

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА ВЫБОР ВУЗА АБИТУРИЕНТАМИ, НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ПРОЦЕССА ПОСТУПЛЕНИЯ

Рыченков М.В., Рыченкова И.В., Киреев В.С.

ФГАОУ «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Москва, Россия (115409, Москва Каширское ш., д. 31), rachenkova1@rambler.ru, rmax.29@rambler.ru, v.kireev@inbox.ru

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с процессом поступления абитуриента в ВУЗ. Приводятся результаты проведенного авторами маркетингового исследования факторов, влияющих на выбор абитуриентами ВУЗа, степени информированности абитуриентов, мотивации получения высшего образования и критериев выбора будущей профессии. Представленный анализ результатов исследования проведен как с учётом результатов опроса респондентов ЮАО Москвы, так и с учётом анализа доступных вторичных источников информации, таких как: данных Росстата, данных исследования НИСП (Независимого института социальной политики), данных исследования, проведенного компанией Begin Group, и некоторых других. На базе полученных результатов сделаны выводы относительно полученных факторов, влияющих на процесс поступления абитуриента, предложены рекомендации, которые можно использовать для повышения эффективности приёмной кампании.

Ключевые слова: критерии выбора ВУЗа, процесс поступления в ВУЗ, информированность абитуриентов, маркетинговое исследование

MODERNIZATION OF FINANCIAL AND INFORMATION UNITS OF STATE CORPORATION «ROSATOM»: BASIS OF ECONOMIC EFFICIENCY

Rychenkov M.V., Rychenkova I.V., Kireev V.S.

FSBEI "National Research Nuclear University «MEPhI»", (Kashirskoye shosse 31, Moscow, 115409, Russian Federation), rachenkova1@rambler.ru, rmax.29@rambler.ru, v.kireev@inbox.ru

In this article the questions connected with process of arrival of the entrant in HIGHER EDUCATION INSTITUTION are considered. Results of the market research of the factors influencing a choice by entrants of HIGHER EDUCATION INSTITUTION conducted by authors, degrees of knowledge of entrants, motivations of receiving the higher education and criteria of a choice of future profession are given. The presented analysis of results of research is carried out, as taking into account results of poll of respondents of YuAO of Moscow, and taking into account the analysis of available secondary sources of information, such as: data of Rosstat, data of research IISP (Independent Institute of Social Policy), data of the research conducted by the Begin Group company and some other. On the basis of the received results conclusions of rather received factors influencing process of arrival of the entrant are drawn, recommendations which can be used for increase of efficiency of reception campaign are offered.

Keywords: criteria of a choice of higher education institution, receipt process in higher education institution, awareness of entrants, market research

Профессиональное самоопределение – это сложный и тяжелый процесс. Профессиональная деятельность охватывает весь жизненный путь человека от начала профессиональных намерений до выхода из трудовой деятельности. Пиком данного процесса и переломным моментом является выбор профессии. Время данного выбора совпадает с окончанием школы.

В современном мире выбор высшего учебного заведения играет важную роль в процессе профессионального самоопределения. Сделать данный выбор очень непросто, так как рынок образовательных услуг очень широк и разнообразен. С каждым годом появляется

все больше коммерческих и государственных вузов. Некоторые из них ежегодно исчезают.

В настоящее время выбор высшего учебного заведения и будущей профессии имеет огромное значение и играет важную роль в будущем.

В рамках изучения данной актуальной темы авторами было проведено маркетинговое исследование «Выявление факторов влияющих на выбор абитуриентом высшего учебного заведения при поступлении», проводимого в 2012 году в ЮАО города Москвы среди школьников старших классов и их родителей (170 респондентов) с использованием результатов самостоятельно разработанного [3, 4, 5, 6, 7] и проведённого опроса, а также с учётом вторичных источников информации [1, 2, 8, 9, 10].

Данное исследование несет в себе следующие цели: выявление факторов, влияющих на выбор абитуриентов того или иного высшего учебного заведения, а также изучение востребованности профессий, форм обучения и возможности его оплаты.

Изучение мотивации профессионального самоопределения и системы ценностных ориентаций студенческой молодежи служит двигателем для выяснения изменений в отношении получения высшего образования. Экономическое и социальное положение нашей страны сильно изменило ситуацию в сфере высшего образования, также это повлияло на жизненные ценности, мотивацию выбора профессии. Вопросам изучения мотивации и факторов, влияющих на выбор профессии и учебного заведения студентами, уделяется особое внимание.

Выбор учениками старших классов вуза является задачей, в которой много неизвестных, от правильного решения данной задачи зависит будущее самого ученика. Поэтому для победы в конкурентной борьбе за будущего студента вузы должны точно отслеживать все тенденции, связанные с мотивацией абитуриентов и факторами влияния на них, предлагать новые формы и методики обучения, чтобы своевременно адаптироваться к происходящим в этой сфере изменениям. Таким образом, определение мотивации, влияющей на абитуриентов, даёт возможность выявить те факторы и критерии, которые оказывают решающее влияние на выбор высшего учебного заведения.

Большая часть опрошенных абитуриентов (см. Рис. 1) планируют поступить в какое-либо высшее учебное заведение, и только 12% респондентов не планируют или пока не приняли окончательное решение об этом.



Рис. 1 Распределение респондентов, планирующих поступать в ВУЗ

Наиболее актуальным в глазах респондентов остаётся очное отделение (см. Рис.2)

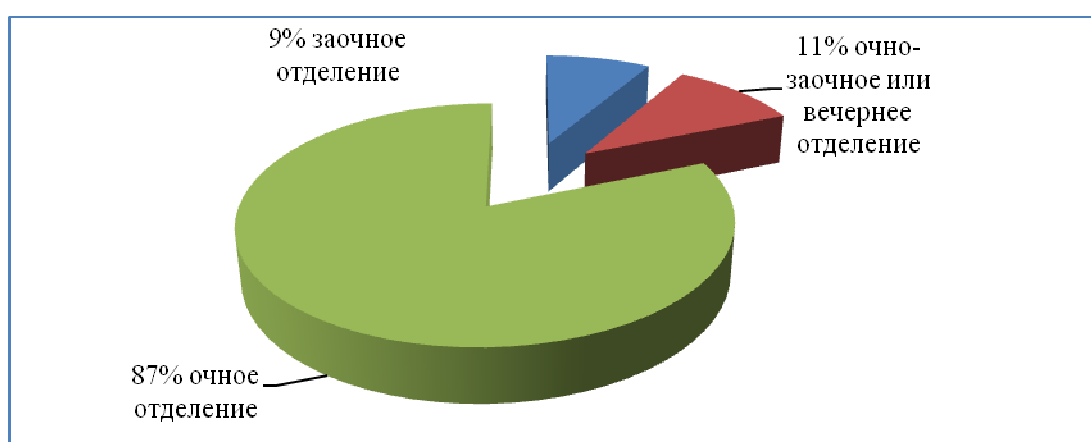


Рис. 2 Приоритетное отделение

Чтобы различить смысловые оттенки мотивации в вопросе о причинах получения высшего образования были использованы множественные ответы (см. Таб. 1). Так, можно видеть, что информационная конъюнктура является наиболее значимым фактором мотивации («высшее образование должно быть» – 97%).

Причины получения высшего профессионального образования	Кол-во респондентов	Молодые люди	Девушки
Высшее образование должно быть	97%	34	40
Получить больше знаний по специальности, которая меня интересует	92%	36	34
Стать дипломированным специалистом	64%	22	27
Получить диплом престижного вуза	40%	11	20
Возможность познакомиться с людьми и приобрести связи, которые помогут в жизни	38%	19	10
Получить специальность как у родителей	13%	7	3

Таблица 1. Причины получения высшего профессионального образования

При выборе абитуриентом конкретного ВУЗа к наиболее значимым факторам относится факт, является ли ВУЗ государственным или нет (см. Таб. 2). Кроме того, важную роль играет местонахождение ВУЗа и наличие актуальных специальностей.

Факторы выбора ВУЗа	Учащиеся старших классов (76 респондентов)
Интересная специальность	90%
Высокая квалификация преподавателей	42%
Возможность бесплатного обучения	90%
Местонахождение ВУЗа	93%
Мнение о ВУЗе моих друзей	20%
Друзья учатся в этом ВУЗе	22%
Родители учились в этом ВУЗе	40%
Есть военная кафедра	37%
У ВУЗа хорошая техническая база	32%
Изучение более 1 иностранного языка	47%
ВУЗ государственный	84%
Предоставление общежития	67%

Таблица 2. Факторы выбора высшего учебного заведения абитуриентом

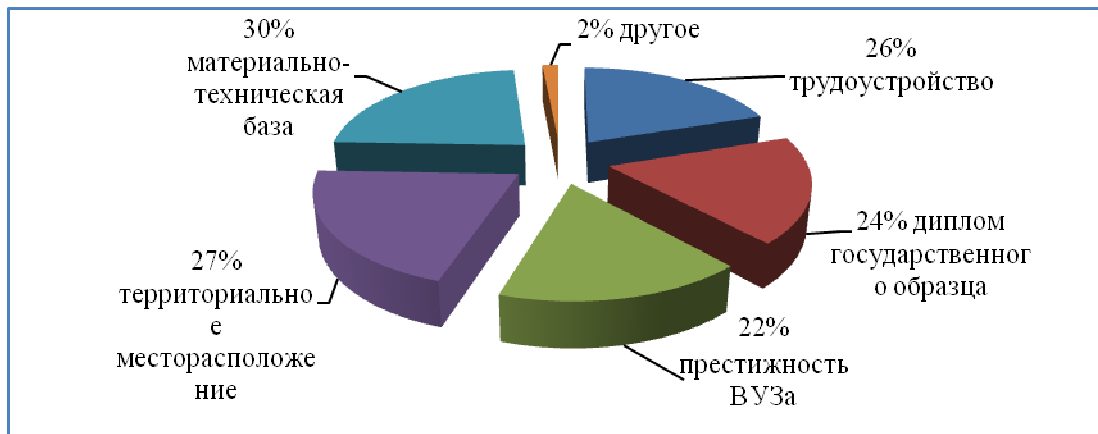


Рис. 3 Критерии выбора высшего учебного заведения

Основными факторами, влияющими на выбор профессии, респонденты считают оплату труда и престиж профессии (см. Рис. 4), прочие варианты набрали менее 10% всех ответов, в том числе легкость обучения – 8%, собственные возможности – 6%, мнение родителей, друзей – 5%, привилегии при поступлении – 3%. Около двух процентов респондентов затруднились ответить.

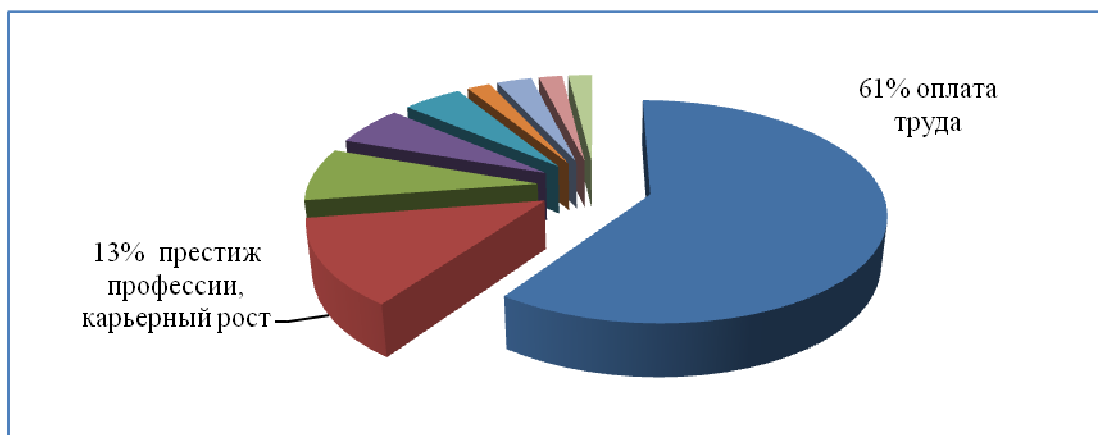


Рис. 4 Факторы, влияющие на выбор профессии

Образование, полученное в государственных вузах, считается более качественным и, кроме того, востребованным у работодателей. Результаты опросов свидетельствуют, что именно качество образования имеет главную роль при выборе высшего учебного заведения. Наличие в вузе нужной специальности и перспективы будущего трудоустройства в мотивации абитуриентов уходят на второе и третье место.

В данный момент к платному образованию почти привыкли.

Возможность обучаться платно	Учащиеся старших классов (76 респондентов)	Студенты (40 респондентов)	Родители (54 респондентов)	Итого в %
Не имеют возможности оплачивать обучение.	11	23	24	34%
Имеют возможность оплачивать обучение, но при условии заинтересованности в получении определенной профессии.	11	15	26	31%
Только если убеждены в престижности или возможность устроиться на хорошую работу.	15	9	5	17%
Убеждены, что высшее образование должно быть бесплатным.	4	7	9	12%

Таблица 3. Возможность платного образования

Количество семей, не готовых платить за высшее образование, сокращается. И платежеспособность медленно идет на увеличение. Увеличивается и популярность образовательных кредитов, банки предоставляют кредиты на высшее образование на льготных условиях. Например, в Сбергательном Банке России предоставляется кредит на оплату обучения на дневном, вечернем или заочном отделении образовательного учреждения, зарегистрированного на территории Российской Федерации, по одной из программ профессионального образования (начального, среднего, высшего или дополнительного).

Проведя опрос, можно увидеть, что студентам и ученикам старших классов помогают выбрать высшее учебное заведение в основном члены их семей. На вопрос, кто помогал вам определиться с выбором высшего учебного заведения, респонденты ответили:

Кто помогал вам определиться с выбором высшего учебного заведения?	Учащиеся старших классов (76 респондентов)	Студенты (40 респондентов)	Итого в %
самостоятельно.	26	31	49%
мать.	19	18	32%
отец.	17	15	28%
бабушки и дедушки.	2	3	4%
друзья и знакомые.	4	3	6%
братья и сестры.	3	2	4%
другие члены семьи.	1	0	0,86%

Таблица. 4 Влияние окружающих на выбор вуза

Но окончательное решение остается за самими абитуриентами.

Родители, по мнению респондентов, оказывают важное влияние на выбор специальности, можно сказать, что, кроме помощи абитуриентам в выборе высшего учебного заведения, члены их семей имеют большое влияние на выбор специальности.

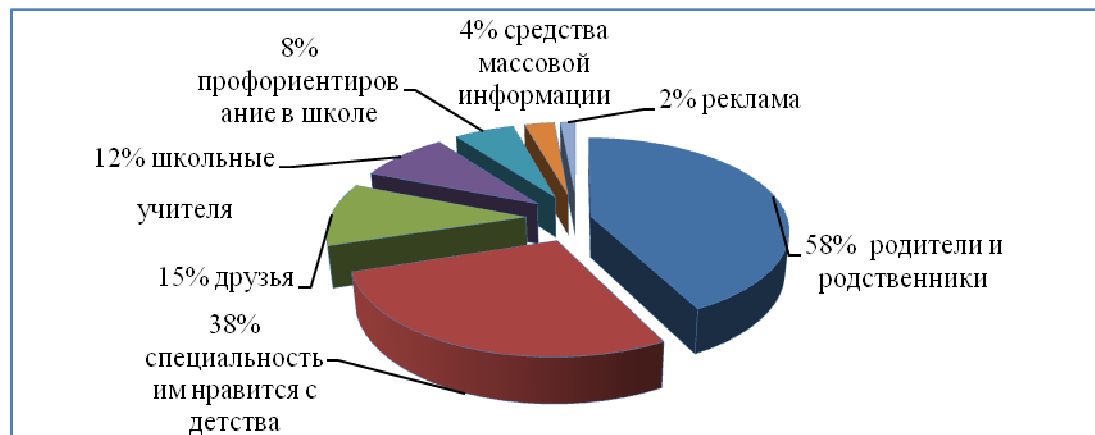


Рис. 5 Факторы, влияющие на выбор специальности

Родители отметили, что окончательное решение остается за самим абитуриентом. Хотя на самом деле чаще всего бывает так: по согласованности с родителями определяются основные критерии для поступления, специальность, вузы, города.

Делая свой выбор в пользу какого-либо вуза или специальности, старшеклассники и их родители обычно руководствуются общественным мнением как в престижности, так и популярности выбираемых специальностей.

Какую специальность вы хотели бы получить?	Учащиеся старших классов (76 респондентов)	Студенты (40 респондентов)	Итого в %
менеджерами.	29	2	27%
специалистами по финансам.	15	6	18%
юристами	15	5	17%
специалистами по рекламе и маркетингу.	16	4	17%
инженерами, архитекторами.	9	8	15%
лингвистами и переводчиками.	5	8	11%
психологами	8	4	10%
дизайнерами.	8	2	9%
врачами.	3	3	5%
журналистами.	4	1	4%
HR-менеджерами.	5	0	4%
социологами.	4	0	3%

Таблица. 5 Приоритетные специальности

Хотелось бы отметить, что ОКСО – общероссийский классификатор специальностей по образованию имеет более 600 наименований.

Ожидаемая оплата труда после окончания высшего учебного заведения

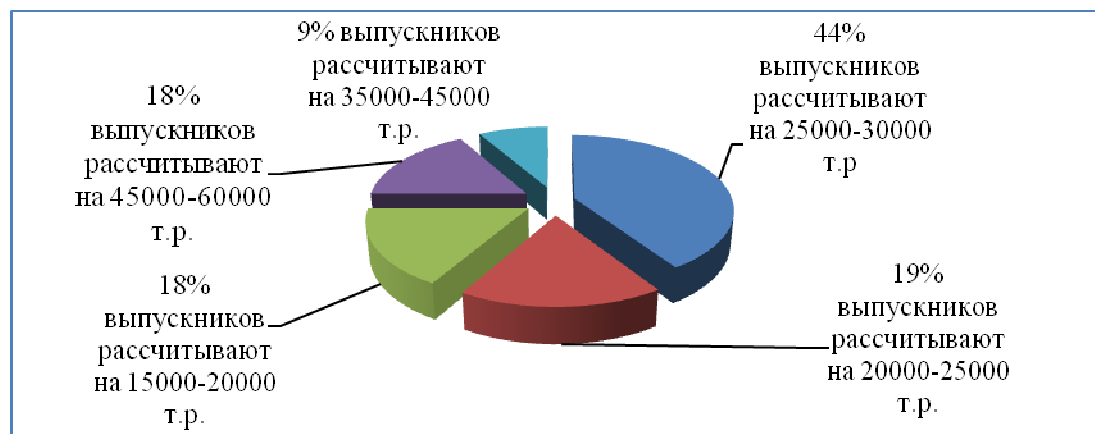


Рис. 6 Желаемая оплата труда после окончания ВУЗа.

Начальный оклад	Опыт работы	Образование
До 18000	Не обязателен	Неполное высшее образование
18000-25000	До 1 года	Высшее образование желательно
25000-30000	1-3 года	Высшее образование желательно
30000-40000	1-3 года	Высшее образование обязательно
40000-55000	1-3 года	Высшее образование обязательно
Свыше 45000	3-6 лет	Высшее образование обязательно

Таблица 6. Предложение работодателей начального оклада.

Но если мы рассмотрим рынок вакансий, то поймём, что работодатели для специалистов, имеющих высшее образование, но без опыта работы, предлагают заработную плату в среднем до 20000. С опытом работы менее одного года – 20000-25000. И только с опытом работы 1-3 года работодатели готовы платить 30000-45000. Для того чтобы получать заработную плату свыше 45000, нужно иметь опыт работы 3-6 лет.

Заключение

87 % современной молодежи считают, что высшее образование необходимо для получения хорошей профессии и достижения определенного жизненного статуса и успеха в будущей жизни.

Интернет является основным источником информированности абитуриентов и их родителей. Далее следуют образовательные выставки, мнение знакомых и справочные буклеты.

Мотивы получения высшего образования являются преимущественно внешними – это престижность получения высшего образования и квалифицированной специальности, востребованной на рынке труда. Также важна перспектива улучшить свою личную жизнь.

На первом месте стоят факторы, связанные с будущим абитуриента. Стоимость и удобство обучения отходят на второй план. Сложность вступительных экзаменов остаются

на втором плане. Местоположение вуза респонденты ставят на первое место среди факторов влияния. Качество же образование абитуриенты ставят выше, чем престижность вуза. Но при этом диплом престижного вуза воспринимается как конкурентное преимущество при трудоустройстве. Абитуриенты прислушиваются в основном к собственному мнению в выборе вуза и профессии, но при этом мнение родителей имеет значительную роль. Востребованность таких профессий, как финансист и менеджер, сохраняется. Больше абитуриентов заинтересовываются карьерой в сфере информационных технологий, а также творческими, архитектурными, дизайнерскими профессиями. Заработная плата, на которую рассчитывают юные специалисты (25000-30000 руб.), не соответствует с предлагаемой оплатой работодателей.

Данная исследовательская работа показывает информированность абитуриентов, критерии выбора высшего учебного заведения, выявляет факторы влияния на старшеклассников и абитуриентов при выборе высшего учебного заведения.

Список литературы

1. Информационно справочная система выбора профессии «В помощь школьнику. Ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.shkolniku.ru> (дата обращения: 17.01.12).
2. Исследования компанией Begin Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://begingroup.com> (дата обращения: 17.10.12).
3. Конкурентоспособность товаров и услуг / Лифиц И.М. – 2009.
4. Маркетинг / Захаров С.В., Сербиновский Б.Ю., Павленко В.И. – 2009.
5. Маркетинговое исследование / Н.В. Павлов, О.А. Пономарева. – СПб.: Издательство СПбГТУ, 2010.
6. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика / Голубков Е.П. – 2009.
7. Маркетинговые исследования / Черчилль. Г.А. – СПб.: Питер, 2010.
8. Независимый институт социальной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cocpol.ru> (дата обращения: 17.10.08).
9. Студенту на заметку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://student.zoomru.ru/market/issledovanie-rynka-obrazovatelnyh-uslug-s/53645.423148.s8.html> (дата обращения: 12.01.12).
10. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 15.01.12).

Рецензенты:

Путилов А.В., д.т.н., профессор, декан факультета управления и экономики высоких технологий, Министерство образования и науки Российской Федерации, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», г. Москва.

Тупчиенко В.А., д.э.н., профессор, профессор кафедры «Управление бизнес-проектами», Министерство образования и науки Российской Федерации, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», г. Москва.