

**Звіт**  
**за результатами опитування студентів**  
**«Вступна кампанія 2019 очима студентів першокурсників».**

Анкетування було анонімним і добровільним, проводилось за допомогою Google форм на сучасному інформаційному і технічному рівні. В процесі опитування також була використана технологія QR-кодів, що дозволяє отримати доступ до анкети з мобільних пристроїв. Отриманий анкетний матеріал дозволяє зробити статистично-достовірну обробку з ряду важливих питань організації вступної кампанії ІФНТУНГ. Опитування показало наступні результати, представлені в таблиці (додається).

З ряду питань в анкеті була передбачена можливість зібрати довільні письмові відповіді, побажання і пропозиції студентів стосовно важливих аспектів студентського життя.

Крім узагальнених статистичних результатів анкетування до звіту додаються також письмові відповіді студентів в незміненому вигляді.

Зразок анкети додається.

Загальна статистична інформація анкетування :

до вступу в університет проживали в м. Івано-Франківськ – 40,1%;

до вступу в ІФНТУНГ проживали в Івано-Франківській області – 42,6%;

до вступу в ІФНТУНГ проживали в інших областях – 17,3%.

42% респондентів жіночої статі , 58% – чоловічої.

**1. До скількох ВНЗ Ви подавали документи?**

72,8% студентів подали документи від 1 до 5 ВНЗ.

19,8 - від 6 до 10 ВНЗ.

**2. Які джерела отримання інформації про правила вступу до ІФНТУНГ Ви використовували?**

Як бачимо, найважливішим для більшості респондентів виявився сайт ІФНТУНГ, в той же час слід враховувати значення спілкування (49,4%), що підтверджує значення рекламної кампанії, як важливої складової. Також опитування показало значення матеріалів приймальної комісії університету (27,2%).

2.1 Сайт університету **68,5%**

2.2 Освітні інтернет-портали **24,1%**

2.3 Друзі та знайомі **49,4%**

2.4 Матеріали приймальної комісії університету **27,2%**

2.5 Тематичні пабліки ІФНТУНГ в соціальних мережах 11,1%

2.6 Знайомі викладачі 10,5%

2.7 Знайомі працівники університету 8%

2.8 Довідник для вступників до ВНЗ 5,6%.

**3. Ким було прийняте рішення про Ваш вступ до університету?**

Відповіді на дане питання дають змогу переконатись в тому, що рекламна кампанія і робота в сфері зв'язків з громадськістю має охоплювати батьків, дорослих (викладачів шкіл і т.п.), тому, що вони «дають» близько 22% (17,3%+4,9%) абітурієнтів (поступлень) в ІФНТУНГ, і в багатьох випадках є платниками навчальних послуг своїх дітей та інших родичів.

3.1 Мною особисто 76,5%

3.2 Моїми батьками, близькими родичами 17,3%

3.3 Авторитетними друзями, знайомими 4,9%

3.x Мною та батьками 0,6%

3.x Обирав сам, батьки радили, куди попав на державну 0,6%.

#### **4. Які основні причини вступу саме до ІФНТУНГ?**

Як бачимо, найважливіше – це наявність бажаної спеціальності (48,1%), а **на друге місце виходять поради родичів та друзів (40,7%), що корелює з пунктом 3.2 про те «Ким приймалось рішення про поступлення до ІФНТУНГ» :**

3.2 Моїми батьками, близькими родичами 17,3%

3.3 Авторитетними друзями, знайомими 4,9%.

Дана теза не суперечить таким чинникам, як можливість отримання якісної освіти (39,5%) та високому рейтингу, престижу та статусу ІФНТУНГ (36,4%). Цікавим є також високий відсоток (27,8%) бажаючих навчатись тільки в ІФНТУНГ, що корелюючи з пунктом 4.1, свідчить про досить високий статус нашого університету. Підготовчі курси є важливим доповненням мотивації вступу до ІФНТУНГ (9,9%).

4.1 Високий рейтинг, престиж та статус ІФНТУНГ 36,4%

4.2 Наявність бажаної спеціальності саме в ІФНТУНГ 48,1%

4.3 Можливість отримання якісної освіти 39,5%

**4.4 Поради родичів та друзів 40,7%**

**4.5 Бажання навчатись тільки в ІФНТУНГ 27,8%**

4.6 Попереднє навчання на підготовчих курсах ІФНТУНГ 9,9%

4.7 Належність до групи пільговиків 6,8%

**4.8 Можливість скористатися неофіційними зв'язками в процесі навчання 6,8%**

4.x Близько до дому, пройшов на державну форму 0,6%

4.x Місце розташування 0,6%

4.x Можливість вступу на державну форму 0,6%

4.x Тільки сюди взяли на навчання 0,6%

4.x Вступ на 3-й курс 0,6%

4.x Бажання познайомитися з цікавими людьми 0,6%

4.x Пройшов на державне 0,6%.

#### **5. Що мотивує Вас особисто до отримання вищої освіти?**

Дає підстави для оптимістичного прогнозу перевага внутрішньої позитивної мотивації наших студентів-першокурсників над ситуативною, що не може не радувати. Звернемо увагу, що 8,6% студентів бажають отримати вчений ступінь.

5.1 Отримати цікаву роботу 42,6%

5.2 Мати надійний прибуток 54,9%

5.3 Отримати високий статус у суспільстві 28,4%

5.4 Розвивати власні розумові сили 44,4%

5.5 Дізнатися більше про цікаву для мене спеціальність 25,3%

5.6 Отримати гарну академічну освіту 19,8%

5.7 Відтягнути початок самостійної трудової діяльності 10,5%

5.8 Принести користь суспільству 17,3%

5.9 Змінити стиль життя в процесі навчання 21,6%

**5.10 Отримати вчений ступінь 8,6%**

5.11 Не йти до армії 12,3%

5.12 Змінити місце проживання 7,4%

5.13 Бути разом з друзями, які вже обрали ІФНТУНГ 8%.

## **6. Які основні причини обрання певної спеціальності?**

Дане питання стосується працівників випускних кафедр і приймальної комісії, а також є суттєвим для вибору вдалої стратегії рекламної продукції. Ми помічаємо, наприклад, важливість фінансового забезпечення для майбутніх спеціалістів (пункт 6.7. Висока оплата роботи за обраною спеціальністю 37,7%) і будуємо чесну, лаконічну і естетичну рекламу з участю випускника ІФНТУНГ, який говорить про свої досягнення і місце роботи, перспективи, і наприкінці ненав'язливо промовляється про високий рівень своїх статків, отриманих завдяки праці за освітою. Реально такого типу реклам потрібно декілька, згідно з переліком спеціальностей і з розрахунку на жінок і чоловіків. Загалом, розкладка відповідей на дане питання виглядає так:

**6.1 Особиста зацікавленість саме цією спеціальністю 53,1%**

6.2 Власні здібності 25,3%

**6.3 Хороші перспективи мати постійну і надійну роботу 50%**

6.4 Покликання саме до певної спеціальності **24,1%**

6.5 Широкий вибір професій після завершення навчання **25,9%**

6.6 Хороші перспективи стати впливовою людиною в майбутньому 21,6%

**6.7 Висока оплата роботи за обраною спеціальністю 37,7%**

6.8 Престиж професії в суспільстві **23,5%**

6.9 Вплив батьків, родичів, друзів 11,7%

6.10 Бажання навчатися в ІФНТУНГ (байдуже за якою спеціальністю) 6,8

6.11 Низький конкурс при вступі 6,2%

6.12 Припущення про відсутність складнощів у навчанні 8,6%

6.13 Неможливість вступити в інший ВНЗ або на інший факультет 0,6%

## **7. Які соціальні мережі Ви використовували для отримання детальнішої інформації про обраний факультет, спеціальність?**

Респонденти переважно вказують на **Instagram** 42,6% (який ми з невідомих причин обходимо стороною) і **Telegram** 25,3%. Це є ті дві соцмережі, в яких ми не допрацьовуємо. Instagram є соцмережею, в якій дуже видовишно можна **поділитись своєю реальністю**. Він спеціально розроблений для фото (швидкого завантаження, обробки, обміну, пошуку за темами, швидкої підписки і обміну). Можна подумати про те, щоб дублювати цікаву, видовищну актуальну інформацію про події (соціальне життя університету), цікавих людей і т.п. в усіх доступних соцмережах (які на даний час є безкоштовними) і там же давати посилання на сайт університету для отримання конкретної, точної офіційної інформації.

Стратегія «ЙТИ ДО ЛЮДЕЙ» виглядає більш перспективною, чим очікування часу, коли «ЛЮДИ ПРИЙДУТЬ САМІ НА ТВІЙ САЙТ».

В той же час не слід сильно переоцінювати значення соцмереж, тому що 32,7 % (майже третина) не використовували соцмережі для **отримання детальнішої інформації про обраний факультет, спеціальність**. Має значення, на якій стадії вибору, поступлення роль соцмереж зростає і з яких саме причин.

- 7.1 Facebook 25,9%
- 7.2 Telegram 25,3%
- 7.3 **Instagram 42,6%**
- 7.4 Twitter 4,3%
- 7.5 **Не використовував (-ла) 32,7%.**

## **8. Яка саме інформація Вас цікавила при вступі в ІФНТУНГ?**

Легко бачити, що **важливе значення офіційної сторінки** обраного факультету (інституту), і бажано, щоб там була інформація про життя, події, заходи, які там відбуваються ( те, що ми називаємо культурно-просвітницькою роботою). Дане питання вивчалось в травні 2019 р.

Нагадаємо, що в *publicrelations*, ( **PR**) бажано уникати терміну «виховна робота» тому, що він є застарілий і до того ж викликає повне несприйняття. Даний термін краще підходить для дітей дошкільного і початкового шкільного віку.

- 8.1 Офіційна сторінка факультету або інституту з описом обраної спеціальності **54,3%.**
- 8.2 Будь-яка інформація про життя вибраного інституту **40,1%.**
- 8.3 Неформальні сторінки студентів, що навчаються на обраній мною спеціальності 25,9%.
- 8.4 Сторінка студентського парламенту або органів студентського самоврядування 15,4%.
- 8.5 Жодна 1,9%.

## **9. Які джерела про отримання інформації про навчання в обраному Вами інституті Ви використовували?**

- 9.1 Соціальні мережі, де є окремі групи з певної спеціальності **48,1%**

(даний відсоток вказує, що студенти самі створюють групи в соцмережах, відповідно до спеціальностей, на яких вони навчаються, що є зручно в процесі навчання для передачі оголошень і спілкування з викладачами). Надалі потрібно заохочувати таку комунікабельність, враховуючи певну активність викладача в цьому напрямку.

9.2 Інформація від старости чи одногрупників **38,3%** (студенти будують свої зв'язки, що природньо і корисно).

- 9.3 Сайт свого інституту: **37,7%** -теж важливе джерело інформації.

## **10. Яке Ваше враження від роботи приймальної комісії? Позначте ті параметри роботи комісії, якими Ви задоволені.**

Загалом, оцінка першокурсниками окремих аспектів роботи приймальної комісії ІФНТУНГ досить хороша.

Найбільш позитивно студенти оцінюють доброзичливе і ввічливе ставлення членів приймальної комісії (**63,6%**), роботу приймальної комісії в цілому позитивно відзначили **47,5%** опитаних, а сам графік роботи приймальної комісії (35,2%).

Високою та позитивною, є оцінка швидкості прийому документів (**46,3%**), а також комфортність умов прийому документів(**50,6%**).

Важливо зазначити що про компетентність і надання необхідної інформації для абітурієнтів зазначили **54,9%** респондентів.

- 10.1 Графік роботи приймальної комісії 35,2%
- 10.2 Комфортність умов прийому документів 50,6%

10.3 Доброзичливе і ввічливе ставлення працівників приймальної комісії 63,6%

10.4 Надання необхідної Вам інформації, компетентність 54,9%

10.5 Швидкість прийому документів 46,3%

10.6 Робота приймальної комісії в цілому 47,5%.

Сподіваємось, що отриманий зворотній зв'язок (дана інформація) допоможе вдосконалити процес вступу до ІФНТУНГ та покращити інформування суспільства про освітні послуги та соціальну інфраструктуру, насичене і цікаве студентське життя, що зробить наш ВНЗ більш привабливим для вступу і навчання.

**Підготував:** практичний психолог 1-ї кат. \_\_\_\_\_ С.О. Береза.  
16.12.2019 р.