

специалистов в области инновационного менеджмента и переподготовке инженерных кадров на территории учреждений дополнительного образования с приглашением специалистов европейских стран.

Таким образом, программа инновационного развития республики должна предусматривать: реформирование промышленного комплекса, отвечающего требованиям конкуренции сегодняшнего дня; разработку единых подходов и требований, выработку новых форм отношений между заказчиками и исполнителями проекта; организацию эффективной системы мониторинга; создание в сфере технического и профессионального образования, с учетом опыта европейских стран, национальной квалификационной системы; организацию работы по профессиональным стандартам, внедрение системы сертификации квалификаций; привлечение зарубежных преподавателей и специалистов для работы в учебных заведениях; разработку образовательных программ, отвечающих международным требованиям; создание механизма для привлечения преподавателей к решению производственных и научных задач, формирование у них компетенций, позволяющих осуществлять подготовку кадров для инновационной экономики.

#### Список литературы

1 Кузнецова, Л.В. Педагогические основы подготовки преподавателя вуза в современной системе высшего образования Великобритании, Шотландии и России: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Л.В. Кузнецова. – Ростов н/Д, 2000. – 136 с.

2 Митина, А.М. Дополнительное образование взрослых за рубежом: Концептуальное становление и развитие / А.М. Митина. – М.: Наука, 2004. – 304 с.

3 Сунцова М.С. Современные тенденции развития профессионально-педагогической подготовки преподавателей вузов в США, Германии и России : Организационно-педагогические аспекты : дис. ... канд. наук : 13.00.08 / М.С. Сунцова. – Казань, 1999, – 172 с.

УДК 378

### **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

**Цедик О.Д., Гуляев К.К., Машкова И.А.**

Учреждение образования

«Могилевский государственный университет продовольствия»

г. Могилев, Республика Беларусь

Повсеместное внедрение систем менеджмента качества (СМК), в том числе в учреждениях образования, направлено на повышение эффективности работы предприятия на основе контроля качества работы, постоянного улучшения деятельности всех служб предприятия и достижения запланированных результатов.

Одним из основополагающих принципов менеджмента качества является принцип – ориентация на потребителя, реализация которого обеспечивает конкурентоспособность оказываемых вузом услуг или создаваемой продукции на соответствующем рынке и способствует удовлетворению не только действительных, но и потенциальных запросов потребителей.

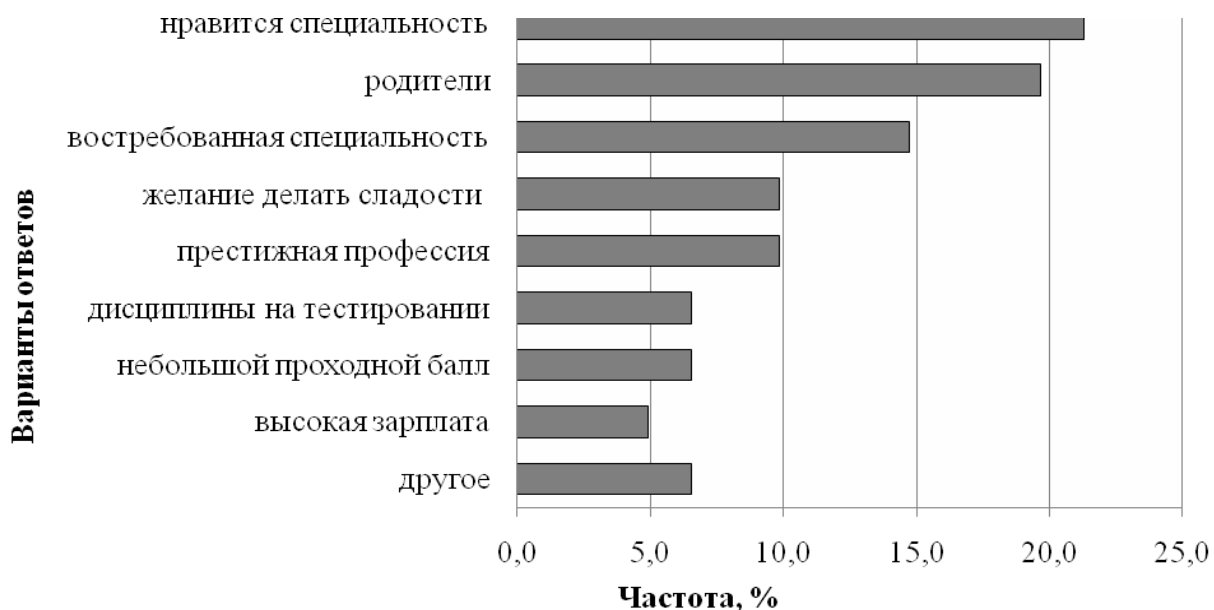
Этот принцип заложен в Политику в области качества учреждения образования «Могилевский государственный университет продовольствия». Приоритетным направлением Политики в области качества является использование действенной системы мониторинга, постоянное изучение требований и оценка степени удовлетворенности наших потребителей и партнеров.

В ходе реализации этого направления нами было проведено изучение факторов, влияющих на выбор абитуриентов при поступлении в вуз, в исследовании принимало участие 62 студента 1 курса специализации 1-49 01 01 02 «Технология хлебопекарного, макаронного, кондитерского, производства и пищевых концентратов» (группы ТРХ) и 24 студента специализации 1- 49 01 01 01 «Технология хранения и переработки зерна» (группа ТРЗ). При этом студенты предлагали свои варианты ответов на ряд поставленных вопросов, затем полученные данные подвергались статистической обработке, результаты которой представлены на рисунках 1-3.

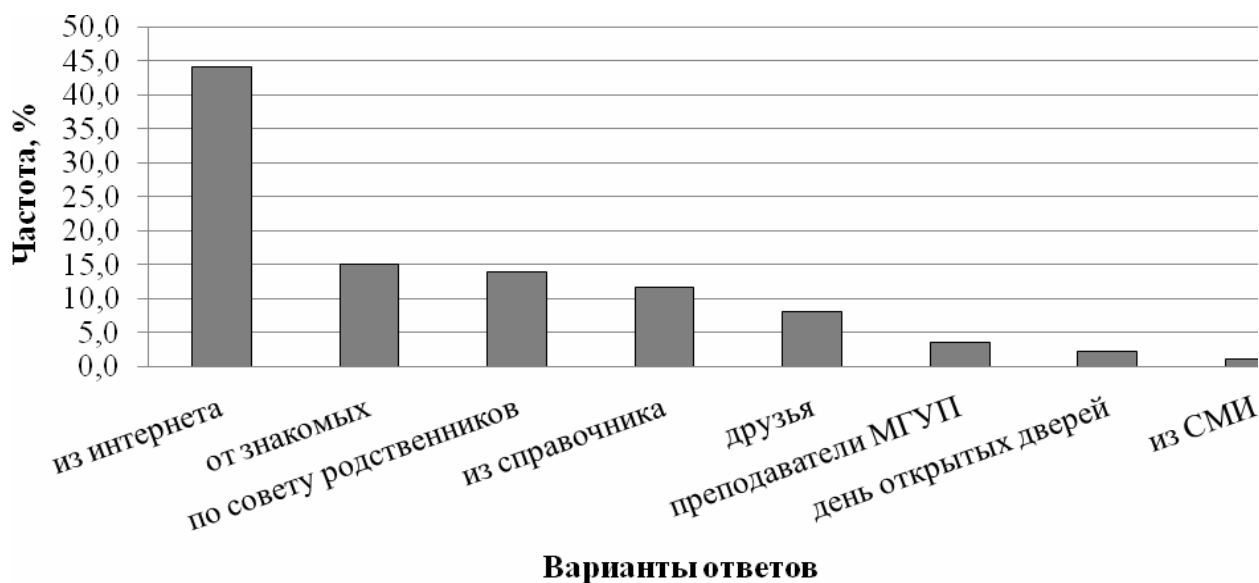
На первом этапе исследования студентам было предложено дать ответ на вопрос «Что повлияло на выбор вами данной специальности?». Анализ полученных результатов показал, что на выбор специальности наибольшее влияние оказывает привлекательность профессии и мнение родителей, существенное влияние на выбор абитуриентов оказывают факторы, характеризующие важность этой профессии для обеспечения людей продуктами питания, ее востребованность и престижность. Выбор некоторых абитуриентов был обусловлен низким проходным баллом при поступлении и выбранными для централизованного тестирования дисциплинами (около 7% опрошенных). При этом размер заработной платы не является определяющим при выборе данной профессии.

При анализе ответов, полученных на вопрос «Из каких источников Вы узнали о МГУП?», следует отметить, что практически половина опрошенных студентов назвала основным источником информации об университете интернет, в том числе официальный сайт МГУП, различные социальные сети и т.д. Около 20% студентов узнали об университете продовольствия от своих родственников и знакомых. Следующим по значимости источником информации является «Справочник абитуриента. Высшие учебные заведения Республики Беларусь» (12% от общего количества опрошенных). Для 8% студентов важным является мнение друзей, что и повлияло на выбор дальнейшего места их обучения. Менее 5% опрошенных студентов узнали о МГУП от преподавателей, на днях открытых дверей, а также из средств массовой информации.

Одними из факторов, оказывающих влияние на выбор абитуриентом специальности в университете, являются дисциплины на централизованном тестировании и величина проходного балла, в связи с чем и был задан вопрос «Достаточно ли полученных вами школьных знаний для поступления в вуз, или вы занимались с репетитором?». Следует отметить, что по результатам исследования уровень подготовки в школе не достаточен для поступления в вуз, поскольку более 60% опрошенных занимались с репетитором, более 10% посещали подготовительные курсы, и только около 20-25 % поступили в МГУП без дополнительной подготовки.



**Рисунок 1 - Результаты ответов на вопрос "Что повлияло на выбор Вами данной специальности?"**

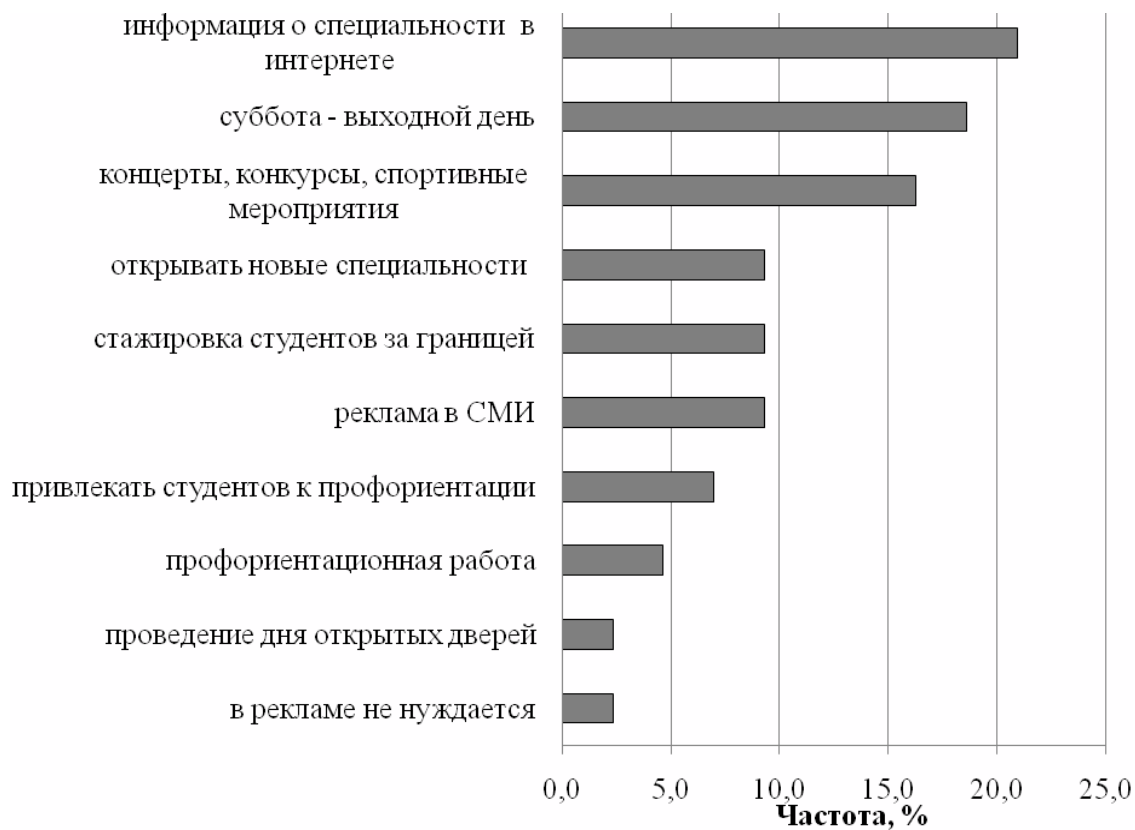


**Рисунок 2 - Результаты ответов на вопрос "Из каких источников Вы узнали о МГУП?"**

На следующем этапе исследования студентам было предложено высказать свое мнение о возможных направлениях деятельности по популяризации университета среди потенциальных потребителей, результаты представлены на рисунке 3.

Наиболее популярными предложениями являлись – размещение разнообразной, яркой информации о специальностях университета в интернете (видеоклип, фильм, презентации, анимация), а также введение пятидневной учебной недели вместо шестидневной. Около 16% студентов предложили осуществлять проведение различных развлекательно-рекламных акций в виде концертов, конкурсов, спортивных мероприятий с обязательной рекламой университета.

Среди прочего, студенты высказывались за открытие новых специальностей, проведение стажировок за рубежом, увеличение объема рекламной информации в СМИ, привлечение студентов к профориентационной работе.



**Рисунок 3 - Предложения по популяризации вуза и специальности**

В результате исследования было установлено, что на выбор потребителей образовательных услуг оказывает влияние большое количество различных факторов, среди которых следует выделить определяющее влияние интернета и социальных сетей, о чем студенты и высказались в своих пожеланиях по популяризации вуза и специальности. Важными факторами также являются опыт и советы родителей и друзей, привлекательность и востребованность профессии, что говорит о том, что в обществе сложился позитивный образ о престижности профессии пищевода.

С целью популяризации вуза, влияния на будущего потребителя образовательных услуг, по мнению студентов, желательно уделять больше внимания разнообразной рекламе университета в виде презентаций, фильмов, анимации, репортажей с различных университетских мероприятий, которую можно размещать в интернете, социальных сетях, газетах и на телевидении.

Таким образом, изучение факторов, влияющих на выбор потребителей образовательных услуг, представляет значительный интерес и предполагает постоянный мониторинг мнений потенциальных потребителей.