Ярцева Я.В.

Магистрант ИППО ГАОУ ВО МГПУ

г. Москва

yana.yarts@yandex.ru

**ПРИЧИНЫ ВЫБОРА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ В ПОЛЬЗУ ПОСЕЩЕНИЯ КОНКРЕТНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**REASONS FOR CHOOSING THE TARGET AUDIENCE TO VISIT A SPECIFIC GENERAL EDUCATIONAL ORGANIZATION**

**Аннотация.** Данная статья представляет собой исследование причины выбора целевой аудитории определённого общеобразовательной организации.

**Annotation.** This article is a study of the reasons for choosing the target audience of a certain educational organization.

**Ключевые слова:** причины выбора, обучающиеся, целевая аудитория, мотивация, общеобразовательная организация.

**Key words:** reasons for choice, students, target audience, motivation, educational organization.

Перед каждым родителем рано или поздно встаёт вопрос выбора общеобразовательной организации для обучения своего ребёнка.

Цель нашего исследования заключается в определении причин выбора определённой общеобразовательной организации целевой аудиторией.

При выборе родитель руководствуется определёнными требованиями, которые важны именно для него. Важно, чтобы обучение в выбранной общеобразовательной организации мотивировало обучающегося, рождало у него как внутреннюю, так и внешнюю мотивацию к обучению, чтобы ребёнок приобретал необходимые знания и компетенции для успешного прохождения, изучения и закрепления общеобразовательной программы. У обучающихся и их родителей стоит цель выбрать такую общеобразовательную организацию, в которой ребёнок будет чувствовать себя комфортно и проявлять личностные качества, присущие именно ему.

Немаловажно, чтобы в этой организации имелось и было предоставлено дополнительное образование (различные кружки и секции), чтобы наряду с внебюджетными кружками присутствовали и бюджетные, так как уровень материальной обеспеченности семей, дети которых обучаются в данной общеобразовательной организации, может быть разным. Необходимо, чтобы был уютный, приятный и современный интерьер, который бы не вызывал у обучающегося агрессию, утомляемость и отторжение [2; c. 288]. Местоположение общеобразовательной организации также способствует выбору: желательно, близость к дому, что способствует экономии времени и, как следствие, приводит к более комфортному обучению и оставляет больше времени на отдых.

Важный фактор при выборе при выборе – популярность данной общеобразовательной организации, ведь всегда приятнее обучаться в школе, о которой говорят, рекламируют её достижения и успехи обучающихся в различных средствах массовой информации.

Для определения причин выбора определённой общеобразовательной организации целевой аудиторией были использованы такие методы, как: анкетирование, анализ, синтез. Способ анкетирования осуществлялся в виде заполнения анкеты посредством сети Интернет. [1; c 266]. В ходе анкетирования было опрошено 150 человек: потенциальные либо действующие обучающиеся и их родители ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы.

Рисунок 1 – Причины выбора целевой аудитории в пользу посещения ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы

В соответствии с рисунком 1 видим, что со стороны целевой аудитории ключевыми причинами выбора посещения ГБОУ «Школа № 1874» считаются:

* Демократичные цены, предлагаемые в ходе проведения дополнительных занятий со стороны ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы.
* Популярность ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы.
* Большой выбор дополнительного образования, которые рекламирует ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы.
* Удобное местоположение ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы.

В целом, функциональное измерение даёт характеристику воспринимаемого эффекта образовательной продукции, производимой ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы. Можно сделать вывод, что потенциальные либо действующие обучающиеся и их родители во время посещения ГБОУ «Школа № 1874» города Москвы чувствуют положительный эффект от качества предлагаемых образовательных услуг.

Литература

1. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа /А.Ю. Панасюк. - М.: «Омега-Л», 2020. - 266 с.
2. Секерин, В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2021. - 288 c.