Маркетинговые исследования в области образовательных услуг

Опубликовано в журнале "Маркетинг в России и за рубежом" (№4, 2001)

Перемены в экономической жизни нашей страны затрагивают все области человеческой жизнедеятельности. Особенно это касается образования. Уходит в прошлое стандартизованное понятие "бесплатного высшего образования", изменяются запросы потребителей образовательных услуг. В настоящее время существует широкое разнообразие форм и методов платного обучения, рассчитанное на различные уровни требований слушателей, базового образования, дохода. В какой мере предлагаемые услуги соответствуют требованиям потребителей? Ответ на этот вопрос определяет спрос на образовательные услуги, а следовательно, и финансовый успех негосударственных учебных заведений. Учитывая возрастающую конкуренцию на рынке образовательных услуг, для оценки потенциального спроса следует обратиться к маркетинговым способам исследования рынка. Цель маркетинговых исследований состоит в выявлении перспективных потребностей, оценке степени их удовлетворения, проверке конкретных гипотез и прогнозировании потребительского поведения. С этой точки зрения имеет смысл применить методику проведения маркетинговых исследований к анализу проблем современного образования. Анализ спроса на образовательные услуги даст возможность оценить перспективность специальности и соответственно сформировать учебную программу. Исследование поможет найти ответ на вопрос: "Каким следует быть современному образовательному учреждению?"

В условиях развития предпринимательства и роста популярности экономического образования объектом исследования явился такой тип учебного заведения как "бизнес-школа". Целью исследования стала разработка концепции бизнес-школы на основе выявления целевых сегментов потенциальных слушателей, определение их требований и системы предпочтений к такого рода образовательным услугам. Процесс исследования проводился в несколько этапов:

Этапы исследования

Предварительное выделение рыночных сегментов.

Работа с фокус-группой.

Разработка опросного листа (анкеты).

Проведение опроса.

Оценка и интерпретация результатов.

1. Предварительное выделение рыночных сегментов

Для первоначальной оценки целесообразности создания нового образовательного учреждения следует провести сегментирование рынка. Была намечена следующая основная группа потенциальных учащихся бизнес-школы: сегодняшние студенты технических вузв, желающие получить непредусмотренные программой экономические знания.

Многие специализированные вузы сегодня готовят менеджеров, кроме того, большинство технических вузов имеют соответствующие факультеты. Нас интересовали студенты, выбравшие для себя инженерные специальности и проявляющие интерес к получению бизнес-образования.

2. Работа с фокус-группой

Целями создания и деятельности фокус-группы явилось:

Оценка восприятия проблемы будущими потребителями;

Определение спектра целей обучения и перечня факторов, влияющих на принятие решения об обучении и на его ценность для слушателей;

Составление перечня требований к процессу обучения;

Формулирование базовой гипотезы исследования.

Для участия в фокус-группе были отобраны 12 студентов старших курсов нашего Университета, обучающихся техническим специальностям. Для работы с фокус-группой был разработан сценарий, предназначенный для реализации поставленных целей. Так, в результате проведения фокус-группы была получена следующая информация:

При получении дополнительного образования важны такие факторы, как "имя" бизнес-школы (ее связь с известным Университетом); диплом, который будет цениться работодателем; налаженные контакты бизнес-школы с потенциальными работодателями;

Что касается выбираемой специализации, важно получение практических навыков, которые возможно использовать в бизнес-деятельности; это должны быть самые актуальные и необходимые знания; в процессе обучения должен наблюдаться реальный прогресс, потери времени недопустимы;

Содержание читаемых экономических дисциплин может быть универсальным для применения в любой области деятельности (например, как производство потребительских товаров, так и товаров промышленного назначения) или тщательно адаптированным к основной специальности будущих технических специалистов.

В отношении преподавательского состава могут присутствовать следующие градации: зарубежные преподаватели, обладающие новейшими знаниями, и российские преподаватели, умеющие адаптировать предмет к российской действительности;

Преподавание может вестись на русском, английском языках или может использоваться вариант чередования по предметам;

градация срока обучения — от одного месяца до двух лет, в зависимости от интенсивности курса;

сформулированы несколько подходов к составлению расписания занятий;

сформулированы несколько вариантов оплаты обучения;

обсуждена возможность оказания дополнительных услуг учащимся за отдельную плату (проведение семинаров, психологических тренингов);

сформулированы пожелания относительно оборудования;

среди особенно важных характеристик процесса обучения названы: возможность совмещения учебы и работы; возможность получения сертификата в конце каждого курса; возможность прохождения практики в престижных фирмах; возможность продолжения образования за рубежом; а также дружеская обстановка и комфорт.

Результаты, полученные в ходе работы фокус-группы, стали основой разработки опросного листа, используемого в ходе исследования.

Проанализировав результаты проведения фокус-группы, мы сформулировали следующую гипотезу: сегмент студентов технических специальностей, готовых получать дополнительное бизнес-образование, можно разбить на два субсегмента — тех, кто стремится впоследствии самостоятельно заняться бизнесом, и тех, кто будет использовать полученные знания как преимущество для получения лучшей работы. Такое деление основано на различии требований представителей этих субсегментов к образовательному учреждению. В ходе дальнейшего исследования необходимо было выяснить эти различия. Определенный интерес представляет связь между предпочтениями человека и его психологической доминантой.

3. Разработка опросного листа

После выделения основных факторов и их группировки был разработан следующий макет опросного листа:

Фирменный девиз;

Обращение к респонденту;

Объяснение цели опроса;

Рабочее поле;

Ряд вопросов персонального характера.

При формулировке вопросов был использован "смешанный" тип вопросов, т. е. перечислены возможные варианты ответов, которые дают респонденту возможность высказать свое оригинальное мнение (см. Приложение — вопросы 2, 3 прилагаемой анкеты). Для самых актуальных с точки зрения основателей образовательного учреждения вопросов предпочтительна "открытая" форма, так как при разработке "закрытых" вопросов невозможно предугадать все варианты ответов [4]. "Открытые" вопросы сложно обрабатывать на компьютере, но именно в них зачастую можно найти идею "отличительной особенности" будущей бизнес-школы, которая со временем может стать ее "конкурентным преимуществом" на рынке образовательных услуг (вопрос 17 анкеты).

Наиболее важные и сложные вопросы были размещены в центре рабочего поля. При их формулировке по "закрытому" типу был использован метод ранжирования (4, 5, 11 вопросы анкеты), то есть респондент ранжировал приоритетность той или иной характеристики, обсуждаемой в вопросе. В некоторых вопросах была использована шкала Лайкерта [5], которая дает несколько вариантов ответа — от самого положительного до самого негативного через несколько промежуточных степеней (вопрос 12 прилагаемой анкеты).

Заканчивается опросный лист несколькими вопросами персонального характера. С целью определения психологических характеристик респондента анкета дополнена небольшим по объему тестом (ранжирование приоритетности геометрических фигур), аналогичного тому, который придется проходить выпускнику бизнес-школы при собеседовании для устройства на работу. Выбираемая им геометрическая фигура связывается психологами с определенным типом личности [6]. Определение главной психологической доминанты респондента важно как для определения методов обучения, так и при окончательном определении специализации бизнес-школы, так как установка на выпуск, например, топ-менеджеров, должна поддерживаться соответствующим отбором контингента учащихся [6].

4. Проведение опроса

Опрос был проведен на основе очного заполнения анкет представителями целевых групп.

В опросе приняли участие 100 студентов технических специальностей БГТУ. Репрезентативность выборки обеспечивалась процедурами случайного отбора респондентов и соответствием социально — демографической структуры выборки и структуры генеральной совокупности исследуемого контингента студентов (студенты технических специальностей БГТУ — преимущественно мужчины в возрасте до 23 лет).

5. Оценка и интерпретация результатов

В результате статистической обработки собранных данных были определены:

требования отдельных групп потребителей к образовательному учреждению;

степень схожести требований потребителей, относящихся к одному сегменту;

наличие внутри предварительно намеченного сегмента потребителей, предъявляющих особые требования;

степень различия требований потенциальных потребителей, относящихся к разным сегментам.

Статистическая обработка материалов проводилась с использованием программы STATISTICA.

В результате обработки анкет была получена следующая информация:

77,5% респондентов готовы получать дополнительное бизнес-образование.

При принятии решения об обучении решающими факторами оказались "получаемые знания" и "квалифицированные преподаватели". "Стоимость обучения" занимает лишь четвертое место по значимости (рис. 1, 2).

В зависимости от цели получения образования удалось выявить две основные группы респондентов (рис.3):

тех, кто собирается использовать полученные знания для основания собственного дела, — будущие предприниматели (обладающие предпринимательским потенциалом) (51%);

тех, кто надеется использовать бизнес-знания как дополнительные преимущества для поиска престижной работы и карьерного роста (обладающие карьерным потенциалом) (32%).

В анкете использовались эквивалентные вопросы относительно целей получения образования [7], анализ ответов на них подтвердил наличие этих двух групп.

Если анализировать распределение ответов в зависимости от пола респондентов, то мужчины в большей степени, чем женщины ориентированы на роль независимых предпринимателей (рис. 4, 5).

Рис. 1. Оценка факторов, влияющих на принятие решения об обучении

Рис. 2. Оценка факторов, влияющих на ценность курса обучения

Рис. 3. Распределение ответов в зависимости от целей получения образования

Рис. 4. Распределение ответов мужчин в зависимости от целей получения образования

Рис. 5. Распределение ответов женщин в зависимости от цели получения образования

При оценке требуемой степени адаптации экономических дисциплин к основной (технической) специальности было установлено, что большая часть потенциальных слушателей бизнес — школы (67%), надеются получить экономические знания, тесно связанные с их основной специальностью. Получая дополнительное бизнес-образование, они будут использовать его для более плодотворной работы в выбранной технической области деятельности. Особенно велика доля таких респондентов среди тех, кто планирует стать предпринимателями (табл. 1.).

Таким образом, они расценивают создание собственного бизнеса как возможность реализовать полученные в Университете технические знания.

Психологическое тестирование выявило, что большинство желающих дополнительно обучаться относятся к психологическому типу лидеров (28%), (вопрос 16 анкеты), коммуникабельных личностей (16%) и творческих натур (9%).

Наиболее интересным предложением, содержащимся в ответах на открытые вопросы, явилось — обеспечение возможности получения консультаций после окончания бизнес — школы.

Далее обработка данных проводилась по двум выявленным группам слушателей. По результатам обработки были составлены профили требований к процессу обучения (табл. 1).

Таблица 1. Профили требований к процессу обучения

Факторы Группа респондентов, выразивших намерение получить бизнес-образование для самостоятельных занятий бизнесом (предпринимательский потенциал) Группа респондентов, выразивших намерение получить бизнес-образование для поиска лучшей работы (потенциал карьерного роста)

1. Специализация, связь с основной технической специальностью, получаемой в университете Ищут знаний, связанных с определенной областью будущей деятельности. (Чаще инженерно-технического направления.) Экономические знания должны быть адаптированы к конкретной прикладной технической области. Обучение должно учитывать специфику бизнеса в конкретной области техники. Широкий разброс в интересах. Интересующие области экономических знаний не должны быть обязательно связаны с основной технической специальностью

2. Характер учебных дисциплин Хотят получить знания, необходимые для создания и развития своего бизнеса Выбирают учебные курсы, исходя из спроса на рынке труда и следуя тенденциям престижности профессий

3. Соотношение широты и глубины изучения учебных дисциплин Нуждаются в большом количестве базовых дисциплин без особой глубины изучения, с ориентацией на практическое их применение в сложной бизнес-обстановке Очень высокие требования к глубине изучения выбранных предметов. Ориентированы на высокий уровень квалификации

4. Язык обучения Русский и английский Английский

5. Контакты с потенциальными работодателями Совершенно необязательны Необходимы

6. Сумма оплаты за обучение ($) От 300 100-300

7. Время проведения занятий Вечер и поздний вечер

8. Длительность курса 6-12 месяцев

9. Оборудование Наиболее значимо наличие хорошо оснащенных компьютеров

Результаты обработки психологического тестирования в выявленных группах показали, что большинство респондентов, имеющих потенциал карьерного роста, оказались "лидерами". А в группе потенциальных предпринимателей присутствовали как "лидеры", так и представители других психологических типов.

Выявленные различия подтверждают выдвинутую гипотезу о наличии двух субсегментов и позволяют сформулировать концепцию будущей бизнес-школы, а также требования к формированию учебных программ. Эти программы должны учитывать различия в ценностных ориентациях слушателей и их требования к организации учебного процесса.

Организуемая бизнес-школа должна ориентироваться в первую очередь на первую группу потребителей и готовить будущих предпринимателей, готовых развивать свои технические идеи в самостоятельном бизнесе. Это связано как с большой величиной этого сегмента потенциальных слушателей, так и с возможностью тесных контактов будущей бизнес-школы с университетскими учеными технических направлений.

Задачами обучения будут являться развитие навыков самостоятельного ведения бизнеса, умение ориентироваться в нестандартных деловых ситуациях, экономическое сопровождение разработки технических объектов, пользующихся спросом на рынке, и доведение их до успешной реализации.

При разработке содержания учебных планов и методологии обучения следует учесть, что часть слушателей будущей специализации "Предпринимательство" по результатам исследования имеет особый психологический тип — "творческие натуры". Для них характерно нестандартное мышление, им свойственны нетривиальные решения и они часто трудно адаптируют свои способности к актуальным проблемам общества. Поэтому задачей их обучения будет являться также развитие коммуникационных навыков, изучение основ конфликтологии и освоение принципов адаптации в меняющихся условиях бизнес-деятельности.

Последующей задачей развития бизнес-школы может стать введение специализации в престижных областях экономической деятельности (банковское дело, финансовый менеджмент, логистика), ориентированных на вторую группу потребителей, имеющих потенциал карьерного роста.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило наличие двух значительных субсегментов среди лиц, выразивших намерение получить дополнительное бизнес-образование. При этом присутствует значительное различие в системе их предпочтений и требований к образовательному учреждению. Полученные результаты позволили сформулировать концепцию будущей бизнес-школы, и будут использованы при ее организации.

В дальнейшем возможно расширение исследования на другие группы потребителей образовательных услуг. Это могут быть следующие сегменты:

сегодняшние студенты технических вузов, желающие получить непредусмотренные программой экономические знания;

недавние выпускники технических вузов, имеющие традиционно хорошую инженерную подготовку и желающие повысить уровень своих экономических знаний для практического их применения;

руководители среднего звена, ощущающие недостаток экономического образования.

Вероятнее всего, что расширение целевого сегмента отразится на концепции бизнес-школы.

Приложение

Хорошее образование — путь к успеху!

Уважаемый потенциальный клиент!

Мы собираемся открыть новую бизнес-школу. Будьте добры, ответьте на следующие вопросы:

1. Какова цель получения дополнительного бизнес-образования (выберите одно)?:

получение диплома

занятие независимой предпринимательской деятельностью

возможность стать хорошим специалистом и получить престижную работу

самосовершенствование

2. Хотели бы Вы получить дополнительное бизнес-образование?

нет

да, но это зависит от (выберите одно):

цены курса

поможет ли это получить хорошую работу

возможности работать и учиться одновременно

длительности курса

поможет впоследствии открыть свое дело и реализовать себя

3. Какие дисциплины интересуют Вас больше всего:

финансы

теория менеджмента

маркетинг потребительских товаров

маркетинг промышленной продукции

бухгалтерский учет

предпринимательство

коммерческое право

управление запасами

планирование налогообложения

банковское дело

ценные бумаги

управление персоналом

международный бизнес

реклама

другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Что для Вас особенно важно при принятии решения об обучении (проставьте баллы от 1 до 7, где 1 — не важно, 7 — очень важно):

цена

местоположение школы

специализация

квалифицированные преподаватели

длительность курса

знания, дающие возможность устроиться на хорошую работу

5. Что бы сделало курс обучения особенно ценным для Вас (проставьте баллы: 1 — не важно, 2 — важно, 3 — очень важно)

зарубежные преподаватели, способные дать современное бизнес-образование

наличие интересной практической информации

получение сертификата в конце каждого курса программы

практические знания, которые помогут в бизнесе

гибкое расписание

возможность преддипломной практики в одной из крупных компаний С.-Петербурга

престижность учебного заведения и котируемость диплома

погружение в рабочую атмосферу в процессе обучения

возможность получения высокооплачиваемой работы после окончания образования

возможность продолжения образования за рубежом

другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Считаете ли Вы, что приобретаемые Вами экономические знания должны быть (выбрать одно):

адаптированы к использованию в Вашей основной технической специальности

универсальными, которые можно использовать в любом виде деятельности

7. Какое время занятий Вас наиболее устраивает?

утреннее (с 7.00 до 13.00)

дневное (с 13.00 до 17.00)

вечернее (с 17.00 до 21.00)

поздний вечер (с 18.30 до 22.30)

8. Сколько времени Вы готовы посвятить получению образования, необходимого для дальнейшей интересной, высокооплачиваемой работы?

2-4 недели (интенсивные занятия)

1-6 месяцев (интенсивные занятия)

6-12 месяцев (интенсивные занятия)

1-2 года (не интенсивное обучение)

9. Сколько денег Вы готовы вложить в это образование?

до 100 долл.

от 100 до 300 долл.

от 300 долл.

10. Почему Вы готовы тратить деньги и время на получение дополнительного бизнес-образования?

это будет необходимо для текущей работы и позволит мне стать квалифицированным специалистом

это даст мне возможность получения лучшей работы

мне интересен процесс обучения

это даст мне возможность самостоятельно заняться бизнесом

11. Какое оборудование Вы хотели бы видеть в классах? Оцените необходимость следующего оборудования в баллах от 1 до 4 (1 — желательно, 4 — необходимо):

компьютеры, оснащенные новейшим программным обеспечением

современное оснащение — проекторы, магнитные доски и т. д.

удобные рабочие места

современный дизайн классов

12. Наличие у учебного заведения хороших контактов с фирмами — потенциальными работодателями:

необходимо для Вас

хорошо, но необязательно для Вас

совершенно необязательно для Вас

13. Кого из перечисленных ниже специалистов Вы хотели бы видеть своими преподавателями? (Выберите по одному в каждом пункте)

преподаватель, дающий практические методики и рекомендации в своей области

или

преподаватель, формирующий экономическое мышление и логику бизнес-поведения

зарубежный преподаватель со знанием мирового экономического опыта

или

российский преподаватель со знанием особенностей российской экономики

специалист-практик с опытом бизнес-деятельности, способный учить

или

известный ученый, глубоко знающий предмет и умеющий заинтересовать

14. На каком языке Вы хотели бы обучаться?

русский

английский

русский и английский

другие \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

15. Желаете ли вы участвовать в процессе обучения в деловых семинарах, психологических тренингах за дополнительную плату?

да, охотно

да, иногда

нет

16. Оставьте, пожалуйста, следующую информацию о себе:

возраст \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

пол \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

стаж работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

на каких языках Вы говорите?

русский

английский

немецкий

другие языки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

уровень вашего образования?

незаконченное высшее \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

высшее (укажите Ваш университет) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

область Вашей специализации:

бизнес

научно-техническая

военная

гуманитарные науки

вычислительная техника

Ваша должность на данный момент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

кем Вы планируете стать в будущем? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

считаете ли Вы, что для продвижения по служебной лестнице требуются, кроме специальных, знания в таких областях, как менеджмент, социология, психология, финансы и т. д.?

да

нет

17. Укажите, пожалуйста, что еще является для Вас важным в вопросах получения дополнительного бизнес-образования?

Благодарим за помощь!

Литература

Молчанов Н.Н. "Инновационный процесс: организация и маркетинг". — СпбГУ,1995

Тюрин Ю.Н., Макаров А.А. "Анализ данных на компьютере". — М.: Финансы и статистика,1995.

Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. "Математико-статистические методы экспертных оценок". — М.: Статистика, 1980.

"Perfoming Market Research". Moscow Delo Publishers, 1996.

Голубков Е.П. Измерения в маркетинговых исследованиях. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом", 2, 1998.

Алексеев А.А., Громова Л.А. "Психогеометрия для менеджеров". — Л.: Наука, 1991.

Голубков Е.П. "Маркетинговые исследования". — М.: 1998.