

*Мазин А.Л.,
доктор экономических наук, профессор
профессор кафедры экономики и обеспечения экономической
безопасности
Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
Россия, г. Нижний Новгород
Приказчикова К.А.,
студент магистратуры
3 курс, факультет управления
Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
Россия, г. Нижний Новгород*

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ВЫБОР ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ
ДЛЯ ПОСТУПЛЕНИЯ**

Аннотация: Статья посвящена изучению вопроса о влиянии профориентационной работы, проводимой высшим учебным заведением, на мотивы и цели поступления школьников в высшие учебные заведения, выявлению факторов, под воздействием которых формируется позитивное отношение к образовательному учреждению. Автор статьи использует социологическое исследование, проведенное в рамках профориентационной работы со школьниками г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области, с целью получения практических результатов по выбранной теме. Полученные данные используются для обоснования механизмов и путей совершенствования профориентационной деятельности Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС. В работе выявлены данные, характеризующие текущее отношение современных школьников к выбору

высшего учебного заведения для поступления, а также их мнение о Нижегородском институте управления – филиале РАНХиГС.

Ключевые слова: высшее образование, образовательная организация, профориентационная работа, имидж, мотивация, абитуриенты.

Annotation: *The article is devoted to the study of the influence of career guidance work carried out by a higher educational institution on the motives and goals of students' admission to higher educational institutions, identifying the factors that influence the formation of a positive attitude to the educational institution. The author of the article uses a sociological study conducted in the framework of career guidance work with schoolchildren of Nizhny Novgorod and the Nizhny Novgorod region, in order to obtain practical results on the chosen topic. The obtained data are used to develop mechanisms and ways to improve the career guidance activities of the Nizhny Novgorod Institute of Management-a branch of the RANEPA. The paper reveals data that characterize the current attitude of modern schoolchildren to the choice of a higher educational institution for admission, as well as their opinion about the Nizhny Novgorod Institute of Management – a branch of the RANEPA.*

Key words: *higher education, educational organization, career guidance, image, motivation, applicants.*

Для правильного выбора образовательной организации абитуриентам и их родителям необходимо получать максимально полную, качественную и достоверную информацию о вузе. Одним из способов получения такой информации в этом случае выступает профориентация. Сотрудникам высших учебных заведений, ведущих прием будущих обучающихся, необходимо плодотворно в течение учебного года заниматься профориентационной работой со школьниками и студентами колледжей и техникумов. Не стоит забывать, что абитуриенты – это потенциальные студенты, и продвижение образовательного учреждения – главная задача для сотрудников вуза.

Профориентационная работа, проводимая Нижегородским институтом управления – филиалом РАНХиГС, направлена на организацию комплекса мероприятий по формированию жизненной позиции и профессиональному самоопределению абитуриентов. Несомненно, все мероприятия, проводимые в рамках профориентационной работы, способствуют формированию позитивного имиджа вуза, повышению его узнаваемости, развитию связей с общественностью, привлечению наибольшего числа поступающих.

При проведении исследования была составлена программа, в которой отражены ключевые этапы и последовательность действий (см. таблицу 1):

Таблица 1.

Программа исследования

Этап исследования	Содержание этапа
Разработка концепции исследования	
<i>Постановка цели и задач исследования</i>	<p><i>Цель исследования</i> – определение влияния профориентационной работы с поступающими на их мотивы и цели к выбору вуза для поступления.</p> <p><i>Задачи исследования:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - исследовать мотивы и цели поступления абитуриентов в вузы; - изучить личную заинтересованность абитуриентов в Нижегородском институте управления – филиале РАНХиГС (посещение/активное участие в мероприятиях, олимпиадах или конкурсах, проводимых вузами; подписка на социальные сети образовательного учреждения и т.д.) - определить каким источникам информации больше всего доверяют абитуриенты при выборе учебного заведения; - определить удовлетворенность абитуриентов размещаемой информации о вузе на официальном сайте образовательного учреждения и социальных сетях.
<i>Формирование рабочей гипотезы</i>	Активные формы профориентационной работы с абитуриентами способствуют привлечению большего количества поступающих в вуз, а также формированию и продвижению позитивного имиджа образовательного учреждения.
Определение источников информации	

<i>Первичная информация</i>	Результаты социологического опроса школьников и студентов г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области. Количество опрошенных респондентов: 157 человек .
<i>Вторичная информация</i>	- официальный сайт Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС: https://niu.ranepa.ru/ - официальная группа в социальной сети ВКонтакте: НИУ РАНХиГС для тебя, абитуриент - https://vk.com/abiturientniu
Разработка рабочего инструментария	
<i>Инструментарий</i>	Основным рабочим инструментарием является специально разработанная анкета.
Сроки и период проведения исследования	
<i>Сроки и период исследования</i>	октябрь-декабрь 2020 г.
Сбор и обработка информации	
<i>Методы сбора информации</i>	Анкетирование в Google-формах https://forms.gle/wY4okgoqTCgm6KAWA
<i>Методы обработки данных</i>	Результаты переведены в программу Microsoft Office Excel и обработаны методами дескриптивного анализа
Программируемый результат	
<i>Результат исследования</i>	В результате получены данные, характеризующие текущее отношение абитуриентов к выбору вуза, а также их мнение о Нижегородском институте управления – филиале РАНХиГС

Из общей численности опрошенных абитуриентов более 60 процентов респондентов (97 человек) – обучающиеся 11-ых классов и около 40 процентов (60 человек) – выпускники колледжей и техникумов (см. рисунок 1).



Рисунок 1. Распределение численности опрошенных абитуриентов по уровню образования, %

Структура исследования представлена в виде тематических блоков, скомпонованных в соответствии со смыслом вопросов анкеты, по которой проводился опрос.

1. Мотивы и цели выбора образовательной организации абитуриентами

Отвечая на вопрос анкеты «Чем Вы руководствуетесь при выборе образовательного учреждения для поступления?» абитуриентам было предложено выбрать не более 3 вариантов ответа. Данные результатов опроса показывают, что при выборе вуза абитуриенты отдают предпочтение объективным критериям (уровень профессиональной подготовки, престижность, местонахождение, низкая стоимость обучения и скидки) (см. таблицу 2): больше половины опрошенных абитуриентов (52,87 %) считают, что уровень образования и уровень профессиональной подготовки в вузе – одно из основополагающих условий при выборе образовательного учреждения. Второе место по частоте упоминаний занимает престижность образовательного учреждения – так отметил каждый третий опрошенный респондент.

Таблица 2.

Мотивы выбора образовательного учреждения респондентами, чел; %

№ п/п	Мотивы выбора образовательного учреждения	Количество абитуриентов, чел	Процент, %
1.	Уровень образования и профессиональной подготовки в вузе	83	52,87
2.	Престижность вуза	52	33,12
3.	Стоимость обучения и / или наличие скидки	51	32,48
4.	Расположение вуза в том городе, где я живу	49	31,21
5.	Возможность выбора своей собственной траектории обучения	42	26,75
6.	Высокий рейтинг образовательного учреждения	37	23,57
7.	Научно-исследовательская деятельность студентов вуза	23	14,65
8.	Условия для внеучебной студенческой жизни	23	14,65
9.	Наличие у вуза международных связей и программ студенческой мобильности	9	5,73

Треть абитуриентов отмечает, что стоимость обучения и / или наличие скидки также влияет на выбор вуза. Немаловажным фактором при выборе образовательного учреждения является и его местонахождение (31,21 %).

На вопрос «Что Вы ожидаете от обучения в вузе?» (вопрос предполагал выбор одного варианта ответа) подавляющее большинство респондентов ответили – получение востребованной профессии (90 %). Остальные ответы распределились следующим образом (см. рисунок 2):

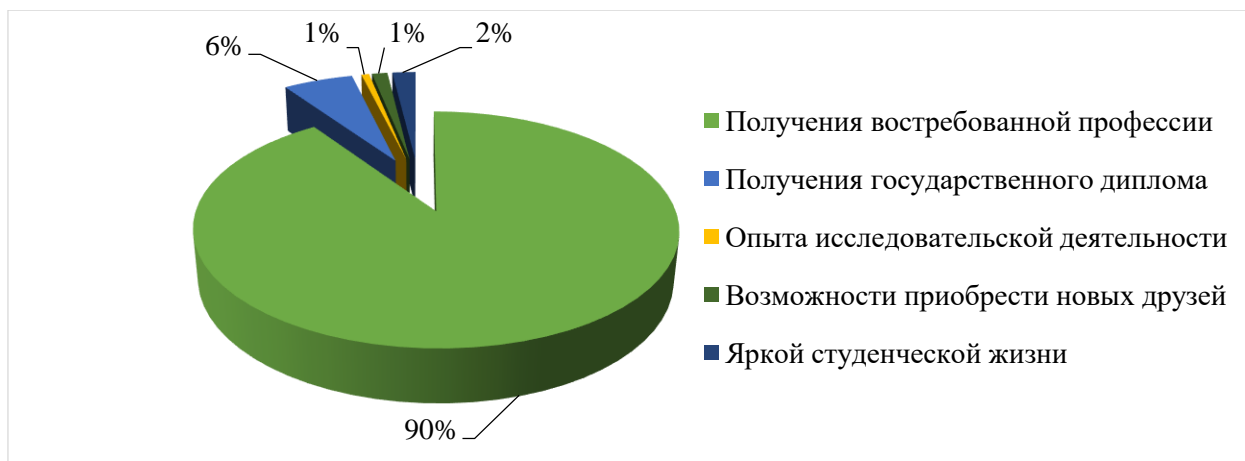


Рисунок 2. Распределение численности опрошенных респондентов по ожиданиям от получения высшего образования, %

2. Референтные источники информации

Под референтными источниками информации понимают определенный источник, который служит для индивида своеобразным стандартом, системой отсчёта для себя и других, а также источником формирования социальных норм и ценностных ориентаций. Мы же придаем ему несколько более узкий смысл: это те источники информации, которые при принятии жизненно важных решений являются достаточно авторитетными, оказывающими серьезное влияние на характер этого решения. Распределения ответов на вопрос о такого рода источниках отражены на рисунке 3. Из полученных данных видно, что подавляющее большинство абитуриентов считают, что наиболее серьезный источник информации при выборе вуза – рекомендации знакомых. Так отметил практически каждый абитуриент.



Рисунок 3. Распределение численности опрошенных респондентов по популярности источников информации при выборе образовательной организации, чел.

Вместе с этим, сайт образовательного учреждения не менее популярен у абитуриентов – каждый второй отмечает, что сайт важен при поиске основной информации о деятельности вуза. Для каждого третьего абитуриента популярным источником информации являются социальные сети. Наименее популярным источником информации стали печатные СМИ и суперсервис «Поступи Онлайн».

3. Отношение абитуриентов к Нижегородскому институту управления – филиалу РАНХиГС, оценка профориентационной деятельности

Как показал опрос большинство абитуриентов рассматривают Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС как один из вузов для поступления. Более двух третей опрошенных респондентов подписаны на официальную группу института в социальной сети ВКонтакте «НИУ РАНХиГС для тебя, абитуриент» (<https://vk.com/abiturientniu>), что говорит о личной заинтересованности абитуриентов в выборе данного образовательного учреждения в качестве основного при поступлении. Из них лишь десятая доля опрошенных остается не довольна качеством и полнотой размещаемой информации (см. таблицу 3). Напротив, оставшееся количество полностью удовлетворены размещаемой информацией.

Таблица 3.

Количество абитуриентов, подписанных на официальную группу в социальной сети ВКонтакте «НИУ РАНХиГС для тебя, абитуриент», чел; %

№ п/п	Рассматриваемый показатель	Количество абитуриентов, чел	Процент, %
1.	Подписаны на группу ВКонтакте, в т.ч.:	113	71,97
	- удовлетворены размещаемой информацией	101	64,33
	- не удовлетворены размещаемой информацией	12	7,64
2.	Не подписаны на группу ВКонтакте	44	28,03
	Всего:	157	100

Далее абитуриентам задавался вопрос о конкретных профориентационных мероприятиях, проводимых Нижегородским институтом управления – филиалом РАНХиГС. Так, половина опрошенных абитуриентов отметили, что посещали Дни открытых дверей института; треть опрошенных абитуриентов отметили, что в их школе проводились тренинги, семинары, чемпионаты; четверть – участвовали в онлайн-мероприятиях; небольшая доля респондентов не посещали каких-либо мероприятий (2,9 %) (см. рисунок 4).



Рисунок 4. Количество абитуриентов, участвующих в профориентационных мероприятиях, проводимых институтом, чел.

Поскольку практически каждый абитуриент посещал те или иные профориентационные мероприятия, респондентам было предложено ответить на вопрос: «Как Вы считаете, престижно ли учиться в Президентской Академии?». Подавляющее большинство опрошенных респондентов считают, что учиться в Президентской Академии – престижно (см. рисунок 5).

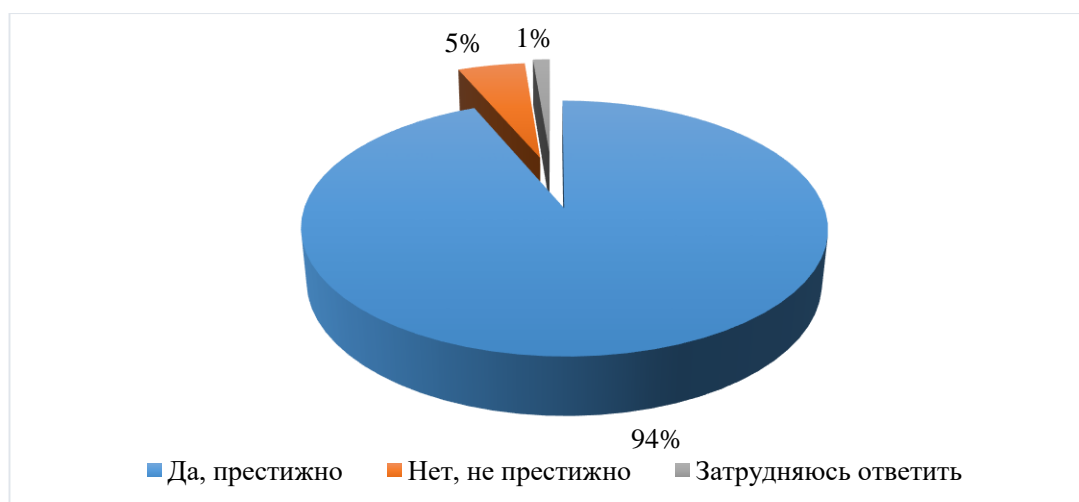


Рисунок 5. Распределение ответов абитуриентов на вопрос «Как Вы считаете, престижно ли учиться в Президентской Академии?», %

Динамика зачисленных в Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС доказывает, что популярность вуза растет среди абитуриентов каждый год (см. рисунок 8).

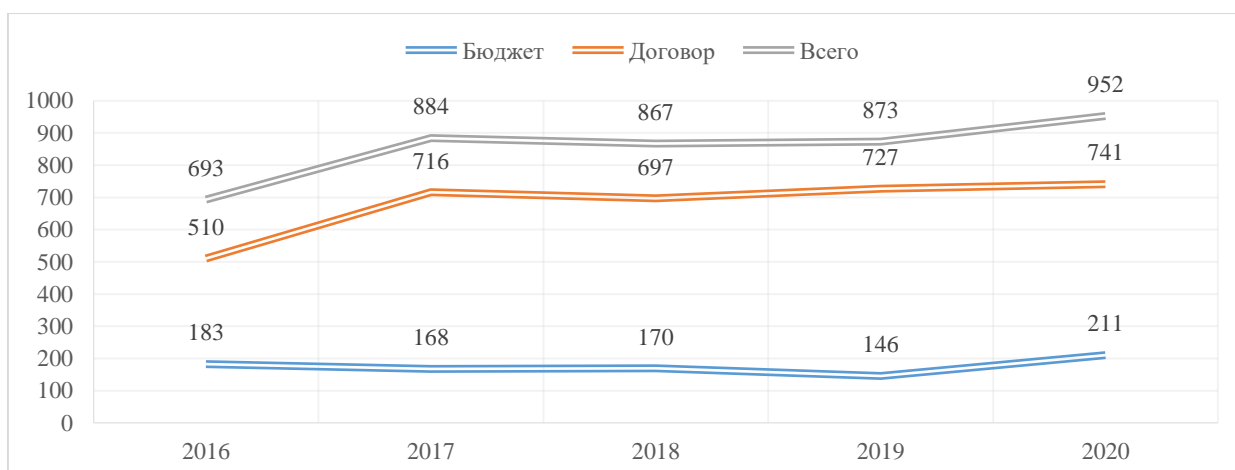


Рисунок 6. Динамика зачисленных в Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС на программы бакалавриата и специалитета в 2016-2020 гг., чел.

Несомненно, все мероприятия, проводимые в рамках профориентационной работы, способствуют формированию позитивного имиджа вуза, его продвижению и узнаваемости на рынке образовательных услуг региона, расширению связей с общественностью, привлечению наибольшего числа поступающих.

Таким образом, на основе социологического исследования мнений абитуриентов г. Нижнего Новгорода и Нижегородской области о мотивах выбора образовательного учреждения для поступления, об отношении школьников и студентов к Нижегородскому институту управления – филиалу РАНХиГС, формированию его положительного имиджа среди школьников и их родителей и приведенной динамики зачисленных в институт была доказана выдвинутая гипотеза - активные формы профориентационной работы способствуют продвижению позитивного имиджа Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС, а также активному привлечению абитуриентов в вуз.

Использованные источники:

1. Панина, С.В. Самоопределение и профессиональная ориентация учащихся: учебник и практикум для вузов / С.В. Панина, Т.А. Макаренко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 312 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04267-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449903> (дата обращения: 13.01.2021).

2. Панфилова, А.П. Взаимодействие участников образовательного процесса: учебник и практикум для вузов / А.П. Панфилова, А.В. Долматов; под редакцией А.П. Панфиловой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03402-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450063> (дата обращения: 12.01.2021).