

дистанционно. Оценка реальной ситуации относительно масштабов телеработы в Республике Беларусь и ее регионах пока остается затруднительной.

Список использованных источников

1. Официальный сайт «Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Distantionnaja-rabota-nasajt.pdf>. – Дата доступа: 10.04.2025.

УДК 378:331.548

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АБИТУРИЕНТАМИ В РАМКАХ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ

Синяк В. Е., студ., Гуторова Е. В., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Выбор учреждения образования и профессии – это один из ключевых этапов в жизни каждого человека, который непосредственно влияет на его карьерные перспективы и финансовое благополучие. В условиях быстро меняющегося рынка труда, где спрос на профессиональные навыки постоянно эволюционирует, трансформация механизмов профориентационной работы приобретает особую актуальность. От ее эффективности в первую очередь зависит степень соответствия абитуриентов выбранной специальности, повышение которого может быть обеспечено за счет всестороннего учета тенденций рынка труда, его потребностей. В современном мире традиционные методы профориентации становятся все менее актуальными. Ограниченное время и ресурсы, которые абитуриенты и образовательные учреждения могут выделить на личные консультации и мероприятия, значительно снижают эффективность таких подходов. В связи с этим возникает необходимость в более гибких и доступных формах профориентации, таких как онлайн-ресурсы, вебинары и интерактивные платформы, которые могут обеспечить абитуриентов необходимой информацией без значительных затрат времени и средств. С целью определения оптимального инструмента взаимодействия с абитуриентами и другими заинтересованными лицами проведен корреляционный анализ влияния отдельных форм профориентационной работы, применяемых в УО «ВГТУ» (мастер-классы, online-встречи, экскурсии, специальные мероприятия такие как «Стань студентом на один день» и др.), на привлекательность данного учреждения образования.

Результаты расчетов показали, что значительная прямая связь выявлена в отношении численности лиц, посетивших мастер классы (значение коэффициента корреляции составило 0,809), а также численности лиц, посетивших online-встречи (значение коэффициента корреляции составило 0,835). Значение коэффициента эластичности для последних свидетельствует о том, что при изменении численности лиц-участников online-общения на 1 % результативный признак (численность привлеченных

абитуриентов) изменится на 0,71 %. Это может свидетельствовать о положительном влиянии применения интерактивных способов взаимодействия с целевой аудиторией на привлекательность учреждения образования.

Так, разработка и внедрение чат-бота для целей профориентационных мероприятий позволит снизить нагрузку на сотрудников учреждения образования, минимизировать ошибки при обработке данных (что, в свою очередь, повысит качество собранной информации), обеспечить анонимность общения (что поможет повысить его комфортность), расширить круг взаимодействия, обеспечить полноту и всесторонность представляемой информации относительно особенностей вступительной кампании, инфраструктуры и возможностей университета.

Основными достоинствами предлагаемого инструмента можно назвать:

- доступность 24/7, что позволит абитуриентам получать информацию и помощь в любое время, независимо от рабочего графика университета;
- упрощение процесса за счет автоматизации предоставления необходимой информации и сбора данных;
- существенное расширение численности лиц, вовлеченных в профориентационные мероприятия; снижение нагрузки на ответственных за профориентационную работу сотрудников университета;
- возможность оперативного получения обработанных и визуализированных данных о предпочтениях абитуриентов для повышения скорости адаптации профориентационной работы к изменяющимся условиям и требованиям.

УДК 331.108.45

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Константинова К. О., студ., Гуторова Е. В., ст. преп.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В условиях стремительного развития технологий субъекты хозяйствования часто сталкиваются с необходимостью применения современных методов организации обучения персонала, прогноз эффективности которых остаётся достаточно сложной задачей. В большинстве случаев на практике довольно сложно определить, «какая часть эффекта обусловлена исключительно обучением сотрудников, а какая – другими факторами, воздействующими на результат» [1, с. 1401]. На основе подхода, предложенного С. В. Авилкиной [1], проведена экспертная оценка эффективности процесса обучения персонала КУП «Кондитерская фабрика «Витьба»» в традиционных (*T*) и современных формах (*C*) (табл. 1). В качестве экспертов были опрошены 17 служащих, из них – 5 руководителей.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о положительном отношении персонала организации к развитию профессиональных компетенций посредством современных форм организации обучения. Для КУП «Кондитерская фабрика «Витьба»» специализированный онлайн-сервис представляется одним из наилучших решений,