# титульник Аналитический отчет по анкете абитуриентов.JPG

# Введение

Настоящий аналитический отчет по анкете для абитуриентов «Мотивация абитуриентов при поступлении в ВУЗ и выборе направления подготовки» составлен на основе данных, полученных в результате проведения социологического исследования абитуриентов по актуализированной анкете для абитуриентов 2019 года «Мотивация абитуриентов при поступлении в ВУЗ и выборе направления подготовки», организованного Отделом менеджмента качества совместно с Приемной комиссией университета.

**Цель исследования:** изучить мотивацию выбора абитуриентом университета и направления подготовки (специальности), что является важным аспектом поиска университетом своих конкурентных преимуществ. Получить информацию об удовлетворенности абитуриентов деятельностью приемной комиссии университета, а также лучше узнать о поступающих в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ и выработать рекомендации по совершенствованию деятельности ВУЗа.

В этой связи летом 2019 года было проведено социологическое исследование данной группы потребителей. В исследовании приняли участие 143 абитуриента, поступающих в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ. Из них: 48% (69 ч.), поступающих - юноши, меньше на 12% по сравнению с прошлым годом (60%); 49% (70 ч.) – девушки, что на 14% больше чем в 2018 году (рисунок 1). Тип выборки – случайная, бесповторная.

При этом было отмечено, что в 2013 году девушек, поступающих в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ было больше на 6%, а юношей меньше на 3% по сравнению с 2019 годом.

**Рисунок 1 – Распределение абитуриентов по половому признаку**

Несмотря на то что, ФГБОУ ВО Орловский ГАУ является основным ВУЗом, выпускающим специалистов с/х профиля для Орловской области, которая является зоной интенсивного ведения сельскохозяйственного производства, а также и соседних областей, основной контингент поступающих проживает в городе - 62%, в сельской местности - 38%. Такая же тенденция наблюдалась и в 2018 году (61% , поступающих – городские жители, 36% - из сельской местности). Интересно отметить, что в 2013 г ситуация была другая: поступающих абитуриентов из сельской местности было 51%, а поступающих из города - 49% (рисунок 2).

**Рисунок 2 – Распределение абитуриентов по месту жительства**

Входе проведения социологического исследования абитуриентам был задан вопрос: «Какой балл ЕГЭ вы получили в школе?». При подсчёте ответов, 131 чел. (92%) абитуриентов, был выведен средний балл ЕГЭ по одному предмету - 60 баллов, что является достаточно высоким показателем, при достижении критерия в Целях ФГБОУ ВО Орловский ГАУ в области качества на 2019-2020 учебный год, при планируемом показателе: «Средний балл ЕГЭ абитуриентов, поступающих на обучение по программам бакалавриата и специалитета, по всем формам обучения – 54,3 балла. Из общего числа опрашиваемых -12 чел. (8%) – отказались отвечать на поставленный вопрос.

Итоги проведенного исследования позволят оценить конкурентоспособность нашего университета с другими высшими учебными заведениями и узнать мотивацию поступления студентов в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ.

***В виду того, что один абитуриент мог дать несколько ответов или не все абитуриенты могли ответить на задаваемый вопрос, процентная совокупность в целом может не составлять 100%.***

**РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ**

В ходе социологического исследования было выявлено, в каких мероприятиях проводимых ФГБОУ ВО Орловским ГАУ и другими учебными заведениями участвовали абитуриенты, и в каком процентном соотношении проявлялось их участие (рисунок 3).

**Рисунок 3 – Участие абитуриентов в мероприятиях, проводимых ВУЗами**

Из диаграммы видно, что 82% опрошенных вообще ни в каких мероприятиях проводимых Орловским ГАУ и другими учебными заведениями не участвовали, такие же высокие проценты отмечены и в 2018 году (76%) и в 2013 году (79%). Однако, как в 2013 г (16%), так и в 2018 году (13%), и в 2019 году (10%), опрошенных абитуриентов участвовали в мероприятиях, проводимых другими учебными заведениями. Это районные и областные олимпиады, школьные и областные спортивные соревнования, всероссийские конференции, такие как «Всероссийская физическая конференция», Всероссийская конференция "Шаг в Науку ". В мероприятиях, проводимых ФГБОУ ВО Орловский ГАУ участвовали только 8%, что меньше на 3% чем в 2018 году(11%), но больше на 3% по сравнению с 2013 г (5%), в таких как: «Конференция - конкурс юных исследователей окружающего мира», конкурс сочинений (энергообеспечевание и энергосбережения), «Лига Сиденко», «Областной конкурс юных исследователей», «День Космонавтики», «Слёт производственных бригад». Поэтому для повышения роста активности школьников (будущих абитуриентов) к мероприятиям, проводимым в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ необходимо расширить рекламную акцию с оповещением учебных заведений близлежащих городов, поселков городского типа и деревень, которые являются потенциальными поставщиками абитуриентов нашего ВУЗа.

Результаты социологического исследования позволили выявить мотивацию выбора абитуриентами ФГБОУ ВО Орловский ГАУ (рисунок 4). При процентных расчётах учитывались всевозможные ответы респондентов, которые могли дать один и более ответов на поставленный вопрос.

**Рисунок 4 – Мотивация абитуриентов при выборе ФГБОУ ВО Орловский ГАУ**

Как мы видим из диаграммы, представленной на рисунке 4, при выборе университета в 2019 году, как и в предыдущие года абитуриенты в первую очередь руководствовались желанием получить высокое качество образования, а так же найти хорошую работу после окончания университета, что обусловлено ситуацией сложившейся на рынке труда, экономической политикой в нашей стране и соответственно адекватным желанием молодёжи иметь достойный заработок для создания полноценной семьи. Но, также приоритетным в 2019 году, для поступающих, стал уровень образования и профессиональной подготовки в ВУЗе (39%), такое желание опрашиваемых, как мы видим значительно возросло по сравнению с 2018г (на 29%) и с 2013г. (на 34%). Нельзя не отметить, что для 16%, опрошенных респондентов важна научно-исследовательская деятельность студентов ВУЗа, а для 14% - наличие у ВУЗа международных связей и программ студенческой мобильности, при том, что в 2018г. и в 2013г. такие ответы не отмечались.

В ходе исследования было выявлено, из каких источников абитуриенты получали необходимую информацию о ВУЗах и каким источника информации при выборе университета респонденты больше всего доверяют. Оказалось, что большинство респондентов доверяют рекомендациям студентов, выпускников ВУЗа, школьных или вузовских преподавателей - 80%, социальным сетям – 39%, а менее всего доверия вызывают печатные СМИ – 6%.(рисунок 5).

**Рисунок 5 – Процент доверия к источникам информации при выборе ВУЗа**

Об Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина», большинство поступающих узнали от друзей – 43%, как и в прошлые года 2018 г. (51%), 2013г. (49%). Также 31% - абитуриентов, получили информацию о деятельности нашего ВУЗа размещенную на сайте нашего университета, фактически такой же процент наблюдался и в 2018 году (30%). Было отмечено, что в 2019г. увеличился процент получения информации об ВУЗе из общеуниверситетских Дней открытых дверей и Дней открытых дверей отдельных факультетов (22%), в отличии от 2018 года (12%) и 2013 года (13%). Однако замечена тенденция понижения в 2019 г. процента получения информации абитуриентами из профориентации преподавателей университета во время посещения ими школ: на 6% по отношению к предыдущему году и на 12% по отношению к 2013 году. Самый низкий процент – получение информации из специализированных изданий (газет, телевидения, справочных пособий для абитуриентов) – 6%, что подтверждает низкое доверие респондентов к печатным СМИ, отмеченное в предыдущем вопросе. Все ответы представлены в виде диаграммы на рисунке 6.

**Рисунок 6 – Источники получения информации абитуриентами об Орловском ГАУ.**

 При проведении анкетирования было выявлено, что 44% абитуриентов выбрали только наш университет для поступления, но при этом респонденты подавали заявления также в другие ВУЗы города Орла и в том, числе за его приделами (56%).

 Высокий процент подачи заявлений, наряду с нашим ВУЗом в городе Орле, был отмечен - в Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева (50%), а процент подачи заявлений в Орловский государственный институт искусств и культуры – низкий (всего 5%). Однако, интересно отметить, что процент поступающих в ВУЗы за пределами города Орла незначительно вырос по сравнению с прошедшим годом (на 8%), но значительно снизился (на 26%) по сравнению с 2013 годом. Это говорит о том, что люди уже определились, в какой сфере деятельности они хотели бы стать специалистами высокого уровня и, что еще раз подтверждает высокий процент мотивации абитуриентов при выборе университета, расположения ВУЗа в том городе, где живут абитуриенты -24% (рисунок 4).

 В процентном соотношении учитывалось, что многие респонденты подавали документы на поступление не только в одно учебное заведение и могли дать несколько вариантов ответов на вопрос: «В какие Вузы, кроме ФГБОУ ВО Орловский ГАУ Вы собираетесь подать или уже подали заявления на поступления в этом году?» (рисунок 7).

**Рисунок 7 – Доля абитуриентов, подавших документы для поступления в Орловский ГАУ**

 Респондентами было отмечено, что они подавали документы для поступления в другие Вузы, в том числе за приделами г. Орла в такие как: Академия имени Скребина, в Вузы Санкт-Петернбурга, КГУ, ВГАУ им.Петра1, Финансовый экономический институт при РФ, Калужский филиал Тимирязевской академии, МСХА им. К.А. Тимирцева, РАНХиГС и др.

 На рисунке 8 в процентном соотношении показано, почему абитуриенты планировали поступать в другие ВУЗы, помимо ФГБОУ ВО Орловский ГАУ. При этом расчет производился от 56% - опрошенных респондентов, которые подавали заявления, помимо нашего университета, в другие Вузы города Орла, в том числе и за его приделами, учитывая, что 44% - абитуриентов подали заявления на поступления только в наш ВУЗ. Из диаграммы видно, что большинство, подавало заявления в другие ВУЗы из-за того, что в них учились родственники, либо по советам друзей и знакомых (18,2%), и из-за престижа учебного заведения (16,1%).

**Рисунок 8 – Ответы на вопрос: «Если Вы планируете поступать в другой ВУЗ, то почему?»**

 В ходе социологического исследования были определены в процентном соотношении направления подготовки (специальность), на которые абитуриенты стремятся поступить в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ в 2019 г. в большей степени. При подсчете, учитывалось, что абитуриенты могли подать документы сразу на несколько направлений подготовки в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ.

**Рисунок 9 – Направления подготовки (специальности), на которые абитуриенты хотели бы поступить в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ**

 Как мы видим из диаграммы приоритетными направлениями подготовки (специальности) в нашем ВУЗе, на сегодняшний день, являются: «Строительство» - 22%, «Биотехнология» и «Ветеринария» - 20%, «Агроинженерия» - 17% .В результате анализа полученных результатов стало известно, что по сравнению с 2018 годом процент поступающих на многие направления подготовки (специальности) значительно вырос: «Агрономия» - на 7%.; «Ветеринария» - на 11%; «Продукты питания животного происхождения» - на 6%; «Зоотехния» - на 8%; «Биотехнология» - на 12%»; «Экономика» - 9%; «Ландшафтная архитектура» - на 3%. При этом стоит отметить, что в 2013 году в отличие от настоящего времени в приоритете были такие направления подготовки (специальности), как: «Менеджмент» - 32%; «Экономика» - 35%. Но уже в 2018г и в 2019г. значимость их резко снизилась. Однако такие направления подготовки (специальности) как «Строительство»; «Агроинженерия» как в 2013г. так и по сей день остаются приоритетными для абитуриентов при выборе профессии (таблица 1).

**Таблица 1 – Количество абитуриентов, поступающих в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Направление подготовки (специальность)** | **Процент поступающих в 2013 г.** | **Процент поступающих в 2018г.** | **Процент поступающих в 2019 г.** |
| **Строительство** | **24** | **21** | **22** |
| **Электроэнергетика и электротехника** | **7** | **28** | **4** |
| **Агрономия**  | **4** | **5** | **12** |
| **Менеджмент**  | **32** | **1** | **7** |
| **Ветеринария**  | **5** | **9** | **20** |
| **Продукты питания животного происхождения** | **3** | **4** | **10** |
| **Агрохимия агропочвоведение** | **2** | **8** | **8** |
| **Агроинженерия** | **13** | **28** | **17** |
| **Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов** | **3** | **13** | **9** |
| **Техносферная безопасность** | **6** | **16** | **10** |
| **Зоотехния** | **2** | **5** | **13** |
| **Биотехнология** | **5** | **8** | **20** |
| **Экономика** | **35** | **1** | **10** |
| **Ландшафтная архитектура** | **7** | **3** | **8** |

 По результатам социологического исследования, как и в предыдущие годы, так и в 2019 году, выявлено, что большинство абитуриентов готовились к поступлению в ВУЗ: самостоятельно 55%, либо с репетитором 41% и только 4% на курсах по подготовке к ЕГЭ в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, что на 16% ниже, чем в 2018 году. При этом на курсах по подготовке в других ВУЗах, готовились 11% опрошенных. В 2019 году как и в 2018 году – 3% опрошенных респондентов специально вообще не готовились. При обработке результатов данного вопроса учитывалось, что респондент мог дать несколько вариантов ответа (рисунок 10).

**Рисунок 10 – Подготовка абитуриентов к поступлению в ВУЗ**

Интересно отметить, что в 2013 г и в 2018 г одинаковое количество респондентов поступали в Университет, как на бюджетную основу (82%), так и на платную (18%). В 2019 году ситуация фактически не изменилась: 20% - абитуриентов поступало на коммерческой основе, а 80% - на бюджетной (рисунок 11).

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**Рисунок 11 – Распределение ответов на вопрос: «На какой основе Вы поступаете в ВУЗ?»**

Как видно из диаграммы рисунка 11 поступающих на бюджетной основе абитуриентов значительно превышает поступающих на коммерческой основе, что говорит об уверенности абитуриентов в их знаниях и в желании самостоятельно учиться без помощи взрослых (пусть даже с финансовой стороны).

Необходимо отметить, что большинство опрошенных абитуриентов от учёбы в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ ждут получение востребованной профессии (69%). Это говорит о том, что молодые люди стремятся получить необходимые навыки и знания по выбранной ими направлению подготовки (специальности), считая данную профессию востребованной на рынке труда. При этом 21% - абитуриентов ожидают от обучения в университете яркой студенческой жизни, что вполне оправдано в силу их возрастных особенностей и проводимой в нашем университете воспитательной и внеучебной деятельности. Достаточно высокий процент опрошенных (21%) ожидают от обучения в ВУЗе, получения опыта исследовательской деятельности, что говорит о целеустремленности внести свой вклад в науку (рисунок 12).

**Рисунок 12 –Ответы на вопрос: «Чего вы ожидаете от обучения в университете?»**

Фактически всех абитуриентов, как и в 2013г., 2018г., работа приемной комиссии полностью устраивает. Так ответили 99% респондентов. Затруднились ответить только 1%, поэтому предложения по улучшению её деятельности абитуриентами не были названы (рисунок 13).

**Рисунок 13 – Удовлетворённость работой Приёмной комиссии**

В ходе анкетирования было установлено, какой общественной или творческой работой хотели бы заниматься респонденты, обучаясь в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ (рисунок 14). Все данные в процентном соотношении были установлены с учётом, что один респондент мог дать несколько вариантов ответов.

**Рисунок 14 - Распределение ответов на вопрос: «Какой общественной или творческой работой Вы хотели бы заниматься?»**

Из диаграммы на рисунке 14 видно, что большинство опрошенных 42% как и в 2013 г. и 2018г. желают участвовать в спортивных соревнованиях, проводимых университетом; 36% респондентов хотели бы участвовать в художественной самодеятельности ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, такой же высокий процент по данным показателям наблюдается и в2013 г., 2018 г.; а 19% - респондентов, что на 8% больше, чем в 2018г. и на 10% больше чем в 2013 г. – изъявили желание делать репортажи о деятельности университета, писать рассказы, стихи. Однако 4% абитуриентов высказали свои пожелания: снимать видео, танцевать, участвовать в подготовке каких-либо мероприятиях, олимпиадах, участвовать в научной деятельности. В результате данного опроса было установлено, что 90% абитуриентов хотят активно участвовать в общественной и творческой работе при том не только в одном виде деятельности что говорит об активной жизненной позиции абитуриентов и желании как можно больше участвовать во внеучебной деятельности университета.

В конце исследования абитуриентам был задан вопрос о том, собираются ли они работать по получаемому направлению подготовки (специальности). Их ответы представлены в виде диаграммы на рисунке 15. Из диаграммы видно, что почти все абитуриенты 96% собираются работать по полученному направлению подготовки (специальности). Притом, что и в предыдущие годы в 2018г. – 93%, 2013г. – 98% также отмечалось высокое желание респондентов работать по выбранной ими профессии. Только 1% абитуриентов – ответили отрицательно, на поставленный вопрос, а 3% затруднились ответить, при этом уточнили, что всё будет зависит от обстоятельств.

**Рисунок 15 - Распределение ответов на вопрос: «Собираетесь ли Вы работать по получаемому направлению подготовки (специальности)?»**

**Таким образом, результаты проведённого исследования позволили определить мотивацию выбора вуза и направление подготовки (специальности) абитуриентов ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, а также конкурентоспособность нашего университета по сравнению с другими ВУЗами.**

Как удалось выяснить в ходе нашего исследования, среди факторов, влияющих на поведение потребителей в сфере высшего образования, особо выделяется степень информированности абитуриента о том или ином вузе. В процессе принятия решения о выборе высшего образовательного учреждения отмечается специфика в восприятии, отборе, использовании различной информации абитуриентом.

Характер влияния информированности на выбор высшего учебного заведения, современный абитуриент, прежде всего, сталкивается с проблемой поиска информации о вузах, а также отбора этой информации для принятия осознанного решения. Важную роль играют сложившееся в обществе мнение о том или ином вузе, представления ближайшего окружения, мнения учителей, преподавателей, родителей и знакомых.

Современные исследователи, изучающие последствия воздействия массовой коммуникации на поведение людей, выделяют несколько концепций и теорий. Прежде всего – это влияние на установки. Оно включает в себя интеллектуальный компонент и компонент доверия, значительная часть психологической динамики носит эмоциональный характер. Иногда интеллектуальный и эмоциональный компоненты могут приходить в противоречие друг с другом. Абитуриенты негативно относятся к организации обучения в некоторых вузах, качеству знаний, которые дает вуз, но выбирают его из-за престижности. По их словам, через средства массовой информации проходит в основном только имиджевая информация, которая не раскрывает сути образовательного процесса в вузе. Поэтому в нашем социологическом исследовании мы видим низкое доверие респондентов к печатным СМИ (6%). Особое недоверие закрепляется при обнаружении расхождении сведений с действительностью.

В результате исследования можно сделать вывод, что информированность напрямую влияет на предпочтения абитуриентов в сфере высшего образования. Информация, выполняя множество функций, помогает современному абитуриенту адаптироваться в быстроменяющихся условиях рынка образовательных услуг. Особое значение имеет уровень и степень информированности: обладая достоверными и полными сведениями об условиях обучения, перечне специальностей и конкурсе на них, формах вступительных экзаменов, программе обучения, возможностях дальнейшего трудоустройства, достижениях вуза, абитуриент принимает осознанное решение о выборе вуза.

Современная молодежь считают, что высшее образование необходимо для получения хорошей профессии и достижения определенного жизненного статуса и успеха в будущей жизни.

Мотивы получения высшего образования являются преимущественно внешними – это престижность получения высшего образования и квалифицированной специальности (направления подготовки), востребованной на рынке труда. Также важна перспектива улучшить свою личную жизнь.

На первом месте стоят факторы, связанные с будущим абитуриента. Стоимость и удобство обучения отходят на второй план. Сложность вступительных экзаменов остаются на втором плане. Местоположение вуза респонденты ставят на первое место среди факторов влияния. Качество же образование абитуриенты ставят выше, чем престижность вуза. Но при этом диплом престижного вуза воспринимается как конкурентное преимущество при трудоустройстве.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина» занимает достаточно уверенные позиции на рынке образовательных услуг.

**Для увеличения желающих обучаться в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, и повышения престижности и конкурентоспособности вуза можно предложить следующие рекомендации:**

* необходимо давать как можно больше информации в социальных сетях об образовательных услугах, условиях поступления, о достижениях вуза, о его научных заслугах и наградах, т.к. это может способствовать формированию положительного имиджа вуза, а, следовательно, увеличить его престижность;
* необходимо вести работу с абитуриентами, проводить тестирования на профессиональную пригодность и предлагать абитуриентам возможные направления для поступления, варианты специальностей, которые доступны в ФГБОУ ВО Орловский ГАУ, т. к. некоторые школьники до последнего момента не могут определиться с направлением подготовки (специальностью), которую они хотели бы получить в вузе;
* важно, чтобы вуз информировал население о востребованности выпускников в разрезе направлений подготовки (специальностей), т. к. абитуриенты должны быть уверены в том, что их образование значимо для общества и что они смогут найти соответствующую работу;
* т.к. большинство респондентов ответили, что на формирование их мнения о ВУЗе наибольшее влияние оказало мнение тех, кто там учится необходимо вести работу и в самом университете, проводить исследования среди студентов и выяснять их проблемы, их претензии, их пожелания по усовершенствованию работы преподавательского состава в частности и всего университета в целом.
* для формирования положительного имиджа и надежности ФГБОУ ВО Орловский ГАУ также можно вести работу с бывшими студентами университета, которые после окончания вуза открыли свое дело или имеют престижные должности, чтобы те в свою очередь способствовали будущим выпускникам в прохождении практик, устройстве на работу.
* можно вести работу по выпуску газеты о ФГБОУ ВО Орловский ГАУ (не внутри вуза, а за его пределами), которую можно распространять по школам для старшеклассников и их родителей. Выпуск газеты можно производить несколько раз в год. В данной газете можно печатать достижения вуза, а также информацию по различным направлениям подготовки (специальностям), с комментариями преподавателей и выпускников вуза.
* можно проводить различные конференции с участием преподавателей, студентов ФГБОУ ВО Орловский ГАУ и потенциальных абитуриентов, где бы обсуждались вопросы учебы и поступления в вуз и «горячие линии» со школьниками и их родителями, где те могли бы задать интересующие вопросы, касающиеся университета. Причем информацию об этих мероприятиях необходимо освещать в самих школах, социальных сетях и в СМИ.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина» занимает второе место в рейтинге ВУЗов города Орла по следующим показателям:

- возможность получения качественного образования;

- востребованность выпускников работодателями в г. Орле;

- уровень научно-исследовательской деятельности.

Выпускники ФГБОУ ВО Орловский ГАУ широко востребованы на рынке труда. Однако кризис в системе образования дает о себе знать, поэтому как бы ни был хорош университет необходимо вести напряженную работу по привлечению абитуриентов, повышению его конкурентоспособности, формированию положительного имиджа. Именно на это должна быть направлена маркетинговая политика ФГБОУ ВО Орловский ГАУ.