

## Pályaválasztás, beiskolázás - az iskolamarketing alkalmazása

### „Tanulni keserves - tudni jó!...”

...hirdeti a mottó egy budapesti szakközépiskola kérdőívének elején.

„...**A marketing jelentőségét különösen alátámasztja az a tény, hogy a sikeresen működő szervezetek menedzsmentjében a marketing nem egy a sok funkció közül, hanem maga a karmester...**” – írja Pavluska Valéria egyik cikkében, épp a nonprofit szervezetek és a marketing kapcsolatát taglalva.

A nem profitot hajszoló, hanem a rájuk rótt, vagy önként vállalt feladatokat, funkciókat ellátó intézmények között az iskolák azok, melyek számára – napjainkban - létkérdés, hogy alkalmazzák, mi több helyesen alkalmazzák azokat az eszközöket, melyeket a nonprofit marketing kínál. Biztos receptek persze nincsenek, de bölcs intuíciók, okos kísérletek, kipróbált, működő praktikumok léteznek. S ami bevált egy konkrét esetben, az jó szívvel ajánlható: adaptálja és élvezze hasznait más is.

A remek ötletek tárháza szinte kimeríthetetlen, határt inkább az egyre szűkülő anyagi és humán erőforrások jelentenek, hiszen napjaink közoktatását - annak tevékeny résztvevőjeként, belülről szemlélve - nem könnyű eldönteni, mi az igazi „szűk keresztmetszet” Az ilyen célokra felhasználható pénz, idő vagy emberi teljesítőképesség. Üdítő példák mindig akadnak. S ha van egy jó ötlet, mely kitartással párosul, akkor előbb-utóbb akad szponzor, és a ma pedagógusai és diákjai – szerencsére - legtöbbször találnak megoldást.

Iskola, oktatási intézmény két dolgot nem nélkülözhet: tanárt és tanulót. A tanári kar legtöbb esetben adott, de a diákság évről évre változik, a régiek elballagnak, helyettük pedig újak jönnek – ha jönnek. Kicsit mindig mások, s a demográfiai előrejelzések szerint egyre kisebb az a sokaság, amiből az iskolák - akár a mégoly remek iskolák is - meríthetnek. Létkérdés tehát, hogy legyen utánpótlás, legyenek olyan szülők, diákok, akik „minket választanak”.

**Az iskolamarketing fontossága megkérdőjelezhetetlen, s ha számba vennénk azokat a területeket, ahol szerepet kaphat ez a funkció, hosszú lenne a sor.**

A teljesség igénye nélkül: milyen az iskola híre, megítélése (szakmai és „civil” körökben), milyen az arculata, légköre, az ott folyó oktató-nevelő munka színvonala, mérhető és nem számszerűsíthető mutatói, eredményei, ezek kommunikációja.

Ebben a cselekvés sorozatban – fentiekkel összhangban – az egyik legfontosabb feladat: a beiskolázás marketingje. Mi tudható az iskoláról, mennyire hiteles a szűkebb és tágabb közvélemény ítélete, milyen az iskola jövőképe (van-e egyáltalán s ha igen, tervezett-e), milyen értékrendet fogad el és képes elfogadtatni.

Sokan hangoztatják a közintézmények feladatait elemezve, hogy szolgáltató tevékenységet kell folytatni. Van ebben igazság, de ahogyan például az egészségügy, úgy a közoktatás szervezése is akkor lesz eredményes, ha hatékonyan ötvöződik a szakmai hozzáértés a nyújtható szolgáltatások és a rendelkezésre álló erőforrások lehetőségeivel.

„Kulcskérdés, hogy *a szervezet milyen kapcsolatban van környezetével.*” – ezt a megállapítást is a fent idézett cikkből való.

A Békésy György Szakközépiskola majd egy évtizede szervezi meg – immár hagyományosan, minden év novemberében – a beiskolázási marketingmunka egyik leglátványosabb eseményét, a Nyitott Kapuk rendezvényeit.

Mivel a marketing ebben az iskolában nem csak vezetési szemléletmód, de a szakmai alapozás része, szakmai érettségi tárgy is, a rendezvény szervezésében és bonyolításában a diákok – az Iskolai Diákbizottság szervező segítségével, tanáraik irányításával - mint „idegenvezetők” aktívan, színvonalasan és eredményesen vesznek részt. A bemutatás, a körséta érdekes színfoltja lehet egy-egy tanóra látogatása.

Bizonyára így van ez sok más intézményben is, az viszont talán nem mindenhol gyakorlat, hogy kérdőívvel szondázzák a látogatókat, s ennek adatsora értékes megállapításokra, összehasonlításokra, következtetések levonására ad lehetőséget – az intézményi minőségirányítási program részeként. Emellett idén a végzős diákok egy lelkes csoportja marketingkutatói feladatként a továbbtanulási motívumok vizsgálatát végzi, saját évfolyamának tanulói körében.

Visszatérve a Nyitott Kapuk felméréseihez. A szülők-pedagógusok és a nyolcadikos tanulók szinte ugyanazokat a kérdéseket kapják. Nagyon ritka az, az eset, hogy valaki megtagadná az egy oldalas kérdőív kitöltését. A jutalom nem marad el, aki részt vesz az iskolai körsétán s az azt követő kis közvélemény-kutatáson, annak iskolai kártyanaptár, az iskola arculatába illő, azzal harmonizáló könyvjelző vagy egyéb, apró, praktikus „reklám ajándék” a jutalma. Az ideai felmérés kiértékelését követően az adatok prezentálása is megtörtént a féléves nevelői értekezleten.

**Ízelítőül álljon itt néhány adat, mely egy peremkerületi szakközépiskola felmérésének eredményein túl talán szolgál egyéb tanulsággal is.**

2009 novemberében szakközépiskolánkban 67 felnőtt és 190 tanuló látogatott el és vett részt felmérésünkben. Az elmúlt évekhez képest ez némi csökkenést jelent, 100 db körül szoktunk felnőtt és 200 db körül tanulói kérdőíveket értékelni. Már annak oka is érdekes lehet, hogy miért a felnőtt látogatók száma csökkent radikálisan?

Elgondolkodtató az a tény is, hogy eddig olyan jelenséget – még elvéve – sem tapasztaltunk, hogy akár a felnőttek, akár a gyerekek ellentmondásos, értékelhetetlen kérdőíveket adtak volna ki a kezükből, idén ez mind a két kategóriában kimutatható volt (a kérdőívek tartalma, formája a mérések során nem változott érdemben). Még furcsább az a jelenség, hogy – idén először – előfordult „jó pofizó”, humorosnak szánt, de idélténné sikeredett, komolytalanul kitöltött kérdőív, erre sem volt eddig példa.

A látogatás végén a szülői-tanári válaszokból az derült ki, hogy 5 százalékuk, ha most kellene dönteni, nem választaná az iskolát (racionális érv, hogy nálunk nincs olyan idegen nyelv, amit ő preferálna, de az, miszerint az iskola túl erős, illetve túl gyenge - nyilván nézőpont kérdése). A diákok erre a kérdésre 3 %-ban adtak elutasító választ, itt az okok szerteágazóbbak, a fentiek mellett megjelent szempontként a földrajzi távolság, a tanulható szakma, illetve annak hiánya.

**A „nem választók” aránya nem jelentős, érdemesebb tehát azzal foglalkozni, hogy akik választanak az iskolát, mit tartanak preferálandó erénynek.**

Motívumok (Több választ is be lehetett jelölni, sorrendet nem kellett megadni.)	Akik választanak az iskolát (%)	
	Felnőttek (az összes felnőtt látogató 91 %-a)	Tanulók (az összes nyolcadikos látogató 94 %-a)
Iskola külseje, rendezettsége, esztétikuma	82	65
Iskola közelsége, földrajzi helyzete	60	44
Fogadó tanárok, diákok viselkedése	52	42
Iskola felszereltsége	36	36
Tanulható szakmák, orientáció	31	24
Az iskola diákjairól alkotott kép	19	24
A látogatott tanóra	15	16

Az iskola híre, megítélése	22	15
Egyéb	-	2

A táblázatból kiolvasható, hogy a felnőttek és a gyerekek preferenciasora majdnem megegyezik. A felnőttek esetében az iskola megítélése megelőzi a diákokról kialakított kép fontosságát.

Érdekes, hogy évek óta az iskola esztétikus külseje a legfőbb vonzerő, de az eddigi – átlagos – 70-75 %-os fontosság a szülőknél felszökik 82 %-ra, míg a diákok esetében ez csak 65 %. (Vajon e tény mutat-e korrelációt azzal a jelenséggel, miszerint a mindennapokban egyre nehezebb megóvni a diákok rongálásaitól az iskola felszerelését, berendezési tárgyait?)

Érdekes az is, hogy a látogatott tanóra nem jelentős tényező a választásban egyik csoport esetében sem.

**A kommunikációs csatornák vizsgálata a következő preferenciákat mutatja.**

**A kérdés: honnan szerzett/szerezte tudomást a Nyitott Kapuk rendezvényeiről?**

Kommunikációs csatorna neve (Több választ is be lehetett jelölni, sorrendet nem kellett megadni.)	Felnőttek	Tanulók
	Pályaválasztási könyv, kiadvány	40
Iskola honlapja	67	35
Iskolába járó nagyobb testvér, ismerős	12	34
Szülők útmutatása	14	23
Szóróanyag	17	9
Általános iskolai tanárok, osztályfőnök	6	13
Egyéb internetes fórum	3	7

A felnőttek preferenciája szórtaabb, jobbra a honlapot látogatták. Saját (szülői) hatásuk alulreprezentált, de ami leginkább elgondolkodtató, hogy az általános iskolák kommunikációs súlya mindkét csoport esetében kicsi. Vajon miért? Mintha az általános iskola kivonná magát ebből a tevékenységből, és az adminisztratív feladatokon túl nem tenne meg mindent a szülők és tanulók informálás terén? Ezzel összecsengni látszik az a tény is, hogy míg a látogató gyerekek száma nem lett jelentősen kevesebb, de a kísérő felnőttek száma harmadával csökkent. Majdnem ugyanannyi gyereket miért kísért kevesebb szülő illetve pedagógus? Miért csökken évről évre a pályaválasztási szülői értekezletet igénylők száma? Miért vannak egyre többen azok a szülők, akik a beiskolázással kapcsolatos legelemibb információkat sem tudják, a látogatások során a mi pedagógusaink informálják őket – noha ez inkább az általános iskola feladata lenne. (Üdítő kivételek természetesen akadnak, de a jelenség valós!)

Szintén tapasztalható és életkori sajátosságként értelmezhető, hogy a gyerekekre a kortárs csoportok hatnak legjobban, s a szülőket követik e tekintetben a pedagógusok, mint kommunikátorok.

**Természetesen a leginkább közérdeklődésre számot tartó kérdéscsoport az, hogy a megkérdezettek meglátása szerint - a vizsgált intézménytől elvonatkoztatva - mi motiválja az iskolaválasztást általánosságban?**

Motívumok (Több választ is be lehetett jelölni, sorrendet nem kellett megadni.)	Minek alapján választanak tanintézményt - általánosságban (%)	
	Felnőttek	Tanulók
Olyan ismerős, aki az adott intézménybe jár	48	54

Intézmény híre, népszerűsége	44	55
Más barátok, ismerősök	37	17
Hirdetett képzések vonzereje	36	31
Tanárok útmutatása, tanácsa	15	17
Szülői szándék	15	27
Egyéb (iskola közelsége, pályaválasztás, tanulmányi átlag stb.)	5	-

E táblázat adatai alapján megerősödni látszik, hogy az idejártó tanulók befolyásoló hatása nagyon erős, mintha valamiféle „belterjesség” alakult volna ki az iskola régi, jelenlegi és majdani tanulói vonatkozásában. A szülők saját befolyásoló potenciáljukat nem értékelik túl itt sem, de az általános iskolák szerepe még jelentéktelenebb. Elgondolkodtató az is, hogy a szakmai képzés vonzereje sem annyira számottevő, mint ahogyan az elvárható lenne.

#### **Néhány érdekesség a gyűjtött adatokból, mely megerősítő vagy gondolatébresztő lehet:**

- a megkérdezettek 61 %-nak járt vagy jár az iskolába nagyobb testvére illetve ismerőse
- mind a felnőttek, mind a diákok körében csökkent a pályaválasztási szülői értekezlet iránt érdeklődés
- nőtt az egyénileg látogatók és csökkent a szervezeten (tanári kísérettel) érkező gyerekek illetve tanulócsoportok aránya
- nőtt a hiányos és ellentmondásosan kitöltött kérdőívek aránya.

Végül egy újabb attitűd illetve trend. A felnőttek és a tanulók csoportjaiban is csökkent azoknak a válaszadóknak aránya, akiknek iskolaválasztására nagyon erősen hatott a látogatás. Ezzel párhuzamosan nőtt azon látogatók száma, akiket kicsit, vagy semmilyen mértékben nem befolyásolt az, amit látott.

A következtetések és az azok nyomán megfogalmazott tennivalók, feladatok új és mindig újabb kihívások elé állítják az iskola vezetését és tanárait, de még a hozzánk járó, nyitottabb személyiségű diákokat is.

Hogyan tovább? Természetesen a Békésy György Szakközépiskola jövőre is megnyitja kapuit az érdeklődők előtt, a látogatókat szívesen fogadja, felteszi nekik kérdéseit és mindent megtesz azért, hogy a válaszok figyelembevételével egyre jobb színvonalon tudjon megfelelni az intézménnyel szemben támasztott követelményeknek.

Köszönjük minden látogatóknak az eddigi és a jövőbeni érdeklődést és azt, hogy ily módon is segítették munkánkat!

Szentkirályi Andrea  
szaktanácsadó