

Р. М. Булатова, Н. А. Димитриади

ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В УНИВЕРСИТЕТ

Аннотация

Статья посвящена изучению привлекательности территорий с точки зрения разработки эффективной стратегии привлечения абитуриентов в высшие учебные заведения в условиях сокращения числа поступающих и усиления конкуренции. Объекты, привлекательные для регионального университета (Ростов-на-Дону), определяются с точки зрения количества целевой аудитории и территориальной доступности: населенные пункты и районы Ростовской области, а также близлежащие районы Краснодарского края. Сформирована методика оценки привлекательности территорий, основанная на расчете коэффициента привлекательности территорий, предложенного авторами. Была оценена доля потенциальных абитуриентов для получения ежедневного образования в городах, районных центрах и сельских поселениях с населением 100 тыс. человек и более в Ростовской области и Краснодарском крае.

Ключевые слова

Стратегия привлечения абитуриентов в вузы, коэффициент привлекательности территорий, целевые группы.

R. M. Bulatova, N. A. Dimitriadi

ASSESSMENT OF ATTRACTIVENESS OF TERRITORIES IN FORMATION OF STRATEGY TO ATTRACT STUDENTS TO UNIVERSITY

Annotation

Article is devoted to studying the attractiveness of territories from the point of view of developing an effective strategy to attract applicants to higher education institutions in condi-

tions of reduction of number of incoming and intensification of competition. Objects attractive for regional university (Rostov-on-Don) are defined in terms of number of target audience and territorial accessibility: settlements and districts of Rostov region, as well as nearby districts of Krasnodar Territory. Methodology for assessing the attractiveness of territories has been formed, based on calculation of coefficient of attractiveness of territories proposed by the authors. Share of potential applicants for daily education in cities, district centers and rural settlements with a population of 100 thousand people or more in Rostov region and Krasnodar Territory was estimated.

Keywords

Strategy of attracting applicants to universities, coefficient of attractiveness of territories, target groups.

Введение

Управление образовательным процессом в современном вузе — далеко не единственный вид деятельности руководства университета. Современный университет является полноценным участником рынка образовательных услуг, и одной из его ключевых задач является поддержание конкурентоспособности организации, в том числе на основе использования методов стратегического управления.

Обсуждая подходы к планированию деятельности высших учебных заведений, современные специалисты в своем исследовании [1] следующим образом характеризуют причины целесообразности использования стратегических инструментов: «...эта задача не нова, но никогда еще вопросы конкурентоспособности не стояли для них столь остро, что обусловлено объективными условиями социально-экономического и демографического развития страны». В связи с этим формирование стратегии привлечения потенциальных абитуриентов предполагает не только изучение их ожиданий, но и учет влияния на принятие решения о поступлении в конкретный вуз ряда объективных факторов.

Важным компонентом программ, направленных на привлечение абитуриентов, является коммуникационная деятельность самого вуза [2]. Эта деятельность предполагает целый спектр меро-

приятий — от живого общения до дистанционного с использованием современных достижений в сфере информационных технологий, а также их комбинаций, позволяющих формировать и сопровождать целевые группы абитуриентов.

Целевые группы потенциальных абитуриентов необходимо формировать по комплексному фактору, учитывающему территориальные и количественные их характеристики. Далее требуется изучение данных групп на предмет целесообразности и ресурсоемкости проведения мероприятий по привлечению потенциальных абитуриентов в вуз. Для этой цели необходимо было собрать информацию о количестве потенциальных абитуриентов на территориях Ростовской области и близлежащих районах других регионов, а также оценить расстояния до крупных населенных пунктов и районных центров. Учет этой информации позволит обоснованно разрабатывать профориентационные программы и планировать мероприятия по привлечению абитуриентов.

Из представленного краткого обзора следует определенная актуальность территориального фактора при выборе наиболее перспективных целевых групп абитуриентов в процессе разработки маркетинговой стратегии вуза. Группой отечественных авторов [3] было предложено использование оригинальных матричных инструментов в процессе анализа уровня привлекательности лока-

лизованных в различных территориальных образованиях контингентов абитуриентов. Цель исследования, представленного в статье, — разработка методики ранжирования привлекательности территорий, которая может быть использована при формировании стратегии привлечения абитуриентов в ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» в условиях ограниченности ресурсов.

Материалы и методы

В работе использовались экспертные интервью, анализ материалов [7, 8, 5] и статистические методы.

Результаты

За последние 5 лет население возрастной группы 17–19 лет Ростовской области снизилось на 8 % и составило 113 177 человек, т. е. в среднем снижалось на 2500 человек в год. В 2018 г. наблюдалось некоторое увеличение численности населения данной возрастной группы, но при среднем и пессимистическом вариантах прогноза (до 2035 г.) в 2019 продолжится уменьшение, в том числе и рассматриваемой возрастной группы [4].

Выпускники школ (11-й класс) попадают в возрастную группу 17–19 лет потенциальных абитуриентов вуза. Для уточнения количественного состава этой группы необходимо учесть ряд обстоятельств. Этой группе соответствуют учащиеся школ возрастом 18 лет ± 1 год, т. е. их количество будет примерно равно третьей части от группы населения 17–19 лет. Примерно половина из этой группы являются учащимися колледжей и техникумов [5]. Таким образом, мы получаем, что общее количество выпускников в РО примерно равно 18–19 тыс. Из всего количества потенциальных абитуриентов только часть будет сориентирована на областной центр и еще меньшая часть — на конкретный вуз и направление обучения. В связи с этим возникает проблема выбора наиболее перспективных с позиции вуза

территорий (населенных пунктов, районов) с целью разработки эффективной стратегии привлечения абитуриентов.

При выборе таких территорий необходимо учитывать следующие обстоятельства.

1. Естественным приоритетом обладают, прежде всего, сам областной центр и близлежащие населенные пункты (не требующие изменения местожительства студента).

2. Исследования показывают [6], что сельские жители отдаленных районов вынуждены быть более мобильными, поскольку у них нет альтернативы смены местожительства при выборе места обучения. И, следовательно, они также представляют интерес с точки зрения вуза.

3. Жители отдаленных (периферийных) районов, расположенных вблизи границ других регионов, как правило, ориентируются на образовательные центры в соседних регионах. Это, с одной стороны, приводит к потере таких групп населения для одних вузов, но с другой, обосновывает необходимость повышенной активности в отношении жителей районов соседних регионов (в частности, некоторых районов и поселений Краснодарского края) с целью привлечения абитуриентов.

Эти замечания позволили определить следующие группы объектов (подгруппы) для изучения.

1. Города Ростовской области: Ростов-на-Дону, Батайск, Волгодонск, Новочеркасск, Новошахтинск, Таганрог, Шахты.

2. Районы и сельские поселения Ростовской области: Азовский район, Аксайский район, Белокалитвинский район, Сальский район.

3. Города, районы и сельские поселения соседнего региона: Ейск, Щербиновский район, Кушевский район, Староминской район, Ленинградский район, Крыловской район, Павловский район.

Рассмотрим первую группу. В эту группу включены Ростов-на-Дону и города Ростовской области с населением более 100 тыс. человек. Если посмотреть более детально, то Ростов-на-Дону и Батайск имеют естественное преимущество перед другими городами (для обучения в ростовском вузе абитуриенту не требуется смена местожительства). Новочеркасск с точки зрения территориального фактора уже несколько уступает, и, кроме того, население этого города имеет пониженную приверженность ростовским вузам, поскольку сам

Новочеркасск является центром притяжения для абитуриентов (в связи с наличием собственных вузов и филиалов высших учебных заведений).

Новошахтинск, Таганрог, Шахты — однозначно предполагают смену местожительства для потенциального студента ростовского вуза. В связи с существенной удаленностью от Ростова, Волгодонск интересен только с точки зрения населенности. В таблице 1 представлена информация о возрастной категории выпускников 11-го класса по городам с населением более 100 тыс. человек.

Таблица 1 — Численность возрастной группы выпускников 11-го класса по городам Ростовской области с населением, превышающим 100 тыс. чел., 2018 г.

Населенный пункт	Выпуск 11-й класс, тыс. чел.	Расстояние до вуза, км
Ростов-на-Дону	4,521	
Батайск	0,507	10
Волгодонск	0,687	247
Новочеркасск	0,672	42
Новошахтинск	0,434	84
Таганрог	1,000	75
Шахты	0,935	79
Всего выпуск, 11-й класс	8,755	

В Ростове-на-Дону возрастная группа выпускников 11-го класса составляет 4,521 тыс. чел. В целом по упомянутым городам Ростовской области возрастная группа «выпускники 11-го класса» составляет 8,755 тыс. человек.

Рассмотрим вторую группу: районы и сельские поселения Ростовской области (Азовский район, Аксайский район, Белокалитвинский район, Сальский район). Данная группа также неоднородна. Абитуриенты из поселений Азовского и Аксайского районов могут учиться в вузах Ростова-на-Дону без изменения местожительства, а вот для жителей Белокалитвинского и Сальского районов обучение в ростовских вузах уже не столь привлекательно (территориальный критерий не является, бесспорно, значимым), и выбор вуза может быть связан с другими регионами.

Возрастная группа выпускников по районам Ростовской области с населением приблизительно составляет примерно 10,364 тыс.

Дополнительный контингент может быть сформирован на основе привлечения абитуриентов из соседних регионов, прежде всего из Краснодарского края. Это — третья группа. Речь идет о районах и входящих в их состав поселениях суммарно с меньшим, чем 100 тыс. человек населением. Однако эти территории существенно отдалены от краевого центра (Краснодара) и приближены к Ростову-на-Дону и, следовательно, могут рассматриваться в качестве источника абитуриентов для ростовских вузов.

С учетом близлежащих районов Краснодарского края численность потенциальных абитуриентов увеличивается до 11,655 тыс. чел.

Обозначим количество потенциальных абитуриентов в населенном пункте или районе как C , а расстояние до образовательного центра как D . Эти два параметра позволяют сформулировать подход к ранжированию территорий на основе ожиданий абитуриентов. При прочих равных условиях из двух вузов потенциальным абитуриентом будет выбран тот, который будет ближе территориально (т. е. значение D наименьшее). Таким образом, чем ближе вуз, тем выше вероятность, что он будет выбран абитуриентом. И наоборот, чем больше расстояние D между вузом и населенным пунктом с потенциальными абитуриентами, тем, очевидно, меньше вероятность, что данный вуз будет выбран этими абитуриентами. С другой стороны, чем больше количество потенциальных абитуриентов C проживает в некотором населенном пункте (по сравнению с другим населенным пунктом, при прочих равных условиях), тем больше вероятность выбора абитуриентами этого населенного пункта рассматриваемого вуза, по сравнению с другими.

Для интерпретации полученных статистических данных (опираясь на сформулированные выше утверждения) введем коэффициент привлекательности территорий как отношение числа выпускников или потенциальных абитуриентов города или района к расстоянию до образовательного центра: $K = C/D$, где C — количество выпускников в населенном пункте, D — расстояние от населенного пункта до образовательного центра. Коэффициент K обладает следующими свойствами: имеет малые значения для удаленных и малонаселенных территорий, большие — для близлежащих и густонаселенных территорий. И для остальных комбинаций (удаленности и населенности) коэффициент имеет промежуточные значения соответственно.

В таблице 2 приведена сводная информация по территориям, отсортированная по трем параметрам: расстоянию до образовательного центра (D), количеству потенциальных абитуриентов (C) и коэффициенту привлекательности территории K .

Таблица 2 — Список территорий, отсортированных по степени приоритетности по трем параметрам

Км	Населенный пункт (район)	Тыс. чел.	Населенный пункт (район)	К	Населенный пункт (район)
-	Ростов-на-Дону	4,52	Ростов-на-Дону	-	Ростов-на-Дону
10	Батайск	1	Таганрог	0,0507	Батайск
16	Аксайский р-н	0,94	Шахты	0,026	Аксайский р-н
39	Новочеркасск	0,69	Волгодонск	0,0172	Новочеркасск
42	Азовский р-н	0,67	Новочеркасск	0,0133	Таганрог
75	Таганрог	0,51	Батайск	0,0118	Шахты
79	Шахты	0,43	Новошахтинск	0,009	Азовский р-н
83	Куцевский р-н	0,42	Сальский р-н	0,0052	Новошахтинск
84	Новошахтинск	0,42	Аксайский р-н	0,0028	Волгодонск
122	Староминской р-н	0,39	Белокалитвинский р-н	0,0026	Куцевский р-н
122	Ленинградский р-н	0,38	Азовский р-н	0,0023	Белокалитвинский р-н
123	Крыловской р-н	0,28	Ейск	0,0023	Сальский р-н
138	Павловский р-н	0,22	Павловский р-н	0,0017	Ленинградский р-н
150	Щербиновский р-н	0,22	Куцевский р-н	0,0016	Павловский р-н
168	Белокалитвинский р-н	0,21	Ленинградский р-н	0,0015	Ейск
184	Ейск	0,13	Староминской р-н	0,0011	Староминской р-н
187	Сальский р-н	0,12	Крыловской р-н	0,0009	Крыловской р-н
247	Волгодонск	0,12	Щербиновский р-н	0,0008	Щербиновский р-н

Анализ данных таблицы 2 позволяет выделить несколько групп территорий Ростовской области и Краснодарского края.

Первая группа (территории, находящиеся на расстоянии, не требующем смены местожительства студента) — это Ростов-на-Дону и близлежащие города: Батайск, Аксайский район, Новочеркасск, Азовский район, Таганрог, Шахты.

Вторая группа (территории, требующие затрат времени на проезд до 6 часов, с учетом перемещения в обе стороны) — Новошахтинск, Куцевский район, Староминской район, Ленинградский район, Крыловской район, Павловский район, Щербиновский район.

Третья группа (территории, требующие затрат времени на проезд до 12 часов, с учетом перемещения в обе стороны) — Белокалитвинский район, Сальский район, Волгодонск, Щербиновский район, Ейск.

Сортировка территорий по численности потенциальных абитуриентов несколько меняет приоритеты территорий, например, Волгодонск и Сальский район повышают свой статус, а Куцевский район теряет.

Сортировка по коэффициенту привлекательности учитывает обе характеристики территорий и наглядно представлена на рисунке 1.

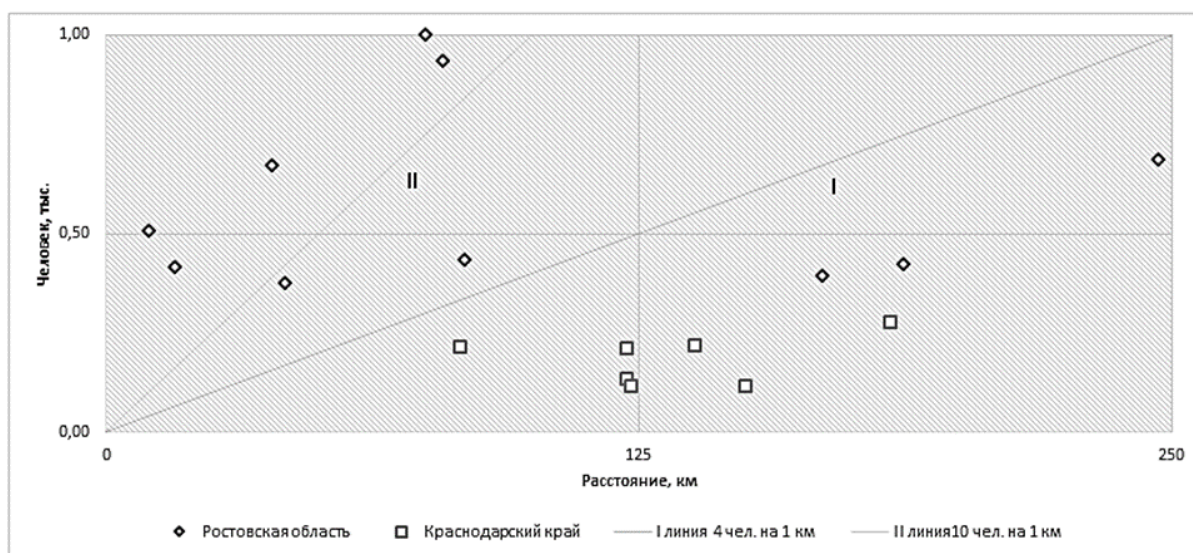


Рисунок 1 — Интерпретация коэффициента привлекательности территории

Выше линии I расположены территории с численностью более 4 человек на 1 км (ниже — менее 4 человек), ниже линии II — менее 10 человек на 1 км (выше — более 10 человек на 1 км). Таким образом, на рисунке 1 линиями I ($K = 1/250 = 0,004$) и II ($K = 1/100 = 0,01$) рассматриваемые районы и города по территориальному критерию разделены на три группы:

- наиболее привлекательную (коэффициент привлекательности $K > 0,01$);
- средней привлекательности (значение коэффициента $0,01 > K > 0,004$);

– наименее привлекательную ($K < 0,004$).

При разработке стратегии привлечения абитуриентов в вуз необходимо учитывать привлекательность территорий и ограниченность ресурсов вуза.

Для наиболее привлекательных территорий (Ростов-на-Дону, Батайск, Аксайский район, Новочеркасск, Таганрог, Шахты) в первую очередь необходимо установление живого контакта со школами и регулярное их посещение с целью проведения мероприятий по привлечению выпускников (в том числе

прямой рекламы) для поступления в вуз. Во вторую очередь — усиление взаимодействия через коммуникации (социальные сети, системы дистанционного обучения и тестирования).

Для территорий средней привлекательности (Азовский район, Новошахтинск) необходимо установление контакта со школами и дальнейшее поддержание отношений с участием администрации школ и студентов (бывших выпускников школ), при активном использовании коммуникаций (сайты школ, административные сайты населенных пунктов, социальные сети, системы дистанционного обучения и тестирования).

Для наименее привлекательных территорий (Волгодонск, Кущевский район, Белокалитвинский район, Сальский район, Ленинградский район, Павловский район, Ейск, Староминский район, Крыловской район, Щербиновский район) можно ограничиться взаимодействием через виртуальную среду (сайты школ, административные сайты населенных пунктов, социальные сети, системы дистанционного обучения и тестирования).

Выводы

В статье предложен коэффициент ($K = C/D$, где C — количество выпускников в населенном пункте, D — расстояние от населенного пункта до образовательного центра), дифференцирующий территории по их привлекательности, видам профориентационных мероприятий, которые должны быть учтены при формировании стратегии по привлечению абитуриентов в ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» в условиях определенной ограниченности ресурсов.

Библиографический список

1. Брюханова, Н. В., Беляев, В. И. Маркетинговая стратегия вуза как ключевой фактор повышения его конкурентоспособности // Сибирская финансовая

школа. — 2016. — № 1 (114). — С. 131–137.

2. Толстяков, Р. Р. Маркетинговые стратегии в образовании // Вопросы современной науки и практики. — 2007. — № 4 (10). — Т. 1. — С. 148–151.

3. Димитриади, Н. А., Шеховцов, Р. В., Пономарёва, М. А. Разработка стратегии привлечения абитуриентов в университеты с использованием матричных инструментов // Вестник РГЭУ (РИНХ). — 2017. — № 2 (58). — С. 76–87.

4. Демографический прогноз до 2035 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gks.ru>.

5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://rostov.gks.ru>.

6. Научные проекты НИСП — IIS Working Papers: Территориальные ограничения доступности высшего образования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://studwood.ru>.

7. Ростовский областной центр обработки информации в сфере образования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.rcoi61.ru>.

8. Образование Ростовской области : стат. сб. — Ростов н/Д, 2018.

Bibliographic list

1. Bruhanova, N. V., Bialiayev, V. I. Marketing strategy of university as a key factor in increasing its competitiveness // Siberian Financial School. — 2016. — № 1 (114). — P. 131–137.

2. Tolstyakov, R. R. Marketing strategies in education // Issues of modern science and practice. — 2007. — № 4 (10). — Vol. 1. — P. 148–151.

3. Dimitriadi, N. A., Shechovtsov, R. V., Ponomariova, M. A. Develop a strategy to attract applicants to universities using matrix tools // Vestnik of RSUE (RINH). — 2017. — № 2 (58). — P. 76–87.

4. Demographic forecast to 2035 [Electronic resource. — Mode of access : <http://www.gks.ru>.

5. Territorial Federal Service of State Statistics in Rostov region [Electronic resource]. — Mode of access : <http://rostov.gks.ru>.

6. Research Projects — IISF Work-

Access to Higher Education [Electronic resource]. — Mode of access : <https://studwood.ru>.

7. Rostov regional center for information processing in the field of education [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.rcoi61.ru>.

8. Education of Rostov region: stat.