

Czynniki wpływające na wybór studiów - Raport Newspoint

Newspoint przeprowadził dokładną analizę wpisów w polskim internecie na portalach i platformach social media, na przestrzeni całego 2018 roku, o tym, czym się kierować przy wyborze studiów. Analiza automatyczna została wzbogacona o pogłębioną analizę manualną. Do badania wykorzystano próbę n=1100 pasujących kryteriami postów. Badano również płeć autora komentarza czy publikacji, jego status, datę wpisu, preferowany rodzaj studiów. Dodatkowo przebadano też zainteresowanie konkretnymi uczelniami.

Wszystkie wyszukane wpisy i komentarze (cechy szczegółowe) dotyczące opinii internautów na temat preferencji, jaki kierunek studiów wybrać udało się pogrupować i przyporządkować do 7 następujących głównych kategorii (cechy ogólne):

- Wpływ otoczenia
- Zawody/profesje/praca
- Predyspozycje
- Pomoc specjalistów i doradców zawodowych
- Marketing, PR i opinie o uczelni
- Oferta programowa uczelni
- Udogodnienia i koszty

Kategorie główne obejmowały najczęściej takie cechy szczegółowe:

WPŁYW OTOCZENIA: tradycje rodzinne, ambicje rodziny, wpływ kolegów, znajomych, opinii internetowych.

ZAWODY: prestiż przyszłego zawodu, zarobki w zawodzie, łatwość znalezienia pracy w zawodzie.

PREDYSPOZYCJE: zainteresowania i pasje, uzdolnienia, osobiste ambicje, charakter, temperament i kompetencje kandydata.

DORADCY ZAWODOWI: pomoc doradców zawodowych, testy predyspozycji zawodowych.

MARKETING I PR: pomoc biura karier, opinia o uczelni, prestiż, decyzje pod wpływem reklamy, marketingu, miejsce w rankingach uczelni.

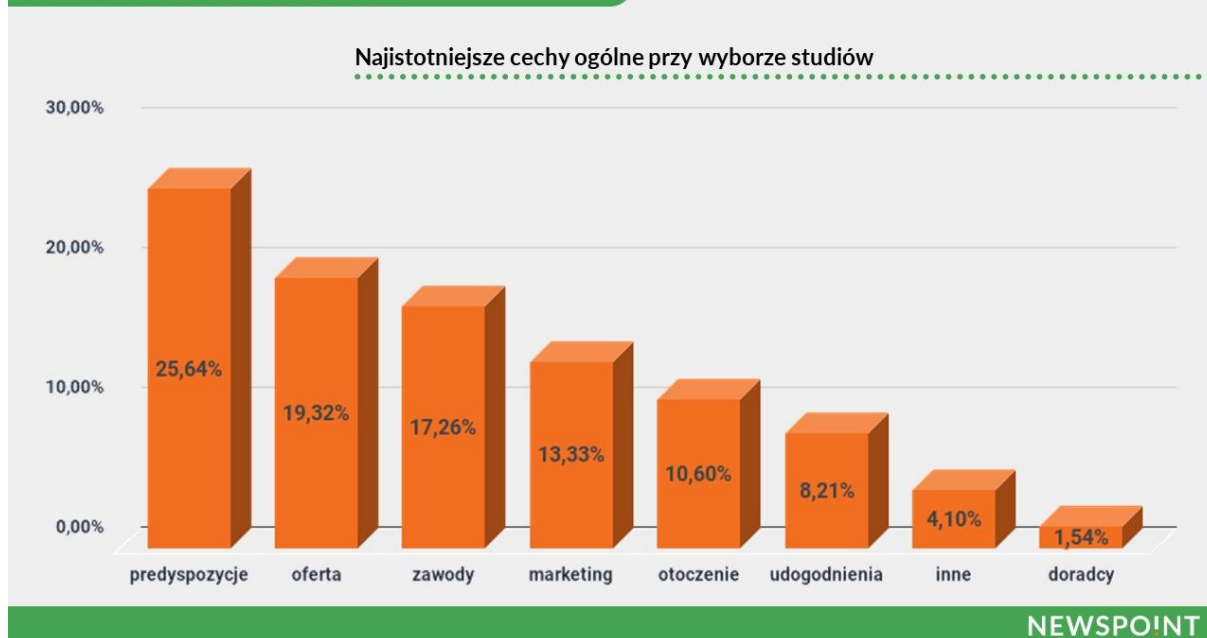
OFERTA: oferta programowa, wybrany kierunek tylko na niektórych uczelniach, poziom nauczania na uczelni, kontakty zagraniczne uczelni i możliwość zagranicznych staży/praktyk, wyposażenie na uczelni, nowoczesne oprzyrządowanie, laboratoria, komputery..., łatwość dostania się, próg wejścia, liczba kandydatów na 1 miejsce,

łatwość ukończenia studiów, wielkość uczelni, możliwość nauki języków obcych, studiowanie w obcym języku, lokalizacja uczelni.

UDOGODNIENIA: wysokość czesnego, akademiki, koszty akademika, potrzeba łączenia pracy ze studiami, elastyczność planu zajęć.

INNE: najczęściej brak czynnika, ale wypowiedź dotyczyła innych wskazówek.

5. KRYTERIA OGÓLNE

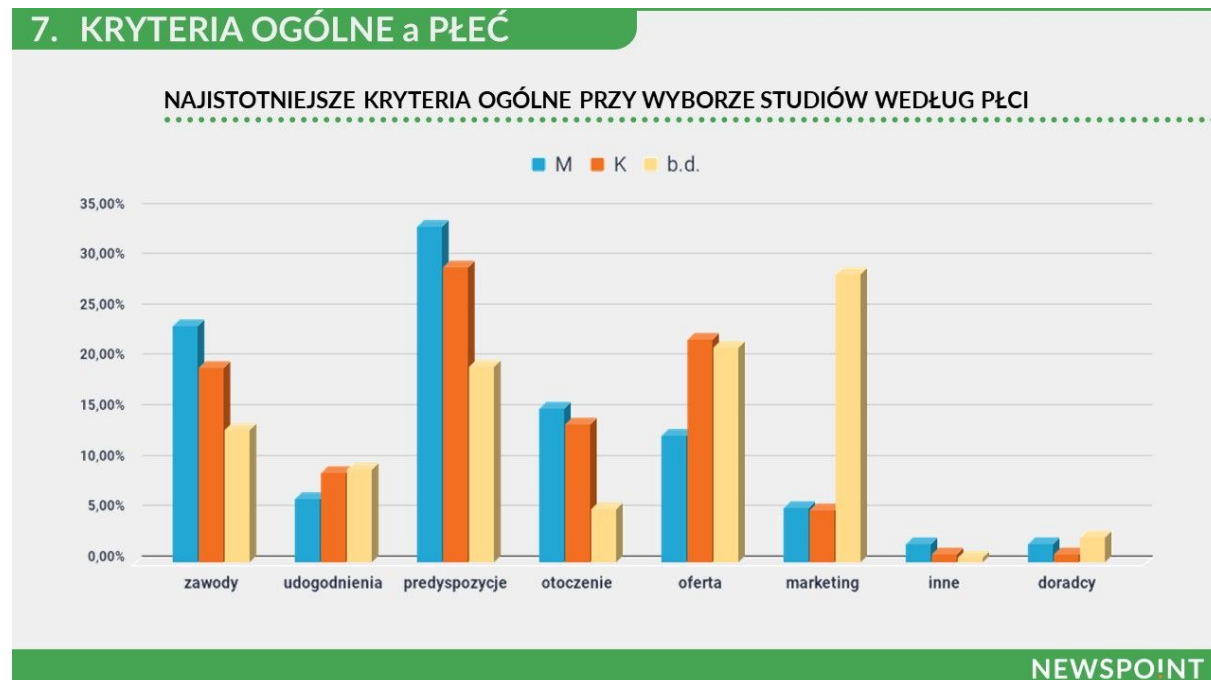


Zdecydowanym liderem kategorii głównych zostały **PREDYSPOZYCJE**, jakie posiada kandydat (25,64%). Uzdolnienia, pasje i kompetencje są najważniejszymi czynnikami, które decydują o wyborze studiów. **Na drugim miejscu uplasowała się OFERTA uczelni (19,32%)**, niezwykle ważna cecha, na którą najczęściej kładą nacisk marketerzy w materiałach promocyjnych. **Trzecia kategoria – ZAWODY – zebrała ponad 17,26%** i w większości poświęcona jest komentarzom dotyczącym pracy i zarobkom po danym kierunku studiów. **MARKETING I PR** uczelni zajmuje czwartą pozycję (13,33%), co pokazuje, że tradycyjne reklamy, PR i wizerunek nie są priorytetowym czynnikiem w wyborze uczelni przez zainteresowanych. Rady rodziców, przyjaciół oraz internautów (wskazówki **OTOCZENIA**) nie mają tak dużej siły, jak mogłoby się na pozór wydawać - 10,60% internautów opiera na nich swój wybór.

Ciekawe wnioski wysnuto bez grupowania cech szczegółowych w kategorie ogólne. **Zdecydowanym numerem jeden okazały się zainteresowania kandydata (prawie 19%)**. Na drugim miejscu znalazła się **łatwość w znalezieniu pracy po studiach (prawie 12%)** oraz trzecie to **wpływ reklam i działań PR uczelni (niecałe 10%)**. W oczach kandydata konkretny kierunek studiów wciąż ma bardzo silne korelacje z podjęciem konkretnych profesji i zajął czwarte miejsce. Kolejna w rankingu oferta programowa

wciąż pełni ważną funkcję w kreowaniu świadomości o uczelniach i jest ważnym czynnikiem decydującym o wyborze studiów.

7. KRYTERIA OGÓLNE a PŁEĆ



Analiza Newspoint obejmowała też kryteria wyboru w podziale na płeć komentujących. Najistotniejsze dla obu płci były predyspozycje i zainteresowania kandydata. W obu przypadkach poza TOP 5 wypadł marketing uczelni, do którego zachęcały głównie wpisy, w których rozróżnienie płci było niemożliwe. U mężczyzn zdecydowanie większy nacisk kładło się na atrakcyjność zawodu i zarobki po ukończeniu studiów, a dużo mniej istotna była oferta programowa. U kobiet natomiast oferta uczelni jest dużo ważniejsza.

Po więcej informacji na temat cech szczegółowych w podziale na płeć, jakich autorów postów rozróżniono i jakimi oni się kierowali kryteriami, jaki był rozkład publikacji w czasie i ich źródła, jaki był buzz medialny o poszczególnych, czołowych uczelniach z rankingu Perspektyw zapraszamy do pobrania pełnego Raportu Newspoint: <https://blog.newspoint.pl/index.php/2019/05/28/czynniki-wplywajace-na-wybor-stud-iow-raport/>