

Антоненко В. В. Мотивация абитуриентов г. Волгограда при выборе высшего учебного заведения / В. В. Антоненко // Научный диалог. – 2013. – № 12 (24) : Общественные науки. – С. 137–143.

УДК 316.628.23:331.548:378.1

Мотивация абитуриентов г. Волгограда при выборе высшего учебного заведения

В. В. Антоненко

Представлены результаты анализа мнений студентов высших учебных заведений г. Волгограда с целью определения мотивации, которая влияет на выбор ими места обучения. Анализ показал, что преобладают неформальные источники информации: потенциальный абитуриент узнает о вузах от старших родственников или знакомых. Интересно, что реклама, в том числе в средствах массовой информации, оказалась, по свидетельствам опрошенных, неэффективной либо отсутствовавшей. Выявлены причины и факторы, оказывающие решающее влияние на выбор вуза молодыми людьми. Наиболее значимыми факторами при выборе вуза и направления подготовки являются высокий престиж и того, и другого, а также высокое качество образовательных услуг, возможность высоких заработков в будущем, последующий карьерный рост, быстрое трудоустройство после окончания обучения. На основании полученных данных формулируются основные рекомендации, которые могут быть полезными при разработке стратегии привлечения абитуриентов. Так, именно перечисленные выше факторы в первую очередь следует актуализировать при организации рекламы вуза или специальности и при проведении профориентационных мероприятий, которые должны быть обращены не только к поступающим, но и к старшему поколению, представители которого в значительной степени формируют мнения абитуриентов.

Ключевые слова: мотивация абитуриентов; выбор вуза; рекламная деятельность вуза; профориентационная работа.

Актуальность темы, которую мы затронем в данной статье, обусловлена тем, что все высшие учебные заведения, участвующие в конкурентной борьбе друг с другом, должны мобильно отслеживать все тенденции, связанные с мотивацией абитуриентов при выборе вуза, разрабатывать новые методики обучения, обеспечивать использование современного оборудования в учебном процессе, предлагать студентам возможность трудоустройства, организовывать сотрудничество с зарубежными образовательными учреждениями и принимать иные меры, чтобы своевременно адаптироваться к изменениям в данной сфере.

В данной статье излагаются результаты анализа мнений студентов, обучающихся в вузах г. Волгограда, проведенного с целью определения мотивации, которая влияет на выбор ими места обучения, и построения грамотной стратегии привлечения абитуриентов. По результатам анализа будут предложены направления по совершенствованию профориентационной и рекламной деятельности, проводимой Волгоградским государственным университетом (ВолГУ). Всего опрошено 1437 человек, все – студенты волгоградских вузов.

Самый популярный источник информации, отмеченный студентами, – родственники, друзья или знакомые старших поколений. На него указали 56,65 % опрошенных. Было выяснено, как распределились предпочтения относительно популярности других источников информации (расположим их в порядке убывания значимости). Дети узнают о вузах:

- от сверстников (родственников, друзей или знакомых) – 294 (20,46 %);
- из средств массовой информации – 126 (8,77 %);
- из рекламных брошюр, CD, Интернета и т. д. – 76 (5,29 %);
- из других источников – 98 (6,82 %);
- затруднились ответить – 28 (1,95 %).

Зависимости распределения по источникам информации о вузе от места жительства выявлено не было. В любом случае явно преобладают неформальные источники информации (родственники или

знакомые), тогда как реклама, в том числе в СМИ, оказалась, по свидетельствам опрошенных, неэффективной либо отсутствовавшей.

Факторы, оказавшие влияние на выбор вуза, в порядке убывания значимости распределились следующим образом (можно было выбирать любое количество вариантов ответа, поэтому сумма превышает 100 %):

- высокий престиж вуза – 621 (43,22 %);
- высокое качество образовательных услуг – 490 (34,10 %);
- влияние родителей и/или других старших родственников – 334 (23,24 %);
- удобное месторасположение вуза – 288 (20,04 %);
- лёгкость поступления / обучения – 277 (19,28 %);
- отсутствие в других вузах такой специальности – 241 (16,77 %);
- невысокая плата за обучение – 149 (10,37 %);
- пример/влияние сверстников – 95 (6,61 %);
- участие вуза в последующем трудоустройстве выпускников – 80 (5,57 %);
- развитая материально-техническая база вуза (библиотека, компьютерные классы, спортзал и т. д.) – 80 (5,57 %);
- наличие родственников или хороших знакомых среди руководства и других влиятельных лиц вуза – 66 (4,59 %);
- указали иные причины – 98 (6,82 %);
- затруднились ответить – 36 (2,51 %).

Факторы выбора направления подготовки в порядке убывания значимости распределились следующим образом (можно было выбирать любое количество вариантов ответа, поэтому сумма превышает 100 %):

- высокий престиж направления подготовки – 526 (36,60 %);
- возможность высоких заработков в будущем – 492 (34,24 %);
- мечта детства или просто нравится профессия – 476 (33,12%);
- наличие соответствующих способностей, склонность именно к данному виду деятельности – 476 (33,12%);
- перспективы быстрого последующего трудоустройства – 386 (26,86%);
- влияние родителей, старших родственников, семейные традиции – 221 (15,45%);

- лёгкость поступления / обучения – 135 (9,39%);
- невысокая плата за обучение – 83 (5,76%);
- пример / влияние сверстников – 69 (4,80%);
- указали иные причины – 70 (4,87);
- затруднились ответить – 36 (2,51%).

Весомым фактором при выборе вуза является высокий престиж учебного заведения и высокое качество образовательных услуг, так как это обеспечивает быстрое трудоустройство и карьерный рост в будущем.

На вопрос о том, что не устраивает в процессе обучения, ответы студентов в порядке убывания популярности распределились следующим образом (можно было выбирать любое количество вариантов ответа, поэтому сумма превышает 100 %):

- большое количество дисциплин, которые не имеют прямого отношения к будущей профессии – 561 (39,04 %);
- неудобное месторасположение вуза – 348 (24,22 %);
- маленькая стипендия, задержки её выплаты и т. д. – 325 (22,62 %);
- высокая плата за обучение – 267 (18,58 %);
- слишком строгие требования преподавателей – 235 (16,35 %);
- слабая материально-техническая база вуза – 212 (14,75 %);
- неучастие вуза в предоставлении баз практики или в последующем трудоустройстве выпускников – 203 (14,13 %);
- низкое качество преподавания большинства дисциплин – 181 (12,60 %);
- коррупция среди преподавателей и сотрудников – 156 (10,86 %);
- проблемы с общежитием или вообще его отсутствие (при условии, что в нем есть потребность) – 80 (5,57 %);
- указали иное – 61 (4,24 %);
- всё устраивает – 100 (6,96 %);
- затруднились ответить – 60 (4,18 %).

Значительным негативным фактором в процессе обучения студенты всех вузов и направлений подготовки считают большое количество дисциплин, которые не имеют прямого отношения к будущей профессии и которые, по их мнению, не пригодятся в профессиональной деятельности.

На вопрос «Что для Вас главное приобрести по окончании обучения?» ответы распределились следующим образом:

- главное – диплом, а оценки в нём и полученные знания не так важны – 118 человек (8,21 % респондентов);
- главное – полученные знания, а сам по себе диплом мало что даёт – 290 (20,18 %);
- и диплом, и знания одинаково важны – 986 (68,62 %);
- главное другое – 24 (1,67 %);
- затрудняюсь ответить – 6 (0,42 %).

Распределение мнений по данному вопросу от вуза и направления подготовки респондента зависит незначительно.

На вопрос о том, что является стимулом к учёбе, ответы в порядке убывания популярности распределились следующим образом:

- будущие перспективы: карьера, высокий доход – 879 (61,17 %);
- учиться интересно – 564 (39,25 %);
- возможность «автоматического» получения зачётов или оценок по экзаменам – 514 (35,77 %);
- получение стипендии или возможность её повышения – 315 (21,92 %);
- влияние родителей – 188 (13,08 %);
- учиться надоело, но бросить жалко – 156 (10,86 %);
- высокое качество преподавания большинства дисциплин – 132 (9,19 %);
- положительный пример друзей или знакомых – 132 (9,19 %);
- материально-техническая база вуза – 51 (3,55 %);
- иное – 44 (3,06 %);
- затруднились ответить – 19 (1,32 %).

На основании представленных данных можно сделать следующие выводы:

Наиболее значимыми факторами при выборе вуза и направления подготовки являются высокий престиж и того, и другого, а также высокое качество образовательных услуг, возможность высоких заработков в будущем, последующий карьерный рост, быстрое трудоустройство после окончания обучения. Именно эти факторы в первую очередь следует подчёркивать при организации рекламы вуза или специальности и проведении профориентационных мероприятий.

Существенное влияние на формирование мнений абитуриентов относительно выбора вуза и направлений подготовки оказывают их

родители и другие старшие родственники. Следовательно, реклама вуза и направлений подготовки, а также профориентационная деятельность должны быть обращены не только к поступающим, но и к старшему поколению, представители которого в значительной степени формируют мнения абитуриентов.

Для студентов всех вузов значимой ценностью являются получаемые знания, а не только диплом по окончании обучения. Также высоко ценится ими качество преподаваемых дисциплин, прежде всего профилирующих. Следовательно, в рекламных сообщениях пункты, касающиеся уровня преподавания и качества предоставляемых знаний, должны занимать важное место.

Наиболее существенным негативным фактором в процессе обучения студенты всех вузов и направлений подготовки считают большое количество дисциплин, не имеющих прямого отношения к будущей профессии.

В большинстве вузов города обучаются в основном девушки и городские жители. Соответственно, молодые люди и сельские абитуриенты представляют собой тот «ресурс», на который, возможно, предстоит обратить внимание в ближайшие несколько лет при условии сокращения количества поступающих. В этом случае следует сформулировать рекламные сообщения, обращённые именно к указанным категориям населения.

Студенты ВолГУ в большей степени, чем студенты других вузов ценят высокий престиж университета, который прежде всего, по их мнению, определяется высоким качеством преподавания большинства дисциплин. Следовательно, абитуриенты, поступающие в ВолГУ, ориентируются в первую очередь именно на эти факторы. Высокое качество образовательных услуг – это ведущий фактор в конкурентной борьбе между ВУЗами.

Основной вопрос, который интересует абитуриентов при выборе вуза и направления подготовки, – трудоустройство по окончании обучения [Антоненко, 2013, с. 19]. Будущая работа должна быть престижной, высокооплачиваемой и обеспечивать возможности карьерного роста. При этом для удачного трудоустройства требуется, по мнению студентов, важен не только диплом, но и качество полученных в процессе обучения знаний. Последнее определяется именно

уровнем преподавания профилирующих дисциплин. Имидж ВолГУ как вуза, где этот уровень самый высокий в городе, должен обязательно поддерживаться всеми доступными средствами.

Литература

1. *Антоненко В. В.* Трудоустройство выпускников вузов – реальность или вымысел? / В. В. Антоненко // Альманах современной науки и образования. – 2013. – № 3. – С. 17–20.

2. *Мушкетова Н. С.* Влияние интернационализации рынков образовательных услуг на выбор маркетинговой стратегии вузов / Н. С. Мушкетова // Региональная экономика : теория и практика. – 2013. – № 14. – С. 48–54.

© **Антоненко Вероника Владимировна (2013)**, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и рекламы, Волгоградский государственный университет (Волгоград), avv1@mail.ru.