

УДК 378

## **МОНИТОРИНГ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА ВЫБОР АБИТУРИЕНТА**

**О.Д. Цедик, К.К. Гуляев**

Могилевский государственный университет продовольствия, г. Могилев, Республика Беларусь

Ежегодно тысячи выпускников школ стоят перед выбором своего дальнейшего жизненного пути, им предстоит выбрать учебное заведение, в котором они будут получать дальнейшее образование, профессию и квалификацию. Этот выбор достаточно сложный, поскольку конкуренция среди учреждений высшего образования высокая.

В то же время, образовательные учреждения Республики Беларусь стремятся привлечь абитуриентов с высокими показателями аттестатов и централизованного тестирования. С этой целью проводятся различные профагитационные мероприятия, направленные на то, чтобы помочь абитуриенту сделать правильный профессиональный выбор.

На кафедре технологии хлебопродуктов Могилевского государственного университета продовольствия в течение нескольких лет проводился мониторинг факторов, влияющих на выбор абитуриента. Он осуществлялся социально-психологическим методом, путем проведения опроса студентов 1 курса специализации 1- 49 01 01 01 «Технология хранения и переработки зерна» и специализации 1-49 01 01 02 «Технология хлебопекарного, макаронного, кондитерского, производства и пищевых концентратов». В ходе опроса студенты предлагали свои варианты ответов на ряд поставленных вопросов, затем полученные данные подвергались статистической обработке. Ежегодно в опросе принимали участие 40-50 студентов указанных специализаций. Обработка результатов опроса за несколько лет представлена на рисунках 1-4. Анализ полученных данных показал, что на выбор специальности влияют различные факторы, которые меняются в зависимости от года исследования.



Рисунок 1 – Варианты ответа на вопрос «Что повлияло на выбор вами специальности?»(специализация 1-49 01 01 02)

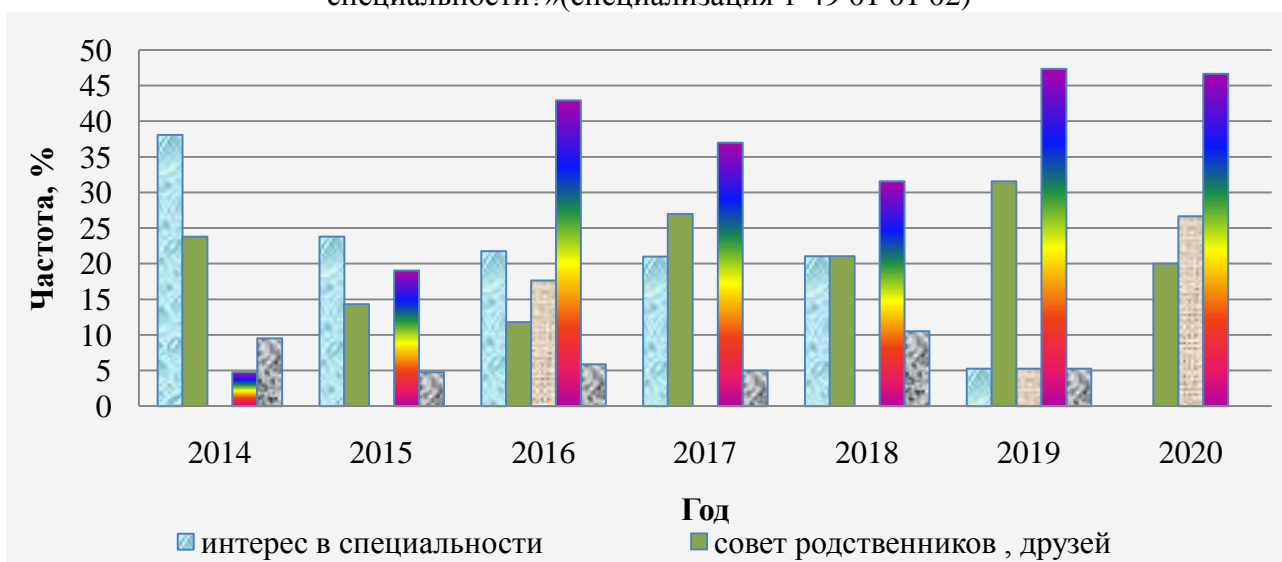


Рисунок 2 – Варианты ответа на вопрос «Что повлияло на выбор вами специальности?»(специализация 1-49 01 01 01)

Так, на протяжении всех лет исследования значительное влияние на выбор абитуриента оказывает заинтересованность в получении именно наших специальностей и перспективы трудоустройства, что связано с тем, что работа на пищевых предприятиях является стабильной, поскольку спрос на продукты питания остается неизменным. При этом, для студентов специализации 1-49 01 01 02 отмечается повышение влияния такого фактора, как возможность работы с пищевыми продуктами, желание научиться готовить булочные и кондитерские изделия, любовь к процессу приготовления «вкусняшек», что вероятно связано с популярностью различных кулинарных шоу, сериалов, блогов и т.д.

Для студентов специализации 1-49 01 01 01, которые традиционно имеют более низкий проходной балл, влияние результатов централизованного тестирования с 2014 г по 2020 г возросло с 5% практически до 50%, т.е. до получения сертификатов абитуриент еще точно не определился в своей будущей профессии. Также велика роль родителей и друзей в принятии абитуриентом решения по выбору дальнейшей специальности.

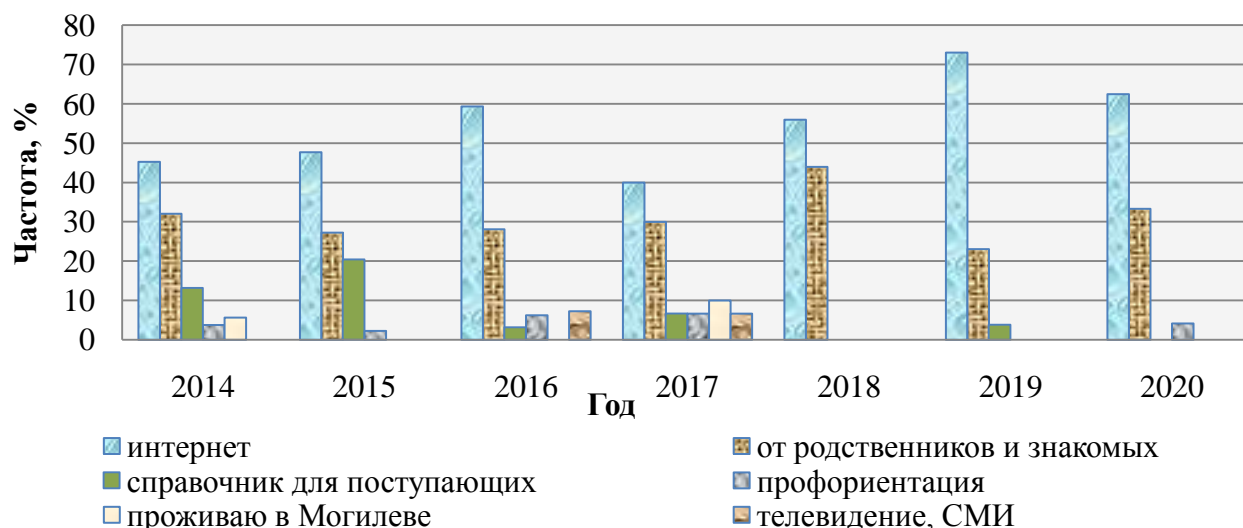


Рисунок 3 – Варианты ответа на вопрос «Из каких источников Вы узнали о МГУП?»(специализация 1-49 01 01 02)

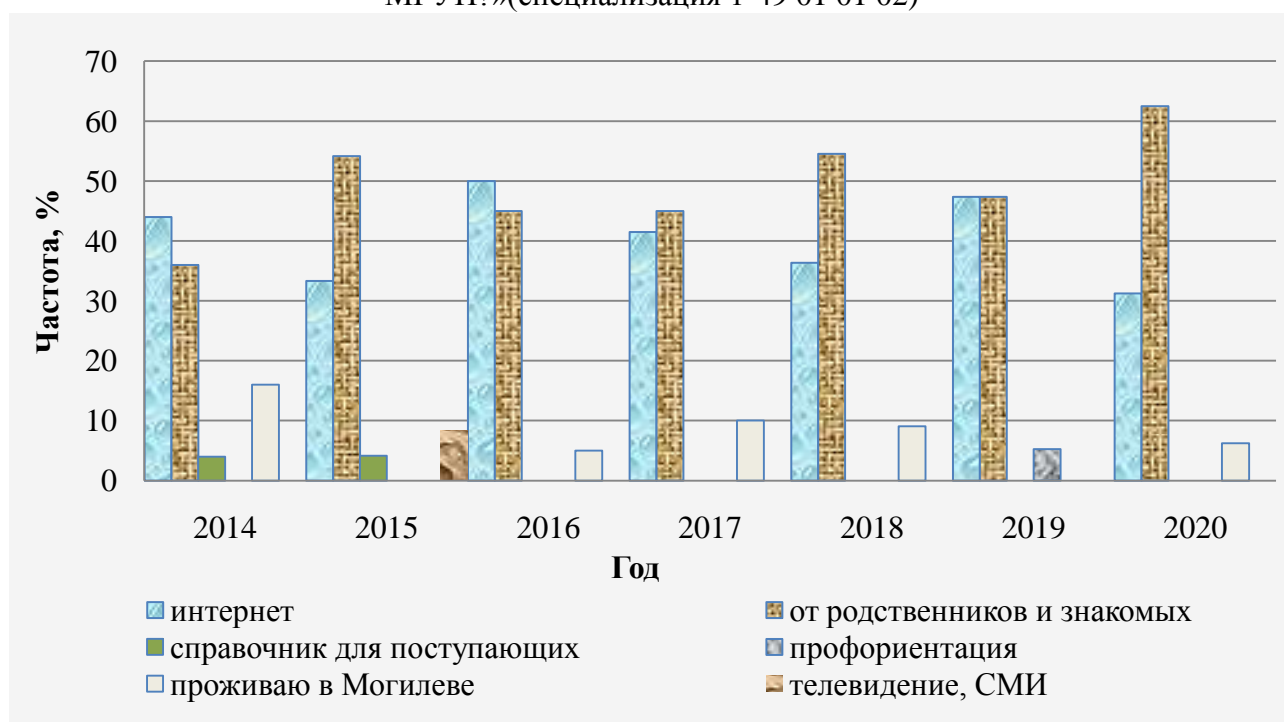


Рисунок 4 – Варианты ответа на вопрос «Из каких источников Вы узнали о МГУП?»(специализация 1-49 01 01 01)

При анализе ответов, полученных на вопрос «Из каких источников Вы узнали о МГУП?», следует отметить, что в основном информацию о вузе абитуриенты получают из интернета, включая официальный сайт МГУП, различные социальные сети, а также от родственников и знакомых (рисунок 3,4). Причем количество студентов, получающих информацию о нашем вузе из интернет-сети, с каждым годом возрастает и среди студентов специализации 1-49 01 01 02 достигает 60-70%. В то же время для студентов специализации 1-49 01 01 01 определяющее значение имела информация, полученная от родителей, родственников, друзей, в том числе ранее обучавшихся в МГУП.

Отмечено, что в последние годы справочник абитуриента, профагитационные мероприятия, дни открытых дверей не играют решающей роли при информировании абитуриента.

Таким образом, отмечается тенденция роста влияния интернета и мнения родственников и друзей на профессиональный выбор абитуриента. Несмотря на то, что кафедрой технологии хлебопродуктов, ведется постоянная работа по популяризации специализаций «Технология хлебопекарного, макаронного, кондитерского, производства и пищевых концентратов» и «Технология мукомольного, крупяного и комбикормового производства» на уровне университета, города, области и республики, главным источником информации для абитуриентов сейчас является интернет. В связи с этим требуют некоторого переориентирования и корректировки направления профагитационной работы. Необходимо больше внимания уделять популяризации вуза на сайтах, в социальных сетях, телеграм-каналах, видео-хостингах, привлекать студентов старших курсов к этому виду деятельности, создавать тематические блоги и т.д. Одновременно необходимо активизировать работу с аудиторией родителей, посещать родительские собрания, информировать через СМИ.

Таким образом, проводимая работа по изучению мотивации и факторов, влияющих на выбор профессии и учебного заведения, является эффективной, позволяет на основе постоянного мониторинга мнений студентов выявлять направления, по которым следует осуществлять деятельность с целью привлечения потенциальных абитуриентов.