

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАПИТІВ ТА ПЕРЕВАГ АБІТУРІЄНТІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кожевніков Г.К., Гудкова Р.М., Копица Д.О, Бондаренко Т.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Сьогодні одне з головних завдань усіх освітніх закладів - залучення потенційних споживачів освіти. Для цього важливо знати, які чинники впливають на вибір абітурієнтами навчального закладу, що вони очікують від ЗВО. Навчальним закладам цікаві мотиви і поведінка потенційних студентів, і вони з різних причин вирішуються на них впливати. Безумовно, маркетингова концепція управління поведінкою абітурієнтів - це одна зі складових стратегічної концепції управління навчальним закладом, тому що ринок освіти розвивається, посилюється конкуренція між вузами і зростають вимоги з боку абітурієнтів. Варто звернути увагу на те, що виділяє абітурієнта з маси, що робить його особистістю з її власними вимогами і мотивами. Маркетингові фахівці повинні знати, як потенційний абітурієнт приходить до вирішення вибору освітнього закладу, аналіз якої інформації він при цьому здійснює, які параметри впливають на його рішення (не тільки в процесі навчання, а до і після нього).

Слід сказати, що в НТУ «ХПІ» не проводяться маркетингові дослідження запитів і переваг абітурієнтів. Кафедрою соціології та політології університету проводиться дослідження професійної орієнтації абітурієнтів, проте це дослідження стосується тільки бувших абітурієнтів, які вже навчаються на першому курсі університету. Розроблена нами інформаційна система на основі використання хмарних технологій – це перша спроба створити інструмент маркетингового дослідження запитів та переваг потенційних споживачів освітніх послуг у одному з найпотужніших закладів вищої освіти України.

У докладі розглядається склад інформаційної системи, інструментарій, який використовується для збору інформації, обговорюються результати використання розробленої системи. Система побудована на основі Google сервісів. Більшість з них — веб-додатки, що вимагають від користувача тільки наявності браузеру, в якому вони працюють, і інтернет-підключення. Це дозволяє проводити опитування у будь-якій точці країни і не бути прив'язаним до одного комп'ютера, а використовувати для відповідей на анкети власні мобільні пристрої. Для планування робіт по збору інформації використовується Google-календар, який інтегрується з Gmail, Google-Диском та Google-Сайтом. Своєрідним інтерфейсом між університетом та його оточенням – школярами, абітурієнтами, студентами, викладачами – є розроблений нами Web-сайт.

Апробація цієї системи при проведенні профорієнтаційних заходів підтвердила зручність та ефективність її використання: для збору відповідей на анкети респонденти використовують власні мобільні пристрої, все необхідне програмне забезпечення та результати опитувань розташовані у хмарі, там же виконується обробка результатів дослідження.