

УДК 658.8.

**АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ МАРКЕТИНГОВОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ «АБИТУРИЕНТ – 2013».
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ – АБИТУРИЕНТ.**

Костромской государственный технологический университет

О.Ю. Быстрова.

В статье представлены результаты анкетирования абитуриентов они позволяют сформулировать основные рекомендации с целью оптимизации продвижения в обществе имиджа ВУЗа в г. Костроме и регионе.

Маркетинговые исследования, целевая аудитория, имидж.

Опрос абитуриентов проводился в период вступительной компании 2013 года.

Проблема исследования: поиск путей ликвидации противоречия между высокой значимостью информации в сфере осознанного профессионального выбора, поступления в вуз и получения образования, необходимого для последующей карьеры, с одной стороны, и достаточно низким уровнем внимания к созданию и поиску целенаправленных информационных потоков со стороны заинтересованных лиц (вузов, потребителей), с другой стороны.

Цель опроса: выявить ожидания абитуриентов от будущего обучения в КГТУ по специальностям подготовки и на основе этого определить приоритетные области для улучшения имиджа.

Объект исследования: выпускники школ и средних профессиональных образовательных учреждений, подавших заявление в приемную комиссию КГТУ. Всего опрошено 200 абитуриентов.

Задачи исследования:

- выявить источники информации студентов об КГТУ;
- определить факторы, влияющие на выбор студентами высшего учебного заведения и специальности;
- изучить мнение студентов о необходимости высшего образования;

– выявить мнение студентов о престижности КГТУ по сравнению с другими вузами г.Кострома;

Гипотезы:

1. Для большинства студентов получение высшего образования является залогом будущего материального благополучия, повышения своего статуса (престижа) в обществе.
2. Большинство студентов выбирают ВУЗ и специальность по такому критерию как, мнение родителей, друзей и знакомых о конкретном вузе.
3. Выбор ВУЗа абитуриентами осуществляется на основе использования такого критерия, как высокий престиж ВУЗа.
4. При выборе специальности абитуриенты ориентируются преимущественно на такие критерии, как востребованность ее на рынке труда.

Метод исследования: анкетирование.

Был проведён анализ информации. Для сбора первичной информации респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты, после чего все полученные данные приводились к более сжатому виду и анализировались.

Анкета для абитуриентов содержит 17 вопросов (Приложение А)

В исследовании приняли участие 90 мужчин (45%) и 110 женщин (55%). Опрос показал, что подавляющее большинство опрошенных находятся в возрасте 17 лет (45%). Более полные данные представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Ответы на вопрос «Ваш возраст? »

Возраст	%
16 лет	8%
17 лет	45%
18 лет	34%
19 лет	3%
20 лет	6%
21 год	3%
22 -24 года	3%

Большинство опрошенных респондентов из Костромы 63%, 27% из Костромской области и 10% абитуриентов из других регионов.

На вопрос о том, где обучались респонденты, получены следующие ответы, представленные в таблице 2.

Таблица 2. – Ответы на вопрос «Где Вы обучались?»

Где обучались	%
В школе	68%
В лицее	12%
В гимназии	13%
В колледже	7%

Опросом выявлено, что не все респонденты определились с выбором специальности. Лидируют специальности «Экономика», «Государственное и муниципальное управление», «Юриспруденция», «Маркетинг», «Туризм», «Информационная безопасность», «Менеджмент» и другие.

Абитуриентам был задан вопрос, как бы они смогли описать свое отношение к Костромскому государственному технологическому университету. Результаты ответов представлены на рисунке 1.

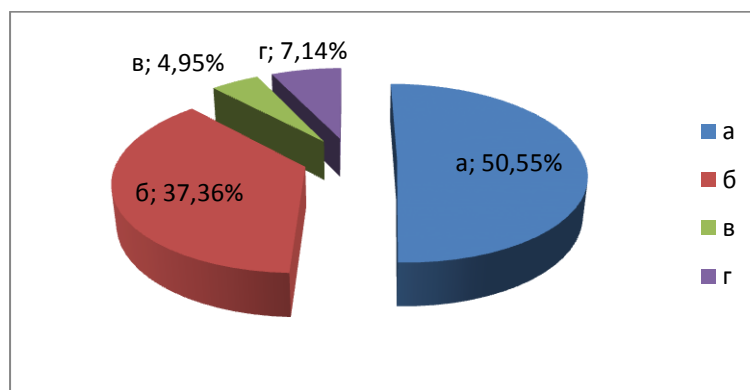


Рисунок 1 –Отношение абитуриентов к КГТУ

Среди предложенных вариантов были:

- а) Считаю его лучшим в Костроме;
- б) Так же, как и к другим;
- в) Считаю его хуже других;
- г) Затрудняюсь ответить.

На диаграмме видно, что половина респондентов считают ВУЗ лучшим

в городе. Это говорит о высоком рейтинге ВУЗа.

Далее респондентам было предложено выбрать то, что для них наиболее важно при выборе специальности. Полученные результаты представлены на рисунке 2.

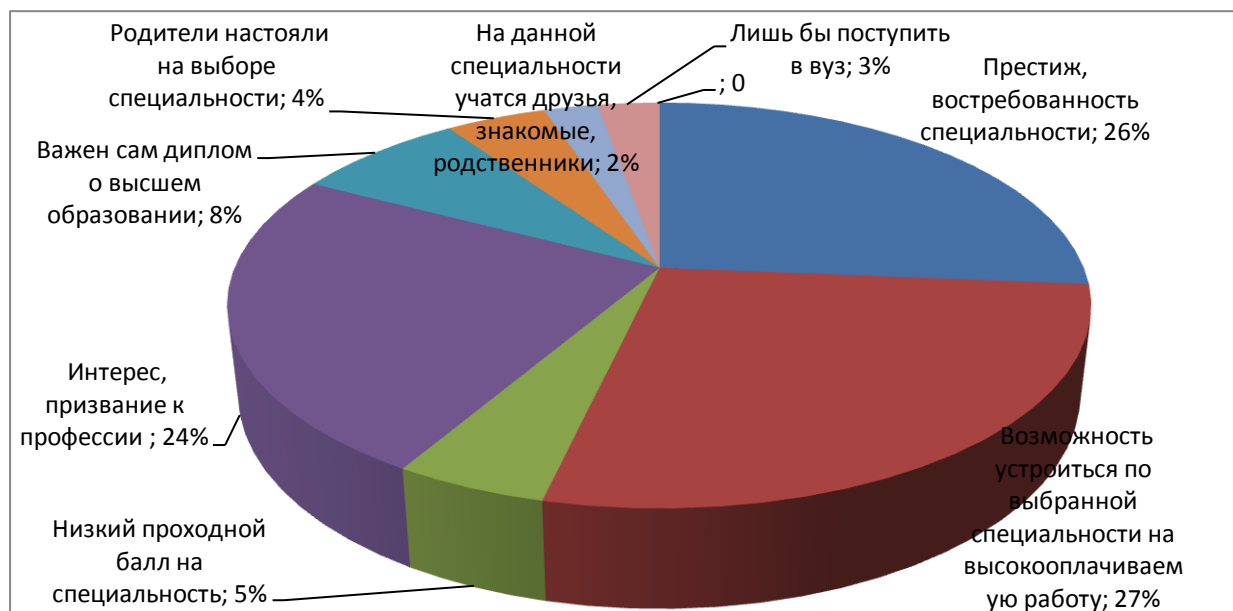


Рис. 2 – Критерии выбора специальности

С помощью опроса выявлено, что в большей степени причиной выбора университета является наличие интересующей специальности. Полная информация значимости факторов представлена на рисунке 3.

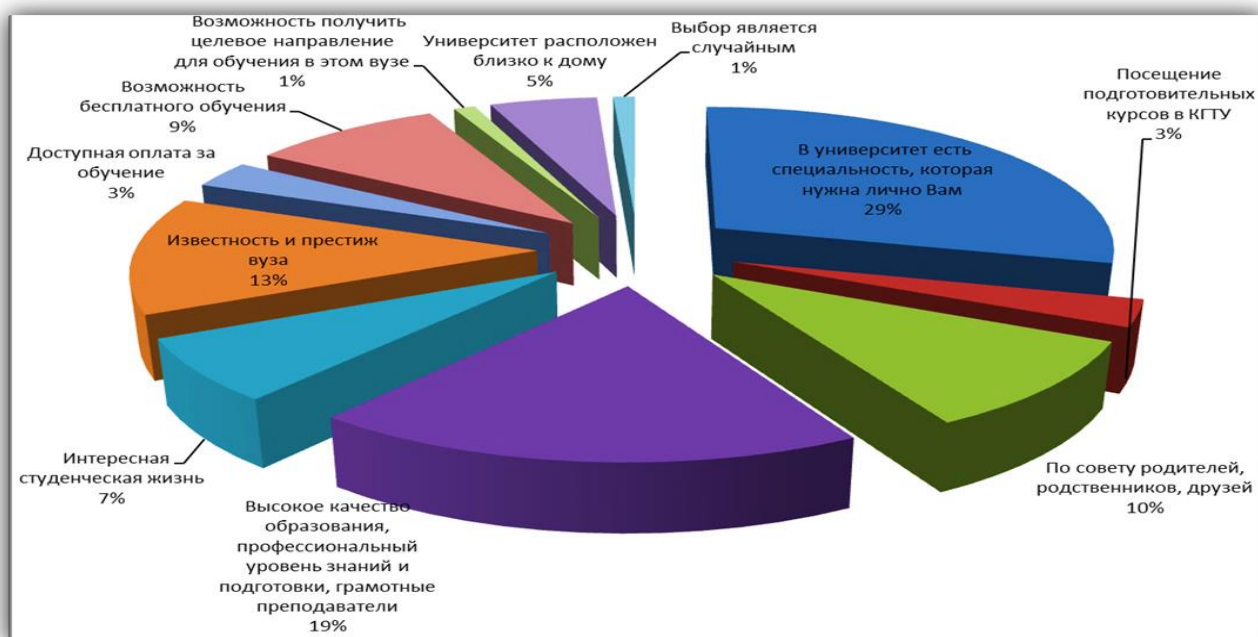


Рис. 3 – Причины выбора обучения именно в КГТУ

Далее респондентам было предложено указать в чем, с их точки зрения, минусы КГТУ. Ответы были следующие:

- а) дорогое обучение (8%);
- б) мало бюджетных мест (5%);
- в) разбросанность корпусов (7%);
- г) мало специальностей (1%);
- д) в вузе много студентов других национальностей (1%);
- е) минусов нет (10%).

Не ответили на этот вопрос 68% опрошенных.

На вопрос о доступности информации об условиях поступления в КГТУ и обучения в нем, получены следующие ответы, представленные на рисунке 4.



Рис. 4 – Доступность информации об условиях поступления в КГТУ

Далее респондентам было предложено ответить на вопрос «Что бы Вы посоветовали администрации вуза для улучшения информированности об университете?». Были получены следующие варианты:

- а) «Расширить сайт вуза»;
- б) «Увеличить количество информации на сайте»;

- в) «Реклама в СМИ»;
- г) «Реклама на ТВ»;
- д) «Больше рекламы в интернете»;
- е) «Новый модуль сайта»;
- ж) «Сделать более удобный интерфейс сайта»;
- з) «Упростить сайт».

В большинстве респонденты советуют модернизировать сайт КГТУ.

Наиболее предпочтительным источником информации об университете, его жизни и условиях приема в вуз для респондентов является официальный сайт вуза (73%). Полная информация по источникам представлена на рисунке 5.

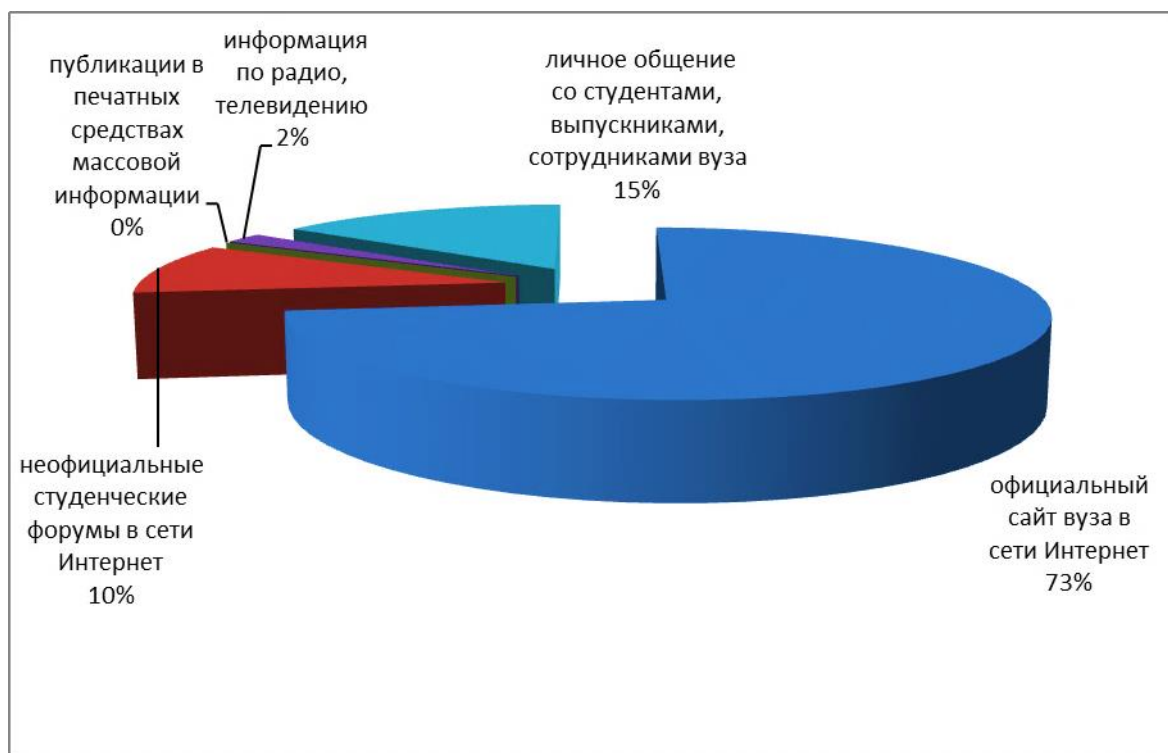


Рис. 5 – Источники информации об университете, его жизни и условиях приема в вуз

Анкетирование позволяет получить сведения о журналах и газетах, которые читают абитуриенты, телевизионных и радиоканалах, которые они смотрят и слушают. Эта информация дает возможность усовершенствовать

работу с потребителем и сделать распространение информации о вузе более целенаправленным. Рейтинг ТВ-каналов выглядит следующим образом:

- а) ТНТ (Русь);
- б) СТС (Логос);
- в) Россия 1.

Наиболее популярными радиоканалами среди респондентов являются: «Европа Плюс», «ХитFM», «LoveRadio».

Из газет и журналов наиболее читаемые абитуриентами – «Народная газета», «Мой город Кострома», «Костромской Край», «Clutch».

Интересно было также выяснить, откуда участники опроса узнали о Дне открытых дверей КГТУ. Результаты представлены на рисунке 6.

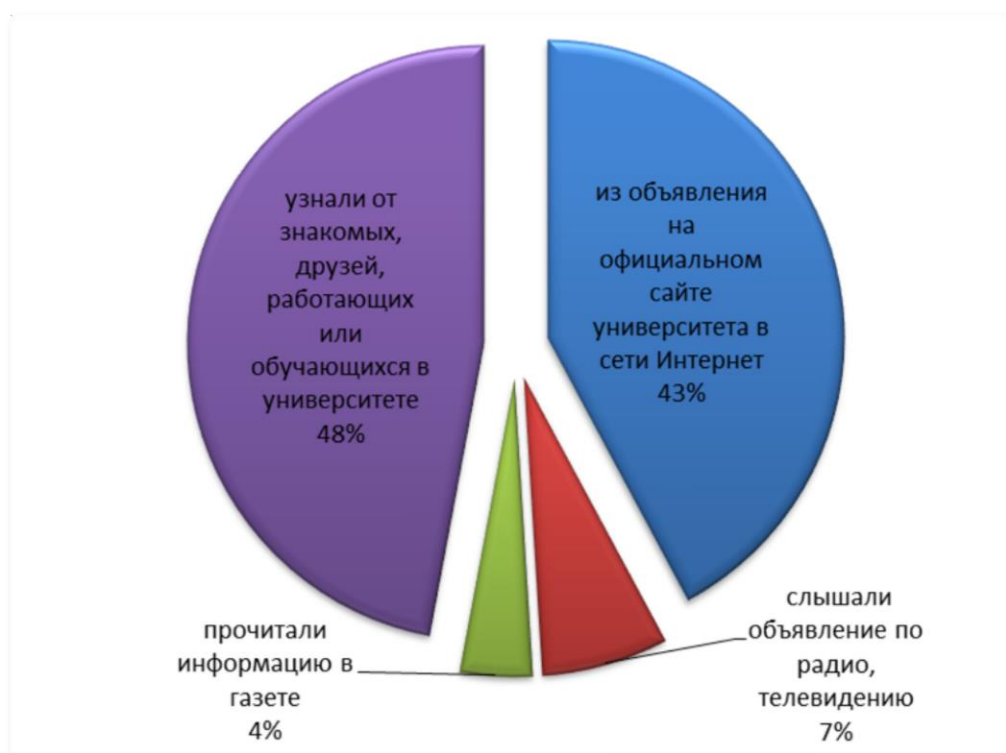


Рис. 6 – Источники информации о проведении Дня открытых дверей

Далее абитуриентам предлагалось ответить на вопрос: «Мне понравилось, если бы в ВУЗе...». Результаты отражены на рисунке 7.

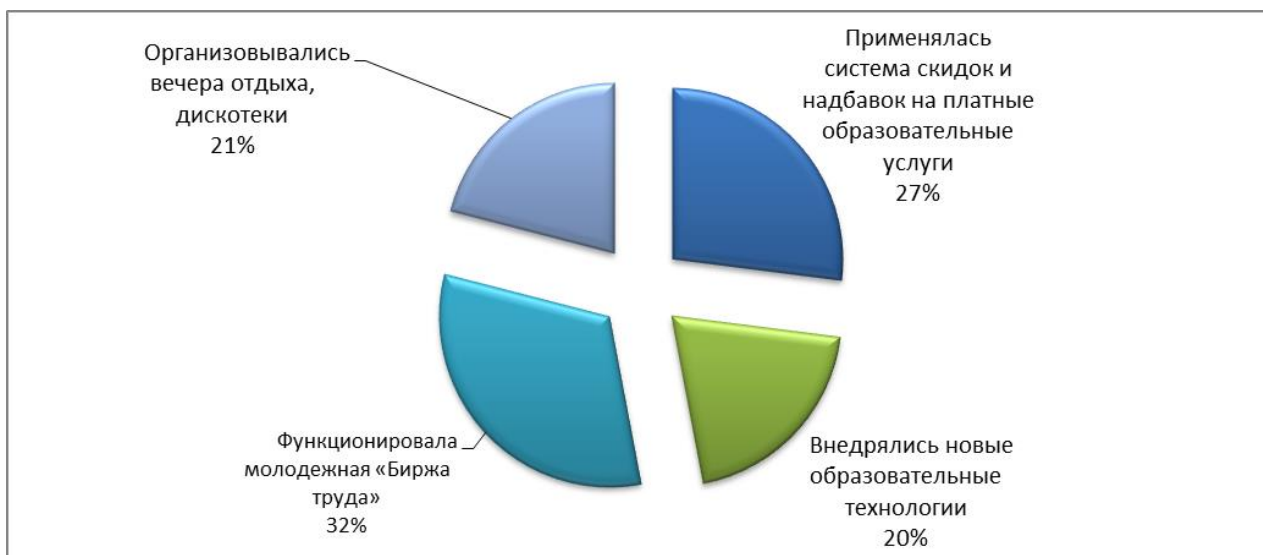


Рис. 7 – Новшества, которые абитуриенты хотели бы видеть в ВУЗе

Также абитуриентам был задан вопрос о плюсах и минусах Дня открытых дверей в КГТУ. Среди плюсов были выделены следующие критерии: доступность информации и преподавательский состав вуза. Минусы – организация, маленькая аудитория для проведения мероприятия.

В конце опроса абитуриентам было предложено отметить их пожелания и предпочтения по поводу проведения Дня открытых дверей в КГТУ и работе с абитуриентами вуза. Были получены следующие ответы:

- 1) проводить чаще Дни открытых дверей;
- 2) давать больше информации о специальностях на мероприятии;
- 3) проводить экскурсии по вузу;
- 4) улучшить сервис: поставить кулер с водой.

В настоящее время в условиях острой конкуренции возрастает роль PR-коммуникаций в деятельности, отражающих позицию вузов и формирующих в сознании потребителей образовательных услуг образ высшего учебного заведения.

Данное исследование наглядно иллюстрирует текущее состояние информационного обеспечения абитуриентов, критерии выбора учебного заведения, определяет степень влияния различных факторов при поступлении и многие другие показатели. Для развития и повышения

конкурентоспособности учебного заведения целесообразен полный и точный учет всех факторов, целевых аудитории влияющих на процесс функционирования вуза. Полученные результаты можно использовать для более детального исследования.

ВЫВОДЫ:

Было проведено маркетинговое исследование «Абитуриент – 2013». Данное исследование наглядно иллюстрирует текущее состояние информационного обеспечения абитуриентов, критерии выбора учебного заведения, определяет степень влияния различных факторов при поступлении и многие другие показатели. В результате, по итогам данного исследования были сделаны следующие выводы:

1) существует очень высокий спрос на высшее образование; главной причиной получения высшего образования является желание стать дипломированным специалистом (бакалавром, магистром);

2) официальный сайт КГТУ, знакомые, друзья, родные и Интернет – это наиболее популярные источники информации для абитуриентов, на качество и полноту информации которых учебным заведениям стоит обратить более пристальное внимание с целью обеспечения максимальной осведомленности абитуриентов;

3) при поступлении большое влияние оказывает престиж вуза. При этом диплом престижного вуза воспринимается как конкурентное преимущество еще и при трудоустройстве.

4) при выборе учебного заведения абитуриенты также ориентируются в основном на информацию, полученную от представителей вуза (Дни открытых дверей и др.), советы друзей, знакомых, советы родителей и в последнюю очередь на собственное мнение;

5) большинство респондентов по-прежнему хотели бы обучаться в таких областях знаний, как экономика, государственное управление и

юриспруденция, несмотря на то, что в настоящее время наблюдается избыток данных специалистов.

Bistrova O.U.

АНКЕТА ДЛЯ АБИТУРИЕНТА

Уважаемые абитуриенты!

Вы являетесь потребителями наших услуг, и нам важно Ваше мнение.

Пожалуйста, ответьте на вопросы предлагаемой анонимной анкеты, это позволит нам провести анализ нашей работы и улучшить качество образования в ВУЗе на основе Ваших пожеланий.

1. Ваш пол: ☐ Мужской ☐ Женский **2. Ваш возраст:** _____

3. Вы родом из: ☐ Костромы ☐ Костромской области ☐ Другого региона

4. Где вы обучались?

- ☐ в школе
- ☐ в лицее
- ☐ в гимназии
- ☐ в колледже
- ☐ другое _____

5. На какую специальность вы поступаете?

6. Что для Вас наиболее важно при выборе специальности?

- ☐ Престиж, востребованность специальности
- ☐ Возможность устроиться по выбранной специальности на высокооплачиваемую работу
- ☐ Низкий проходной балл на специальность
- ☐ Интерес, призвание к профессии
- ☐ Важен сам диплом о высшем образовании
- ☐ Родители настояли на выборе специальности
- ☐ На данной специальности учатся друзья, знакомые, родственники
- ☐ Лишь бы поступить в вуз

Другое _____

7. Укажите причину, по которой Вы собираетесь выбрать обучение именно в КГТУ?

- ☐ В университет есть специальность, которая нужна лично Вам
- ☐ Посещение подготовительных курсов в КГТУ
- ☐ По совету родителей, родственников, друзей
- ☐ Высокое качество образования, профессиональный уровень знаний и подготовки, грамотные преподаватели
- ☐ Интересная студенческая жизнь
- ☐ Известность и престиж вуза
- ☐ Доступная оплата за обучение
- ☐ Возможность бесплатного обучения
- ☐ Возможность получить целевое направление для обучения в этом вузе
- ☐ Университет расположен близко к дому
- ☐ Выбор является случайным

Другое _____

8. В чем, с Вашей точки зрения, минусы этого вуза? _____

9. Как Вы оцениваете доступность информации об условиях поступления в КГТУ и обучения в нем:

- ☐ информация доступна и достаточна;
- ☐ информация доступна, но недостаточна;
- ☐ информация не доступна и не достаточна;
- ☐ затрудняюсь ответить

10. Что бы Вы посоветовали администрации вуза для улучшения информированности об университете _____

11. Какой источник информации об университете, его жизни и условиях приема в вуз для Вас является наиболее предпочтительным

- ☐ официальный сайт вуза в сети Интернет
- ☐ неофициальные студенческие форумы в сети Интернет
- ☐ публикации в печатных средствах массовой информации (укажите, каких _____)
- ☐ информация по радио, телевидению (укажите, на каких радиостанциях, каналах _____)
- ☐ личное общение со студентами, выпускниками, сотрудниками вуза

Другие источники _____

12. Укажите, какие телевизионные и радиоканалы Вы обычно смотрите (слушаете)?

телевидение _____

радио _____

13. Укажите, какие костромские газеты и журналы Вы обычно читаете?

14. Как Вы узнали о проведении Дня открытых дверей в КГТУ?

- ☐ из объявления на официальном сайте университета в сети Интернет
- ☐ слышали объявление по радио, телевидению
- ☐ прочитали информацию в газете
- ☐ узнали от знакомых, друзей, работающих или обучающихся в университете

Другое _____

15. Укажите, что в организации Дня открытых дверей Вам

понравилось

не понравилось? _____

16. Мне понравилось, если бы в ВУЗе:

- ☐ Применялась система скидок и надбавок на платные образовательные услуги
- ☐ Внедрялись новые образовательные технологии
- ☐ Функционировала молодежная «Биржа труда»
- ☐ Организовывались вечера отдыха, дискотеки
- ☐ Другое _____

17. Ваши замечания, пожелания

по проведению Дня открытых дверей _____

по работе с абитуриентами вуза

БЛАГОДАРИМ ЗА ОТВЕТЫ!