

Д. С. Рыбаков,
издательство «Образование и Информатика», г. Москва,

В. А. Губкин,
г. Москва

О ВЫЯВЛЕНИИ ФАКТОРОВ ВЫБОРА ВУЗА АБИТУРИЕНТАМИ

Аннотация

В статье рассмотрены подходы к построению системы выявления наиболее популярных у абитуриентов факторов выбора вуза.
Ключевые слова: абитуриент, факторы выбора вуза, анализ информации в Интернете, анкетирование.

Последние двадцать лет стали знаковыми для системы высшего образования в России. В отличие от десятков предшествующих лет, когда система была практически в состоянии покоя, в последнее время в ней происходят значительные изменения, характер которых пока достаточно сложно оценить. Изменения в системе высшего образования обусловлены множеством как внутренних, так и внешних факторов, которые вылились в следующие наиболее значимые преобразования:

- переход на двухуровневую систему высшего образования (бакалаврат — магистратура);
- введение единого государственного экзамена;
- взрывной рост количества высших учебных заведений и количества их студентов;
- распределение части бюджетных мест для негосударственных вузов;
- возможность на уровне вуза варьировать состав вступительных испытаний для каждой образовательной программы;
- введение минимального балла ЕГЭ по профильным предметам для победителей олимпиад;
- возможность проводить дополнительные вступительные экзамены (в некоторых вузах);
- изменение процедуры зачисления в вузы;
- введение в ЕГЭ базового и профильного уровней по математике;
- введение устной части ЕГЭ по иностранным языкам;
- возможность сдавать ЕГЭ по некоторым предметам после десятого класса;
- изменение минимальных баллов ЕГЭ на уровне вуза по некоторым предметам и др.

Под воздействием вышеуказанных изменений система высшего образования в России претерпела существенные изменения в плане нормативно-правовой базы, увеличения рынка образовательных услуг и изменения его структуры, изменения процедуры поступления и зачисления в высшее учебное заведение, а также многократные изменения процедуры проведения единого государственного экзамена. Очевидно, что в совокупности данные изменения оказали существенное влияние на устоявшиеся факторы выбора вуза абитуриентами, а также стали отправной точкой появления новых факторов выбора вуза и, как следствие, информационных потребностей абитуриентов.

К сожалению, изучению влияния вышеуказанных изменений на факторы выбора вуза абитуриентами не уделяется достаточного внимания, несмотря на то что данный аспект значительно влияет на рынок образовательных услуг, качество набора в вузы и эффективность работы приемных кампаний.

Очевидный способ выявления наиболее популярных у абитуриентов факторов выбора вуза — опрос самих поступающих. Основной проблемой, с которой неминуемо придется столкнуться в процессе соответствующего исследования, является его **первый этап — предварительный сбор факторов для формирования анкеты**, которая будет предоставлена абитуриентам.

В целях решения данной проблемы было выбрано два подхода к сбору предварительного перечня факторов выбора вузов абитуриентами:

- 1) выявление факторов из открытых источников информации, которыми пользуются абитуриенты;

Контактная информация

Рыбаков Даниил Сергеевич, канд. пед. наук, доцент, директор издательства «Образование и Информатика», г. Москва; адрес: 119261, г. Москва, Ленинский пр-т, д. 82/2, комн. 6; телефон: (495) 140-19-86; e-mail: rybakovds@yandex.ru
Губкин Владислав Александрович, г. Москва; e-mail: articles2@mail.ru

D. S. Rybakov,
Education and Informatics Publishing House, Moscow,
V. A. Gubkin,
Moscow

ABOUT DETECTING FACTORS OF CHOOSING THE UNIVERSITY BY ABITURIENTS

Abstract

The article describes approaches to construction the system for detecting factors of choosing the university by abiturients.

Keywords: abiturient, factors of choosing university, Internet information analysis, survey.

2) анализ уже существующих исследований и научных работ в данной области в целях изучения опыта выявления факторов другими учеными в их исследованиях.

В рамках первого подхода к сбору факторов были проанализированы следующие источники информации:

- запросы к поисковым системам сети Интернет;
- разделы «Вопрос-ответ» на официальных сайтах вузов;
- тематические интернет-доски;
- форумы для абитуриентов;
- официальные или неофициальные (в случае отсутствия официальных) группы в социальных сетях.

Анализ *запросов к поисковым системам в сети Интернет* — наиболее эффективный источник данных. Во-первых, поисковые системы обладают колоссальной популярностью. Во-вторых, поисковый запрос краток, точен и является фактически конечным отражением предмета информационных потребностей, что значительно упрощает его обработку. Конкретными источниками данных на этом этапе стали сервисы наиболее популярных поисковых систем в России: «Яндекс — подбор слов» (<http://wordstat.yandex.ru/>) и Google AdWords (<http://www.google.com/adwords/>). Крайне высокая популярность у абитуриентов поисковых систем как источника информации обусловлена их доступностью, удобством, оперативностью получения результата и отсутствием необходимости общения с кем-либо. Авторам статьи анализ поисковых запросов позволил сделать вывод о низкой эффективности профориентационной работы в школах, что видно из зачастую некорректных формулировок поисковых запросов.

Анализ *страниц «Вопрос-ответ» на официальных сайтах вузов* показал, что данный источник информации практически не востребован абитуриентами. Вероятно, это связано с тем, что абитуриенты стесняются вступать в прямой диалог с представителем вуза или не знают, как корректно задать интересующий вопрос. Кроме того, достаточно много вузов, которые игнорируют заданные вопросы частично или полностью, что очевидно снижает уровень эффективности данного источника в глазах абитуриентов. Но стоит отметить, что интерес к данному источнику информации у абитуриентов присутствует. Возможно, это объясняется тем, что при помощи поисковых систем абитуриент не всегда может удовлетворить свои информационные потребности в полной мере.

Обработка источников информации данного типа усложнена сильной децентрализацией страниц «Вопрос-ответ». В связи с этим в процессе анализа необходимо не только проанализировать сайты каждого вуза, но и найти нужную страницу в том или ином ее виде на каждом из сайтов.

Анализ *специализированных досок отзывов о вузах* фактически был сведен к изучению пяти наиболее крупных интернет-ресурсов:

- «Учеба-Отзыв.ру»: <http://ucheba-otziv.ru/>
- «Учеба.ру»: <http://www.ucheba.ru/>
- «EduNetwork — навигатор абитуриента»: <http://vuz.edunetwork.ru/>
- «Мое образование»: <http://www.moeobrazovanie.ru/>

- «Первый независимый сайт отзывов России»: <http://ru.otzyv.com>

Несмотря на высокую централизацию отзывов, выявление в каждом отзыве наиболее важных черт и их совокупная статистика — весьма трудоемкий процесс. Тем не менее этот источник данных оказался вторым по эффективности (после поисковых запросов) в рамках нашего исследования. Общее количество отзывов на данных ресурсах оценить сложно, но ясно, что их многие тысячи. Такая популярность обусловлена тем, что абитуриент может удовлетворить свои информационные потребности «из первых рук», среди своих сверстников, в доверительной среде.

Анализ *обсуждений вузов на тематических форумах* показал самую низкую эффективность такого источника данных (в рамках нашего исследования). Как правило, обсуждение на форумах носит крайне неформальный, субъективный и размытый характер, отмечаются переходы от темы к теме или параллельное обсуждение нескольких вопросов в рамках одного повествования. Тем самым усложняется выявление сути темы и степени заинтересованности ее участников в конкретном вопросе.

Анализ *групп вузов в социальных сетях* показал, что большинство вузов не имеют официальных групп в социальных сетях, а те, что имеют, используют эти группы скорее как вестник о событиях в вузе и площадку для модерлируемого обсуждения. На вопросы абитуриентов зачастую либо никто не отвечает, либо отвечают студенты, опираясь на свое мнение. Сотрудники вуза на все вопросы либо отвечают контактными данными приемной комиссии вуза, либо не отвечают вовсе. Анализ позволил сделать вывод, что менее 10 % вузов готовы к открытому взаимодействию с абитуриентами на базе социальных сетей. Что касается вопросов, задаваемых в группах популярных социальных сетей, можно сказать, что они весьма стандартны и почти полностью совпадают с обсуждениями на тематических форумах и в разделах «Вопрос-ответ» официальных сайтов вузов.

Итогом сбора данных первым методом стал некоторый размытый необработанный круг информационных потребностей абитуриентов. В процессе его обработки с целью удаления избыточной информации и приведению к единообразию были исключены:

- разные по формулировке и одинаковые по смыслу факторы;
- некорректные факторы;
- факторы, являющиеся «подфакторами» более крупных факторов;
- устаревшие факторы;
- факторы с незначительной популярностью на фоне других из этого списка.

В результате обработки из более чем двухсот факторов, выявленных в рамках первого подхода, перечень сократился до 29 факторов выбора вуза абитуриентов.

Подводя промежуточный итог анализа данных из открытых источников, можно сказать о наличии колоссальной потребности абитуриентов в информации о вузах. Стоит отметить, что абитуриент не готов к «интерактиву» с вузом, но готов к прямому общению с другими абитуриентами и студентами.

В рамках второго подхода к выявлению факторов выбора вуза абитуриентами были проанализированы научные работы и исследования в данной области, среди которых выделим:

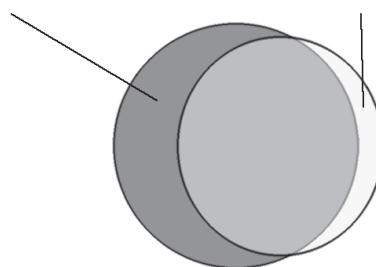
- исследование, проведенное в 2012 году среди абитуриентов Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, — «Рейтинги как сравнительная оценка вузов для решения управленческих задач на национальном уровне» (И. Н. Ефимова): <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2013/04/33/>
- исследование, проведенное в 2012 году среди старшеклассников Москвы, — «Исследование факторов, оказывающих влияние на выбор вуза абитуриентами, на различных этапах процесса поступления» (М. В. Рыченков, И. В. Рыченкова, В. С. Киреев): <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11612>
- исследования, проведенные профильными департаментами крупных вузов:
 - «Потребительский мониторинг удовлетворенности качеством образовательных услуг в вузе» (Сибирский университет потребительской кооперации): <http://docplayer.ru/29405010-Standarty-i-kachestvo.html>
 - «Мотивы выбора специальности и вуза как фактор профессионального становления специалиста» (Сибирский институт — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации): <http://old.nsuem.ru/edu/imik/chairs/etp/skf/articles/rabota32.doc>
 - «Влияние индивидуальных характеристик абитуриента, семейных и школьных факторов на информированность при поступлении и учет различных источников информации» (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»): https://cinst.hse.ru/data/2012/10/04/1244616572/Шамардина_информированность_при_выборе_вуза.pdf
- исследование среди учащихся IX—XI классов, реализованное в рамках федеральной выставки «Alma Mater: высшее образование для вашего ребенка» компанией Begin Group в 2008 году: <http://www.faito.ru/archnews/1200175649,1208640553>

Итогом анализа исследований в рамках второго подхода к сбору факторов выбора вуза абитуриентами стал перечень, состоящий из 22 факторов.

Таким образом, на первом этапе исследования было получено два перечня факторов, собранных в соответствии с двумя вышеописанными подходами. Сравнив полученные перечни, мы обнаружили, что перечень, собранный на базе исследований и научных работ, практически полностью (19 из 22 факторов) является подмножеством перечня, полученного на основе данных из открытых источников. Это подтверждает состоятельность обоих подходов к выявлению факторов выбора вузов абитуриентами. Кроме того, для повышения объективности исследования было принято решение об объединении двух выявленных перечней в итоговый перечень, состоящий из 32 факторов (Приложение 2).

Факторы, выявленные из открытых источников, 29 шт.

Факторы, отобранные из научных исследований, 22 шт.



Итогом первого этапа исследования является объединенный и приведенный к единообразию перечень факторов, выявленных при помощи анализа различных источников данных.

Цель второго этапа исследования — отбор наиболее востребованных факторов выбора вуза из перечня, полученного на первом этапе, а также проверка полноты и понятности для абитуриента формулировок выявленных факторов.

Говоря об отборе наиболее востребованных факторов, мы имеем в виду не только ранжирование факторов по популярности среди абитуриентов, но и отсеивание некоторого числа факторов с низкой популярностью. В процессе выявления факторов перед нами такая задача не стояла, но отсеивание избыточных факторов является логичным продолжением процесса формирования окончательного перечня.

В рамках решения поставленной задачи нами было проведено всероссийское исследование методом заочного анкетирования в Сети. В анкете респондентам предлагалось оценить каждый из предложенных факторов выбора вуза одним из двух утверждений: «важно» и «неважно». Кроме того, каждый респондент имел возможность в свободной форме предложить фактор, отсутствующий в анкете, но не менее важный по мнению респондента, а также отметить факторы, смысл которых ему непонятен. Анкетирование проводилось в течение 2016 года. В исследовании приняли участие 12 753 респондента.

В результате анкетирования не было предложено ни одного фактора, который бы не вошел в список, полученный на первом этапе исследования и впоследствии был отсеян, что говорит о полноте перечня факторов, выявленных на первом этапе исследования. Кроме того, для 99,1 % респондентов в списке не оказалось факторов, смысл которых им непонятен, что говорит о понятности и корректности формулировок составленного перечня.

Обработка результатов анкетирования проводилась следующим образом. По каждому фактору было посчитано общее количество оценок «важно», после чего факторы были отсортированы в порядке убывания полученных оценок. На диаграмме, построенной по полученным данным (Приложение 3), нетрудно заметить существенный провал между 19-м и 20-м факторами, причем после 20-го фактора популярность остальных факторов падает до менее десяти процентов. Отвечая на вопрос, стоит ли включать ли факторы с низкой популярностью в итоговый перечень, можно сказать, что все зависит от целей интерпретации результатов исследования.

В результате проведения описанного исследования посредством использования двух принципиально разных подходов к сбору исходных данных был выявлен предварительный перечень факторов выбора вуза абитуриентами. Проведены широкое анкетирование среди абитуриентов России и анализ его результатов. Сформирован и отсортирован по уровню популярности среди абитуриентов итоговый перечень факторов выбора вузов.

Общая методология получения перечня факторов выбора вузов абитуриентами представлена в *Приложении 1*.

Список использованных источников

1. Григорьев С. Г., Гриншкун В. В., Львова О. В., Шулгина Л. А. Использование средств информатизации для формирования толерантности при обучении в течение всей жизни // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Информатика и информатизация образования. 2016. № 1 (35).

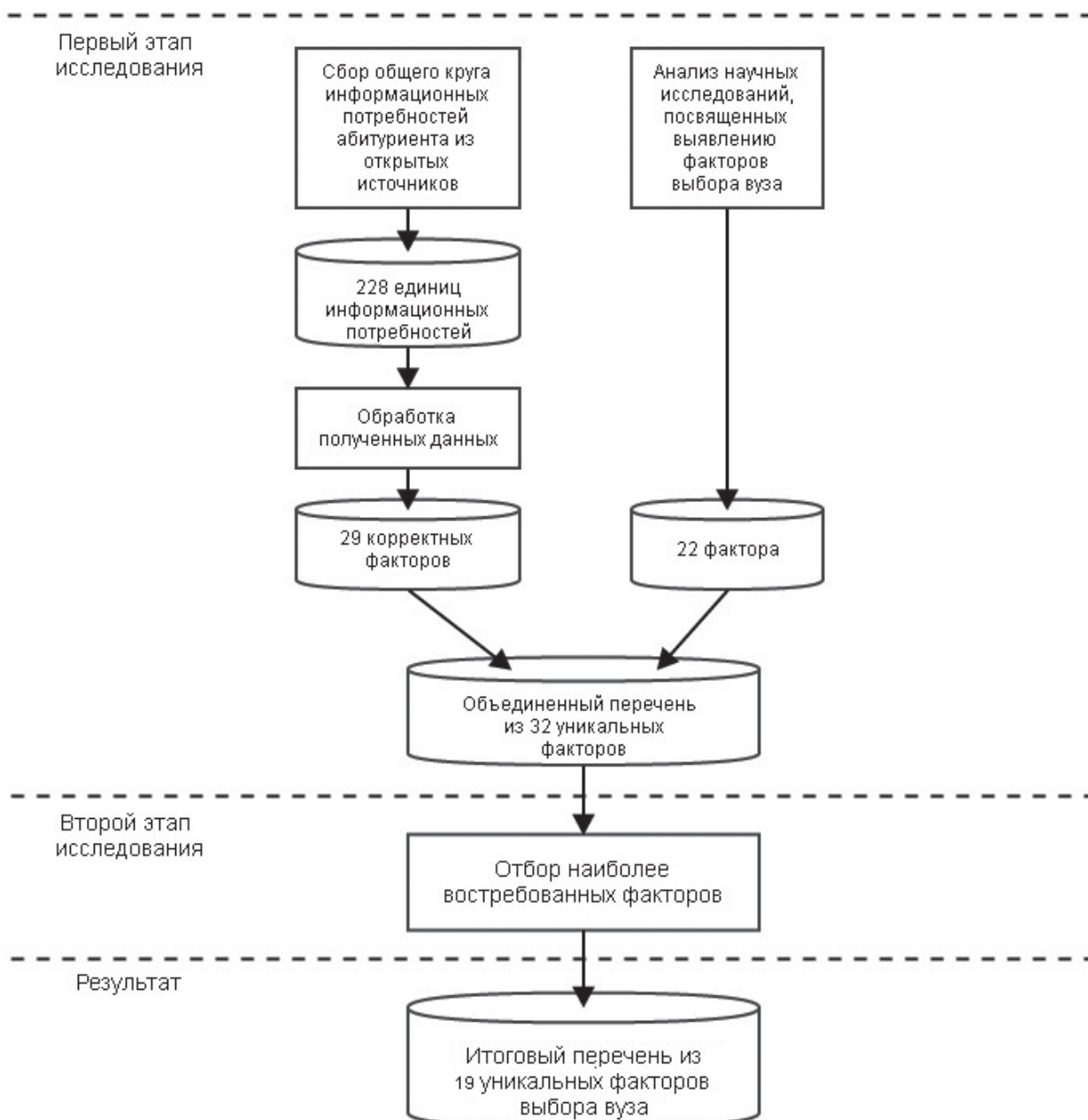
2. Гриншкун В. В., Орынбаева Л. К. Международный опыт использования инновационных и информационных технологий для формирования личностных качеств и воспитания школьников // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования. 2017. № 1. Т. 14.

3. Кузнецов А. А., Рыбаков Д. С., Губкин В. А. О совершенствовании взаимодействия вузов с абитуриентами // Высшее образование сегодня. 2012. № 3.

Приложения

Приложение 1

Схема методологии сбора предварительного перечня факторов выбора вуза абитуриентами



Приложение 2

Предварительный перечень факторов выбора вуза абитуриентами

1. Востребованность выпускников на рынке труда.
2. Наличие искомой образовательной программы.
3. Наличие бюджетных мест.
4. Формы и методы преподавания.
5. Стоимость обучения в вузе.
6. Профессорско-преподавательский состав.
7. Материально-техническое обеспечение вуза.
8. Дополнительное образование в вузе.
9. Уровень общественной жизни: уровень спортивной, творческой деятельности студентов.
10. Конкурс, проходной балл.
11. Престижность вуза.
12. Наличие общежития.
13. Государственный вуз.
14. Мнение близких людей, к которым прислушивается.
15. Доля производственной практики в обучении.
16. Участие вуза в трудоустройстве выпускников.
17. Положение вуза в рейтингах и отзывы о вузе.
18. Наличие военной кафедры.
19. Социально-бытовые условия в вузе: бытовые условия в аудиториях и общежитиях.
20. Транспортная доступность вуза.
21. Культурный и личностный уровень студентов.
22. Эффективность распределения учебного времени в вузе.
23. Сложность обучения.
24. Компетентность администрации вуза (сотрудников деканата, секретариата).
25. Состояние зданий, спортивных сооружений, прилегающей территории.
26. Уровень коррупции.
27. Возможность совмещения работы и учебы.
28. Информированность абитуриента (общественности) о вузе.
29. Аудиторный фонд вуза.
30. Реклама вуза.
31. Выполнение гарантий и обещаний, данных вузом при поступлении и в процессе обучения.
32. Принуждение студентов к труду, не связанному с образовательным процессом.

Приложение 3

Итоговая диаграмма популярности выявленных факторов выбора вуза абитуриентами