

ОПЫТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА КОНТИНГЕНТА АБИТУРИЕНТОВ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА В 2014

Смирнова О.Г., Мокерова Ю.В.

Уральского федерального университета им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина

Привлечение и отбор качественного контингента абитуриентов является одной из значимых задач ВУЗа федерального значения. Традиционные инструменты оценки, связанные с анализом формального уровня успеваемости будущих студентов, являются ведущими и значимыми для реализации этой задачи, но не являются исчерпывающими, поскольку успешное обучение зависит от «вовлеченности в профессию», в первую очередь, от уровня исходной профессиональной ориентации учащегося: мотивации выбора специальности, ВУЗа, соответствия ожиданий и представлений реальному опыту, получаемому во время учебы.

В сентябре 2014 года сотрудниками Института социальных и политических наук Уральского федерального университета проведено социологическое исследование, посвященное изучению эффективности профориентационных мероприятий, проводимых в университете в течение учебного года для поступающих на 1 курс бакалавриата и специалитета.

Объект исследования – студенты 1-курса дневного отделения Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н.Ельцина.

Исследование основного массива (близкое к сплошному). Метод сбора информации – раздаточное анкетирование (персональное в группе).

В результате было опрошено более 5000 студентов-первокурсников УрФУ. К обработке была принята 5021 результативная анкета, что составило порядка 90% от численности поступивших в Уральский федеральный университет.

Оценка эффективности профориентационных мероприятий, направленных на привлечение внимания к ВУЗу представителей заинтересованных аудиторий (в первую очередь, абитуриентов) и повышение качества контингента поступающих в УрФУ студентов, может формироваться из целого комплекса показателей.

Одним из ключевых параметров коммуникационной эффективности любого маркетингового мероприятия (именно таковыми по сути своих задач являются профориентационные проекты и программы) является степень их заметности на рынке, другими словами – уровень известности в среде целевых потребителей/участников.

Совокупный показатель уровня известности мероприятий довузовского образования среди всех студентов 1 курса УрФУ составляет 85,4%. Это свидетельствует о том, что 9 из 10 студентов, будучи абитуриентами, знали о тех или иных мероприятиях, которые организовывал Уральский федеральный университет для планирующих получить высшее образование.

Из общего списка, состоящего из 27 пунктов, 13 мероприятий набрали уверенно количество «голосов» в диапазоне от ~ 10% до 65% (см. таб.№1). При этом стоит отметить, что перекрестный анализ ответов на открытый вопрос о мероприятиях, в которых участвовал абитуриент, а также на закрытый вопрос об известности списка, показывает, что не все мероприятия студенты идентифицируют однозначно. Есть некоторая путаница в названиях и содержании инициатив. В первую очередь, это касается олимпиад и различных школ/практик для школьников. Различного рода неточности и противоречия подобного характера встречались почти в 20% случаев, когда в анкетах был получен ответ на оба из смежных вопросов.

Отдельно нужно отметить, что каждый 3 студент-первокурсник отметил, что встречал рекламные сообщения об УрФУ в СМИ.

Таблица 1 Уровень наведенной известности (с подсказкой) мероприятий по проф.ориентации среди студентов 1 курса УрФУ, (% от числа опрошенных)

Мероприятие	% студентов, кто информирован о данных мероприятиях
Дни открытых дверей	63,3%
ТЕСТ-драйв	46,1%
Олимпиады для школьников	32,3%
Подготовительные курсы к ЕГЭ	30,7%
Лекции преподавателей УрФУ	26,0%
Школа успешного абитуриента	22,5%
Школа подготовки к олимпиадам	15,5%
Межрегиональные олимпиады ("Высшая проба"/ Будущие исследователи-будущее науки", Будущее Сибири","Татищев")	14,0%
Летние школы/практики для школьников	12,2%
Школа робототехники УрФУ	11,3%
Школа юного биолога/химика/историка/математика	10,4%
Турниры(математический/физический/астрономический)	10,3%
Школа олимпиадного программирования	7,9%
Все, большинство из перечисленных	19,0%
Реклама в СМИ	30,5%

Большинство 1-курсников Университета (60,6%) также указали, что принимали участие в различных довузовских программах обучения и профориентационных мероприятиях, организованных УрФУ в 2013-2014г.г. При этом каждый из них принимал участие в среднем в 2-х мероприятиях, а каждый третий участвовал в 3 и более проектах.

В группу «лидеров» по числу участников среди поступивших в 2014г. вошел ряд традиционных для ВУЗов проектов по привлечению абитуриентов (дни открытых дверей подготовительные курсы для абитуриентов, лекции преподавателей), а также уникальные мероприятия, инициированные УрФУ и не имеющие аналогов в других регионах и ВУЗах (Тест-драйв, олимпиады, ШУА) (см. таб. №2).

Таблица 2 Лидеры среди профориентационных мероприятий по числу участников (% от числа студентов, принимавших участие в любых мероприятиях)

Наименование мероприятия	Доля среди участников, %	Доля среди всех 1-курсников, %
Дни открытых дверей	68,1	41,3
Олимпиады для школьников	22,9	13,9
Подготовительные курсы к ЕГЭ	20,7	12,5
Лекции преподавателей УрФУ	17,0	10,3
ТЕСТ-драйв	12,2	7,4
Межрегиональные олимпиады ("Высшая проба", «Будущие исследователи - будущее науки", Будущее Сибири","Татищев")	11,8	7,1
Школа успешного абитуриента (ШУА)	5,6	3,4

После ШУА с близким по числу участников показателем идут Дни науки на базе школ, Турниры по естественнонаучным и математическим дисциплинами, Школы подготовки к олимпиадам и Летние школы-практики.

Меньше всего на 1 курс поступило участников таких мероприятий, как школа «Зеленая химия», школа по химии и химической технологии, мастер-классы «Траектория карьеры» и проект «Университет в твоём городе».

Отдельно хотелось бы отметить данные мероприятия. Несмотря на относительно незначительный уровень их известности и участия, именно последние 2 мероприятия оцениваются участниками, как наиболее полезные и влиятельные с точки зрения выбора именно ВУЗа для обучения. В отличие от всех других «Траектория карьеры» и «Университет

в твоём городе» в 1,5 чаще отмечались участниками как проекты, которые позволили не только узнать о возможностях ВУЗа, но и помогли окончательно определиться с выбором. Ни одно мероприятие (даже из числа «лидеров») не продемонстрировало такого потенциала влияния на это направление выбора абитуриента. Данная информация коррелирует также с информацией о том, что, осуществляя выбор своей образовательной профессиональной траектории после окончания школы, абитуриенты нуждаются и стараются ориентироваться на информацию о «рыночных» возможностях выбранной специальности: престиж профессии, ее прикладные аспекты, возможности и направления карьерного роста, заработков, спрос на рынке и пр.

В связи с этим, вероятно, есть смысл рассмотреть возможности модернизации данных профориентационных программ, их продвижения с целью повышения уровня их известности и посещаемости.

В целом, среди тех, кто участвовал в профориентационных мероприятиях УрФУ, большинство (92,5%) считает, что эти мероприятия в той или иной мере оказали влияние на их выбор специальности и ВУЗа обучения, при этом половина студентов видят непосредственную прямую связь между этими событиями (см. таб.№3). Некоторые напротив категорично заявили, что подобные мероприятия вообще никак не повлияли на их решение, но доля таких студентов крайне мала (около 2% от числа участников).

Таблица №3 Основные направления влияния мероприятий по проф.ориентации на выбор ВУЗа и профессии (% от числа студентов-участников данных мероприятий в УрФУ)

Влияние мероприятий	% от числа участников
Я больше узнал(а) о выбранной специальности	56,9%
Я больше узнал(а) о ВУЗе, его возможностях	37,1%
Мероприятия расширили мой кругозор	28,3%
Это в принципе для меня был новый и полезный опыт	26,4%
Я точно и окончательно определился (ась) с выбором специальности	22,8%
Я углубил(а) знания по "любимым" предметам	15,7%
Я точно определился с выбором ВУЗа	15,3%
Я узнал(а) о новых специальностях/профессиях	13,3%
Было просто интересно и весело	12,6%
Я встретил новых друзей, завел интересные знакомства	5,2%
Не оказали влияния на мой выбор	1,7%
Другое	0,2%

Тем не менее, только половина участников (51,8%) указала конкретные проекты, которые оказали влияние на их выбор. С их точки зрения, самыми значимыми и полезными для совершения выбора были дни открытых дверей (57,6%) и подготовительные курсы (16,7%). Примерно на одном уровне также были названы тест-драйв, олимпиады и лекции преподавателей (их указал каждый десятый). Оценка студентов этой группы о влиянии отличается от тех, кто участвовал, но по разным причинам, указать мероприятия, которые позволили более четко определить свою траекторию выбора, не смог/не захотел. Очевидно, что данная группа имеет более высокий уровень вовлеченности в мероприятия и бренд УрФУ, связывая возможности профориентации и самоопределения с ВУЗом их предоставивших.

По оценкам участников различные мероприятия способствовали решению разных вопросов, связанных с выбором ВУЗа и/или специальности, повышали уровень осведомленности и уверенности абитуриентов (см. таб. №4).

Таблица 4 Основные направления влияния конкретных проф.мероприятий в оценках студентов-участников

Направление влияния	Ключевые мероприятия
Я больше узнал(а) о выбранной	Дни открытых дверей, Школа робототехники, открытая

специальности	молодежная инженерная школа, Школа олимпиадного программирования, Школа "Академия власти", Лекторий "Мир галзами современной науки", Дни науки в школах
Мероприятия расширили мой кругозор	Дни науки, летние школы/практики для школьников
Это в принципе для меня был новый и полезный опыт	практически все на среднем уровне и ниже
Я точно и окончательно определился(лась) с выбором специальности	Школа по химии и химическим технологиям, интеллектуальный марафон им. Кондратьева, конкурс работ им. Киокиных, лекторий "Мир глазами современной науки"
Я углубил(а) знания по "любимым" предметам	Школы юного биолога/химика/физика; турниры; межрегиональные олимпиады; подготовительные курсы
Я узнал(а) о новых специальностях/профессиях	Межрегиональный экономический фестиваль "Сибиряда"
Я больше узнал(а) о ВУЗе, его возможностях	Мастер-классы "Траектория карьеры", проект "Университет в твоём городе"
Я встретил новых друзей, завел интересные знакомства	именные конкурсы и олимпиады, открытая молодежная инженерная школа
Я точно определился с выбором ВУЗа	Мастер-классы "Траектория карьеры", проект "Университет в твоём городе", лекторий "Мир глазами науки"
Было просто интересно и весело	Командная интернет-игра АБАКА, проект "Университет в твоём городе"

В ходе проведенного анализа также была обнаружена группа студентов 1 курса с высоким уровнем вовлеченности в профориентационную деятельность, когда они были абитуриентами. Их численность составляет почти 1/5 от численности всех студентов 1 курса. Представители этой группы имеют высокие показатели (выше среднего по всему массиву) по всем трем уровням измерения эффективности мероприятий, кроме того, они дополнительно ответили на открытый вопрос об участии в мероприятиях УрФУ. Большинство из них принимали участие в среднем в 3-х мероприятиях и проектах, при этом чаще среди этих мероприятий присутствуют олимпиады и турниры, профильные школы/практикумы, и подготовительные курсы.

В этой группе чаще встречаются студенты с общим баллом ЕГЭ по ключевым предметам выше среднего, среди них преобладают выпускники специализированных классов, а мотивационные модели выбора ВУЗа и специальности включают чаще, чем у остальных, критерии, связанные с фактом наличия и участия в дополнительных образовательных проектах по проф. ориентации. Одновременно ребята этой группы чаще своих нынешних одноклассников рассматривали в качестве альтернативы УрФУ столичные ВУЗы. Прямой значимой связи между формой обучения и уровнем вовлеченности не обнаружено.

Исследование свидетельствует о том, что для успешного и активного контингента абитуриентов мероприятия по проф. ориентации являются значимой частью мотивационной модели выбора в первую очередь специальности, поскольку они не только «тестируют» уровень подготовки студента и успеваемость, но обеспечивают возможности повысить уровень уверенности. С определенной долей вероятности можно говорить, что участие такого абитуриента в мероприятиях может иметь решающее значение и в выборе ВУЗа. Но, одновременно, эти студенты на этапе вступительных испытаний представляют своеобразную «группу риска», поскольку для них ценной представляется возможность обучения именно в столичных ВУЗах, а мероприятия по подготовке они могут использовать в качестве своеобразной «тренировочной площадки». Для удержания данного контингента и более целевой работы с данными группами учащихся необходимо дополнительно понимать конкретные факторы привлекательности ВУЗов Москвы и Санкт-Петербурга, и развивать программы продвижения с учетом более четкого доведения выгод и преимуществ именно обучения в УрФУ на фоне столичных конкурентов.

Тем не менее, можно говорить о том, что в целом профориентационные мероприятия стимулируют интерес к УрФУ и обеспечивают привлечение успешных абитуриентов.

Также отдельно необходимо отметить, что профориентационные мероприятия активно работают на привлечение контингента из других регионов УрФО и страны. Так, по доле

участников мероприятий, регионы не уступают Свердловской области, а некоторые превосходят. Так, доля студентов из Оренбургской области, Удмуртии, Башкирии, Пермского края и других субъектов РФ составляет около 70% от числа студентов 1 курса, приехавших из этих регионов (из Оренбуржья – 90%), в то время как среди студентов Свердловской области только 61% принимал участие в мероприятиях. При этом наблюдается связь между уровнем успеваемости ребят из других регионов и уровнем их участия. Чем выше уровень баллов ЕГЭ, тем чаще студент принимал участие в тех или иных мероприятиях УрФУ. Таким образом, это свидетельствует о том, что одним из результатов, достигаемых при реализации профориентационных программ является привлечение в УрФУ качественного контингента из соседних и удаленных регионов (география представленности студентов – от Архангельской области до Читинской).

В целом отметим, что профориентационные мероприятия УрФУ 2013-2014 года имеют достаточно высокий уровень известности среди студентов 1 курса (85,5%). При этом большинство принимали участие в тех или иных программах (порядка 60%) и считают, что этот опыт позволил им более четко определиться с выбором, как специальности, так и ВУЗа. Мероприятия являются активным инструментом привлечения внимания и интереса школьников к различным направлениям профессиональной подготовки, а также к самому УрФУ, при этом высокую вовлеченность демонстрируют успешные и активные абитуриенты. Достаточно эффективно работают данные программы по привлечению качественного контингента из других городов и субъектов РФ.

Однако заметим, что большинство программ и проектов по проф.ориентации абитуриентов и продвижению УрФУ ориентировано на поддержку и продвижение конкретных специальностей и направлений подготовки, обеспечивая, в первую очередь, понимание и выбор возможностей самого направления обучения, его содержания. Значительно в меньшей мере мероприятия способствуют продвижению конкретных убедительных «выгод» и преимуществ именно УрФУ на фоне ВУЗов-конкурентов (особенно столичного уровня). С большой долей вероятности можно утверждать, что мероприятия в целом повышают общую репутационную планку Уральского федерального университета, позволяют ему выделяться среди ВУЗов-конкурентов в первую очередь регионального значения.