

УДК 316.77

О.П. Бурко, Ю.Д. Данилов  
Брестский государственный технический университет,  
г. Брест, Республика Беларусь

## **Исследование мотиваций использования сети интернет студентами факультета электронно-информационных систем Брестского государственного технического университета**

В статье анализируются результаты прикладного социологического исследования мотиваций использования ресурсов Интернет студентами факультета электронно-информационных систем Брестского государственного технического университета (БрГТУ). Авторы формулируют ряд выводов о доминирующих видах мотивации и их динамике, на примере сравнения результатов опроса студентов БрГТУ разных периодов обучения, а также их сопоставления с данными, полученными в ходе исследований, проведенных за рубежом. Научная новизна исследования состоит в расширении и дополнении уже известных данных и их сопоставлении с результатами, зафиксированными при изучении иных классов объектов (выборки).

The article analyzes the results of applied sociological research motivations of Internet resources by students of the Faculty of electronic information systems Brest State Technical University.

The authors formulate a number of conclusions about the dominating kinds of motivation and dynamics, by comparing the results of a survey of student's different periods of study of Brest State Technical University, as well as their comparison with the data obtained in the course of studies abroad. The scientific novelty of the research is to extend and complement the already known data and their comparison with the results recorded during the study of other classes of objects (samples).

*Введение.* Компьютерные технологии и Интернет прочно стали неотъемлемым атрибутом учебной и профессиональной деятельности. В ряде исследований отмечается, что наиболее интенсивно мотивация к использованию Интернет-пространства и информационных ресурсов развивается в период обучения в вузах. Именно в это время многие студенты не только используют Интернет для получения учебной информации, но впервые пробуют реализовывать проекты, связанные с получением профессиональных навыков и даже ведением бизнеса.

Исследование мотивации студентов по применению Интернет-ресурсов для профессионального развития и занятий бизнесом ведется специалистами различных профилей, в том

числе социологами и психологами. Это не случайно, потому что современная молодежь проводит в Сети значительное количество времени, иногда в ущерб своему здоровью и не всегда в связи с решением учебных задач. Большая часть времени, проведенного ей в Сети, используется для общения, то есть удовлетворения потребностей, формирующих мотивы аффилиации. На постсоветском пространстве такие исследования были инициированы еще в середине 1990-х годов российскими специалистами А.Е. Войскунским, О.Н. Арестовой и Л.Н. Бабаниным, однако, при их проведении рассматривались только общие вопросы демографической и социопсихологической динамики, а студенчество, как особая социальная группа, вообще не изучалось [1].

*Основная часть.* На данный момент накоплен определенный опыт исследования мотивации студентов в использовании Интернета, как эффективного ресурса для профессионального развития, успешной учебы и для приобщения к практической бизнес-деятельности. В качестве методологической основы, в большинстве из них принимается утверждение, сформулированное представителями научной школы А.Н. Леонтьева, согласно которому мотивация понимается как иерархичная система. В трудах Т.О. Гордеевой, А.Е. Войскунского, Ж. Нюттена, Д.А. Леонтьева отмечается, что наиболее актуальным при проведении таких исследований является вопрос получения объективных данных и выделения критериев, позволяющих адекватно судить о типах мотивации, позволяющих с научных позиций выполнять их диагностику [2].

В качестве одного из возможных путей решения данной проблемы предлагается использовать возможности функционального анализа, позволяющего подробно и непредвзято изучить влияние мотивов на некоторые конкретные подструктуры деятельности [3]. В частности, важной формой проявления направляющей функции мотивации представляется ориентация деятельности студентов на внешнюю предметную область, то есть на конкретную ситуацию, в данном случае — получение полезной для учебы информации и, в конечном счете, — получения профессиональных навыков.

Не менее важной является оценка мотивации, как полученного конечного результата, инициирующего ту или иную практическую деятельность, а также всех обстоятельств, которые привели к нему. Как правило, эта функция может проявляться, как в рациональной вербальной, так и в невербальной форме,

поэтому объективно оценить ее бывает весьма сложно. В то же время, при исследовании мотивации студентов наибольший интерес представляют именно субъективные оценки той роли, которую сыграли применяемые ресурсы и инструменты для достижения поставленных целей. Таким образом, изучение мотивации студентов по использованию Интернета, предполагает выяснение следующих вопросов:

- какие конкретные цели изначально ставились ими во время пребывания в Сети: получение информации, первичное приобретение профессиональных знаний и навыков или реализация уже имеющихся с целью заработка.

- какие конкретные потребности и мотивы возникают и развиваются у студентов в процессе повседневного использования Интернет-ресурсов.

Безусловно, указанные вопросы позволяют получить ответы исключительно только о ситуативной мотивации, но, вместе с тем, они могут стать тем фундаментом представлений, которые в будущем смогут дать ответ на вопрос о характере глубинных личностных мотивационных структурах. С практической точки зрения, исследования, построенные на такой основе, следует рассматривать в качестве пилотных. Целью их является накопление, анализ и интерпретация первичной социологической информации, которую можно будет использовать в ходе дальнейших, более глубоких, аналитических исследований.

Впервые такие исследования в Брестском государственном техническом университете были проведены в 2015 году усилиями социологической лаборатории кафедры социально-политических и исторических наук. В них участвовали студенты различных курсов факультета электронно-информационных систем. Новизна проведенного исследования в том, что выборка (свыше 200 респондентов), формировалась, исходя из начального предположения, что именно у студентов данного факультета мотивационная составляющая по использованию Интернета в качестве эффективного ресурса для профессионального развития будет выражена наиболее ярко. Это предположение базируется на аксиоматическом признании наличия у них осознанного выбора будущей профессии, более квалифицированного владения информационными технологиями и ресурсами Сети, чем у студентов других специальностей, а также уже имеющимся опытом решения различных задач при их помощи. Кроме того, гипотеза исследования состояла в том, что в ходе приобретения

новых профессиональных знаний и навыков, мотивация будет приобретать более взвешенный, осознанный и конкретный характер, то есть дистанцироваться от влияния ситуативных факторов, и более точно отражать глубинные личностные мотивационные факторы.

Исходные предположения нашли свое подтверждение в ходе исследования. В частности, результаты ответов на вопрос «Что повлияло в большей степени на Ваше включение в Сеть»? в соответствии с предложенными вариантами, распределились таким образом:

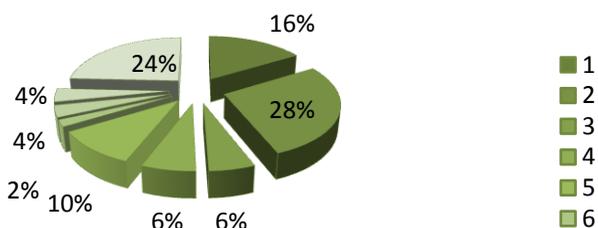


Диаграмма 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что повлияло в большей степени на Ваше включение в Сеть»?

*Примечания: 1) играл много в компьютерные игры дома и в клубах, когда у меня не было Интернета; 2) моя учеба заставляет меня обращаться к Интернет-источникам; 3) поиск новых знакомых и друзей для общения; 4) большое количество свободного времени; 5) мои друзья все в сети; 6) работа; 7) разногласия и конфликты в семье; 8) проблемы со знакомством с девушкой/юношей; 9) возможности быстро найти нужную информацию.*

Таким образом, по совокупному результату (позиции 2, 6, 9), у 58% участников опроса основными мотивами обращения в Интернет стали причины сугубо практического, утилитарного характера: потребность в эффективном источнике информации, помощь в учебе и работе.

В качестве важного материала для анализа использовались также ответы студентов на вопросы: «Как часто Вы выходите в Сеть?» и «Чем для Вас служит Интернет?». Ответы респондентов на первый из них, распределились следующим образом (по предложенным вариантам):

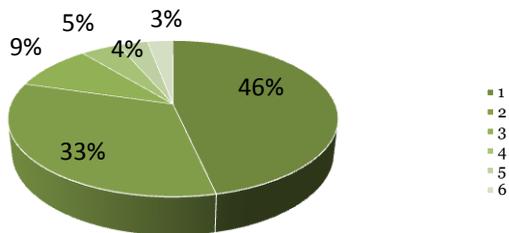


Диаграмма 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы выходите в Сеть?»

Примечания: 1) каждый день на 3-5 часов; 2) каждый день по необходимости ненадолго; 3) 2-3 раза в неделю на 3-5 часов; 4) 2-3 раза в неделю по необходимости ненадолго; 5) раз в неделю не чаще; 6) 2-3 раза в месяц.

При этом, распределение ответов по курсам, выглядит следующим образом.

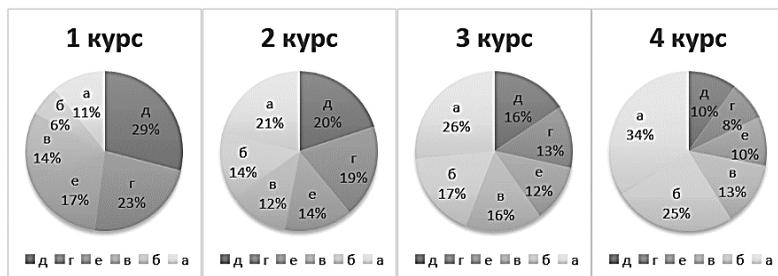


Диаграмма 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы выходите в Сеть?» по курсам обучения студентов

Как видно из диаграмм, время пребывания в сети Интернет увеличивается по мере перехода студентов с курса на курс. Если первокурсников, посещающих различные сетевые ресурсы 3-5 часов, зафиксировано только 11%, то на четвертом курсе таких отмечено уже 34%, то есть более чем в три раза больше. Только 17% первокурсников заявило, что пользуются Интернетом ежедневно, в то время как студентов-четверокурсников, использующих Интернет ежедневно — 59%, то есть почти в 4 раза

больше. Очевидно, что такой результат требует ответа на вопрос, какие мотивы и интересы вызывают данную тенденцию. Для выяснения, участникам исследования было предложено ответить на второй из вышеуказанных вопросов. Полученные ответы, в соответствии с предложенными вариантами, распределились следующим образом.

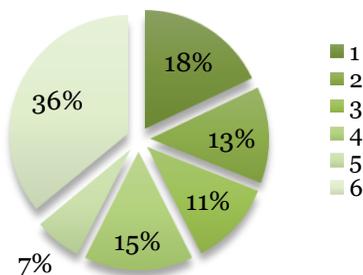


Диаграмма 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Чем для Вас является Интернет?»

*Примечания: 1) источник информации для работы и учебы; 2) источник новостей о жизни общества, страны, города; 3) способ отдохнуть, посмотреть фильмы, послушать музыку; 4) это мой мир, мой досуг, игры, развлечения; 5) это мои друзья, новые знакомства; 6) это часть моей жизни: игра, развлечения, общение, учеба, работа.*

По курсам обучения, результаты опроса распределились в соответствии с диаграммой 5:

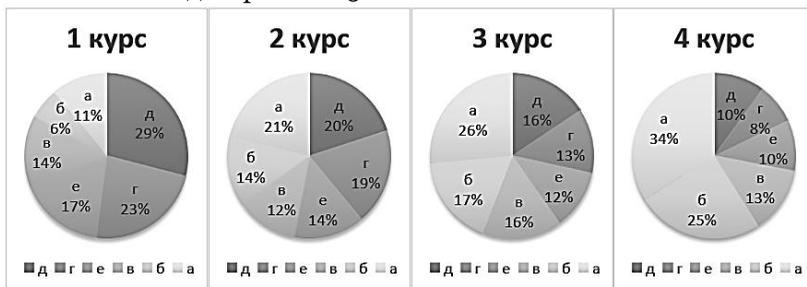


Диаграмма 5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Чем для Вас является Интернет?» по курсам обучения

Значительный интерес с точки зрения целей исследования, представляли ответы студентов на вопрос «Какая часть времени пребывания в сети непосредственно связана с Вашей учебной деятельностью?». В результате опроса студентов разных курсов были получены такие данные:

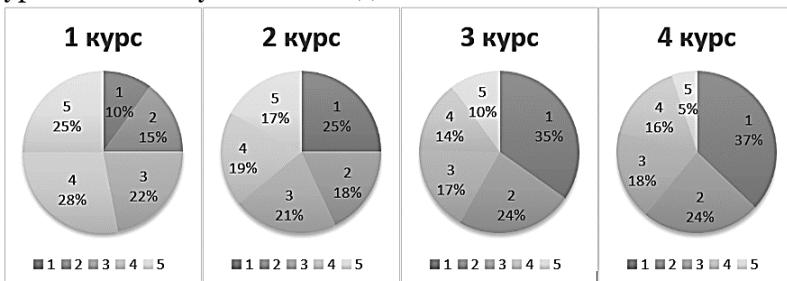


Диаграмма 6. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какая часть времени пребывания в сети непосредственно связана с Вашей учебной деятельностью?»

Примечания: 1) более 80%; 2) 60-80%; 3) 40-60%; 4) 20-40%; 5) менее 20%.

Как видно из диаграммы, количество времени, которое студенты используют для учебных целей в сети Интернет, быстро возрастает при переходе студентов с первого на второй курс, и со второго на третий. Затем эта динамика ослабевает, однако показатель достигает к 4-му курсу максимального и достаточно высокого уровня – 37%. Соответственно, количество тех, кто проводит с учебными целями в Сети менее 20% времени, стабильно уменьшается от курса к курсу — с 25% (1-й курс) до 5% (4-й курс).

Особый интерес данные результаты представляют при их сравнении с данными, полученными в ходе близких по целям исследований. Так, в исследовании «The Internet goes to college», имевшим место в США в 2012 году, организаторами не ставилась задача анализировать результаты в их связи с профилем получаемой студентами специальности. В этом исследовании приняли участие студенты 27 колледжей и университетов [4]. В ходе изучения ответов американских студентов было установлено, что около 42% заявили, что главная цель их присутствия в Сети

— общение. Именно для этого 72% респондентов ежедневно проверяют свой почтовый ящик, а 26% каждый день общаются при помощи различных ресурсов мгновенного обмена сообщениями. А вот поиск в Интернете необходимой для учебы информации занимает только вторую позицию в рейтинге мотивов американских студентов. Еще более впечатляющим является отставание числового выражения данной мотивации: в зависимости от периода обучения только от 9% до 21% учащихся американских ВУЗов используют Интернет для профессионального развития и учебы. Интересно, что 10 лет тому назад этот показатель составлял 38%. По некоторым отдельным исследуемым группам были получены результаты, которые говорят, что 99,7% студентов используют Интернет-технологии только для общения или Интернет-серфинга, а каждый пятый заявил, что непрерывно или почти непрерывно проверяет свою электронную почту в ожидании сообщений от своих коммуникаторов [4].

Таким образом, у американских студентов мотив аффилиации существенно доминирует над мотивами познавательным и самореализации.

*Заключение.* Исследование с высокой степенью достоверности установило, что преобладающими целями использования Интернета у студентов ФЭИС БрГТУ, является решение задач, направленных на профессиональное развитие и общение.

На основе полученных результатов можно сформулировать некоторые выводы, характеризующие эти мотивации. Во-первых, основными целями использования Интернета студентами факультета электронно-информационных систем Брестского государственного технического является поиск учебной информации и приобретение навыков будущей профессиональной деятельности, что существенно отличается от многих результатов, полученных на основе изучения иных выборок. Природа этого несоответствия *подтверждает исходную гипотезу авторов об изначально более высокой степени мотивации студентов ФЭИС к использованию Сети в учебных целях.*

Во-вторых, *основными мотивами использования Интернета (в порядке значимости) являются: познавательный, самореализации и аффилиации,* что совпадает с результатами большинства аналогичных опросов.

Во-третьих, если мотив аффилиации (реализация потребности в общении и формировании социально значимых отношений с другими людьми) имеет стабильные показатели у сту-

дентов ФЭИС БрГТУ на протяжении всего времени обучения, то *познавательный мотив и мотив самореализации, занимают более высокие рейтинговые места и характеризуются стабильной динамикой возрастания от курса к курсу, то есть по мере становления студентов как будущих специалистов.*

Список цитированных источников

1. Исследование поведения белорусских посетителей различных поисковых систем компании «Webcom Media», 2008 [Электронный ресурс] – 2008. – Режим доступа: - [http://belapan.com/archive/2008/02/29/internet\\_stat](http://belapan.com/archive/2008/02/29/internet_stat) Дата доступа: 10.09.2015.
2. Гордеева Т.О. Психология мотивации достижения. М.: Смысл-Академия, 2006. – 336 с.
3. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Мотивация пользователей Интернет // Гуманитарные исследования в Интернет / Под ред. А.Е. Войскунского. М. «Можайск-Терра», 2000. С. 55-77.
4. Jones S. and others. The Internet Goes to College How students are living in the future with today's technology [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: - <http://www.pewinternet.org/> Дата доступа: 10.09.2015.

М.О. Буслаева  
*ФГБОУ ВПО Орловский государственный институт  
экономики и торговли,  
г. Орел, Россия*

Научный руководитель –  
Мария Евгеньевна Ханенко,  
*начальник отдела профориентации и довузовской  
подготовки, кандидат экономических наук, доцент*

### **Политика управления материальными запасами в рамках бухгалтерского управленческого учета**

*Аннотация.* Материальные запасы — временно неиспользуемые материальные ресурсы, которые находятся на складах, в местах хранения и в процессе транспортировки. Запасы рассчитываются в натуральном и стоимостном выражении, за период (средние запасы) и на определенную дату (на конец месяца, квартала, года). Управление материальными запасами в своей значимости сопряжено с классификацией затрат, связанных с затратами на содержание запасов.