

СОЦІОЛОГІЧНЕ ОПИТУВАННЯ АБІТУРІЄНТІВ ПРО ПРИЧИНИ ВИБОРУ УНІВЕРСИТЕТУ ТА СПЕЦІАЛЬНОСТІ

¹ Вінницький національний технічний університет;

Анотація

Запропоновано результати соціологічного дослідження, які є основою для формування комплексу ефективних інструментів профорієнтаційної діяльності закладів вищої освіти щодо залучення абітурієнтів для навчання на бакалавраті.

Ключові слова: профорієнтаційна діяльність, заклад вищої освіти, абітурієнт, соціологічне дослідження.

Abstract

The results of the sociological research, which will become the basis for the creation of a complex of effective tools for vocational guidance activities of higher education institutions in relation to attracting entrants for study at the undergraduate degree, are proposed.

Keywords: vocational guidance, higher educational institution, applicants, sociological research.

Вступ

У нових конкурентних умовах, які сформувались внаслідок запровадження в українській освіті концепції «гроші йдуть за абітурієнтом», заклади вищої освіти (далі – ЗВО) конкурують між собою за абітурієнтів, які навчатимуться за державним замовленням. Саме тому особливо гострим для них є питання формування ефективних методів профорієнтаційної діяльності (далі – ПОД), які сприятимуть зростанню кількості школярів, котрі обиратимуть певний заклад освіти для отримання спеціальності.

Результати дослідження

Щоб сформувати пул ефективних методів ПОД ЗВО, автором статті разом з групою інших науковців використано методику моделювання ПОД ЗВО за допомогою когнітивних карт [1]. Когнітивна карта являє собою граф з певною цільовою вершиною, групою вимірюваних вершин впливів та групою відповідних їм керованих вершин станів, при чому вказана відповідність є наслідком нового методу обробки даних – принципу когнітивного консонансу. Поведінка моделі досліджувалась для кількох сценаріїв, тобто для різних комбінацій значень ваг графа. З'ясувалось, модель стійка і може бути застосована для моделювання ПОД ЗВО.

Навчальний заклад, щоб скористатись даним методом, повинен з'ясувати, які саме причини та супутні впливаючі фактори спонукали школярів обрати вказаний заклад та певну спеціальність. Причини та фактори визначаються за допомогою соціологічного опитування. Моделювання когнітивної карти, яка наведено у [1] здійснювалось на основі соціологічного дослідження Аналітичного центру CEDOS [2]. Для конкретного навчального закладу необхідно провести своє унікальне опитування. Нижче наведено результати соціологічного опитування студентів 1 курсу Вінницького державного технічного університету, яке проведено кафедрою інтеграції навчання з виробництвом на вибірці об'ємом 388 осіб, похибка – 3,9% при довірчому інтервалі 95%. Досліджувалось 2 основних питання:

- 1) Чому було обрано даний навчальний заклад;
- 2) Чому було обрано певну спеціальність.

Також досліджувались додаткові фактори, які так чи інакше можуть мати вплив на школярів під час обрання закладу для навчання та спеціальності. Перелік питань для з'ясування факторів та обґрунтування їх важливості наведено у нижчезказаному переліку:

1) У якому навчальному закладі Ви отримали атестат про повню середню освіту (обґрунтування: щоб зрозуміти, як ефективно розподіляти ПОД між різними закладами середньої освіти);

- 2) Якою соціальною мережею користуєтесь найбільше (обґрунтування: щоб зрозуміти, який канал зв'язку використовувати під час ПОД);
- 3) Який спосіб ділового спілкування і співпраці для Вас найбільш зручний (обґрунтування: щоб з'ясувати, до якого формату спілкування більш сприйнятлива молодь, яка обирає даний ЗВО);
- 4) Де Ви проживали до вступу до ВНТУ (обґрунтування: щоб з'ясувати, на які саме сусідні території більше звертати увагу під час ПОД).

Відповіді на ці питання важливі, оскільки вказують, у якому напрямі необхідно зосереджувати ПОД ЗВО і стосовно обрання закладу для навчання, і стосовно обрання тієї чи іншої спеціальності.

До запитання «Що для Вас найбільш важливе у виборі університету?» пропонувалось 16 варіантів відповіді (включно з «Інше»), при чому респонденти мали можливість обрати кілька варіантів відповіді.

Найважливішим при обранні університету виявились такі 5 причин:

- 1) Надається спеціальність, яка цікавить (вказали 69,6% респондентів)
- 2) Високі шанси на працевлаштування (69,1%);
- 3) Висока якість навчання (67,5%);
- 4) Зручна відстань до місця проживання (37,4%);
- 5) Престижність закладу вищої освіти (34,3%).

Розподіл інших відповідей наведено на рис. 1.

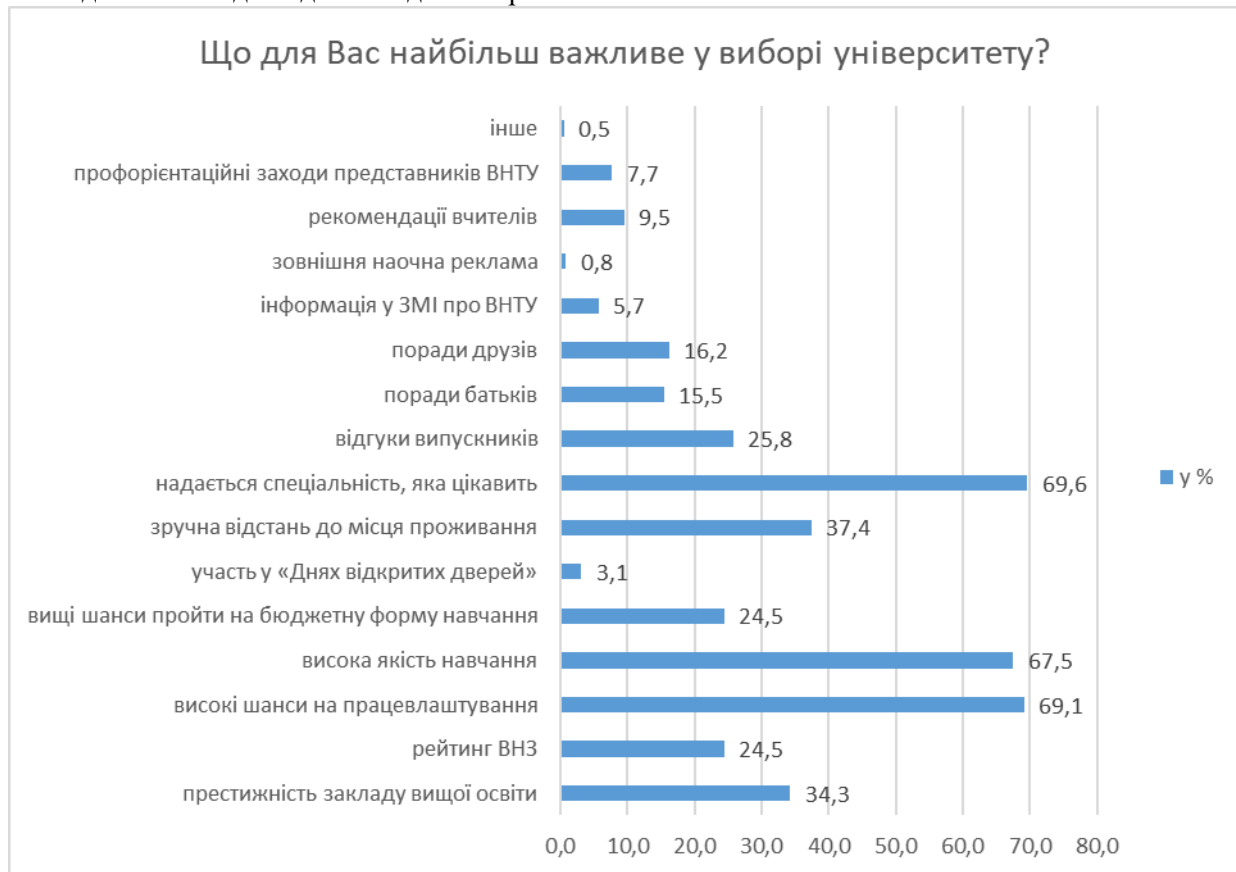


Рисунок 1. Розподіл відповідей респондентів на питання про причини обрання університету

До запитання «Що для Вас найбільш важливе при виборі спеціальності?» пропонувалось 11 варіантів відповіді (включно з «Інше»), при чому респонденти мали можливість обрати кілька варіантів відповіді.

Найважливішими при обранні спеціальності є наступні 3 причин, які помітно виділяються за кількістю відданих голосів:

- 1) Цікавість до даного напрямку діяльності (вказали 87,4% респондентів);
- 2) Майбутня заробітна плата (58,2%);
- 3) Престижність спеціальності (53,4%).

Помітно нижчі показники у варіантів «порадили інші авторитетні особи (не батьки, не друзі)» (10,3%), «порадили батьки» (10,1%) та «простіше пройти на навчання за держзамовленням» (7,7%).

Розподіл інших відповідей наведено на рис. 2.

З'ясувалось також, що серед вступників ВНТУ 72,2% - випускники ЗОШ, 13,9% - випускники гімназій, 9,8% - випускники ліцеїв.

Стосовно соціальних мереж перші 4 місця розподілились наступним чином:

Instagram – 68,8%;

Telegram – 10%;

Facebook – 8,5%;

Twitter – 2,8%.

Найзручніший канал зв'язку для молоді – це спілкування у месенджері (50,3%). Однак для помітної частини, а саме – для 43%, продовжує бути актуальним очне спілкування. 4,6% для спілкування обирають електронну пошту.

Питання, які стосувались територіального розподілу місця проживання абітурієнтів, дали можливість з'ясувати,

1) з яких районів Вінницької області прибуває найбільше студентів: Жмеринський, Тиврівський та Тульчинський;

2) з яких сусідніх областей прибувають студенти – з Хмельницької, Одеської, Чернівецької.



Рисунок 2. Розподіл відповідей респондентів на питання про причини обрання спеціальності

Висновки

У статті наведено результати дослідження, яке дає можливість зробити ПОД ЗВО більш ефективною. Зростання ефективності досягається двома шляхами:

1) посиленою увагою до тих аспектів діяльності ЗВО, які мають вагу при обранні школярами закладу освіти та спеціальності;

2) формування унікального набору ПОД-інструментів, які будуть охоплювати максимальну цільову аудиторію, до котрої доноситиметься інформація найзручнішими для неї каналами зв'язку та у найзручнішій для сприйняття формі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мокін В.Б. Метод проектування когнітивної карти для оптимізації профорієнтаційної діяльності ЗВО [Текст] / В. Б. Мокін, О. В. Бурдейна, К. О. Коваль, А. Р. Яцолт // Вісник Вінницького політех-

нічного інституту. – 2018. - № 3. – С. 89–99. - Режим доступу: <https://visnyk.vntu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/2238>

2. Дослідження «Соціально-економічний портрет студентів: результати опитування» від Аналітичного центру CEDOS. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cedos.org.ua/uk/osvita/sotsialno-ekonomichniy-portret-studentiv-rezultaty-opytuvannia>

Олена Володимирівна Бурдейна – старший викладач кафедри інтеграції навчання з виробництвом, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: elenaburd@vntu.edu.ua

Olena Burdeina – senior lecturer Training and Production Integration, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya, e-mail: elenaburd@vntu.edu.ua