

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна (Республіка Польща)

Академія техніко-гуманітарна (Республіка Польща)

IBM Canada, м. Торонто (Канада)

Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку

Національної академії наук України", м. Київ (Україна)

Парламент Ізраїлю, м. Єрусалим (Держава Ізраїль)

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» (Україна)

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

Технічний університет –Варна (Республіка Болгарія)

Університет “Проф. д-р Асен Златаров”, м. Бургас (Республіка Болгарія)

Університет Торонто (Канада)

УО «Вітебський державний технологічний університет» (Республіка Білорусь)

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції

імені проф. Балацького О. Ф.

(Суми, 11–12 травня 2016 р.)

У двох томах

Том 2

Суми

Сумський державний університет

2016

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВИБІР АБІТУРІЄНТАМИ ВНЗ ТА СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

проф. Ілляшенко С.М., студенти гр.МК-31 Старків І.Л., Неділько М.В.,
Конопелько Г.М.

Сумський державний університет (Україна)

На сьогоднішній день на ринків освітніх послуг поширеним явищем є конкуренція ВНЗ, щодо залучення максимальної кількості числа абітурієнтів. Тому важливим аспектом як вчасне реагування на зміни споживчих запитів абітурієнтів.

Метою даного дослідження є визначення та перевірка в реальних умовах головних факторів при виборі спеціальностей та ВНЗ випусника. Враховуючи сучасні реалії, на нашу думку, пріоритетними факторами при виборі ВНЗ є наявність бюджетних місць, а також імідж ВНЗ і його диплома. Що до спеціальності, то основними чинниками буде престижність та доходи фахівців у даній галузі. Найважливіший вплив на вибір потенційного студента роблять їх батьки.

Для отримання достовірної інформації використовували метод безпосереднього опитування вибірки школярів випускних класів міста Суми, а також закладів що надають повну середню освіту. Вибірка даного дослідження була сформована репрезентативною кількістю респондентів визначена пропорційна частці учнів {студентів} випускних класів у загальній кількості осіб, що отримують середню освіту в місті Суми. За допомогою такого підходу можна точно оцінити визначальні мотиви при вступі до конкретного вузу.

Результати дослідження показали що 90% випускників будуть вступати до ВНЗ. Пріоритетними факторами, що визначають їх вибір є наявність бюджетних місць конкретних спеціальностей підготовки, а також імідж ВНЗ і його диплома. Що до факторів, які визначають вибір спеціальностей, головну роль дає можливість працевлаштування та інтерес до спеціальності. Додатковими факторами є поради батьків та викладачів ВНЗ. А найбажанішими спеціальностями є гуманітарні, ІТ та економічні. Також важливим було визначення ставлення респондентів до економічних спеціальностей. Було отримано, що найбільш популярною є спеціальність менеджера.

Отже, можемо сказати, що дане дослідження дозволяє охарактеризувати фактори, які є пріоритетними для споживачів на ринку освітніх послуг на ринку міста Суми. Отримані результати дозволяють сформувати ефективну систему профорієнтаційних заходів, підвищити ефективність і забезпечити адресність заходів комплексу маркетингу освітніх послуг конкретних ВНЗ.

1. Жарська І. О Сучасний стан і тенденції ринку освітніх послуг в Україні: статистичні оцінки / І. О. Жарська, В. М. Неткова // Статистика України. – 2014. – № 2. – С. 45-51.

2. Ілляшенко С.Н. Анализ проблем восприятия абитуриентами специальности "Маркетинг" (на примере Сумской области) / С.Н. Ілляшенко, М.Ю. Карпищенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. Т. 2. – С. 21–27.