

ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ В ВЫБОРЕ ФОРМ И НАПРАВЛЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОГНОЗЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Р. Р. Толстяков, Е. М. Королькова

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», Тамбов, Россия

Ключевые слова: абитуриенты; высшее образование; потребительские предпочтения; профориентационная работа.

Аннотация: Проведен анализ потребительских мотивов учащихся старших классов школ и гимназий Тамбовской области относительно выбора направления и места получения высшего образования. Одна из проблем многих регионов – отток выпускников в столичные вузы. С учетом открытой информации и общих трендов образовательной системы, пример Тамбовской области может быть спроецирован как на соседние регионы, так и регионы ЦФО. Выявлены тенденции, влияющие на образовательную миграцию молодежи из региона, предложены рекомендации по нивелированию данного процесса.

Введение

Образовательная система региональных вузов во многом формируется в формате анклава – доминирующую часть поступающих составляют выпускники школ и колледжей непосредственно региона. Образовательная миграция, развивающаяся благодаря единому государственному экзамену и широким возможностям выпускников с высокими баллами, направлена преимущественно в сторону столичных вузов либо топовых университетов в своем образовательном сегменте. В связи с чем профориентационная работа на местах уже давно входит в ключевые задачи вузов, порой превалируя над методической и научной деятельностью [1]. Обратная образовательная миграция со стороны иностранных учащихся частично нивелирует сложившуюся обстановку, но проблема оттока выпускников школ в другие регионы остается актуальной для Тамбовской области, тем более что значительная часть абитуриентов в дальнейшем ассимили-

Толстяков Роман Рашидович – доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики и качества жизни, e-mail: tolstyakoff@mail.ru; Королькова Елена Митрофановна – кандидат химических наук, доцент кафедры «Менеджмент», ТамбГТУ, Тамбов, Россия.

руется в тех городах и областях, где заканчивали вузы [2], снижая трудовой ресурс региона.

Для определения образовательных предпочтений и оценки факторов, влияющих на выбор абитуриентами направлений и высших учебных заведений, при поддержке Министерства образования и науки Тамбовской области в ноябре-декабре 2023 года проведено исследование среди учащихся старших классов Тамбовской области.

Методика исследования

В качестве инструмента сбора первичной информации использовалось онлайн-анкетирование на платформе Yandex Form. Анкета состояла из блока социодемографических вопросов, что позволило в дальнейшем реализовать «срезы» по полу, месту проживания и типу образовательного заведения; блок мотивационных вопросов о целях получения высшего образования, оценке коммуникационных каналов профориентации, а также открытые вопросы о планируемых направлениях обучения и предпочитаемых вузах. Последние два вопроса позволят применить методику оценки узнаваемости бренда в проекции на проблематику высшего образования. Всего в опросе приняло участие 3636 респондентов (табл. 1).

В статистической обработке данных задействованы частотный и перекрестный анализ для описательной части, кластерный анализ методом Варда для сегментации выпускников, а также методика оценки узнаваемости бренда с выделением категорий Topofmid, «Спонтанное знание», «Наведенное знание», адаптированная к объекту исследования – вузам.

Результаты исследования

Топ-3 наиболее важных критерий, влияющих на выбор вуза составили:

- наличие нужной специальности;
- возможность бесплатного обучения;
- преподавательский состав вуза.

Таблица 1

Выборка исследования

Учебное заведение	Место жительства			
	Тамбов	Районный центр Тамбовской области	Сельская территория	Другое
Школа	1104	1147	734	23
Гимназия / лицей	557	61	7	1
Техникум / колледж*	1	0	1	0
Всего	1662	1208	742	24

* В дальнейшем анализе учащиеся техникума исключены как статистически незначимая категория.

Явных различий по половому признаку среди ранжирования критериев не выявлено. Примечательно, что активная реклама вузов занимает последнее место. Также не наблюдается существенных различий в ранжировании критериев в зависимости от места жительства. Разница по каждому критерию не превышает 0,2–0,3 балла (рис. 1). При детализации места принципиальных различий также не замечено. Следует отметить, что выпускники Кирсанова, Котовска и Моршанска более требовательны к выбору вуза относительно других районов.

Аналогичное сравнение между старшеклассниками СОШ (3012 человек) и учащимися гимназии или лицея (627 человек) показывает, что разница в критериях также не превышает 0,2 балла, за исключением возможности легко учиться, но и этот критерий у СОШ незначительно (0,3 балла) превышает показатель лицея / гимназии.

Более детальный анализ оценки балльной оценки критериев выбора вуза позволил выявить два сегмента школьников:

1. Все критерии являются важными (численность сегмента 2008 человек);
2. Средняя важность (численность – 1527 человек).

Явных отличий по количественному составу (пол, место жительства, учебное заведение) не выявлено, что позволяет в очередной раз констатировать однородность потребностей.

Результаты ответа на вопрос «Что Вы хотите от высшего образования?» в разрезе – пол, место жительства, учебное заведение, представлены в табл. 2. Данный вопрос предполагает наличие множественных ответов, в связи с чем агрегировать представленные данные не представляется корректным.

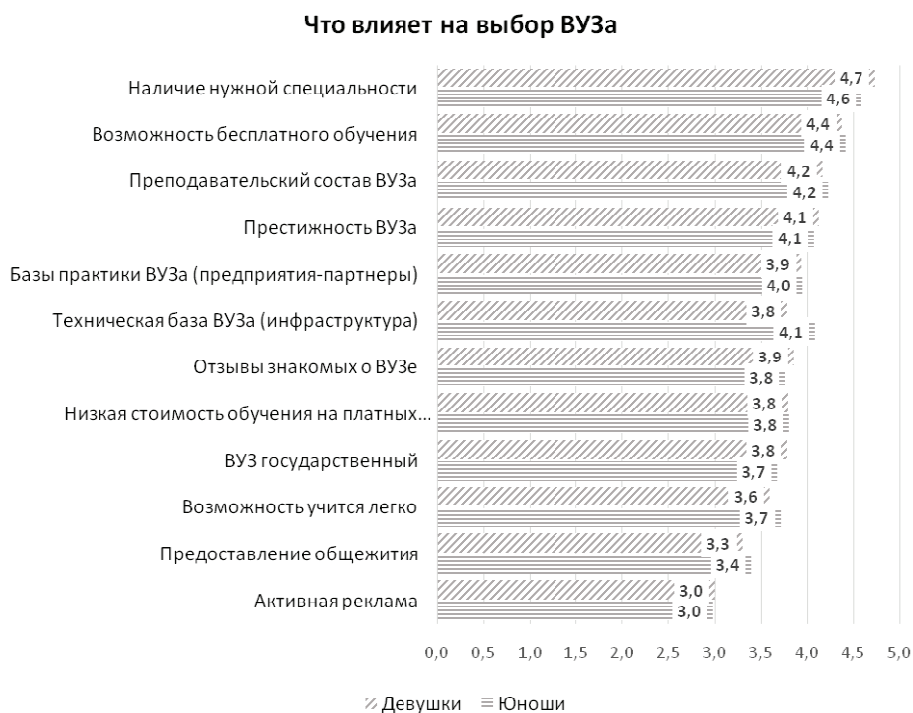


Рис. 1. Критерии выбора вуза среди юношей и девушек

Таблица 2

**Требования, предъявляемые выпускниками
к высшему образованию, %**

Что Вы хотите от высшего образования?	Место жительства			Пол		Место учебы	
	Тамбов	Районный центр Тамбовской области	Сельская территория	Мужской	Женский	Школа	Гимназия / лицей
Получить знания	75,30	77,50	77,30	74,50	77,80	76,40	79,70
Гарантированная заработная плата	61,80	60,50	57,60	58,70	61,70	60,00	64,40
Переехать в другой город	54,60	57,20	46,80	47,20	58,50	52,90	60,90
Не пойти в армию	9,90	8,70	6,70	20,40	0,80	8,60	9,60
Так принято	6,50	5,90	5,20	7,60	5,00	6,10	5,70
Родители заставляют	3,50	3,70	3,50	4,60	2,90	3,40	4,50

Как видно из таблицы 2, желание будущих выпускников покинуть Тамбовскую область при выборе вуза достаточно высоко (более 60 % от всех учащихся). Наиболее высоко оно у учащихся из Тамбова и районных центров, а также у старшеклассников гимназий и лицеев. Девушки более целенаправленно подходят к предстоящему обучению.

Не менее интересны результат оценки вопроса «Откуда Вы узнаете о вузах?». Анализ данного вопроса позволит усовершенствовать коммуникационную политику региональных вузов (табл. 3)

Главным источником информации (особенно для девушек) выступает официальный сайт вуза и социальные сети. На юношей в большей степени, чем на девушек, влияют рекомендации родителей.

Проводимые вузами мероприятия (согласно опросу) нельзя отнести к эффективной форме взаимодействия. Но если рассмотреть данный вопрос более детально, то ключевым моментом также выступает желание абитуриентов переехать в другой город. При этом и сайт, и социальные сети выступают удаленной доступной коммуникацией.

Желание переехать в другой город отметили 1974 человека, из них – 571 (29 %) уточнили, что получают информацию о вузе в школе от сотрудников университета и 858 (43 %) – из мероприятий, проводимых вузом. Налицо изначальная ориентация на вузы за пределами Тамбовской области. При этом для сегмента школьников, которым очень важны все критерии, вузовские мероприятия, как точка взаимодействия, более эффективны, чем для второго сегмента.

Несмотря на высокую долю желающих покинуть Тамбовскую область, при ответе на вопрос «Назовите три вуза, которые рассматриваете для поступления», тамбовские вузы первыми назвали 810 человек. На данный открытый вопрос ответило 1884 респондента (51,3 % от всей выборки). При этом из них 1041 отвечало утвердительно, что планируют переезд.

Таблица 3

Источники получения информации о высшем учебном заведении, %

Источник	Место жительства			Пол		Место учебы	
	Тамбов	Районный центр Тамбовской области	Сельская территория	Мужской	Женский	Школа	Гимназия / лицей
Официальный сайт вуза	64,50	64,60	63,00	59,10	68,00	63,60	70,20
Социальные сети	45,90	52,60	51,00	43,10	53,40	50,20	46,10
Рекомендация родителей	40,80	36,00	35,00	41,10	35,80	39,70	38,00
Рекомендация друзей	37,80	31,90	31,50	41,00	37,90	37,70	40,40
Школа / колледж (от учителя)	37,70	38,80	42,80	39,50	30,90	33,60	39,10
Мероприятия, проводимые вузом	25,00	24,00	18,80	23,90	23,10	23,20	25,50
Школа / колледж (от сотрудников университета)	15,90	15,80	14,80	18,20	13,80	16,20	12,90

На основании агрегирования всех трех ответов составлен топ городов, которые респонденты рассматривают в качестве места своего обучения. Данный рейтинг интересно рассмотреть в разрезе места жительства и категории учебного заведения (табл. 4).

Таблица 4

Рейтинг городов для получения высшего образования, %

Город	Место жительства			Место учебы	
	Тамбов	Районный центр Тамбовской области	Сельская территория	Школа	Гимназия / лицей
Тамбов	29,1	26,3	34,5%	29,8%	27,3%
Москва	29,8	23,1	18,7	21,6	43,7
Воронеж	8,5	11,9	6,8	9,5	8,8
Санкт-Петербург	10,9	6,1	3,4	6,3	15,3
Саратов	2,6	3,2	3,1	3,1	2,4
Мичуринск	0,5	3,8	5,1	3,0	0,6
Рязань	2,2	3,2	2,4	2,7	1,8
Казань	0,8	0,7	0,7	0,6	1,4
Липецк	0,1	1,1	0,7	0,7	0,0
Краснодар	0,5	0,2	0,3	0,4	0,5

На Тамбов и Мичуринск ориентируются в большей степени выпускники сельских школ. Тамбовчане выбирают Москву, вторым внешним направлением является Санкт-Петербург. Районный центры также выбирают Москву и Воронеж как внешние направления.

Выпускники гимназий и лицеев массово выбирают Москву и Санкт-Петербург. Менее 30 % рассматривают возможность обучения в Тамбовской области. Это срез по трем названным вузам. Число гимназистов / лицеев, назвавших Тамбовский вуз первым, 117 человек (18,6 %), только 65 из них рассматривают Тамбов, как единственный город дальнейшего обучения.

Среди выпускников СОШ 441 человек рассматривает Тамбов и Мичуринск как единственные города для дальнейшего обучения. Таким образом, только 14 % опрошенных однозначно планируют получать высшее образование в вузах региона.

Доминирующими направлениями обучения на основании 2163 ответов является медицина, юриспруденция и ИТ-область (рис. 2)

Ключевым моментов в данном рейтинге является доля выпускников, которые планируют продолжить обучение в Тамбовских вузах. Самая большая востребованность среди респондентов, выбравших педагогику и филологию (более 50 %). Близкое к этому значению (от 40 до 50 %) у юриспруденции и инженерии (табл. 5).

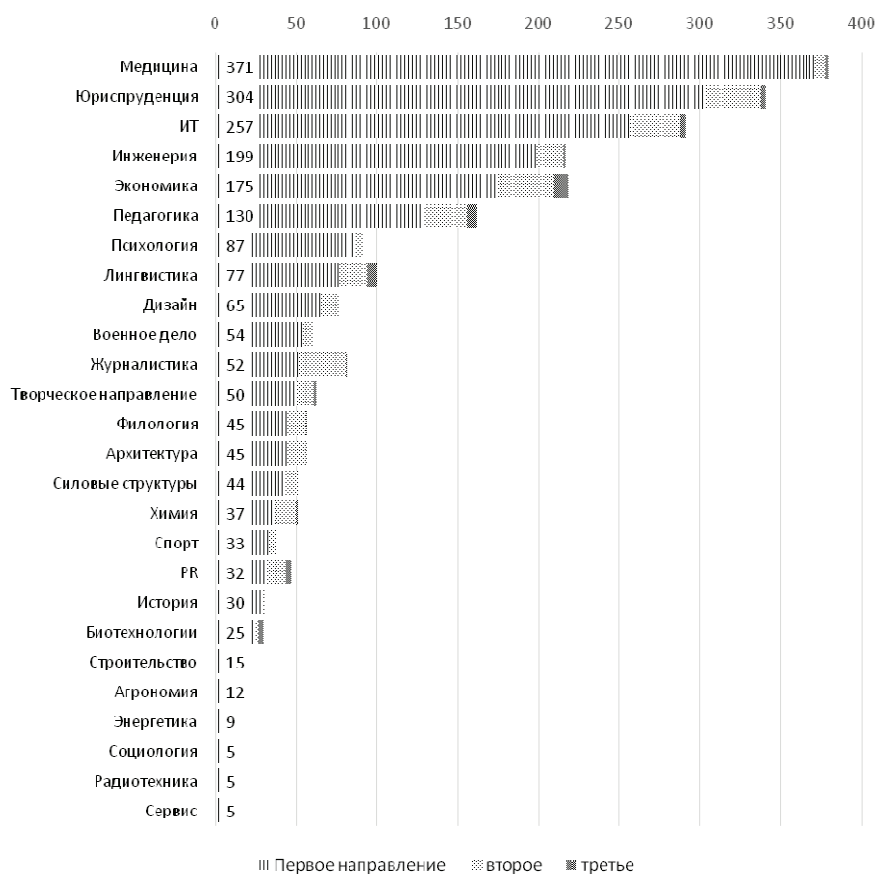


Рис. 2. Предпочтительные направления обучения

Таблица 5

Планируемый отток молодежи из региона

Специальность	Тамбов	Мичуринск	Остальные города	Доля региона, %
Юриспруденция	123	4	177	41,8
ИТ	97	3	157	38,9
Медицина	91	4	276	25,6
Инженерия	80	2	117	41,2
Педагогика	60	13	57	56,2
Экономика	54	4	117	33,1
Психология	33	0	54	37,9
Дизайн	27		38	41,5
Филология	26		19	57,8
Творческое направление	22	1	27	46,0
Лингвистика		0	55	28,6
Архитектура			23	48,9
Журналистика	17		35	32,7

Заключение

Проведенное исследование показывает срез предпочтений и критериев выбора высшего учебного заведения старшеклассниками. Для выработки рекомендаций необходимо комплексное исследование системы регионального образования, включая оценку сильных и слабых сторон, наличие ресурсной и кадровой базы, нормативные ограничения. В связи с отсутствием перечисленных данных, приведенные ниже выводы могут носить обобщенный характер.

1. Дифференциация школьников по месту жительства, типу учебного заведения и полу не имеет основания, так как существенной разницы в ответах различных категорий не наблюдается.

2. Налицо высокий отток школьников в другие регионы по всем направлениям, как в относительных, так и абсолютных значениях. Исключение составляют направления педагогика и филология (56–57%). Но в абсолютных значениях эти направления не входят в Топ-5 специальностей.

3. Наблюдается неравномерное распределение выпускников по направлениям дальнейшего обучения, 371 учащийся выбирает медицину, что в три раза превышает ту же педагогику.

4. Доля учащихся, выбравших типовые специальности, планирующие остаться в Тамбове, находится в диапазоне 25 – 42 %.

5. При выборе вуза ключевыми моментами является наличие необходимой специальности и возможность бесплатного обучения.

6. Складывается ощущение, что вся профориентационная работа, проводимая региональными вузами, эффективно работает на популяризацию специальностей, но при этом выпускники планируют получение выбранной специальности в другом регионе.

Потенциальные направления воздействия на текущую ситуацию.

1. Регулировать число профильных классов исходя из потребностей и возможностей региональных вузов, а не желания школьников, что позволит перераспределить поток «медиков» на другие направления подготовки, тем более что этот поток «медиков» школы области фактически готовят для других регионов.

2. Увеличить число 10-х классов после 9-х; в исследовании это не отражено, но фактически наблюдается пропорция что только 30 – 40 % выпускников 9-х классов продолжают обучение в 10-х и 11-х. Это позволит, даже не изменяя относительных показателей, увеличить абсолютные, тем самым оставить большее число выпускников в вузах региона.

3. Не понятны ключевые отчетные показатели школ по проведению профориентационной работы. Школы отчитываются количеством мероприятий, числом выпускников, поступающих в ведущие вузы страны (Москва, Санкт-Петербург), при этом нацеленности на удержание выпускников в регионе не наблюдается.

4. В тематику «Разговоры о важном», помимо общего патриотического и культурного воспитания, необходимо включить блок, повествующий о текущих успехах региона. Такой блок целесообразно начинать в средних классах, увеличивая его составляющую к выпускным. Широко распространен стереотип что Тамбовский регион – исключительно аграрный, главное достояние – это люди. Это категорически не так! В области существует достаточное число уникальных предприятий, продукция которых высоко ценится как на территории РФ, так и за ее пределами.

Пример. АО «Пигмент» – уникальное предприятие тонкого органического синтеза, производящее более 600 видов химической продукции по направлениям: синтетические смолы, акриловые и ПВА эмульсии, добавки к маслам и горючему, органические пигмента и многое др. Также АО «Пигмент» является единственным производителем сульфаминовой кислоты и оптических отбеливателей. Отличительная особенность завода – наличие информационно-выставочного центра, где можно в интерактивной форме познакомиться с продуктами и технологиями предприятия.

Необходимо разработать единый цикл уроков по предприятиям и технологиям региона. Это поднимет не только патриотизм и любовь к своей малой родине, но и покажет перспективность работы и творческой самореализации у себя дома.

5. Проектная деятельность может и должна быть связана с работой в лабораториях региональных вузов. Это дополнительная точка контакта «школьник – вуз – предприятие». Современным старшеклассникам вполне под силу выполнять базовые исследовательские проекты, в том числе под руководством студентов старших курсов. Но это не должно носить характер факультатива, необходимо разработать мотивационные и стимулирующие рычаги для обеих сторон проектной деятельности.

6. Только 40 % учащихся узнают о вузе от учителей. Это недопустимо малая доля, поэтому рекомендуется проведение регулярных конференций, круглых столов, экскурсий на базах вузов для педагогов.

Список литературы

1. Вайсман, Е. Д. Использование инструментов маркетингового анализа для повышения обоснованности принимаемых управленческих решений / Е. Д. Вайсман, И. А. Соловьева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2009. – № 29(162). – С. 81 – 87.
2. Султахмедова, М. М. Новейшие технологии в сфере развития экономики и бизнеса / М. М. Султахмедова, И. М. Кублин // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия: сб. науч. ст. VI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Курск, 2024. – С. 326 – 330.

References

1. Vaysman Ye.D., Solov'yeva I.A. [Using marketing analysis tools to improve the validity of management decisions], *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment* [Bulletin of the South Ural State University. Series: Economics and Management], 2009, no. 29(162), pp. 81-87. (In Russ., abstract in Eng.)
2. Sultakhmedova M.M., Kublin I.M. *Strukturnyye preobrazovaniya ekonomiki territoriy: v poiske sotsial'nogo i ekonomicheskogo ravnovesiya: sb. nauch. st. VI Vseros. nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. uchastiyem* [Structural transformations of the territorial economy: in search of social and economic equilibrium: collection of scientific articles VI All-Russian scientific and practical conf. with international participation], Kursk, 2024, pp. 326-330. (In Russ., abstract in Eng.)

Assessment of Consumer Preferences of Senior Students in Choice of Study Forms and Programs of Higher Education: Forecasts and Recommendations

R. R. Tolstyakov, E. M. Korolkova

Tambov State Technical University, Tambov, Russia

Keywords: applicants; higher education; consumer preferences; career guidance work.

Abstract: The analysis of consumer motives of senior school and gymnasium students of the Tambov region regarding the choice of direction and place of higher education was conducted. One of the problems of many regions is the outflow of graduates to metropolitan universities. Taking into account open information and general trends in the educational system, the example of the Tambov region can be projected both on neighboring regions and regions of the Central Federal District. Trends influencing the educational migration of young people from the region have been identified, and recommendations for leveling this process have been proposed.

© Р. Р. Толстяков, Е. М. Королькова, 2024