

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 пищекокцентратов». 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.

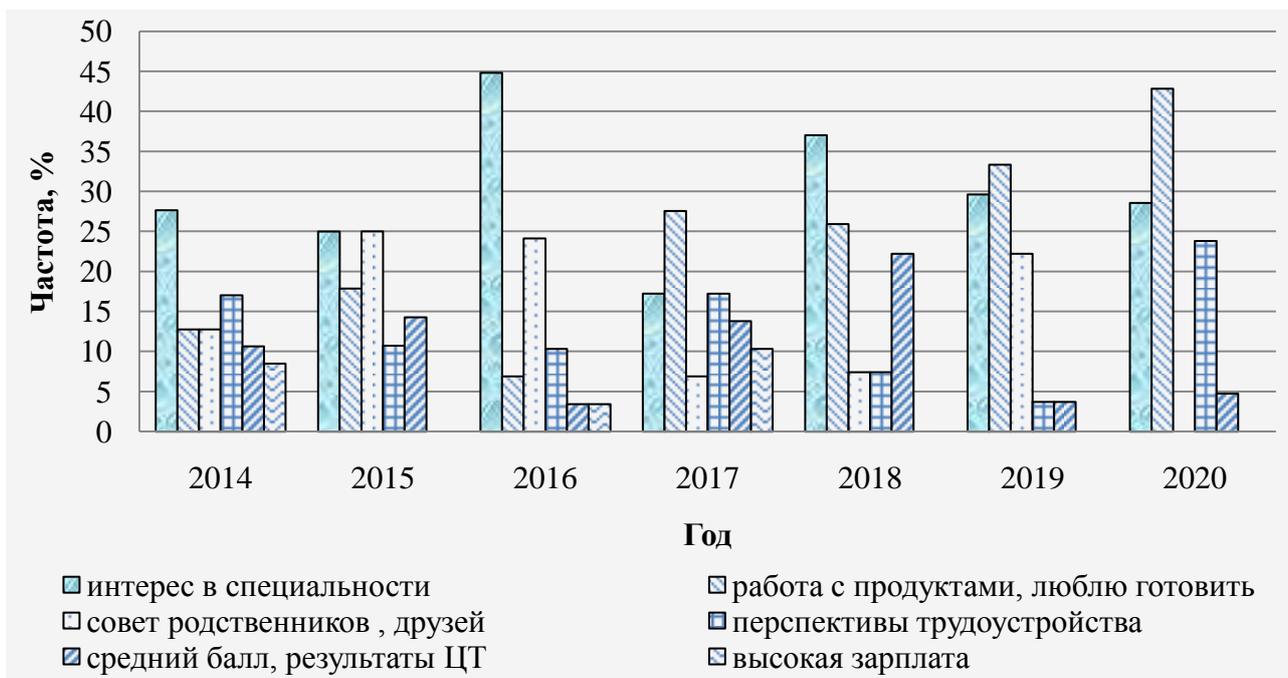


Рисунок 1 – Варианты ответа на вопрос «Что повлияло на выбор вами специальности?»(специализация 1-49 01 01 02)



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.

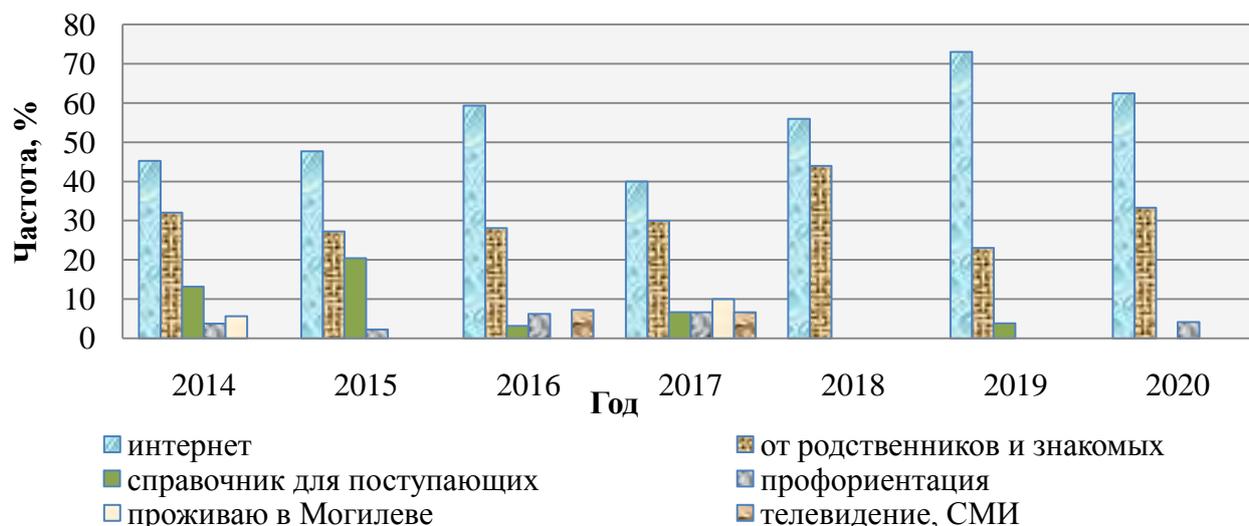


Рисунок 3 – Варианты ответа на вопрос «Из каких источников Вы узнали о МГУП?»(специализация 1-49 01 01 02)

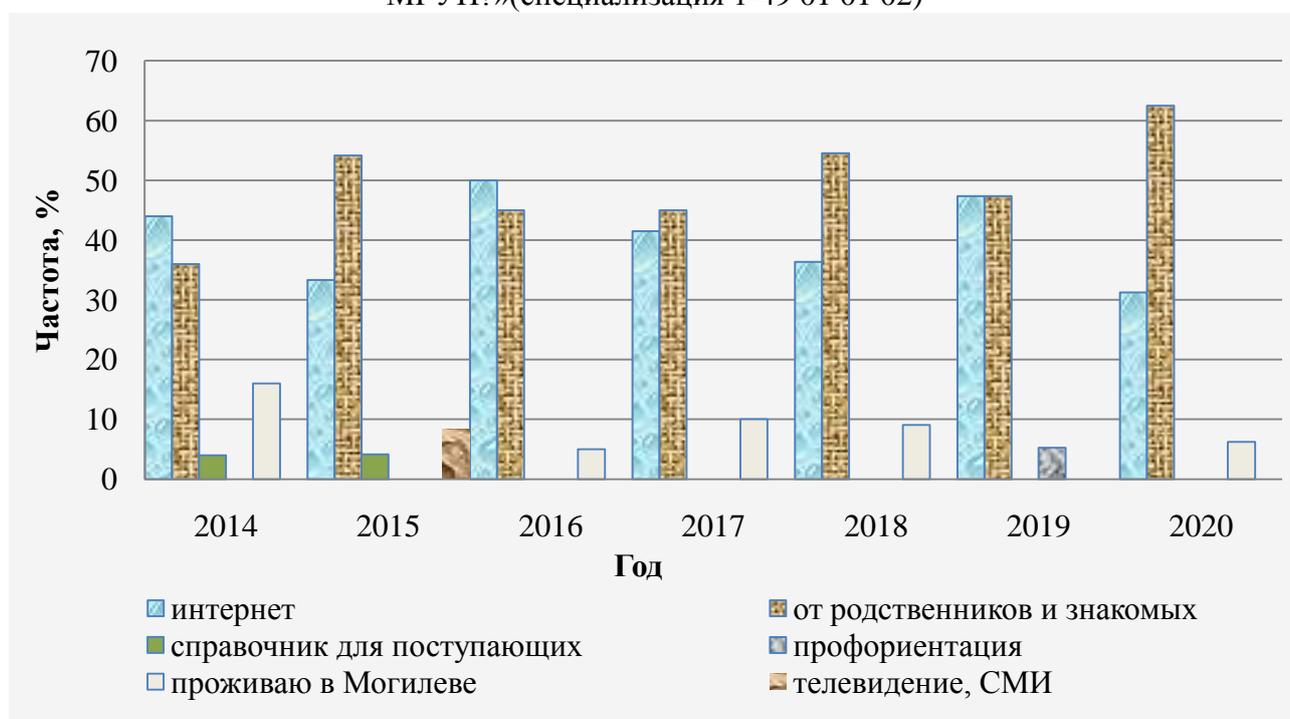


Рисунок 4 – Варианты ответа на вопрос «Из каких источников Вы узнали о МГУП?»(специализация 1-49 01 01 01)

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 пищекокцентратов» 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.