

<https://doi.org/10.23672/SAE.2023.44.91.009>

УДК: 316

Безрукова Анжела Аслановна

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры философии, социологии и педагогики,
Майкопский государственный технологический университет
ftykova01@mail.ru

Angela A. Bezrukova

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Philosophy, Sociology and Pedagogy
Maikop State Technological University

ИНФОРМИРОВАННОСТЬ О ВУЗЕ КАК ФАКТОР ПРЕДПОЧТЕНИЙ АБИТУРИЕНТОВ

AWARENESS ABOUT THE UNIVERSITY AS A FACTOR OF APPLICANTS' PREFERENCES

***Аннотация.** Новая ситуация, складывающаяся в высшем образовании, требует серьезных исследований рынка образовательных услуг, которые должны привести к совершенствованию управления образовательным процессом, методов привлечения абитуриентов, в связи с чем, автором актуализируются факторы, способствующие повышению информированности потребителей образования в современных условиях. Определение эффективных каналов и содержания информации позволит, по его мнению, найти пути повышения результативности информационного фактора в решении проблемы поступления в вуз и успешной учебы. Важную роль при формировании предпочтений абитуриентов играет сложившееся в обществе мнение о вузе, представления ближайшего окружения, мнение родителей и учителей. Факт прямой зависимости предпочтений выбора вуза от информированности подтверждают результаты опроса, что говорит о необходимости ведения системной информационной и коммуникационной политики вуза с привлечением молодежи (студентов и выпускников), поскольку этот канал передачи информации, по результатам анкетирования, является одним из предпочтительных.*

***Ключевые слова:** профориентация, информация, коммуникация, образование, университет, выпускник, студент.*

Abstract. *The new situation in higher education requires serious research of the educational services market, which should lead to the improvement of the management of the educational process, methods of attracting applicants, in connection with which the study of factors contributing to the awareness of consumers of education in modern conditions is being updated. An important role in shaping the preferences of applicants is played by the opinion of the university that has developed in society, the views of the immediate environment, the opinion of parents and teachers. The fact that the preferences of choosing a university directly depend on awareness is confirmed by the results of the survey, which indicates the need to conduct a systematic information and communication policy of the university with the involvement of young people (students and graduates), since this channel of information transmission, according to the results of the survey, is one of the preferred ones.*

Keywords: *career guidance, information, communication, education, university, graduate, student.*

Целью исследования являлось изучение информации, которой обладают потребители услуг высшего образования и какой она должна быть, чтобы повысить роль вуза в управлении этим процессом. Для этого поставлены задачи:

- выявить степень и характер информированности абитуриентов о вузе;
- определить основные источники, каналы информированности абитуриентов о вузе;
- изучить характер влияния информированности о вузе на образовательные стратегии и выбор вуза.

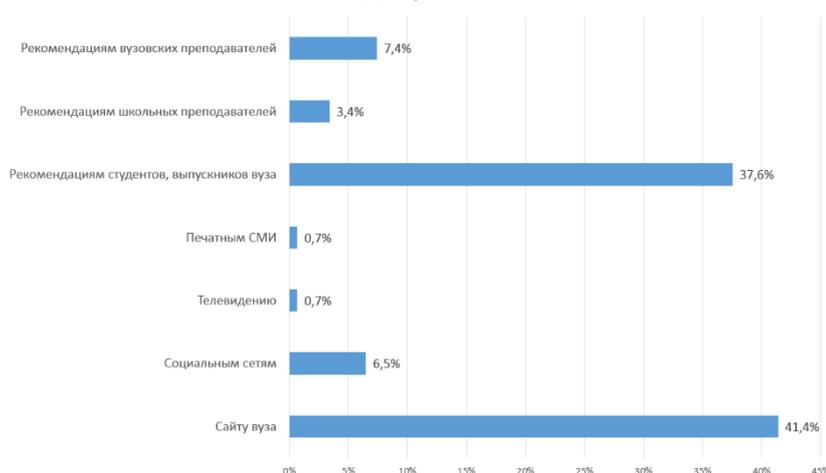
Был проведен анкетный опрос учащихся 11 классов общеобразовательных школ республики Адыгея, студентов выпускных курсов колледжа, студентов 1 курсов. В опросе приняли участие 1169 человек. Методами исследования стали: анкетирование, наблюдение, сравнительный анализ. Проведенный опрос свидетельствует о широком распространении среди опрошенных установок на получение высшего образования.

Недостаток информации создает сложности для абитуриента при выборе вуза. Использование различных источников информации и ориентация на конкретные показатели позволяет снизить информационную асимметрию, возникающую между вузами и абитуриентами. С одной стороны, поиск информации – это важный процесс при выборе вуза. Однако под влиянием различных факторов (недостаток социального капитала) разные семьи ищут информацию по-разному, прибегая к различным

информационным ресурсам ит.п. В результате, это может привести к неоптимальному выбору высшего учебного заведения.

Полученные данные показали, что при выборе вуза, источником информации, вызывающим наибольшее доверие, является официальный сайт вуза (41,4%), а также рекомендации студентов и выпускников вуза (37,6%). Показательно, что печатным СМИ и телевидению доверяют менее 1% опрошенных.

Какому источнику информации при выборе вуза вы больше всего доверяете?



Это позволяет отметить, что привлечение студентов и выпускников университета к профориентационной работе, а также, работа над наполнением официального сайта являются более эффективными методами привлечения абитуриентов, чем рекламные кампании в СМИ.

На вопрос о том, кто помогает сделать выбор вуза, большинство респондентов ответили, что решение принимают самостоятельно (64,7 %), часть отметили, что им помогают родители (20,3% – мама, 7,7% – папа), что актуализирует помощь в самоопределении и профориентационных мероприятиях.

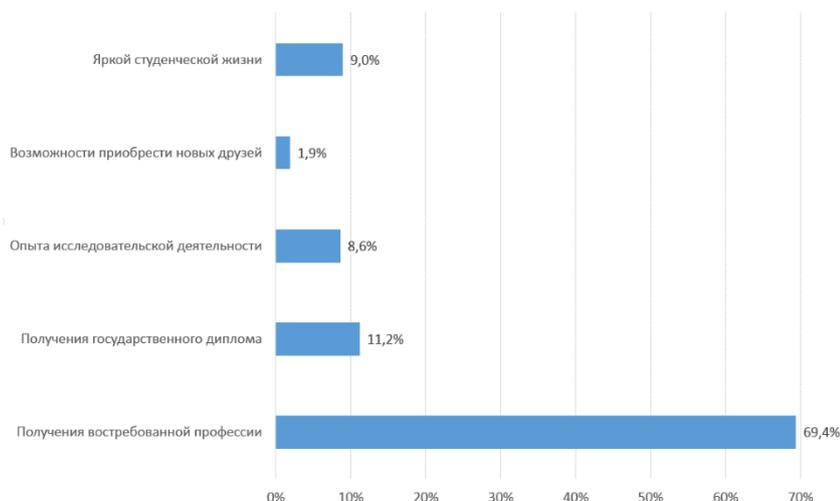
Кто помогает(ал) вам определиться с выбором высшего учебного заведения?



При ответе на вопрос: Чем Вы руководствуетесь при выборе университета? большинство опрошенных в качестве главного критерия обозначили высокое качество образования (70,9% - школьников, 54,7% студентов 1 курса университета и 49,6% студентов колледжа). Также, важными критериями для респондентов являются наличие бюджетных мест (53% - школьников, 33,6% студентов 1 курса университета и 39,8% студентов колледжа) и востребованность профессии на рынке труда (45% - школьников, 28% студентов 1 курса университета и 32,3% студентов колледжа).

Подавляющее большинство опрошенных, в первую очередь, ожидают от обучения в университете получение востребованной профессии (69,4% - школьники, 68% - студенты МГТУ, 51% - студенты колледжа).

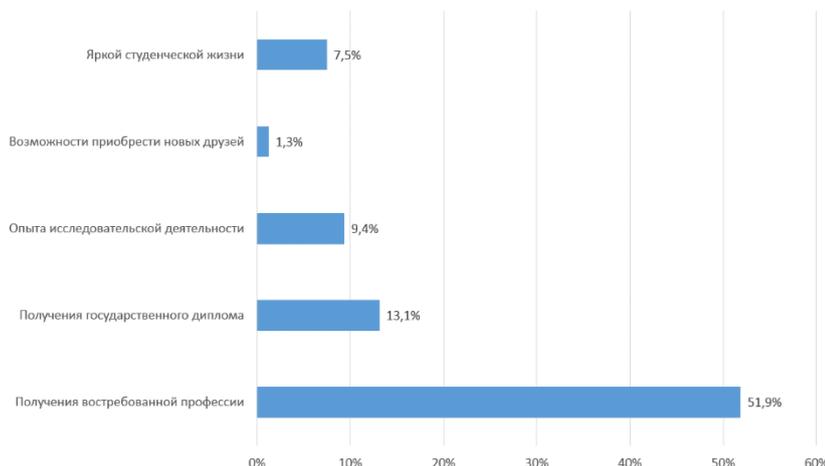
ОО. 5. Чего вы ожидаете от обучения в университете в первую очередь?



Первокурсники МГТУ. 5. Чего вы ожидаете от обучения в университете в первую очередь?

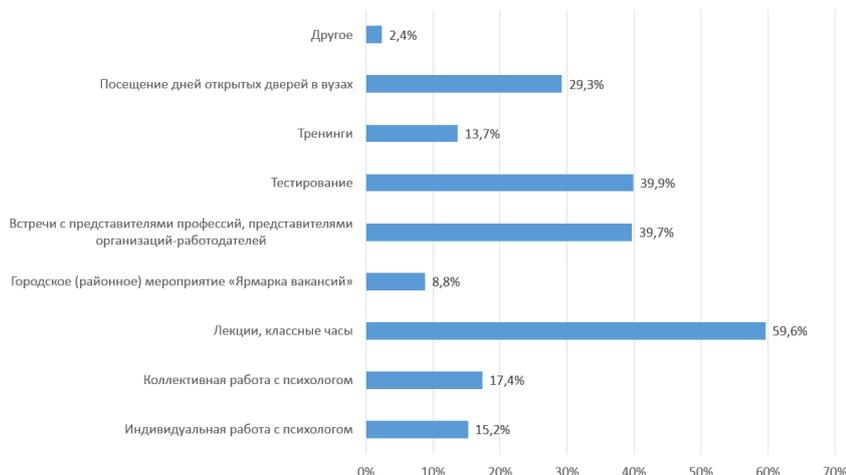


СПО. 4. Чего вы ожидаете от обучения в университете в первую очередь?

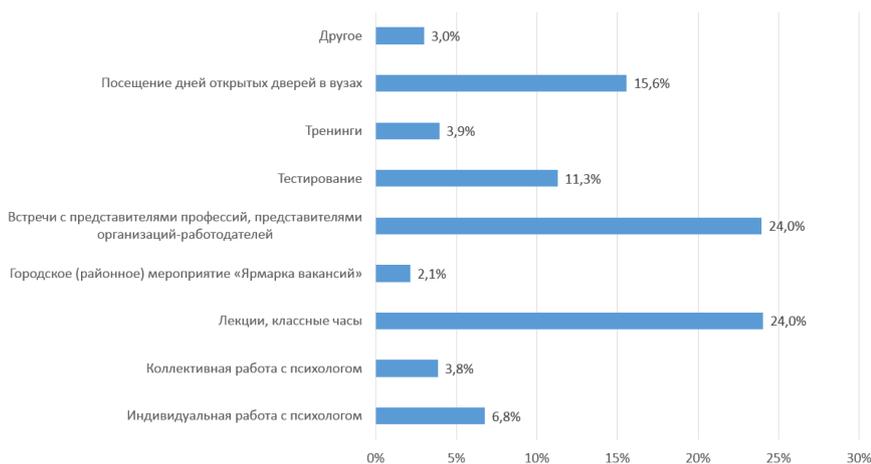


Также, респондентам были заданы вопросы о том, какие профориентационные мероприятия проводятся в их организации и какие из них были более полезны при принятии решения. Полученные данные свидетельствуют о том, что самые популярные формы: лекции (59,6%), встречи с представителями работодателей и профессий (39,7%), тестирование (39,7%), день «открытых дверей» (29,3%). Эти ответы коррелируются с тем, какие формы были наиболее полезными: лекции (24%), встречи с представителями работодателей и профессий (24%), тестирование (11,8%), день «открытых дверей» (15%).

Какие формы профориентационной работы применяют в вашей школе или колледже (другой организации СПО)?



Какое профориентационное мероприятие в вашей (прежней) образовательной организации более всего помогло с выбором будущей профессии?

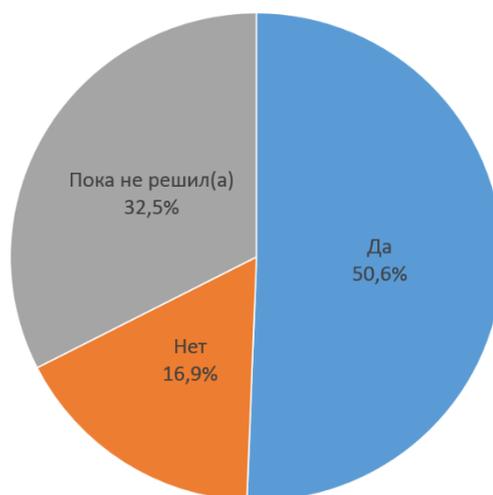


Следовательно, целесообразно сочетать разные формы информирования о вузе, учитывая, что абитуриенты отдадут предпочтение «живому общению», а не формальным каналам передачи информации, что подтверждают результаты ответов на вопрос: «Как вы узнали о существовании «МГТУ»? 55% опрошенных студентов 1 курса МГТУ ответили, что узнали от родственников и знакомых, 17% обозначили в качестве источника информации студентов и выпускников вуза, лишь 9,6% назвали интернет. Показательно, что от агитбригад вуза о его существовании узнали лишь 1% опрошенных, что говорит о необходимости усилить данное направление. Аналогичные ключевые источники информации обозначены школьниками Адыгеи и студентами колледжа.

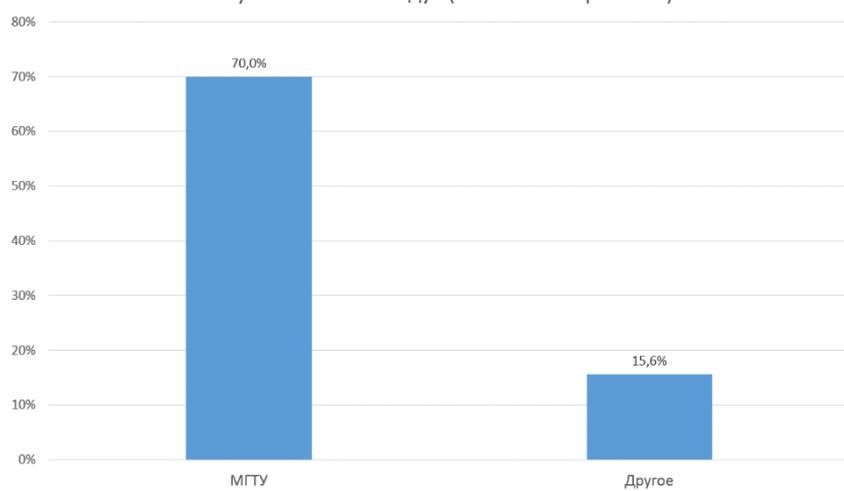
Значительных различий в ответах на ключевые вопросы между школьниками, студентами СПО и 1 курса не выявлено. Опрос показал, что 42

процента школьников республики и 84 процента выпускников колледжа МГТУ планируют поступать в МГТУ, но при этом будут пробовать попасть и в другие вузы. Что касается предпочтений по направлениям подготовки, то опрос показал, что 36 % школьников планируют выбрать гуманитарные и социальные специальности, 26% рассматривают экономику и управление, 16 % – информационные технологии. Студенты СПО предпочитают юридическое направление – 21 %, экономика и управление – 11 %, информационные технологии - 9%.

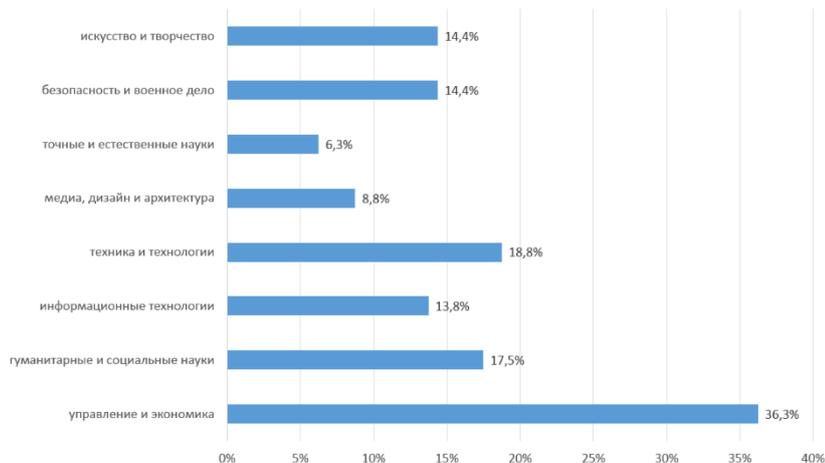
СПО. 1. Планируете ли вы после окончания колледжа продолжить получение образования в вузе?



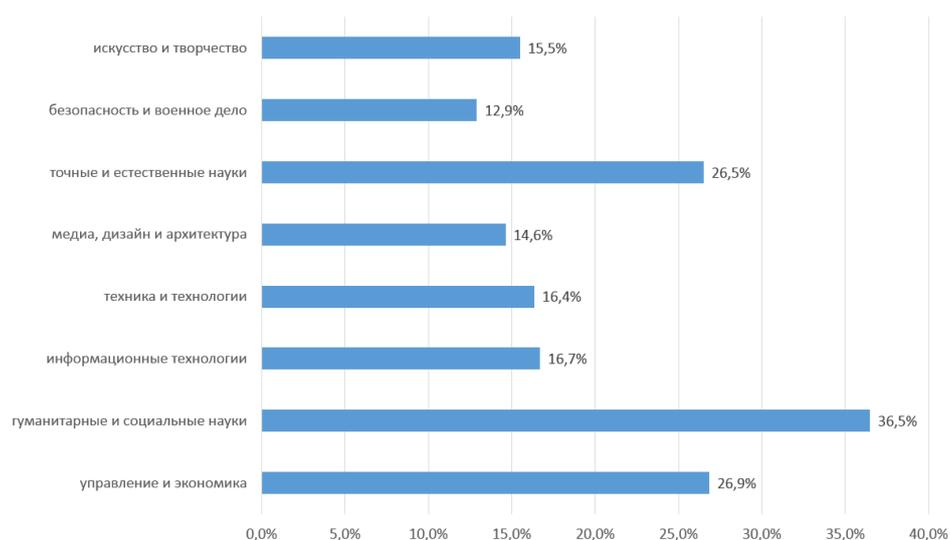
СПО. 7. В какие вузы вы собираетесь подавать заявление на поступление в 2023 году? (несколько вариантов)



СПО. 5. Какие направления подготовки вы рассматриваете для поступления?



ОО. 6. Какие направления подготовки вы рассматриваете для поступления?



Главной причиной выбора МГТУ студенты первого курса назвали советы друзей и знакомых (33,2%), его престиж (18%), географическое положение (17%), что говорит о том, что далеко не все готовы уезжать в другие регионы, налицо тенденция регионализации образования.

Первокурсники МГТУ.

7. Почему вы остановили свой выбор на нашем университете?



Проведенный опрос свидетельствует о широком распространении среди опрошенных установок на получение высшего образования. Важную роль при формировании предпочтений абитуриентов играет сложившееся в обществе мнение о вузе, представления ближайшего окружения, мнение родителей и учителей. Наибольшее доверие у опрошенных в качестве источника информации вызывает официальный сайт университета, а также, люди, имеющие жизненный опыт, семья, учителя и рекомендации студентов и выпускников вуза. Это позволяет отметить, что привлечение студентов и выпускников университета к профориентационной работе, а также, работа над наполнением официального сайта являются более эффективными методами привлечения абитуриентов, чем рекламные кампании в СМИ.

В СМИ проходит имиджевая информация о вузе, которая не раскрывает сути образовательного процесса и всей полноты необходимой информации (условия, конкурс, оплата и т.д.). Информационный фактор недооценивается как абитуриентами, так и вузами. Показательно, что печатным СМИ и телевидению доверяют менее 1% опрошенных. Следовательно, целесообразно и дальше сочетать разные формы информирования о вузе, учитывая, что абитуриенты отдают предпочтение «живому общению», а не формальным каналам передачи информации. Предпочтительными и полезными формами профориентационной работы были названы встречи с представителями различных профессий, работодателями, студентами, дни «открытых дверей».

Получая более конкретную, достоверную и подробную информацию о вузе, учащиеся и их родители смогут точнее определять потребности, правильнее соотнести свои финансовые, интеллектуальные, социальные возможности, принять верное решение о выборе вуза и сформировать дальнейшую образовательную стратегию.

Факт прямой зависимости предпочтений выбора вуза от информированности подтверждают результаты опроса, что говорит о необходимости ведения системной информационной и коммуникационной политики вуза с привлечением молодежи (студентов и выпускников), поскольку этот канал передачи информации, по результатам опроса, является одним из предпочтительных.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по их запросу.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Глебова Т. Д. *Доступность высшего образования для выпускников городских и сельских школ: Хабаровск, 2005.*
2. Прахов И. А. *Модель выбора вуза в условиях ЕГЭ и роль ожиданий абитуриентов / И. А. Прахов, ГУ–ВШЭ. – М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2010.*
3. Роцина Я. «Образовательные намерения российских школьников: что изменилось за последние пять лет?» // *Народное образование, № 10, 2011.*
4. Гуськова Н. Д., Краковская И. Н. *Инвестиции в человеческий капитал вуза: организационный аспект // Проблема теории и практики управления. 2010. № 5.*
5. Стронгин Р. Г. *Управление вузом в современных условиях (опыт Нижегородского университета). Н. Новгород : Изд-во НГУ им. Н. И. Лобачевского, 2010.*
6. Чупрунов Е. В., Гурбатов С. Н., Бедный Б. И. *Классический исследовательский университет в инновационном обществе знаний // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 1.*
7. Тужба Э. Н. *Система образования Республики Абхазия: проблемы и перспективы // Образование и общество. Всероссийская социологическая конференция к 20-летию Российского общества социологов. М.: Институт социологии РАН, 2009.*

Literature:

1. Glebova T. D. *Accessibility of higher education for graduates of urban and rural schools: Khabarovsk, 2005.*

2. Prakhov, I. A. *The model of choosing a university in the conditions of the Unified State Exam and the role of applicants' expectations* / I. A. Prakhov, Higher School of Economics. – M.: Publishing House of Higher School of Economics, 2010.

3. Roshchina Ya. "Educational intentions of Russian schoolchildren: what has changed in the last five years?" // *National Education*, No. 10, 2011.

4. Guskova N. D., Krakovskaya I. N. *Investments in human capital of the university: organizational aspect* // *Problems of theory and practice of management*. 2010. № 5 .

5. Strongin R. G. *University management in modern conditions (experience of Nizhny Novgorod University)*. N. Novgorod : Publishing House of N. I. Lobachevsky National Research University, 2010.

6. Chuprunov E. V., Gurbatov S. H., Bedny B. I. *Classical research university in the innovative knowledge society* // *University management: practice and analysis*. 2010. No. 1.

7. Tuzhba E. N. *The education system of the Republic of Abkhazia: problems and prospects* // *Education and society. All-Russian sociological conference dedicated to the 20th anniversary of the Russian Society of Sociologists*. Moscow: Institute of Sociology RAS, 2009.