

МОТИВЫ ВЫБОРА ПРОФЕССИИ И ИСТОЧНИКИ ИНФОРМИРОВАНИЯ

Проблема выбора высшего образовательного учреждения для овладения профессией на сегодняшний день имеет большое значение как для абитуриентов, так и для его руководства. При проведении целевой рекламной акции для абитуриентов, при планировании и осуществлении коммерческого набора, для открытия новых специальностей и развития имеющихся направлений подготовки необходима информация о факторах, обуславливающих выбор вчерашними школьниками тех или иных профессий, необходимо знание мотивов поступления в конкретный вуз. В связи с этим важно знать мнение первокурсников по целому ряду вопросов, связанных с поступлением.

В статье представлены результаты анкетирования первокурсников специальности «Психология», поступивших в учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины» в 2013 году. Данное исследование направлено на выявление значимых факторов, влияющих на выбор вуза и специальности «Психология» первокурсниками, определение наиболее эффективных источников информирования абитуриентов о вузе и специальности. В анкетировании приняли участие 78 студентов из 102 первокурсников факультета психологии и педагогики, что составляет 76% всех первокурсников факультета.

Содержание вопроса и варианты ответа	Кол-во выборов (%)
<i>Почему Вы выбрали для поступления ГГУ им. Ф. Скорины и наш факультет?</i>	
1) Привлек престиж, авторитет вуза.....	12
2) Желание получить диплом (неважно где).....	13
3) Не хотелось идти в армию.....	3
4) Повлияла учеба в специализированном классе, колледже, лицее.....	0
5) Повлияла семейная традиция, родители.....	5
6) Хотелось продлить беззаботный период жизни.....	5
7) Совет учителей, специалистов по профориентации.....	9
8) Здесь есть нужная мне специальность.....	82
9) В этот вуз легче поступить.....	12
10) Устраивает местоположение вуза.....	50
11) Интересная студенческая жизнь.....	33
12) Интересные учебные дисциплины.....	28
13) Преподавательский состав с высоким уровнем профессионализма.....	12

На первом месте среди факторов выбора вуза оказалось наличие в вузе интересующей специальности (82%). Следующий по значимости критерий – «устраивает местоположение вуза» (50%). На третьем месте «интересная студенческая жизнь» (33%) и «интересные учебные дисциплины» (28%).

Цели получения высшего образования можно разделить на прагматичные – «престиж профессии в обществе», «получить диплом», «специальность дает возможность хорошо заработать», мотивы самоопределения – «интерес к профессии», «призвание», иногда встречаются мотивы, «внешнего принуждения, мотивы, зависящие от внешних обстоятельств» (отсрочка от армии, настойчивые советы родителей, традиции семьи), а также могут присутствовать такие далекие от обучения мотивы, как «желание развлечься, пожить студенческой жизнью». Именно эти варианты ответов мы предоставили для выбора нашим респондентам, давая возможность выбрать несколько вариантов при ответе на вопрос «Какими мотивами Вы руководствовались при выборе профессии?».

Содержание вопроса и варианты ответа	Кол-во выборов (%)
<i>Какими мотивами Вы руководствовались при выборе профессии?</i>	
1) Интерес к профессии.....	84
2) Желание получить высшее образование, все равно по какой профессии.....	5
3) Довузовское обучение, близкое к данной специальности.....	4
4) Наилучшие способности именно в этой области.....	35
5) Совет друзей, знакомых.....	3
6) Понравилась информация на сайте о психологии.....	3
7) Престиж профессии в обществе.....	18
8) Желание родителей.....	3
9) Специальность дает возможность хорошо заработать.....	1
10) Желание разобраться в себе и других людей.....	62
11) Желание развлечься, пожить студенческой жизнью.....	10
12) Призвание.....	15
13) Случайность.....	6
14) Особо не задумывался.....	3
15) Затруднительно ответить.....	1

Опрос показал, что наиболее значимым мотивом получения высшего образования у наших первокурсников является интерес к профессии (82%), а также (на втором месте по значимости) желанием разобраться в себе и других людях (62%). По мнению 35% опрошенных, они имеют наилучшие способности именно в этой области. Их понимание своих способностях в этой области является субъективным, т.к. в школе нет специального учебного предмета, где они могли

бы развивать эти способности и получать оценку их уровня развития. Можно констатировать, что доля респондентов, получающих высшее образование только из-за нежелания идти в армию, работать или ради беззаботной студенческой жизни, желание угодить родителям невелика.

Случайно выбрали профессию «Психология», особо не задумывались и затруднились ответить в общем 10% опрошенных. Не намерены работать по специальности 5% респондентов, 24% опрошенных затруднились ответить на вопрос о намерении работать по специальности. Таким образом, 10–24% первокурсников не имеют явно выраженную мотивацию на избранную профессию.

Содержание вопроса и варианты ответа	Кол-во выборов (%)
<i>Намереваетесь ли Вы после окончания ГГУ работать по специальности?</i>	
1) Да	71
2) Нет.....	5
3) Затрудняюсь ответить.....	24

Для организации рекламной кампании факультета нас интересовал вопрос о том, откуда современные абитуриенты получают информацию о вузе и специальностях. 53% опрошенных «черпают» информацию из Интернета и сайта нашего вуза, из справочника для поступающих – 33%, информация приходит от родственников и друзей к 25% респондентов, которые, возможно, видели рекламу в средствах информации. Непосредственно обращали внимание на этот вид рекламы 12% абитуриентов.

Содержание вопроса и варианты ответа	Кол-во выборов (%)
<i>Откуда вы получали информацию о нашем факультете и специальности?</i>	
1) Дни открытых дверей, экскурсии по факультету.....	18
2) родственники и друзья.....	25
3) реклама в средствах массовой информации (газеты, радио, телевидение)...	12
4) университетский сайт, информация в Интернете.....	53
5) школа.....	14
6) из справочника для поступающих.....	33
7) психологический клуб.....	1
8) студенты факультета рассказывали в школе.....	6
9) от школьного психолога.....	4
10) на научно-исследовательских конференциях учащихся.....	3

Результаты опроса показывают, что основными источниками информации о факультете психологии и педагогики для первокурсников служили, во-первых, университетский сайт, Интернет (53%), на втором месте – справочник для поступающих (33%), на третьем месте – мнение родственников и друзей (25%) и на четвертом – Дни открытых дверей, экскурсии по факультету (18%). Современная молодежь активно использует Интернет-ресурсы, внешний вид сайта, полезность и разнообразие информации на нем для молодежи уже является определенной характеристикой вуза и факультета. Зная это, можно сделать вывод, что более интенсивно необходимо заниматься качеством информации о вузе и специальностях, размещаемых на сайте университета и факультета. Необходимо расширить работу по проведению для абитуриентов экскурсий по университету, создать виртуальную версию экскурсии по факультету.

Для проведения эффективной рекламной кампании по привлечению потенциальных абитуриентов в наш университет необходимо знать, когда старшеклассники определяют со своим выбором специальности и вуза.

Содержание вопроса и варианты ответа	Кол-во выборов (%)
<i>Когда Вы окончательно определились с выбором вуза, в который будете поступать?</i>	
1) определился с поступлением в вуз в самый последний момент.....	20
2) выбрал для себя вуз более чем за год до окончания школы.....	54
3) выбрали для себя вуз менее чем за полгода до окончания школы.....	22

Как показали результаты опроса, 54% абитуриентов выбрали для себя вуз более чем за год до окончания школы, 22% выбрали вуз менее чем за полгода, 20% респондентов определялись с выбором вуза в самый последний момент. Зная эту информацию можно более точно планировать начало рекламных акций во времени. Более половины абитуриентов определились с выбором более чем за год до окончания школы. Поэтому начинать работать по привлечению абитуриентов желательно за два года до их окончания школы и не снижать активности этой работы вплоть до самого последнего момента перед окончанием приема результатов централизованного тестирования (так как 20% поступающих принимают окончательное решение в самый последний момент).