

*А. О. Кузнецов,*

к.держ.упр.,  
начальник управління координації наукових досліджень  
та інформаційно-аналітичної роботи ХарПІ НАДУ;

*Н. В. Калінкіна,*

к.держ.упр., начальник інформаційно-аналітичного відділу  
управління координації наукових досліджень  
та інформаційно-аналітичної роботи ХарПІ НАДУ;

*А. Г. Герасименко,*

провідний спеціаліст інформаційно-аналітичного відділу  
управління координації наукових досліджень  
та інформаційно-аналітичної роботи ХарПІ НАДУ;

*Л. А. Іванова,*

провідний спеціаліст інформаційно-аналітичного відділу  
управління координації наукових досліджень  
та інформаційно-аналітичної роботи ХарПІ НАДУ;

*С. В. Приживара,*

провідний спеціаліст інформаційно-аналітичного відділу  
управління координації наукових досліджень  
та інформаційно-аналітичної роботи ХарПІ НАДУ,  
м. Харків

## **МАЙБУТНЯ СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ТА ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД: МОТИВАЦІЯ ВИБОРУ**

*Проаналізовано фактори, що впливають на вибір спеціальності та ВНЗ випускниками середніх навчальних закладів, визначено період, протягом якого майбутні студенти приймають рішення стосовно вибору спеціальності та ВНЗ, виявлено форми та шляхи отримання абітурієнтами інформації стосовно навчання.*

**Ключові слова:** спеціальність, ВНЗ, випускники середніх навчальних закладів, фактори вибору.

Вибір професії є важливим кроком у житті кожної людини, це найбільш відповідальне і складне рішення. Щороку перед випускниками шкіл постає проблема вибору майбутнього. Професія визначить майбутній соціальний статус, затребуваність у житті та рівень матеріального добробуту.

Зорієнтуватися в різноманітті ВНЗ, форм навчання, пропонованих програм важко не тільки старшокласникам та їх батькам, але й фахівцям, тому проблема вибору є актуальною.

Питання щодо державного управління системою вищої освіти висвітлюються у дослідженнях Б. Данилишина, Д. Дзвінчука, Г. Дмитренка,

К. Корсака, В. Куценко, В. Лугового, В. Майбороди, В. Огнев'юка, В. Паламарчука, А. Прокопенка, О. Яришко та ін. Різним аспектам освітньої мотивації молоді приділяли увагу провідні фахівці харківської соціологічної школи О. Якуба, В. Арбеніна, В. Бакіров, Є. Подольська, Л. Сокурянська, В. Астахова та ін.

Проблема визначення факторів, що впливають на вибір спеціальності та ВНЗ, наразі залишається актуальною й недостатньо вивченою.

Починаючи з 2008 р. обов'язковим для випускників загальноосвітніх навчальних закладів є проходження зовнішнього незалежного оцінювання (далі – ЗНО). Результати сертифікату про проходження ЗНО щонайменше з трьох дисциплін є основою для зарахування до вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) [1]. На вибір професії також часто впливають батьки, друзі та знайомі, вчителя. Отже, безліч факторів впливає на вибір абітурієнтами своєї майбутньої спеціальності та вищого навчального закладу.

У Харківському регіональному інституті державного управління Національної академії державного управління при Президентові України (далі – Інститут) вже впродовж декількох років поспіль серед студентів першого курсу факультету соціально-економічного управління (далі – ФСЕУ) на початку навчального року проводиться соціологічне опитування щодо мотивів вибору спеціальності та ВНЗ. У даній статті зроблено спробу проаналізувати мотиви вибору спеціальності та ВНЗ студентами першокурсниками.

*Метою статті* є аналіз та визначення основних факторів, що впливають на вибір студентами першокурсниками Інституту спеціальності та ВНЗ.

Відповідно до мети опитування були сформульовані такі *завдання*:

1. Визначити фактори, що вплинули на вибір студентами майбутньої спеціальності та ВНЗ.

2. Визначити період, упродовж якого майбутні студенти приймають рішення стосовно вибору спеціальності та ВНЗ.

3. Встановити фактори, які впливають на вибір майбутніми студентами саме Інституту.

4. Виявити форми та шляхи отримання абітурієнтами інформації стосовно навчання в Інституті.

5. З'ясувати бачення студентами якості підготовки та проведення вступної кампанії в Інституті.

6. З'ясувати оцінку якості навчання в Інституті студентами першого курсу ФСЕУ.

Результати дослідження базуються на узагальненні відповідей студентів першого курсу денної форми навчання ФСЕУ, отриманих шляхом анкетування.

Відповідаючи на запитання стосовно сфери самореалізації, майже половина опитаних основною обирають «державне управління» (44 % до всіх опитаних). Другою за значущістю сферою діяльності є «юридична» (14 % до всіх опитаних). В «економічній» сфері діяльності збиралися себе реалізувати лише 6 % (до всіх опитаних) респондентів.

Необхідно пам'ятати, що респондентами були не майбутні студенти, а ті, хто вже навчається на 1-му курсі ФСЕУ. Тому на відповіді стосовно вибору сфери майбутньої самореалізації може впливати місце навчання опитаних.

Переважає більшість опитаних замислювалась про свою майбутню професію в період навчання в середньому навчальному закладі (88 % до всіх опитаних).

На вибір майбутньої спеціальності впливали різні фактори. Серед них найбільш вагомими були такі, як можливість самореалізації в цій сфері ( $I_{ваг}=0,49$ ) та перспективи працевлаштування ( $I_{ваг}=0,36$ ). Найменш вагомими виявилися такі фактори, як приклад друзів/знайомих ( $I_{ваг}=-0,44$ ), реклама ( $I_{ваг}=-0,58$ ) та сімейні традиції ( $I_{ваг}=-0,75$ ).

Індекс вагомості (шкала від +1 до -1, де +1 – дуже вагомо; +0,5 – вагомо; 0 – середній рівень вагомості; -0,5 низький рівень вагомості; -1 – дуже низький рівень вагомості) розраховувався за формулою:

$$I_{ваг} = -\left(\frac{X-3}{2}\right),$$

де  $X$  – середнє значення в розподілі відповідей за даною ознакою.

За результатами опитування третина респондентів рішення щодо вибору майбутньої спеціальності приймала в першому півріччі останнього року навчання в школі (32 % до тих, хто відповіли).

Четверта частина опитаних рішення стосовно вибору майбутньої спеціальності приймала після отримання результатів зовнішнього незалежного оцінювання (26 % до тих, хто відповіли). Майже п'ята частина респондентів остаточне рішення прийняла перед реєстрацією до зовнішнього незалежного оцінювання (18 % до тих, хто відповіли).

Переважає більшість студентів лише у загальних рисах володіла інформацією про зміст спеціальності, на яку вони подавали документи (76 % до всіх опитаних). Повністю володіли інформацією про майбутню спеціальність 15 % (до всіх опитаних) респондентів. І тільки 9 % опитаних нічого не знали про спеціальність, за якою вони збиралися навчатися.

Більше половини респондентів відповіли, що точно знали, за якою спеціальністю вони будуть навчатися (59 % до всіх опитаних). Четверта частина опитаних вибрали спеціальність за порадою батьків (24 % до всіх опитаних). Слід зазначити, що для 18 % (до всіх опитаних) першокурсників визначальним у виборі спеціальності була достатня кількість балів з предметів сертифікату зовнішнього незалежного оцінювання.

Цікавим є те, що всі респонденти-відмінники точно знали, за якою спеціальністю будуть навчатися (100 % до тих, хто відповіли).

Третя частина респондентів (32 % до всіх опитаних) зазначили, що брали участь у зустрічах з викладачами Інституту, які відбувались безпосередньо в їх навчальному закладі. Всі вони вважають за необхідне і надалі проводити такі зустрічі.

Найбільш важливою інформацією, яку респонденти хотіли б отримати від викладачів, є відомості про працевлаштування (32 % до тих, хто відповіли), загальна інформація про Інститут (28 % до тих, хто відповіли) та про навчання в ньому (18 % до тих, хто відповіли).

Серед факторів, які впливали на рішення майбутніх студентів щодо

вибору ВНЗ, значущими за результатами опитування виявилися такі, як престиж ВНЗ ( $I_{\text{вар}}=0,33$ ), рекомендації батьків ( $I_{\text{вар}}=0,27$ ), кваліфікований професорсько-викладацький склад ( $I_{\text{вар}}=0,19$ ) та можливість стажування за кордоном ( $I_{\text{вар}}=0,16$ ).

Першокурсники зазначають: участь у ЗНО, яке проходило в Інституті ( $I_{\text{вар}}=-0,60$ ), та наявність знайомих серед співробітників і викладачів ВНЗ ( $I_{\text{вар}}=-0,80$ ) не є значущими факторами під час вибору ВНЗ.

Сам вибір ВНЗ більшість опитаних зробила протягом останнього року навчання в школі (62 % до всіх опитаних). Третина з них – у першому півріччі (39 % до тих, хто відповіли). П'ята частина опитаних приймала рішення про вибір ВНЗ після отримання результатів ЗНО (21 % до тих, хто відповіли) і перед реєстрацією до зовнішнього незалежного оцінювання (18 % до тих, хто відповіли).

Значна частина респондентів, приймали рішення про вступ до вищого навчального закладу, за їх словами, за порадою батьків, родичів (41 % до всіх опитаних). Можливо, цьому сприяв той факт, що у більшості опитаних в Інституті навчались батьки, родичі, друзі, знайомі (53 % до всіх опитаних). Вони навчалися на ФСЕУ (26 % до всіх опитаних), проходили підвищення кваліфікації в Інституті (15 % до всіх опитаних), а також навчалися на факультеті підготовки магістрів державного управління, аспірантурі та докторантурі (9 і 9 % до всіх опитаних; відповідно). Важливо, що 35 % (до всіх опитаних) респондентів рішення щодо вибору ВНЗ приймали самостійно.

Що ж саме вплинуло на вибір респондентами Інституту? Перш за все, це бажання отримати сучасні знання в сфері управління (68 % до всіх опитаних), можливість проходити практику в органах державної влади (59 % до всіх опитаних), а також можливість отримати після закінчення навчання високооплачувану роботу (50 % до всіх опитаних). Доступна вартість навчання (47 % до всіх опитаних) також стала одним з основних важелів при виборі Інституту.

Які асоціації викликає назва Інституту в опитаних? Перш за все це те, що

Інститут дає можливість отримати високий рівень знань, стати кваліфікованим спеціалістом ( $I_{np}=0,74$ ), а наявність у назві слів «при Президентові України», на думку респондентів, вказує на високий статус Інституту ( $I_{np}=0,42$ ). Також опитані вважають, що навчатися в даному Інституті престижно ( $I_{np}=0,37$ ).

Індекс привабливості (шкала від +1 до -1, де +1 – дуже вагомо; +0,5 – вагомо; 0 – середній рівень вагомості; -0,5 низький рівень вагомості; -1 – дуже низький рівень вагомості) розраховувався за формулою:

$$I_{ваг} = -\left(\frac{X-3}{2}\right), \text{ де}$$

$X$  – середнє значення у розподілі відповідей за даною ознакою.

Основними джерелом інформації про Інститут для опитаних, як і у 2012 р., залишається мережа Інтернет (56 % до всіх опитаних). Також вагомими джерелами є друзі/знайомі (47 % до всіх опитаних), батьки та сайт Інституту (41 та 41% до всіх опитаних; відповідно). Цікаво, що друзі, знайомі та батьки у 2013 році мали більш вагоме значення при отриманні інформації про Інститут у порівнянні з 2012 р. [2-3].

Реклама по телебаченню, радіо, в метро та участь в Інтернет-олімпіаді для школярів взагалі не були відмічені респондентами як джерело інформації про Інститут. А ось виступи представників Інституту за місцем навчання у 2013 р. були більш вагомим джерелом про Інститут у порівнянні з 2012 р. [Там само].

Більше половини респондентів (62 % до всіх опитаних) були знайомі з інформаційними матеріалами (буклетами, рекламними оголошеннями) стосовно прийому на навчання до Інституту. На жаль, незначна частина респондентів (9 % до тих, хто відповіли) вважають, що надана інформація в цих матеріалах була повністю достатньою.

Сайт Інституту, як один із вагомих джерел інформації про Інститут, на думку переважної більшості респондентів (82 % до всіх опитаних), під час вступної кампанії був достатньо інформативним. Половина респондентів (50 % до всіх опитаних) знайомі також із форумом вступників (на сайті Інституту) і

вважають доцільним і надалі підтримувати його роботу (50 % до всіх опитаних).

Для переважної більшості студентів, навчання в Інституті – це, перш за все, можливість стати кваліфікованим спеціалістом ( $I_{зн}=0,88$ ), оволодіти професією управлінця, менеджера ( $I_{зн}=0,87$ ), отримати диплом про вищу освіту ( $I_{зн}=0,84$ ) та отримати якісну вищу освіту ( $I_{зн}=0,80$ ).

Індекс значущості (шкала від +1 до -1, де +1 – дуже вагомо; +0,5 – вагомо; 0 – середній рівень вагомості; -0,5 низький рівень вагомості; -1 – дуже низький рівень вагомості) розраховувався за формулою:

$$I_{знач} = -\left(\frac{X - 3}{2}\right),$$

де  $X$  – середнє значення у розподілі відповідей за даною ознакою.

У переважній більшості студенти орієнтовані на отримання якісної освіти та набуття спеціальності в галузі управління.

Важливою залишається норма Умов прийому до ВНЗ, за якою вступник може подати заяву в паперовій або в електронній формі не більше ніж до п'яти вищих навчальних закладів України та не більше ніж на три напрями (спеціальності) у кожному з них [1].

Переважна більшість респондентів відповіли, що вони подавали заяву та документи щонайменше ще до одного ВНЗ (71 % до всіх опитаних).

Серед двадцяти названих респондентами ВНЗ перше місце посідають такі провідні вузи м. Харкова, як Харківська національна академія міського господарства, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Велику роль у залученні студентів до будь-якого ВНЗ відіграє проведення Дня відкритих дверей. Лише четверта частина респондентів (24 % до всіх опитаних) були присутні на Дні відкритих дверей в Інституті.

Значна частина опитаних (82 % до всіх опитаних) висловили свої побажання щодо удосконалення організації та проведення Дня відкритих дверей в Інституті. Найважливішим під час ознайомлення з майбутнім ВНЗ для

них є інформація про місця працевлаштування випускників Інституту (41 % до всіх опитаних), зміст спеціальностей, переваги Інституту серед інших ВНЗ м. Харкова та інформація про проходження практики студентів в органах влади (35 та 35 % до всіх опитаних; відповідно).

Респондентам також було запропоновано оцінити ефективність конкретних заходів вступної кампанії Інституту. Необхідно зазначити, що отримані результати відображають думки лише тих, хто вже пройшов конкурс та вступив до Інституту 2013 р.

Отже, найефективнішими, на думку студентів, виявилися такі заходи, як проведення Дня відкритих дверей ( $I_{ef}=0,68$ ), розміщення правил прийому на сайті Інституту ( $I_{ef}=0,66$ ), та організація виступів викладачів Інституту в школах ( $I_{ef}=0,53$ ). Достатньо ефективним сьогоднішні студенти вважають такий захід вступної кампанії, як організація виступів студентів ФСЕУ перед випускниками шкіл та проведення виїздів агітбригади до шкіл ( $I_{ef}=0,50$ , відповідно). Низьку ефективність, на думку студентів першого курсу ФСЕУ, мали такі заходи, як розміщення реклами в наземному транспорті ( $I_{ef}=-0,09$ ) та в метро ( $I_{ef}=-0,16$ ).

Індекс ефективності (шкала від +1 до -1, де +1 – дуже висока ефективність; +0,5 – висока ефективність; 0 – середній рівень ефективності; -0,5 – низький рівень ефективності; -1 – вкрай низький рівень ефективності) розраховуємо за формулою:

$$I_{ef} = -\left(\frac{X - 3}{2}\right),$$

де  $X$  – середнє значення варіантів відповіді.

Окремо варто визначити оцінку респондентами різних джерел інформації щодо вступу до вищих навчальних закладів.

Відповідно до розрахованих індексів вагомості кожного джерела інформації, найбільш вагомими, на думку студентів Інституту, є його сайт ( $I_{ваг}=0,47$ ), батьки ( $I_{ваг}=0,46$ ) (можливо це пов'язано з тим, що батьки також навчалися в Інституті: половина респондентів (53 % до всіх опитаних) вказали



на факт навчання в Інституті своїх батьків, родичів), та форум Інституту ( $I_{ваз}=0,43$ ).

Найменш вагомими джерелами отримання інформації про ВНЗ, на думку студентів Інституту, є керівництво, викладачі школи ( $I_{ваз}=-0,27$ ), радіостанції ( $I_{ваз}=-0,39$ ) та реклама в метро ( $I_{ваз}=-0,42$ ).

Індекс вагомості (шкала від +1 до -1, де +1 – дуже вагоме; +0,5 – вагоме; 0 – середній рівень вагомості; -0,5 – низький рівень вагомості; -1 – вкрай низький рівень вагомості) розраховуємо за формулою:

$$I_{ваз} = -\left(\frac{X-3}{2}\right),$$

де  $X$  – середнє значення варіантів відповіді.

Переважає більшість студентів першого курсу (85 % до всіх опитаних) задоволені навчанням в Інституті.

Перед навчанням у респондентів склалося певне враження щодо майбутнього процесу навчання, його змісту та поза навчального часу в Інституті. Чи справдилися їх очікування за півтора місяця навчання в Інституті?

На думку респондентів, їх очікування співпадають з реальним за всіма позиціями:

- організація навчального процесу;
- зміст навчання;
- забезпечення навчально-методичними матеріалами;
- ефективність навчання.

Менше за все очікування респондентів збігаються з реальним з питань організації поза навчального часу ( $I_{снів}=0,28$ ).

Індекс зіставлення (шкала від +1 до -1, де +1 – збігається; +0,5 – скоріше збігається; 0 – десь збігається, десь не збігається; -0,5 – скоріше не збігається; -1 – не збігається) розраховуємо за формулою:

$$I_{снів} = -\left(\frac{X-3}{2}\right),$$

де  $X$  – середнє значення варіантів відповіді.

Найбільш улюбленими предметами (дисциплінами) в Інституті для

студентів першого курсу є іноземна мова (20 % до тих, хто відповіли), українська мова (14 % до тих, хто відповіли) та право (11 % до тих, хто відповіли).

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити наступні узагальнюючі висновки. Вступаючи до Інституту на ФСЕУ за напрямками «Менеджмент» й «Управління персоналом та економіка праці», майже половина респондентів хотіли б реалізувати себе у сфері «державного управління». Свою майбутню спеціальність вони обирали з огляду на можливість самореалізації в цій сфері та перспективи працевлаштування. Не є вагомим для опитаних респондентів при виборі спеціальності такі фактори як приклад друзів/знайомих, реклама та сімейні традиції.

Третина респондентів рішення щодо вибору майбутньої спеціальності та ВНЗ приймали, за їх словами, в першому півріччі останнього року навчання в школі, четверта частина опитаних рішення щодо вибору майбутнього спеціальності приймала після отримання результатів зовнішнього незалежного оцінювання.

Серед факторів, які впливали на рішення майбутніх студентів щодо вибору ВНЗ, найбільш значущими, за результатами опитування, є престиж ВНЗ, рекомендації батьків, кваліфікований професорсько-викладацький склад, та можливість стажування за кордоном. Вагомість порад батьків, родичів під час вибору ВНЗ пояснюється тим, що у половини опитаних в Інституті навчались батьки, родичі, друзі, знайомі.

На вибір респондентами Інституту, перш за все, вплинуло бажання отримати сучасні знання в сфері управління, можливість проходити практику в органах державної влади, а також можливість отримати після закінчення навчання високооплачувану роботу.

Назва Інституту, на думку респондентів, вказує на те, що заклад дає можливість отримати високий рівень знань, стати кваліфікованим спеціалістом, а також те, що навчатися в даному Інституті престижно. Наявність у назві слів «при Президентіві України» вказує на високий статус Інституту.

Для переважної більшості опитаних студентів навчання в Інституті – це, перш за все, можливість стати кваліфікованим спеціалістом, оволодіти професією управлінця, менеджера, отримати диплом про вищу освіту та отримати якісну вищу освіту.

Основними джерелами інформації про Інститут для опитаних були мережа Інтернет, сайт Інституту, друзі/знайомі та батьки.

Більше половини респондентів були знайомі з інформаційними матеріалами (буклетами, рекламними оголошеннями) стосовно прийому на навчання до Інституту. Нажаль, незначна частина респондентів вважають, що надана інформація в цих матеріалах була повністю достатньою.

Найбільш важливою інформацією, яку респонденти хотіли б отримати від викладачів Інституту, що відвідують загальноосвітні середні навчальні заклади, є інформація про працевлаштування, загальна інформація про Інститут, інформація про навчання в Інституті.

Найефективнішими, за результатами опитування, виявилися такі заходи вступної кампанії, як проведення Дня відкритих дверей, розміщення правил прийому на сайті Інституту, та організація виступів викладачів Інституту в школах. Низьку ефективність, на думку студентів першого курсу ФСЕУ, мали розміщення реклами в наземному транспорті та в метро.

З метою вдосконалення організації та проведення Дня відкритих дверей в Інституті респонденти вважають за потрібне надавати інформацію про місця працевлаштування його випускників, зміст спеціальностей та переваги Інституту серед інших ВНЗ м. Харкова, а також важливою для них є інформація про практику студентів в органах влади.

Достатньо ефективним сьогоднішні студенти вважають такий захід вступної кампанії, як організація виступів студентів ФСЕУ перед випускниками шкіл та проведення виїздів агітбригади до шкіл.

Робота членів приймальної комісії задовольнила майже всіх студентів-першокурсників. Серед недоліків роботи приймальної комісії респонденти вказали на недостатність інформації стосовно процедури подачі документів та

великі черги до представників приймальної комісії.

Переважна більшість опитаних подавали заяву та документи щонайменше ще до одного ВНЗ. Найбільше користувалися попитом Харківська національна академія міського господарства, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Переважна більшість студентів задоволені навчанням в Інституті. Їх очікування загалом співпадають з наявним. До найбільш улюблених предметів (дисциплін) в Інституті студенти першого курсу відносять іноземну та українську мови, право.

Відповідно до результатів дослідження, під час проведення профорієнтаційних робіт необхідно звертати увагу на представлення Інституту школярам через сайти шкіл, бо саме Інтернет залишається основним джерелом інформації.

Результати здійсненого аналізу можуть бути використані в подальшому для проведення ефективної вступної кампанії до ВНЗ та залучення абітурієнтів до навчання. Тому моніторинг мотивів вибору майбутніми студентами спеціальності та ВНЗ потребує постійної уваги науковців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про затвердження Умов прийому до вищих навчальних закладів України у 2013 році [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)

2. Ваш вибір спеціальності та Інституту: звіт за результатами соціологічного опитування / Інформаційно-аналітичний відділ управління координації наукових досліджень та інформаційно-аналітичної роботи ХарPI НАДУ. – X., 2013. – 55 с.

3. Ваш вибір спеціальності та Інституту: звіт за результатами соціологічного опитування / Інформаційно-аналітичний відділ управління координації наукових досліджень та інформаційно-аналітичної роботи ХарPI НАДУ. – X., 2012. – 59 с.

***Кузнецов А. О., Калинкина Н. В., Герасименко А. Г., Иванова Л. А., Приживара С. В.*** Будущая специальность и высшее учебное заведение: мотивация выбора.

Проанализированы факторы, которые влияют на выбор специальности и ВУЗа выпускниками средних учебных заведений, определен период, на протяжении которого будущие студенты принимают решение о выборе специальности и ВУЗа, выявлены формы и пути получения абитуриентами информации об обучении.

**Ключевые слова:** специальность, ВУЗ, выпускники средних учебных заведений, факторы выбора.

*Kuznetsov A. O., Kalinkina N. V., Gerasimenko A. G., Ivanova L. A., Prizhyvara S. V.*

**Key words:**