

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

07
2023
#14(38)

Научные Высказывания

ИЗОБРЕТЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА: ЛАЗЕР

Научные высказывания

Сетевой научный журнал открытого доступа
2023 • № 14(38)

Издается с сентября 2021 г.

Выходит два раза в месяц.

ISSN:2782-3121

Научные статьи, поступающие в редакцию, перед опубликованием рецензируются редакционным советом. Материалы публикуются в авторской редакции.

Авторы несут ответственность за содержание статей, за достоверность приведенных в статье фактов, цитат, статистических и иных данных, имен, названий и прочих сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

© Авторы статей, 2023

© Редакция журнала «Научные высказывания», 2023

Мотивация участия студентов Нижнего Новгорода в карьерных мероприятиях

Ильина Елизавета Николаевна

Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского
г. Нижний Новгород, Россия
магистрант
E-mail: e.n.ilyina@unn.ru

Климец Евгения Олеговна

Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского
г. Нижний Новгород, Россия
заведующий сектором
информационного сопровождения и мониторинга
Центра карьеры
E-mail: klimets@unn.ru

Аннотация: в статье изложены результаты онлайн-исследования оценки особенностей мотивации участия студентов Нижнего Новгорода в карьерных мероприятиях, а также анализ данного вопроса через призму теории ожиданий В.Врума. Статья будет полезна сотрудникам Центров карьеры вузов и иным подразделениям, занимающимся вопросами вовлечения студентов в карьерные мероприятия.

Ключевые слова: карьерное мероприятие, мотивация, теория ожиданий

Сегодня Нижний Новгород заслуженно носит звание молодёжной столицы. «На начало 2023-го в регионе проживает порядка 805 тысяч человек, вышедших из подросткового возраста, но еще не отметивших свое тридцатипятилетие — это свыше 25% всего населения области. Более 346 тысяч молодых людей живут в Нижнем Новгороде» [1]. Таким образом, согласно статистике, представленной на сайте Стратегии развития Нижегородской области, более четверти жителей области — молодые люди.

Значительную часть молодых людей Нижегородской области составляют учащиеся вузов, академий и пр. Иными словами — молодые люди, обучающиеся по программам высшего образования. Данная социальная группа на своем пути встречается с трудностями при трудоустройстве после окончания учебного заведения. Эта проблема вытекает, в первую очередь, из того факта, что, при составлении образовательных программ часто не учитывается запрос работодателя на определенный перечень компетенций, которыми потенци-

ально должен обладать выпускник по окончании обучения.

Причина отсутствия тесной связи «вуз-работодатель» может таиться в том, что образовательные учреждения по сей день остаются достаточно закрытой системой со своими традициями и подходами. Отсутствие данной связи также приводит к дополнительному спектру проблем — трудности с распределением на производственную практику. Однако, в условиях современных трансформаций рынка труда, учебным заведениям следует становиться более гибкими.

В данном случае потенциальное решение проблемы представляется в виде тесного взаимодействия учебного заведения с работодателем. Формы такого взаимодействия могут быть различными: целевой набор, совместное составление программы обучения с работодателями, заключение соглашений с работодателями о сотрудничестве с заранее определенным кадровым резервом из числа обучающихся конкретного образовательного учреждения/ конкретного направления подготовки и пр. Но, прежде всего, речь идет о повсеместных карьерных мероприятиях, проводимых совместно с работодателями. Весной 2023 года сотрудниками Центра карьеры ННГУ им. Н.И. Лобачевского был проведен опрос студентов Нижнего Новгорода на предмет выявления причин, по которым студенты участвуют или же не участвуют в карьерных мероприятиях.

Под карьерными мероприятиями мы понимаем мероприятия, направленные на знакомство с профессией и потенциальными работодателями.

В онлайн-исследовании приняли участие 105 респондентов-учащихся вузов Нижнего Новгорода. Среди респондентов 51,4% ранее уже принимали участие в карьерных мероприятиях, 48,6 % никогда ранее не принимали участие в подобных мероприятиях.

Среди наиболее частых причин непосещения карьерных мероприятий студенты называют неосведомленность о наличии подобного рода мероприятий. Вариант ответа «Не слышал о таких» выбрали 24,8% опрошенных респондентов. При этом, более половины участников опроса (52,4%, Таблица 2) считают, что данные мероприятия полезны для будущей карьеры и для общего развития, бесполезными же карьерные мероприятия считают только 1,9% опрошенных студентов (Таблица 1).

Таблица 1. Причины, по которым студенты не посещают карьерные мероприятия, %

посещали мероприятия	46,7
не слышали о таких	24,8
не было интересных конкретно для них, по их специальности	8,6
было лень	6,7
жалко тратить на них время	3,8
никто из друзей не пошел, одному идти не хотелось	3,8
другое	3,8
кажется, что мероприятия бесполезны	1,9

Это говорит о том, что присутствие работодателей и центров карьеры в информационном поле студентов должно быть более активным.

При этом необходимо помнить и о содержании карьерных мероприятий. Так, интересная программа (спикеры, мастер-классы) привлекает 46,7% опрошенных.

Таблица 2. Что привлекает участников карьерных мероприятий, %

мне кажется, это полезно для моей будущей карьеры, для общего развития	52,4
интересная программа, интересные спикеры, мастер-классы	46,7
привели группой от университета, но я остался доволен участием	30,5
искал работу, стажировку, место для прохождения практики	26,7
собирал контакты работодателей для дальнейшего трудоустройства (нетворкинг)	25,7
хотелось встретиться с конкретным работодателем и пообщаться	22,9
привели группой от университета, но на мероприятии мне не понравилось	9,5

Практика вузов использовать «административный ресурс» оказывается не так плоха при условии качественного содержания мероприятия. Около трети опрошенных респондентов отметили, что несмотря на то, что на мероприятие их «привели группой», они остались довольны своим участием в нем. Однако, у одной десятой части опрошенных

все же остались негативные впечатления от подобного «административного» участия. Поэтому привлечение таким образом студентов к участию в карьерном мероприятии ни в коем случае не должно быть массовым и/или единственным вариантом.

Довольно часто вузами в рамках карьерных мероприятий используется формат «стендовой сессии» — когда некоторое количество организаций-потенциальных работодателей собираются в одном помещении, и каждая организация имеет свою зону (как правило, состоящую из рабочего стола и корпоративного роллапа/баннера) для взаимодействия со студентами-участниками мероприятия. Интересно, что несмотря на то, что студенты посещают мероприятия в формате «стендовой сессии», чуть менее 40% опрошенных студентов при этом не подходят к работодателям и никак с ними не взаимодействуют (Таблица 3). А если и подходят для общения, то как правило к тем, к кому заранее хотели подойти и пообщаться (17,1%) или же выбирая работодателя случайно (14,3%). Оформление рабочего стенда при этом также может иметь свое небольшое, но значение. Суммарно 9,6% опрошенных студентов отметили, что подошли к работодателю, у которого был ярко оформленный стенд (6,7%) и интересная программа взаимодействия (розыгрыши призов, интерактив, игры и др. — 2,9%).

Таблица 3. Мотивы взаимодействия с работодателем на мероприятии, %

не подходил ни к кому, не общался	38,1
заранее знал, к кому хочу подойти и пообщаться	17,1
в случайном порядке	14,3
подходил к тем организациям, которые у всех на слуху, знамениты	7,6
подходил к тем, у кого был интереснее стенд (яркое оформление, много раздаточного материала, фирменной продукции)	6,7
подходил к тем, кто был более свободен (меньше студентов находилось рядом)	6,7
подходил к тем, кого еще не знаю	3,8
подходил к тем, кто был более популярен (больше студентов находилось рядом)	2,9
подходил к тем, кто активнее приглашал студентов к участию (розыгрыши, лотереи, интерактив, игры)	2,9

Формат взаимодействия, который больше всего нравится студентам — это формат экскурсий на предприятия (Таблица 4). Так ответили 29,5% респондентов. Формат стендовой сессии, который мы описали выше, находится на втором месте по приоритетности (21%). Любят посещать мастер-классы и лекции 20 % респондентов. Интересно, что онлайн мероприятия любят посещать только около 2% студентов. Возможно, сказывается эхо пандемии, когда формата «онлайн» было слишком много в повседневной жизни студентов. Либо же формат сам по себе не кажется студентам привлекательным и эффективным (в отличие от очного присутствия на мероприятиях).

Таблица 4. Приоритетные формы карьерных мероприятий, %

в формате экскурсии на предприятие / в компанию	29,5
в формате стендовой сессии (много разных работодателей в одном месте, которые рассказывают о компании, проводят всякие активности рядом со стендами)	21,0
в формате мастер-классов, лекций	20,0
в формате больших форумов, где присутствуют разные формы взаимодействия	16,2
никакие	8,6
в формате презентации одной компании	2,9
онлайн мероприятия	1,9

Подводя итоги стоит отметить, что согласно теории ожиданий Виктора Врума [2], принимая решение, человек всегда стоит перед выбором из множества вариантов и отдает предпочтение тем действиям, которые позволят, во-первых, достичь нужного результата наиболее эффективным образом (с наименьшими затратами усилий или времени), либо во-вторых, достичь более высоких показателей. Иными словами, принимая решение о том, посещать ли карьерное мероприятие, студент проходит через стадии оценки его полезности для себя:

1. Насколько реально данное мероприятие поможет достичь цели (согласно нашему исследованию, каждый из студентов эту цель может обозначать для себя как «полезно для будущей карьеры», или «пообщаться с конкретным работодателем», или иным образом).

2. Сколько труда придется вложить в достижение цели (насколько энерго- и ресурсозатратно будет посетить конкретное карьерное мероприятие в конкретный момент времени).
3. Реально ли добиться желаемого результата (получить удовлетворение по завершении процесса достижения цели). Если, например, студент идет на мероприятие в поисках работы/стажировки, получит ли он удовлетворение от полученного результата взаимодействия с работодателем, оправдаются ли его ожидания относительно предложенных вариантов работы?

Таким образом, работают три принципа.

- Принцип 1: связь между затратами и результатом. Даже если студент очень сильно заинтересован в достижении определенной цели, вряд ли он предпримет хоть какие-то шаги, если будет уверен, что результат недостижим. Необходимо показывать практикоориентированность карьерных мероприятий, отвечающих целям студентов.
- Принцип 2: связь между достигнутым результатом и полученным вознаграждением. Если по мнению студента, участие в карьерном ме-

роприятии не приносит достаточного вознаграждения, он вряд ли примет в нем участие. Участие в мероприятии должно подкрепляться для участника дополнительными бонусами (например, сертификаты, которые можно вложить в портфолио, и это даст возможность претендовать на обычную или повышенную стипендию, возможность получить зачет в рамках какого-либо профильного семинарского занятия и др.)

- Принцип 3: связь между вознаграждением и удовлетворением от него. Врум назвал эту степень удовлетворения «валентностью». Каждого студента мотивируют свои факторы. Индивидуальный подход и возможность выбора вознаграждения повысила бы уровень мотивации к посещению мероприятия.

Принимая во внимание результаты исследования и понимая логику принятия студентами решений, Центры карьеры смогут эффективнее выстраивать свою работу с целевой аудиторией, а также смогут консультировать потенциальных работодателей относительно предпочитаемых студентами способах взаимодействия.

Литература

1. Стратегия развития нижегородской области. Курс на молодёжь: как Нижегородская область за 5 лет стала привлекательнее для нового поколения (25 января 2023). Доступ через: https://strategy.government-nnov.ru/ru-ru/longread/novoe_pokolenie (Дата обращения 03.07.2023)
2. Шапиро С.А. Основы трудовой мотивации: учебное пособие / С.А. Шапиро. — М.: КНОРУС, 2016 — С. 133–143.