

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вихров, В.И. Методика оценки вероятности неблагоприятных водных явлений на минеральных почвах Беларуси /В.И.Вихров // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2005. – №1.– С. 92–94.

2. Вихров, В.И. Программы расчета вероятности неблагоприятных водных явлений и проектирования гидромелиоративных режимов почв в Беларуси // Мелиорация переувлажненных земель. – 2007. – №2 (58). С. 48–57.

/ДК 339.138.001.5(063)

Ганасейчук Н.Н.

научный руководитель: к.э.н., профессор Медведева Г.Т.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Образование как одна из быстро развивающихся отраслей народного хозяйства является перспективной сферой для развития маркетинговой деятельности, так как в условиях создания системы инновационной деятельности государственных, частных предприятий и организаций вызывают повышение спроса на образовательные услуги и требуют изменения их структуры и содержания.

Маркетинговая деятельность вуза представляет собой деятельность, связанную с изучением рынка образования, расширением перечня специальностей, формированием спроса на образовательные услуги, привлечением абитуриентов, формированием ценовой политики вуза и т.д.

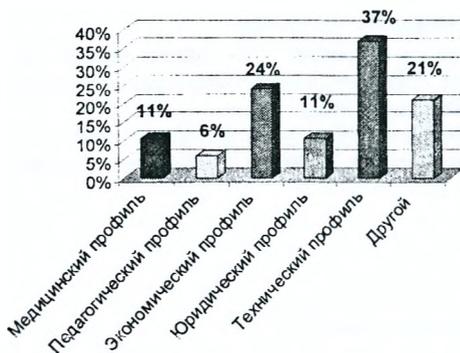
В рамках данного этапа исследования наиболее интересным элементом маркетинговой деятельности вуза, по мнению автора, является формирование спроса на образовательные услуги. Одной из форм практической реализации формирования спроса является проведение работы по профессиональной ориентации молодежи в вузе. Основной целью данного исследования является изучение потребностей абитуриентов для совершенствования качества профориентационной работы БрГТУ.

В рамках исследования автором было проведено анкетирование среди основных четырех групп абитуриентов:

- иногородние;
- школы;
- гимназии;
- лицей.

Для проведения анкетирования автором была разработана анкета и опрошено 620 респондентов. Мужчины составили 48% в числе опрошенных, женщины – 52%. Такое распределение респондентов по возрасту отражает некоторое преобладание женщин в генеральной совокупности. Генеральная совокупность составила 3000 выпускников среднеобразовательных учреждений. Из общего числа опрошенных респондентов 90% составляют лица до 18 лет, 6% составляют лица до 20 лет, 4% составляют лица, которым более 20 лет. Таким образом, построенная выборка репрезентативно отражает не только генеральную совокупность, но ее целевую подгруппу – потенциальных абитуриентов.

Первый вопрос анкеты фактически является вопросом-фильтром и предполагает отсев той части опрошиваемых, которая не планирует получить высшее образование. Большинство респондентов 84% планируют получить высшее образование, 10% среднее специальное из общего числа опрошиваемых, 5% - профессионально-техническое, лишь 1% - общее среднее.



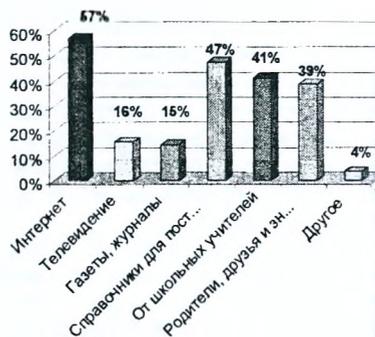
Результаты анализа ответов на вопрос: «Если Вас привлекает высшее образование, какая область деятельности Вам наиболее интересна?» представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Область деятельности, интересующая абитуриентов
Источник: Собственная разработка автора на основе проведенного исследования

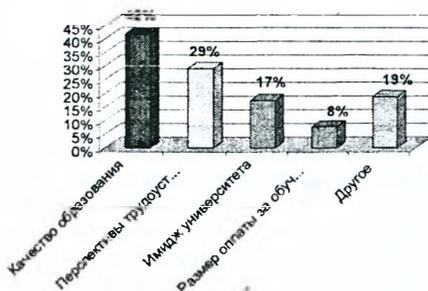
Интерес к техническому профилю проявился у 37% опрошенных респондентов, 24% из общего числа опрошенных склонны к экономическому профилю, 21% отвечающих респондентов выбрали «другой профиль», наиболее часто встречаемый профиль в ответах респондентов: логистика и туризм.

Основные источники получения информации о высших учебных заведениях Республики Беларусь представлены на рисунке 2.

Рисунок 2 – Источники информации о вузах РБ
Источник: Собственная разработка автора на основе проведенного исследования



Основным источником информации, из которого абитуриенты получают информации о вузах страны, является интернет, так считает 57% из общего числа опрошенных, 47% – из справочника для поступающих, 41% – от школьных учителей, 39% - родители, друзья, знакомые.



В результате ответов опрашиваемых на вопрос: «Чем, с Вашей точки зрения, привлекателен БрГТУ?», распределение ответов респондентов отражено на рисунке 3.

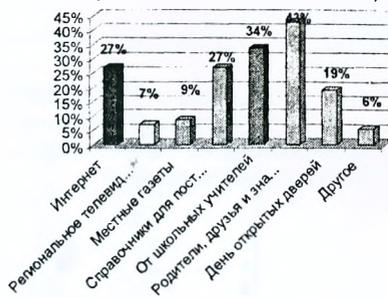
Рисунок 3 – Привлекательность БрГТУ, с точки зрения абитуриентов
Источник: Собственная разработка автора на основе проведенного исследования

Абитуриенты (42%) высоко оценивают профессиональный уровень знаний и подготовку в университете, считают, что в вузе работают профессиональные преподаватели 29% из общего числа опрошенных отмечают возможность перспективного трудоустройства, 19% опрошенных выбрали другой вариант привлекательности университета, на более часто встречаемый – месторасположение.

Источники информации о БрГТУ с точки зрения абитуриентов, представлены на рисунке 4.

Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов по источникам получения информации о «БрГТУ»

Источник: Собственная разработка автора на основе проведенного исследования



То что, большинство респондентов (43%) узнали о БрГТУ от родителей, друзей и знакомых, с одной стороны, скрывает изначальные источники информации о вузе, но и свидетельствует о том, что БрГТУ пользуется неплохой репутацией среди группы потенциальных потребителей. То есть, студенты или абитуриенты, люди, иным образом имеющие отношение к вузу, рекомендуют или по крайней мере, сообщают о нем своим знакомым. 34% из общего числа опрошенных респондентов отметили, что узнали об университете от своих школьных учителей, 27% респондентов узнали через справочник для поступающих, а также через интернет. Самый незначительный источник информации, с точки зрения ответов респондентов, (7%) является региональное телевидение.

Различные заключения сделали респонденты на вопрос о том, какое учебное заведение они выберут, если не будут поступать в Брестский государственный технический университет. На рисунке 5 представлено распределение ответов респондентов по различным высшим учреждениям образования.

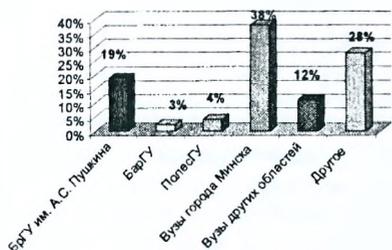


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов по высшим учреждениям образования

Источник: Собственная разработка автора на основе проведенного исследования

По данным анкетирования, поступать в вузы города Минска собираются 38% абитуриентов из общего числа опрошенных, 28% выбрали другой вариант, наиболее часто встречаемый – московские вузы, польские вузы, 19% респондентов планируют поступать в БрГУ им. А.С. Пушкина.

По итогам исследования, автор сформулировал основные предложения по улучшению профориентационной работы вуза:

1. Информационное обеспечение потенциальных абитуриентов о возможностях качественной профессиональной подготовки в данном вузе.
2. Организация профессионального консультирования по той или иной специальности в средних и средних специальных учреждениях образования Брестской области.
3. Своевременное обновление информации о факультетах, специальностях, кафедрах, а также размещение дополнительной информации для абитуриентов и организация обратной связи с абитуриентами на официальном сайте университета.
4. Обязательное размещение ссылок на официальный сайт университета на сайтах школ, образовательных порталах.
5. Ежегодное проведение «Дня открытых дверей» в университете.

Данные предложения потребуют дополнительных затрат, однако по экспертной оценке автора, данные затраты окупятся в течение непродолжительного времени.