

МОНІТОРИНГ ОЧІКУВАНЬ БАТЬКІВ ВСТУПНИКІВ (ПЕРШОКУРСНИКІВ) І РІВНЯ ЇХ ЗАДОВОЛЕНОСТІ ЯКІСТЮ ВСТУПНОЇ КАМПАНІЇ УМАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ САДІВНИЦТВА У 2024 РОЦІ

Метою моніторингу був аналіз рівня задоволеності батьків вступників (першокурсників), як стейкхолдерів освітніх послуг, якістю вступної кампанії УНУС у 2024 році та окреслення напрямів її удосконалення для формування завдань профорієнтаційної роботи на наступний рік. Під час анкетування частину запитань було присвячено критеріям і джерелам інформації, які вплинули на вибір закладу вищої освіти, зацікавленості батьків вступників у навчанні їх дітей одночасно за двома спеціальностями, а також оцінюванню роботи приймальної комісії університету.

До он-лайн анкетування долучилися 317 батьків вступників (першокурсників) УНУС. Частку респондентів у розрізі факультетів, на які вступили їхні діти, ілюструє рис. 1.

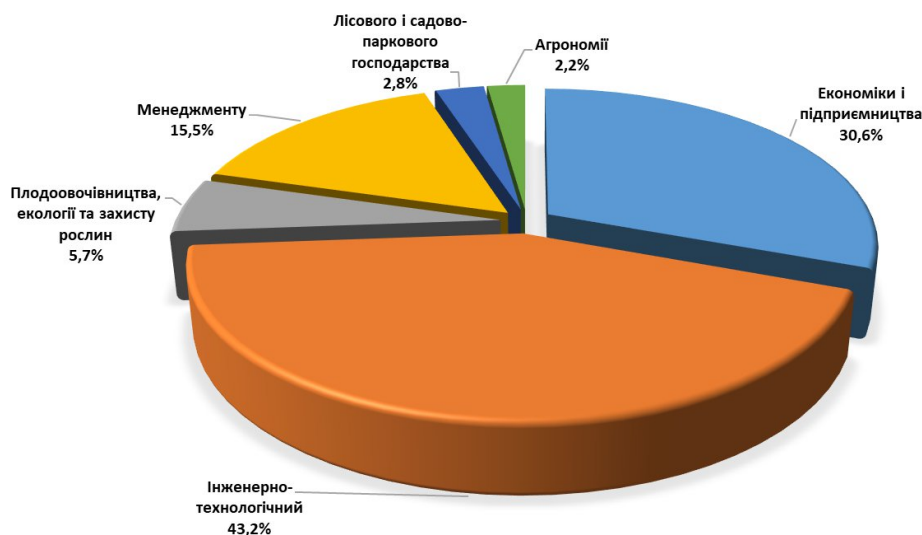


Рис. 1. Активність респондентів у розрізі факультетів, на які вступали абітурієнти (у відсотках)

Найбільш активними були батьки, чії діти вступили на інженерно-технологічний факультет (43,2%), факультет економіки і підприємництва (30,6%) та факультет менеджменту (15,5%).

Перше запитання анкети спрямоване на виявлення батьками джерел отримання інформації про УНУС. Для врахування різносторонніх відповідей кількість варіантів вибору не обмежувалася, отримані результати узагальнені на рис. 2.

Вже п'ять років поспіль для більшості батьків вступників (52,4% опитаних) під час обрання навчального закладу для дітей вирішальною була та обставина, що там навчалися, або навчаються нині знайомі чи родичі абітурієнтів. Близько половини опитаних також вказали джерелом інформації офіційний сайт університету (48,9%) та соціальні мережі (41,3%).



Рис. 2. Джерела інформації, з яких батьки вступників дізнались про університет (у відсотках)

На запитання «Вибір навчання в УНУС був пріоритетним, чи розглядався як запасний варіант?» більшість (85,5%) вказали на пріоритетність нашого університету серед інших вишів, а 14,5% респондентів розглядали УНУС як запасний варіант для навчання.

На запитання анкети «Що вплинуло на Ваш вибір навчального закладу?» батькам пропонувалось обрати відповідь із переліку (кількість варіантів вибору не обмежувалася). Узагальнені результати систематизовані у таблиці 1.

Таблиця 1

Найбільш актуальні критерії для батьків вступників при виборі Уманського НУС

Перелік критеріїв	Кількість здобувачів, осіб	Питома вага, %
Гарні відгуки про університет	183	57,7
Близькість до місця проживання	140	44,2
Можливість стажування за кордоном	139	43,8
Комфортні умови навчання	126	39,7
Можливість у подальшому влаштуватися на високооплачувану роботу	122	38,5
Доступна оплата навчання	94	29,7
Високі досягнення випускників університету	75	23,7
Наявність військової кафедри	71	22,4
Можливість займатися науковими дослідженнями	50	15,8

П'ятий рік поспіль результати анкетування показують, що найбільший вплив на вибір батьків УНУС для навчання їх дітей має такий критерій як гарні відгуки про університет (57,7%). Також важливими у цьому році були близькість до місця проживання (44,2%), можливість стажування за кордоном (43,8%) та комфортні умови навчання (39,7%). Найменшою мірою батьків цікавила можливість займатись науковими дослідженнями (15,8%).

Абсолютна більшість респондентів (94,0%) відзначили, що їхня дитина впевнена у спеціальності, яку обрала.

Аналіз відповідей на запитання «Які критерії важливі для комфортного навчання Вашої дитини?» представлено на рис 3.



Рис. 3. Критерії комфортного навчання для вступників (у відсотках)

Серед опитаних найбільш важливими критеріями для комфортного навчання є якісний викладацький склад, матеріальна база університету та можливість працевлаштуватися – це відзначили більше половини батьків.

Організацію вступної кампанії університету респонденти оцінювали за 5-бальною шкалою за такими критеріями: чіткість і зрозумілість правил прийому; ставлення співробітників УНУС під час оформлення документів; надання всієї необхідної інформації членами приймальної комісії; комфортність умов прийому документів (рис. 4).



Рис. 4. Організація вступної кампанії Уманського НУС у 2024 році (у відсотках)

Отже, роботу приймальної комісії Уманського НУС у 2024 році оцінено досить високо. Більшість респондентів відмінно оцінили чіткість і зрозумілість

правил прийому (75,1%). Батьки також відзначили гарне ставлення фахівців приймальної комісії університету під час оформлення документів (82,3% оцінено на «5»).

Відповіді респондентів на запитання «Яка ймовірність того, що ви порекомендуєте наш університет своїм рідним, друзям, знайомим?» ілюструє рис. 5.

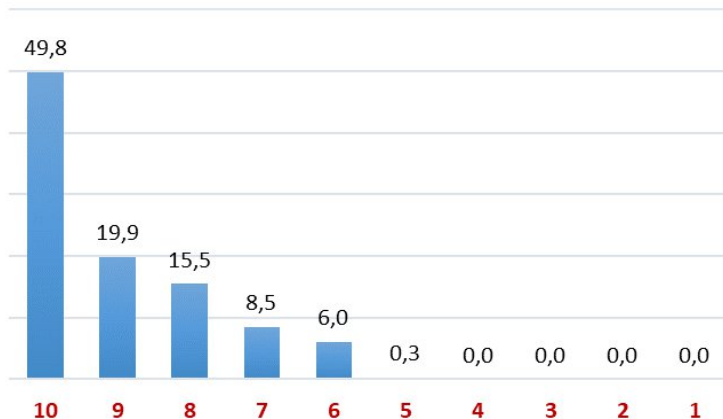


Рис. 5. Рекомендація батьків вступників Уманського НУС своїм рідним, друзям, знайомим (у відсотках)

Батькам вступників пропонувалось визначити вірогідність рекомендації університету знайомим за 10-ти мірною шкалою (від 1 – низька ймовірність до 10 – висока ймовірність). Половина опитаних батьків (49,8%) підтвердили високу ймовірність того, що будуть рекомендувати Уманський НУС вступникам наступних років.

Загальні висновки та рекомендації

Аналіз рівня задоволеності батьків вступників (першокурсників), як стейкхолдерів освітніх послуг, якістю вступної кампанії УНУС у 2024 році, дозволяє стверджувати, що незважаючи на сучасні виклики і проблеми цього року вступна кампанія була успішною. Університетська спільнота продовжує працювати й удосконалювати систему вступу на засадах прозорості й ефективності.

Окремі рекомендації для поліпшення профорієнтаційної роботи на наступний рік:

1. Активізувати інформаційну діяльність. Веб-сайт приймальної комісії університету підтримувати в актуальному стані. Представлена інформація повинна висвітлювати особливості вступу; відповідні інструкції і відеоматеріали для абітурієнтів; деталізувати освітні програми, які реалізуються в УНУС; містити відповіді на поширені запитання і поради для врахування помилок минулих років; актуальні контактні дані.

2. Організувати профорієнтаційні заходи: відкриті дні університету, виїзні презентації у школах регіону, залучати активних і успішних студентів та їх батьків до участі в інформаційних заходах для популяризації освітніх можливостей університету.
3. Посилити інформаційну роботу із відгуками про університет, його студентів і випускників, висвітлювати історії їх успіху. Презентувати програми міжнародної академічної мобільності. Забезпечити регулярне інформування про розвиток і оновлення матеріально-технічної бази УНУС (аудиторій, бібліотеки, лабораторій, укріплень, гуртожитків, території студмістечка). Розширити активність у соціальних мережах, зосереджуючись на платформах, які найпопулярніші серед молоді.
4. Покращити роботу приймальної комісії. Забезпечити комфортність і чіткість організаційних процесів, зручний онлайн-сервіс для консультацій і подачі документів. Розвивати інформаційні і комунікативні компетентності всіх співробітників (навчання, курси, поради й підтримка), адже саме від цього залежить якісна вступна кампанія.
5. Щороку проводити моніторинг очікувань батьків абітурієнтів і рівня їх задоволеності якістю вступної кампанії, щоб вчасно враховувати побажання, або реагувати на проблеми. Відкрито повідомляти про зміни та поліпшення, що відбуваються на основі їхнього зворотного зв'язку.