообще о них не знают, либо говорят о слабом уровне воплощения. «Лидером» по низкой степени воплощения в нашем вузе являются пункт: «Возможность совмещать работу и учебу» [31%], 20% в принципе не знают о том, возможно это или нет. Все объясняется, безусловно, их статусом первокурсника. При этом многие, а именно 65% опрошенных, собираются совмещать работу с учебой на 2–3 курсе, а 20% уже работают, что, вероятно, позволяет делать невысокая сложность обучения, ими же отмеченная. В прямой зависимости друг от друга находятся не очень высокие оценки таких пунктов, как «Система информирования студентов об университетской деятельности» [33%] либо низко ее оценивают, либо не знают), «Активность деятельности профкома» [34%], «Активность внеучебной студенческой жизни»



(29%). Внеучебная жизнь в университете, конечно, есть, и достаточно насыщенная, но слабая система информирования и недостаточно высокая активность профкома не позволяют молодым людям быть своевременно в курсе происходящих событий. Желание студентов «быть в курсе» всевозможных мероприятий подтверждается их высказываниями по поводу информации, которую они хотели бы видеть на сайте университета. Второй по значимости пункт в данном вопросе: «Информация о мероприятиях, событиях». Привлечение студента к университетской жизни будет еще больше благоприятствовать хорошей психологической обстановке, интегрировать его в функционирование вуза, развивая еще большую лояльность к своей alma mater. Хотелось бы обратить внимание на пункт «Взаимодействие деканата со студентами». Несмотря на то, что 71% респондентов в целом лояльны к своим деканатам, 29% либо недовольны, либо ничего не знают о его деятельности. Деканат – одна из самых важных структур в системе вуза, и «отрицательные» проценты по этому пункту надо сводить к нулю. Так, например, от деканата зависит составление расписания, он должен заботиться о его обновлении на сайте в том числе. Но как раз своевременного обновления расписания на нашем сайте не хватает студентам больше всего.

В целом, РГПУ им. А.И. Герцена не обманул ожиданий первокурсников, но уже первоначальный анализ обозначил пункты, требующие более тщательной проработки.

Систематизация ответов по всему разному образу остальных вопросов анкеты дала возможность выделить четыре тематических блока. Такая структура позволила более точно понять и увидеть достоинства-недостатки РГПУ глазами студентов, их ожидания и просьбы. По ней был произведен дальнейший анализ. Границы блоков условны и имеют достаточно много точек пересечения.

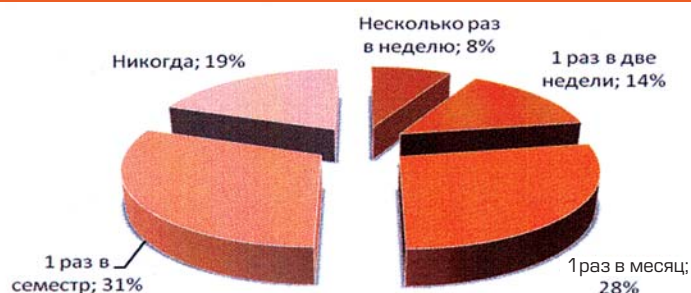
«МОЙ ФАКУЛЬТЕТ
(СПЕЦИАЛЬНОСТЬ)»

Упомянутые выше цифры о том, что 80% поступили на приоритетную

О УНИВЕРСИТЕТА: ОЖИДАНИЯ, М ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ



КАК ЧАСТО ВЫ ПОСЕЩАЕТЕ САЙТ УНИВЕРСИТЕТА?



специальность, подтверждаются следующими данными: большинство респондентов считают выбранную специальность и/или факультет своим призванием. В одном из открытых вопросов на третьем месте по частоте упоминаний стоит пункт «Получение образования по интересующей специальности». Но при этом на первом месте – все-таки «просто» получение высшего образования. Показательным является распределение ответов на такой вопрос анкеты: «Если Вам заново предстояло бы делать выбор, каким бы он был?». Из ответивших 65% респондентов (с учетом тех, кто недоволен обучением в Герцена, но доволен специальностью) довольны выбранной специальностью, то есть правильно профессионально сориентировались. Напомним, что 80% поступили на приоритетную, по их словам, специальность. Получается, что всего 15% сделали «неправильный» выбор факультета и специальности. На свою специальность первокурсники возлагают следующие надежды: на первом месте – «поможет стать профессионалом своего дела», на втором – «гарантирует уверенность в завтрашнем дне», на третьем – «даст возможность реализовать творческий потенциал», на четвертом – «принесет пользу обществу».

Все это в целом подтверждает осознанность выбора специальности большинством респондентов.

Для наилучшего освоения азов специальности большинству помогут, на их взгляд, навыки, приобретенные при прохождении практики (74%), а также аудиторные занятия (56%); наименьший показатель у пункта участие в конференциях (это

важно для 37%). Если увеличить систему информирования о всевозможных научных конференциях, проходящих как на территории Герценовского университета, так и за его пределами (за это ответственны, опять же, факультеты и деканаты в частности), и активнее привлекать к научной жизни студентов уже с первого курса, важность такого показателя заметно вырастет. Это, в свою очередь, будет способствовать приросту научного потенциала вуза, так как после каждой конференции печатаются статьи и сборники. Самым неэффективным признан пункт «Самообразование». Молодому человеку сложно организовать себя на самообразование, что дополнительно указывает на возможность внедрения таких важных курсов, как «основы самоорганизации» и «тайм-менеджмент». Это поможет студенту и принесет материальную выгоду университету.

Итак, руководству факультетов прежде всего необходимо иметь в виду важность четкой и качественной организации практики, так как наши студенты придают этому большое значение уже на первом курсе. Чтобы первокурсники не разочаровались в выбранном факультете и в вузе, важны несколько показателей. Как мы выяснили, это качество обучения в целом и квалификация профессорско-преподавательского состава. Данные показатели отмечены высоким уровнем. Но у 11% молодежи при сохранении интереса к специальности после года обучения появилось желание уйти в другой вуз. Допускать увеличение этого процента нежелательно. В этой связи особенно важно взаимодействие деканата и руководства факультета

ОЦЕНКА РЕСПОНДЕНТАМИ РАБОТЫ САЙТА



со студентами и организация ими процесса обучения. От этого зависит и сохранение лояльности к вузу в целом. Обращаем внимание на то, что 29% респондентов недовольны пунктом «Взаимодействие деканата со студентами». Им не хватает информации (в частности, на сайте), доступность к которой должен обеспечивать факультет-деканат, в том числе о расписании, изменениях в расписании, о конференциях, конкурсах, образовательных программах, учебных планах, списке успеваемости, материалах для учебы. Расписанием занятий на сайте категорически недовольны 28% респондентов. Особое внимание следует уделить этому пункту, так как потребность в оперативности расписания очевидна. Информацией (в том числе новости факультетов) о факультетах на сайте довольны, в среднем, лишь 30%. Остальные 70% считают, что есть что добавить, или недовольны вообще. (Хотя раздел «Информация о факультетах» стоит на втором месте по высоте оценки среди предложенных критериев оценки работы сайта – 34% опрошенных ставят высокую оценку.)

Современная молодежь привыкла к виртуальному пространству и всю необходимую информацию получает оттуда. Так, например, 77% для получения информации при поступлении использовали сайты вуза. А такой «живой» контакт, как Дни открытых дверей, например, лишь 33%. По нашему вузу молодым людям при поступлении больше всего не хватало информации о подробностях образовательной программы по специальности и о факультете в целом. По актуальности информации вообще в период поступления в вуз («Какая информация была наиболее актуальна для вас в период поступления в вуз?»), «Информация о факультете» стоит на третьем месте по важности. В этой связи предлагается разработать своеобразный атлас факультетов-специальностей, где подробно будет дано описание факультета, включающее учебные планы на весь период обучения, возможности трудоустройства по профессии, интервью профессоров, успешных выпускников и т.д.

«САЙТ»

Часть мнений студентов о сайте «Герценовского университета» уже рассмотрена в связи с предыдущими вопросами.

В целом, посещаемость сайта довольно низкая: 59% являются слабоактивными пользователями (раз в месяц и реже). Чтобы поднять посещаемость, необходимо добавить на сайт полезный для студентов контент, варианты которого они сами предложили в ответах на открытый вопрос анкеты. Прежде всего, это своевременное расписание и информация о мероприятиях. В целом, набралось 12 оригинальных блоков с идеями от самих студентов, которыми можно воспользоваться для улучшения привлекательности сайта. Кроме того, их не удовлетворяет информация профкома – второе место по степени неудовлетворенности.

Качество наполнения сайта важно не только для студентов, но и для абитуриентов. Напомним, что 77% респондентов указали на сайты вузов как на активный источник информации в период поступления. Чем лучше наполнен сайт, тем выше мнение абитуриента о РГПУ. Это даст более хороший конкурс и больший приток абитуриентов, что снизит вероятность недобора в кризисные демографические годы и обеспечит отбор более сильных ребят. Отметим при этом, что раздел «Информация для абитуриентов» в вопросе о работе сайта оценен лучше всех: им довольны 44% опрошенных.

«ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»

Важность дополнительного образования осознают 39% ребят (из них 3% его уже получают и 36% планируют получать). При этом лишь 23% первокурсников планируют получать его в РГПУ, 31% – в других образовательных учреждениях (из них 19% – на курсах). Интересно следующее: 19% герценовцев говорят о том, что в нашем университете практически нет возможности получить дополнительные знания и навыки! Складывается не совсем справедливая ситуация по отношению к всевозможным курсовым программам Герценовского университета. В РГПУ они представлены в большом количестве. Но при этом

выбор все равно не в нашу пользу. Вероятно, следует усилить направление информированности студентов о дополнительных образовательных программах. 65% молодых людей готовы тратить деньги на дополнительное образование. Большинство рассчитывают на сумму 5–7 тыс. рублей за 72 академических часа. На факультетах возможно проведение регулярных ежегодных мониторингов по выявлению востребованности тех или иных программ дополнительного образования. Сведения могут стекаться в центр курсового обучения и внедряться по мере необходимости.

Отметим, что около 30% молодых людей считают нужным освоить новый вид деятельности за период обучения основной специальности (обратим внимание на следующее: около 30% молодых людей не уверены, что будут работать по специальности).

«ПРОФЕССИЯ–РАБОТА»

Респондентам был предложен открытый вопрос: «Что Вы ожидаете от своей будущей профессиональной деятельности?» Нравнее с ожиданием «хорошего дохода» стоит возможность самореализоваться, получить удовлетворение от профессиональной деятельности. На третьем месте – получение интересной работы. В целом, так называемая «духовная» составляющая превалирует над материальными выгодами. При этом 66% респондентов выразили желание в будущем работать по своей специальности. Необходимо всеми способами поддерживать и повышать интерес молодых людей к будущей профессии, доносить исчерпывающую информацию о возможностях как академического развития (аспирантура, конференции, семинары), так и трудоустройства (стажировки, практика, наличие вакансий по профилю). Отметим, однако, что в пункт «Хочу стать педагогом» объединено лишь 3% ответов (последнее место рейтинга ожиданий респондентов от будущей профессии). Конечно, столь низкий процент не означает, что большинство респондентов полностью исключают вероятность преподавания, но и в приоритетах этого тоже нет.

В заключение хотелось бы отметить, что проведенное исследование и первоначальная интерпретация результатов, безусловно, позволяют сделать определенные качественные выводы о состоянии образовательного процесса в Герценовском университете. Выявлены его сильные и слабые стороны. Показан общий взгляд нашего первокурсника на свою профессию, вуз и высшее образование в целом. Подобные исследования – дополнительная (а в ряде случаев – единственная) возможность «услышать» голос студента.

Данные могут быть использованы различными структурными подразделениями университета для более эффективной работы по своим направлениям. Есть возможность проработки узконаправленных исследований для каждого подразделения и/или факультета.

Е.С. РОЖДЕСТВЕНСКАЯ,
начальник отдела маркетинга
планово-финансового
управления;
О.А. ВОРОНЦОВА,
ведущий маркетолог