



**Підсумки соціологічного
дослідження серед студентів
І курсу «Першокурсник-2019»**

**Інформація помічника ректора із забезпечення якості
освіти Ю. А. Воробйова
22.01.2020**

ХАРАКТЕРИСТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ

Об'єкт дослідження: студенти першого курсу ХАІ, які навчаються у закладі вищої освіти в 2018-2019 навчальному році на 1-7 факультетах університету.

Предмет дослідження: ціннісні орієнтації та мотиваційні чинники студентів-першокурсників, які навчаються в ХАІ; сприйняття цими студентами рекламно-агітаційної кампанії, що проводилася ХАІ в період вступної кампанії 2019 року.

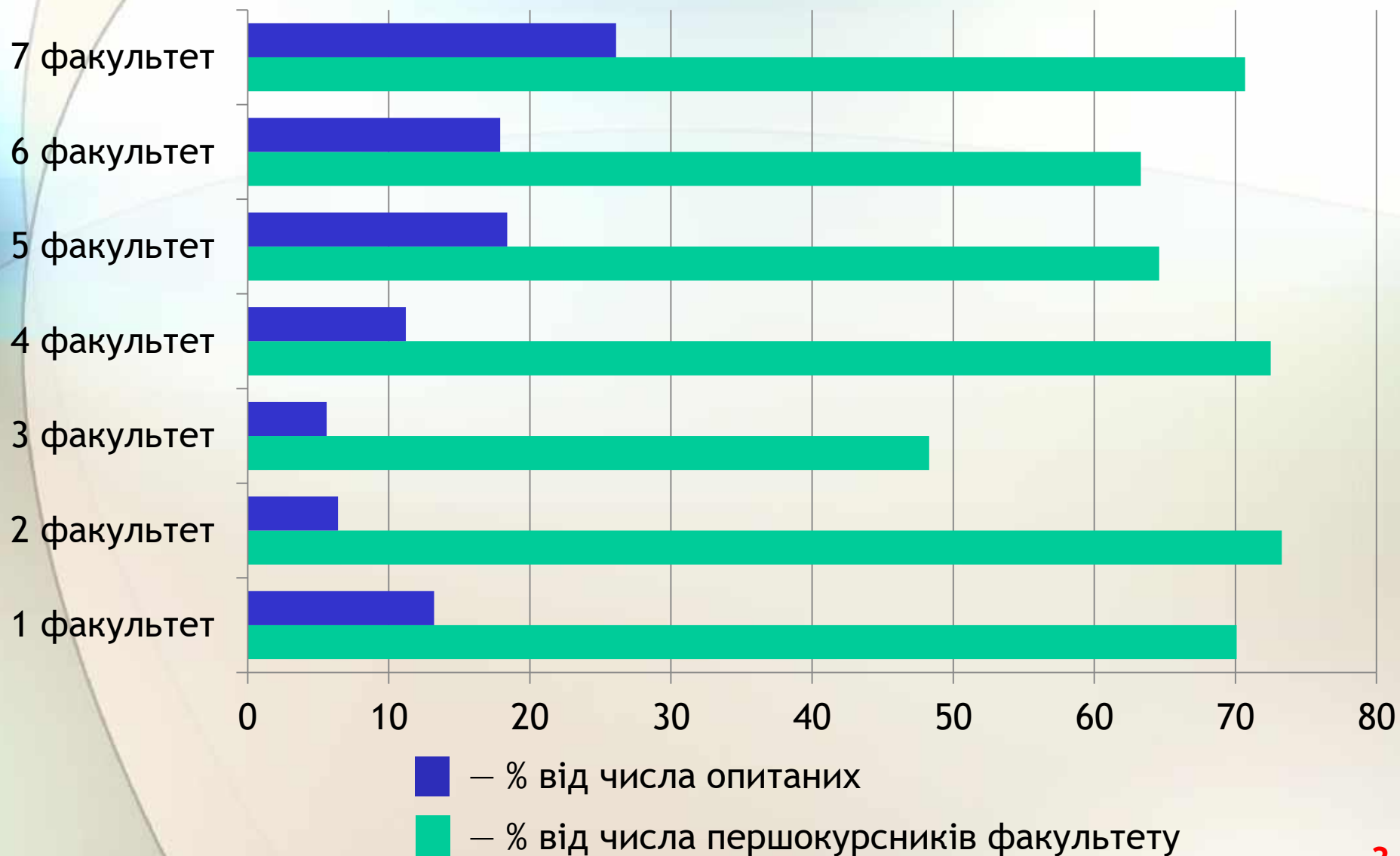
Методи дослідження: анкетне опитування

Обсяг вибіркової сукупності: 517 студентів 1 курсу 1-7 факультетів ХАІ, що навчаються в 2019-2020 навчальному році.

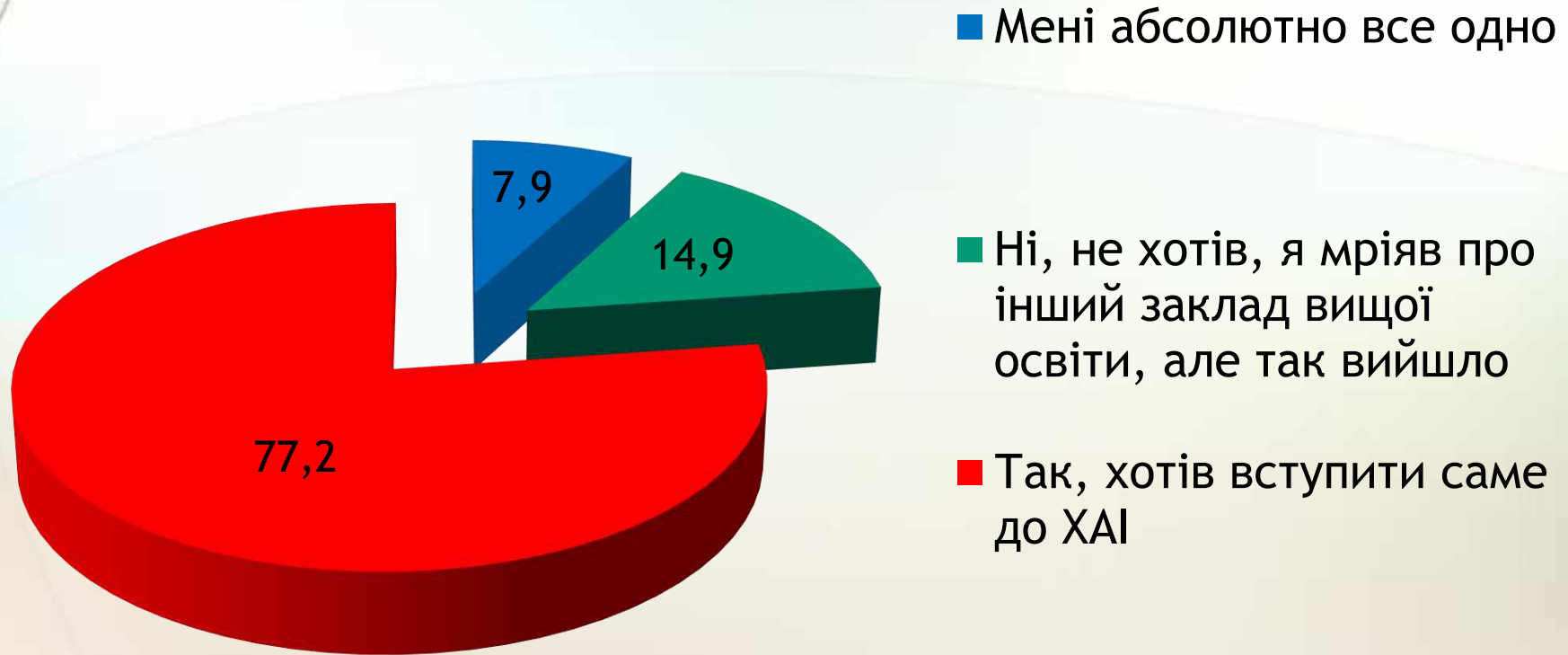
Час проведення дослідження: листопад 2019 року.

ХАРАКТЕРИСТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ

Показники відвідування занять студентами першого курсу



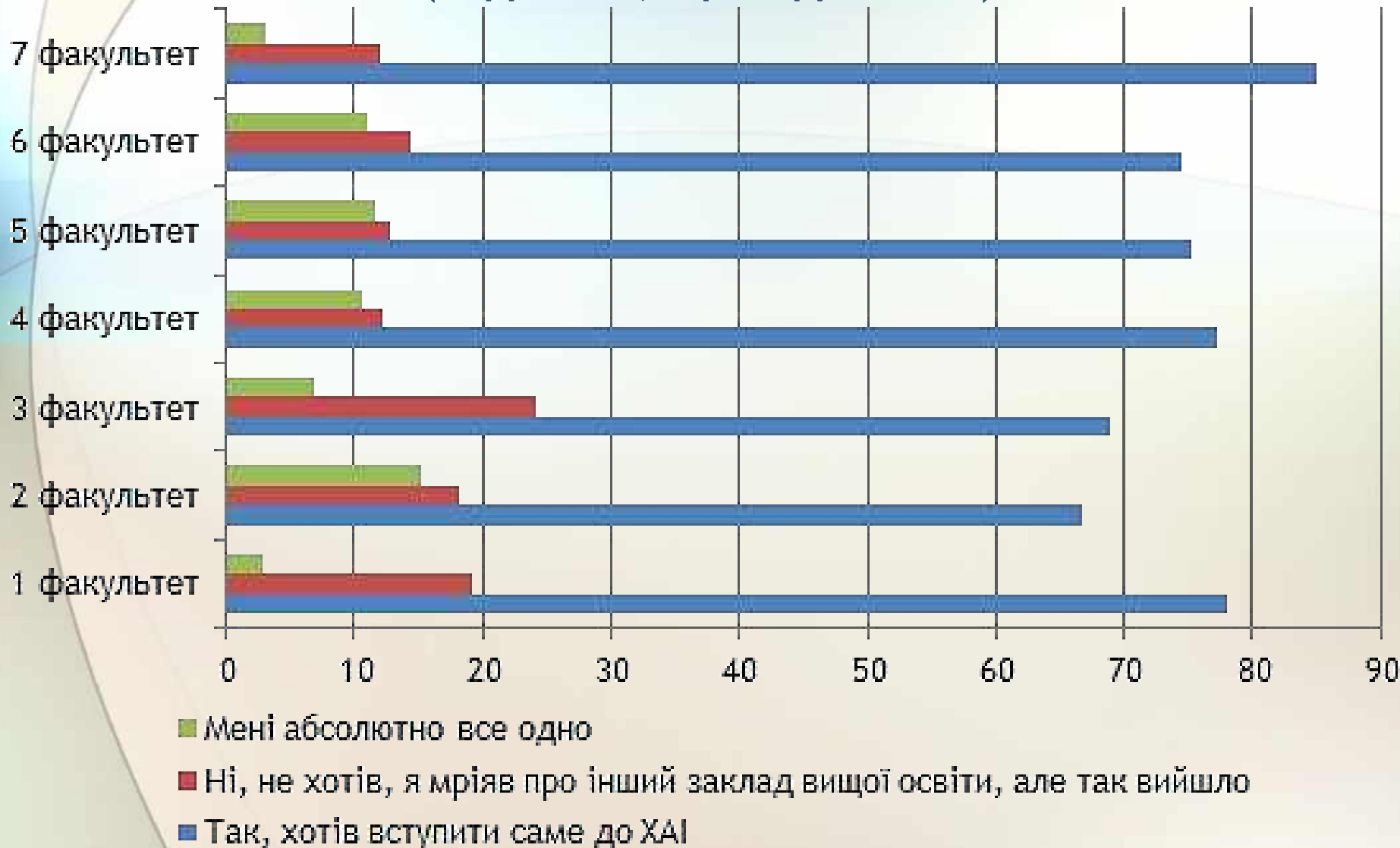
Ви дійсно свідомо хотіли вступити саме до ХАІ
або просто так вийшло?
(% до тих, що відповіли)



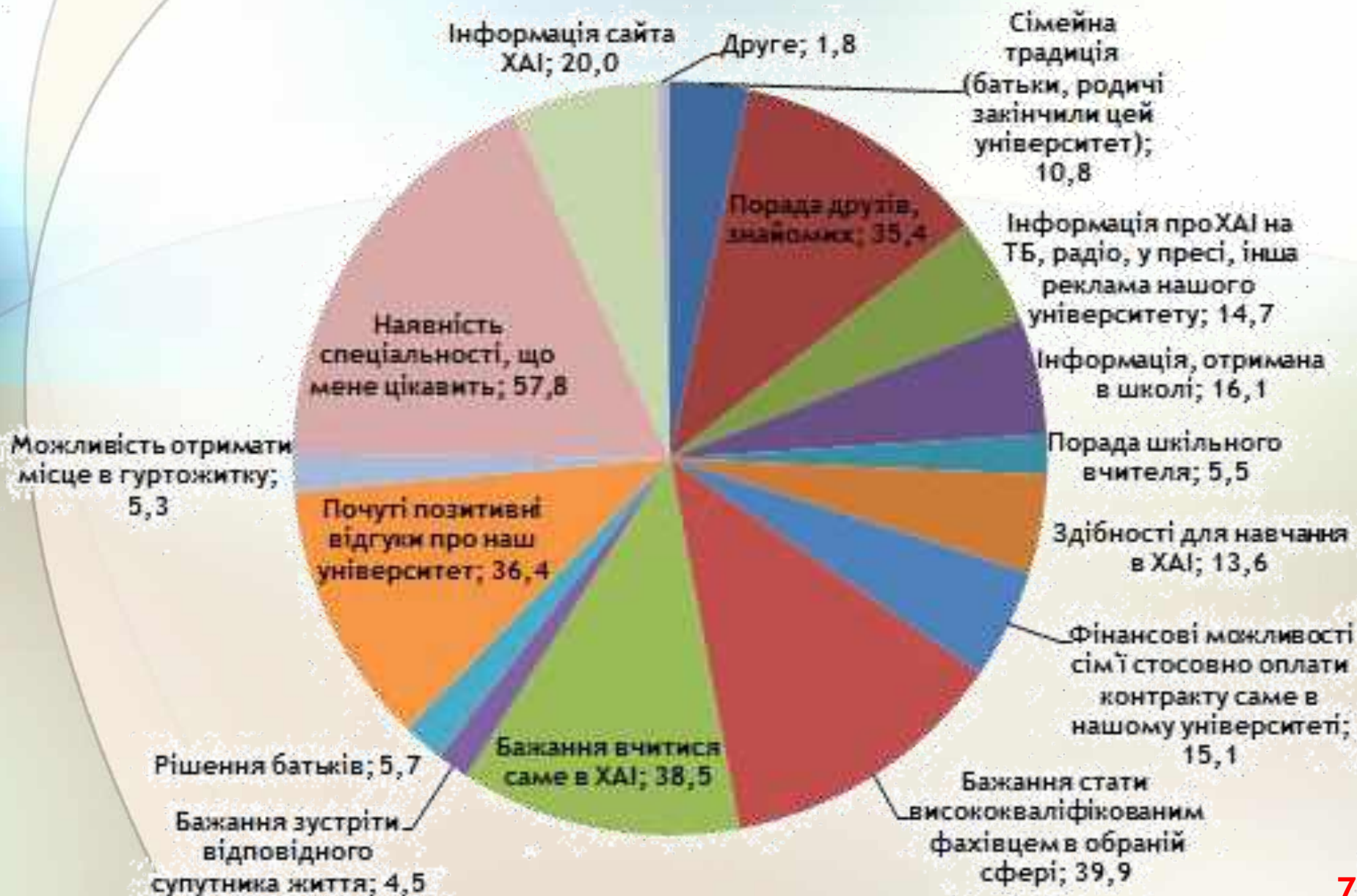
Ви дійсно свідомо хотіли вступити саме до ХАІ або просто так вийшло? (% до тих, що відповіли)



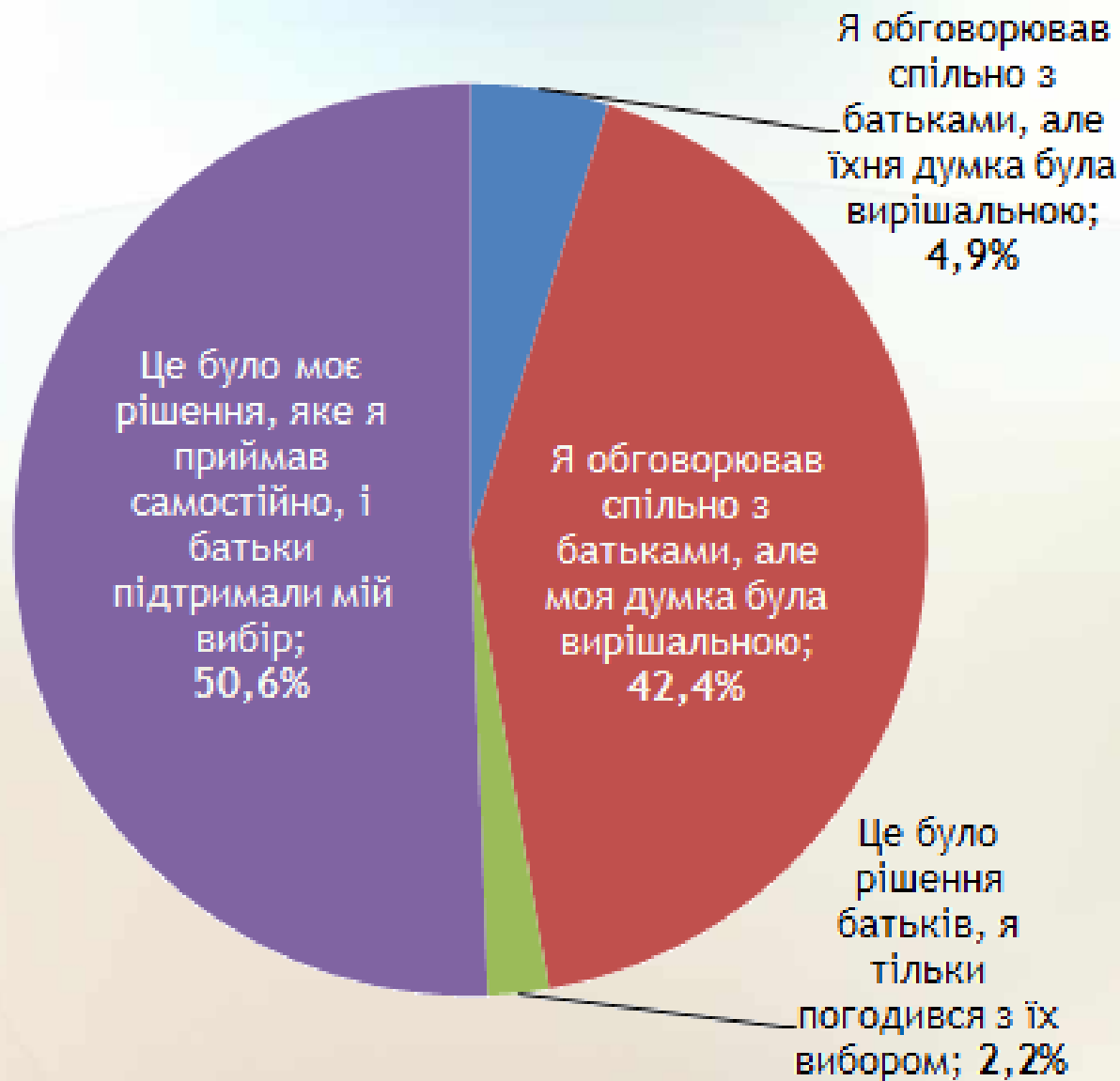
Ви дійсно свідомо хотіли вступити саме до ХАІ або просто так вийшло? (% до тих, що відповіли)



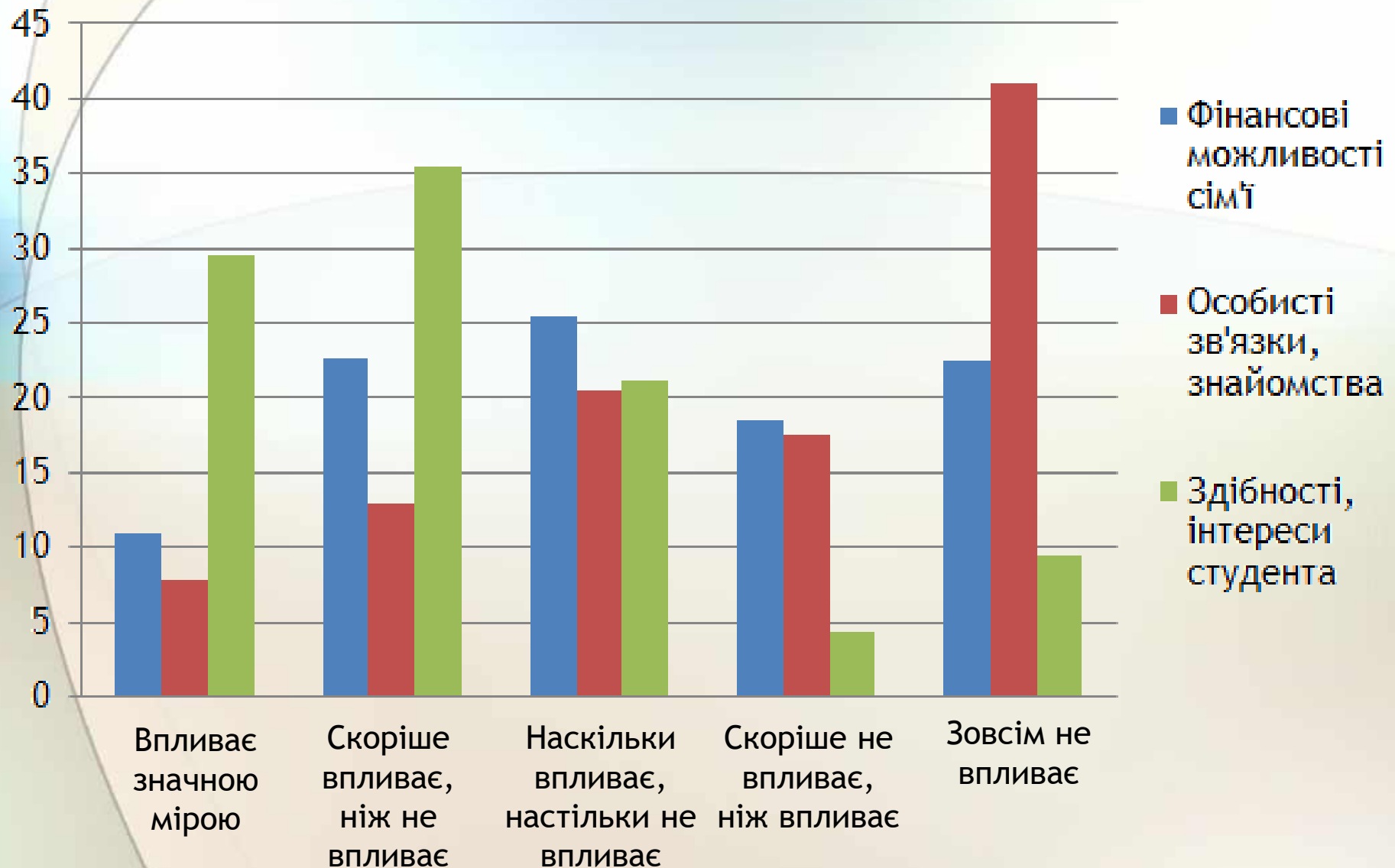
Що вплинуло на прийняття Вами рішення про вступ до ХАІ? (% до тих, що відповіли)



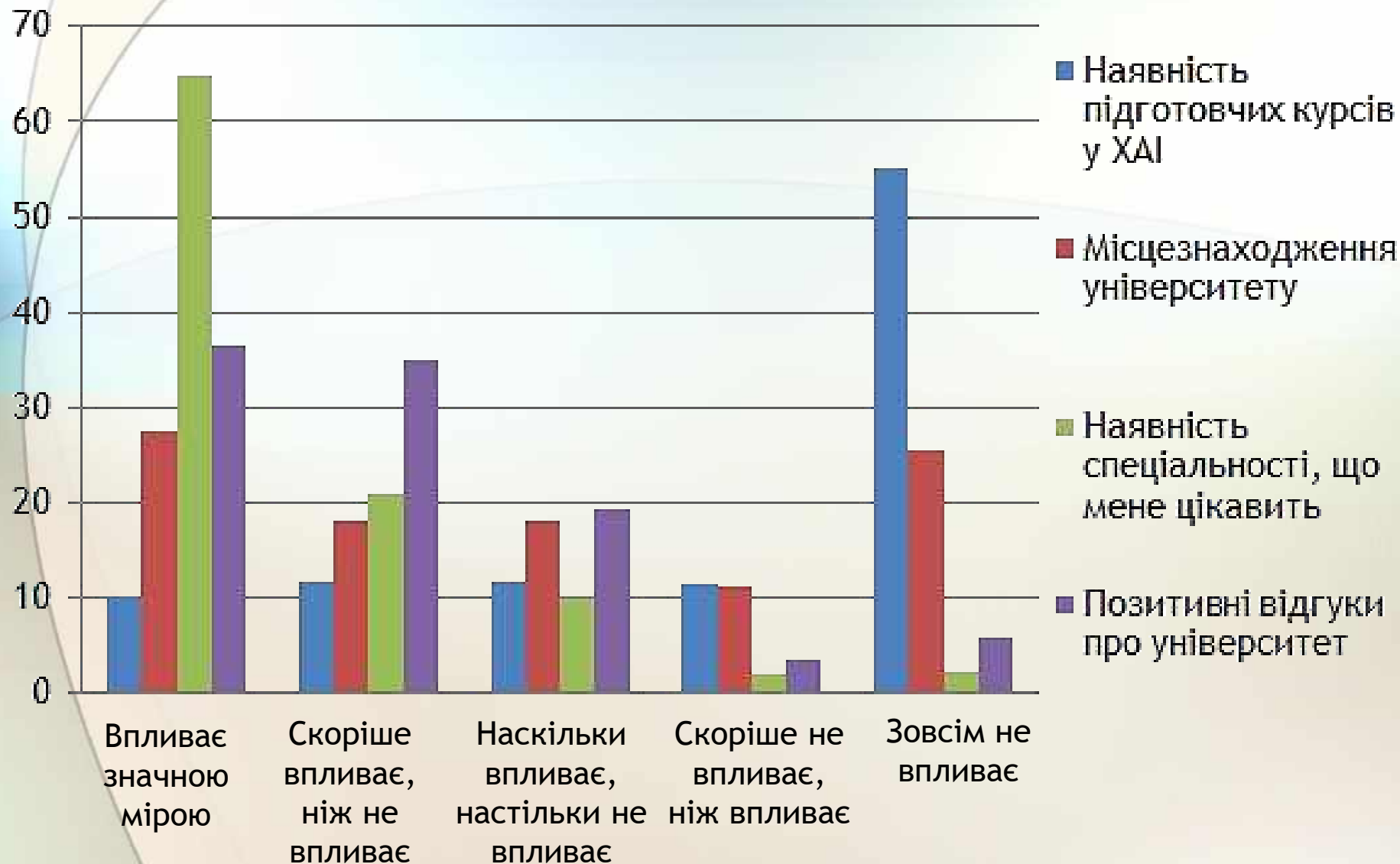
Як у Вашій родині приймалося рішення про вибір закладу вищої освіти? (% до тих, що відповіли)



Якою мірою вплинули на вибір ХАІ такі фактори (% до тих, що відповіли)



Якою мірою вплинули на вибір ХАІ такі фактори (% до тих, що відповіли)



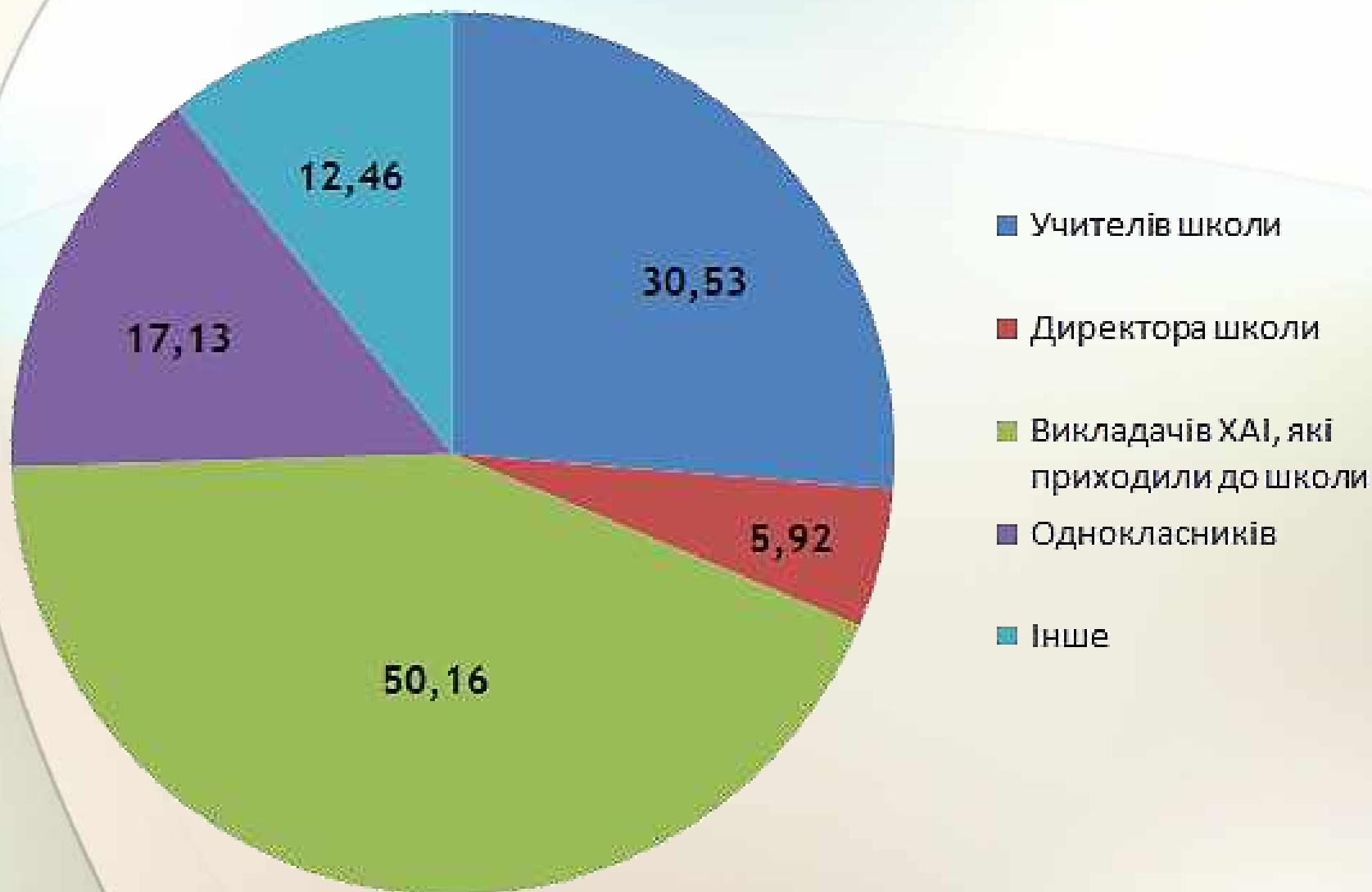
Під час прийняття рішення про форму навчання Ви і Ваші батьки (% до тих, що відповіли)



Звідки Ви отримували інформацію про ХАІ? (% до тих, що відповіли)



Якщо Ви отримували інформацію про ХАІ в школі,
то цю інформацію Ви дізналися від
(% до тих, що відповіли)



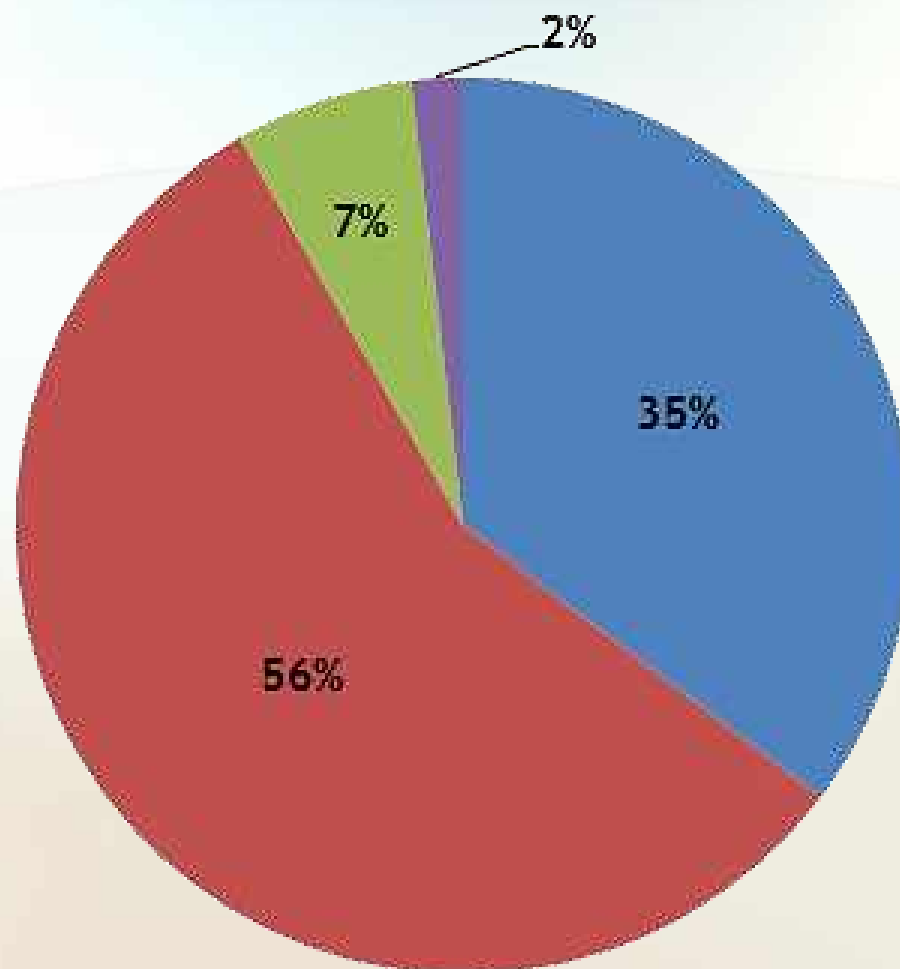
Звідки Ви отримували інформацію про ХАІ? (% до тих, що відповіли)



Отримуючи інформацію про ХАІ, про що Ви хотіли дізнатися в першу чергу? (% до тих, що відповіли)



Оцініть, будь ласка, значення днів відкритих дверей у наборі першокурсників?
(% до тих, що відповіли)

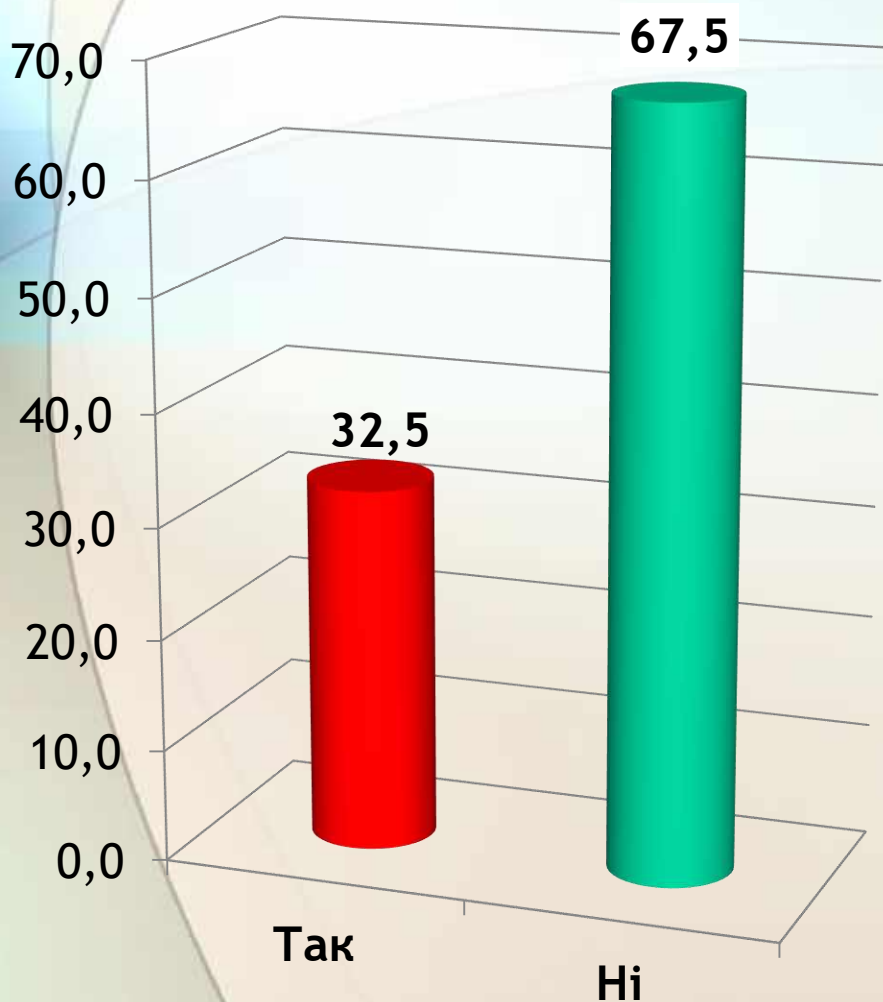


■ Високе ■ Середнє ■ Нижче за середнє ■ Незадовільне

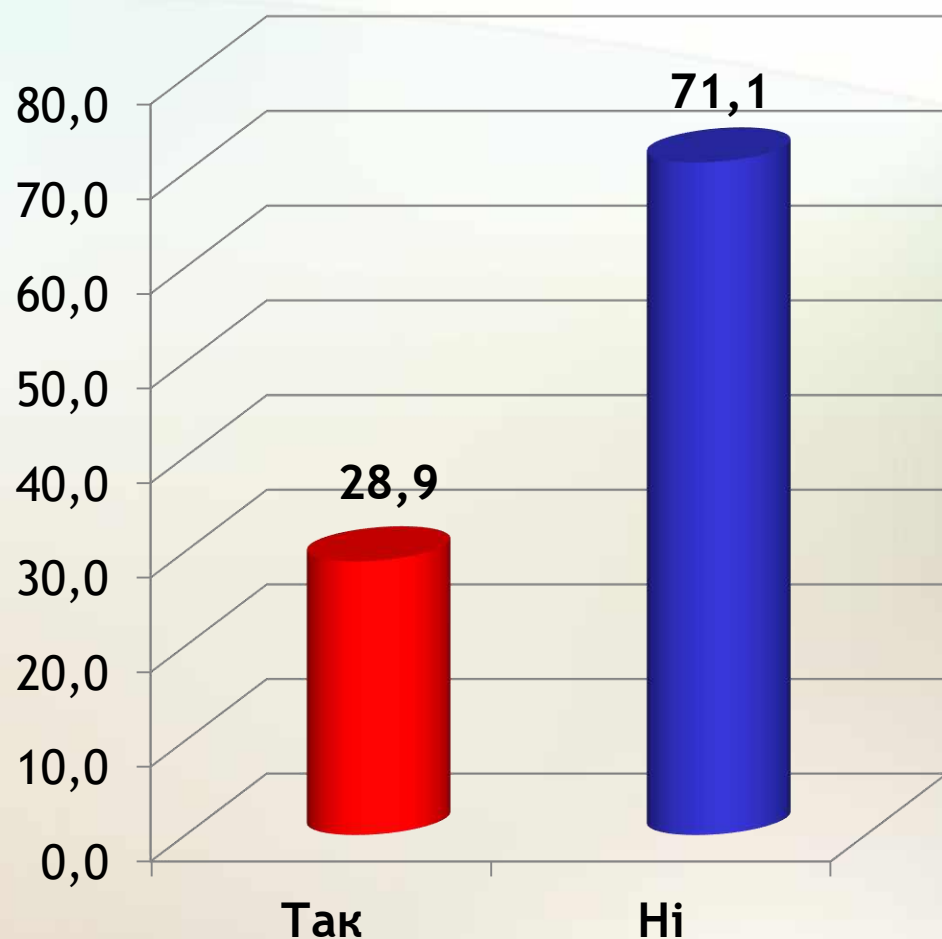
На Вашу думку, дні відкритих дверей (% до тих, що відповіли)



Чи відвідували Ви дні
відкритих дверей ХАІ, коли
вибирали заклад вищої
освіти?
(% до тих, що відповіли)



Чи стало вирішальним
фактором при виборі Вами
закладу вищої освіти
відвідування днів відкритих
дверей ХАІ?
(% до тих, що відповіли)



Чи запрошував
хто-небудь Вас
вступати до ХАІ?



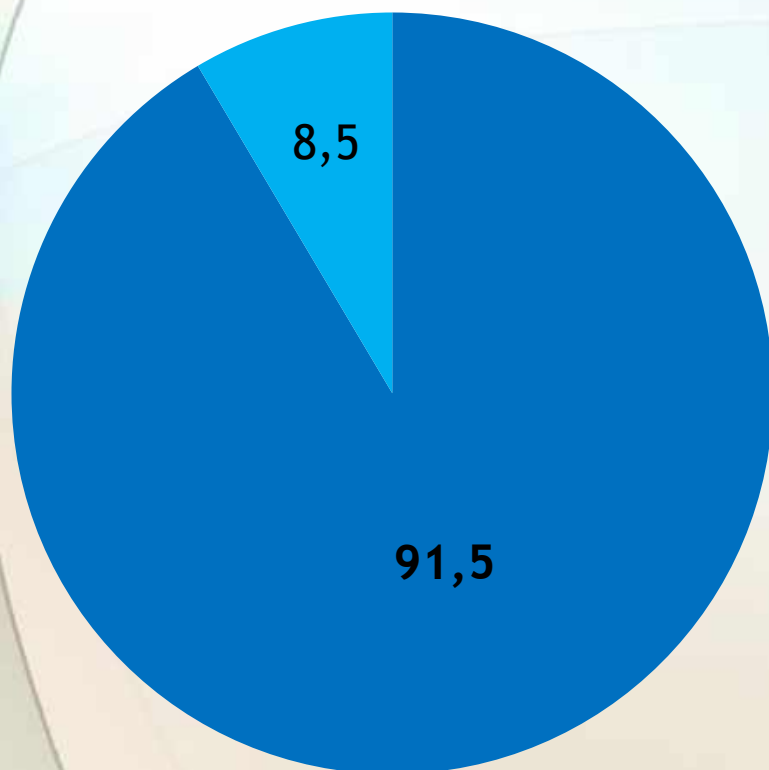
Якщо Вас запрошували
вступати до ХАІ, то яким
чином це відбувалося?



Що відіграло вирішальну роль у виборі ХАІ особисто для Вас? (% до тих, що відповіли)

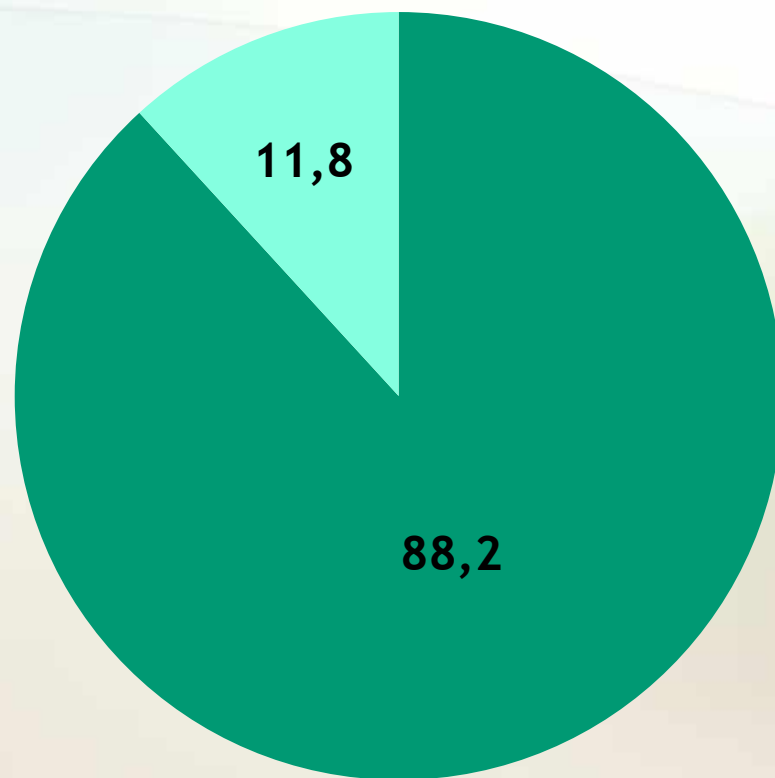


Чи відвідували Ви сайт ХАІ
під час вибору закладу
вищої освіти?
(% до тих, що відповіли)



■ Так ■ Ні

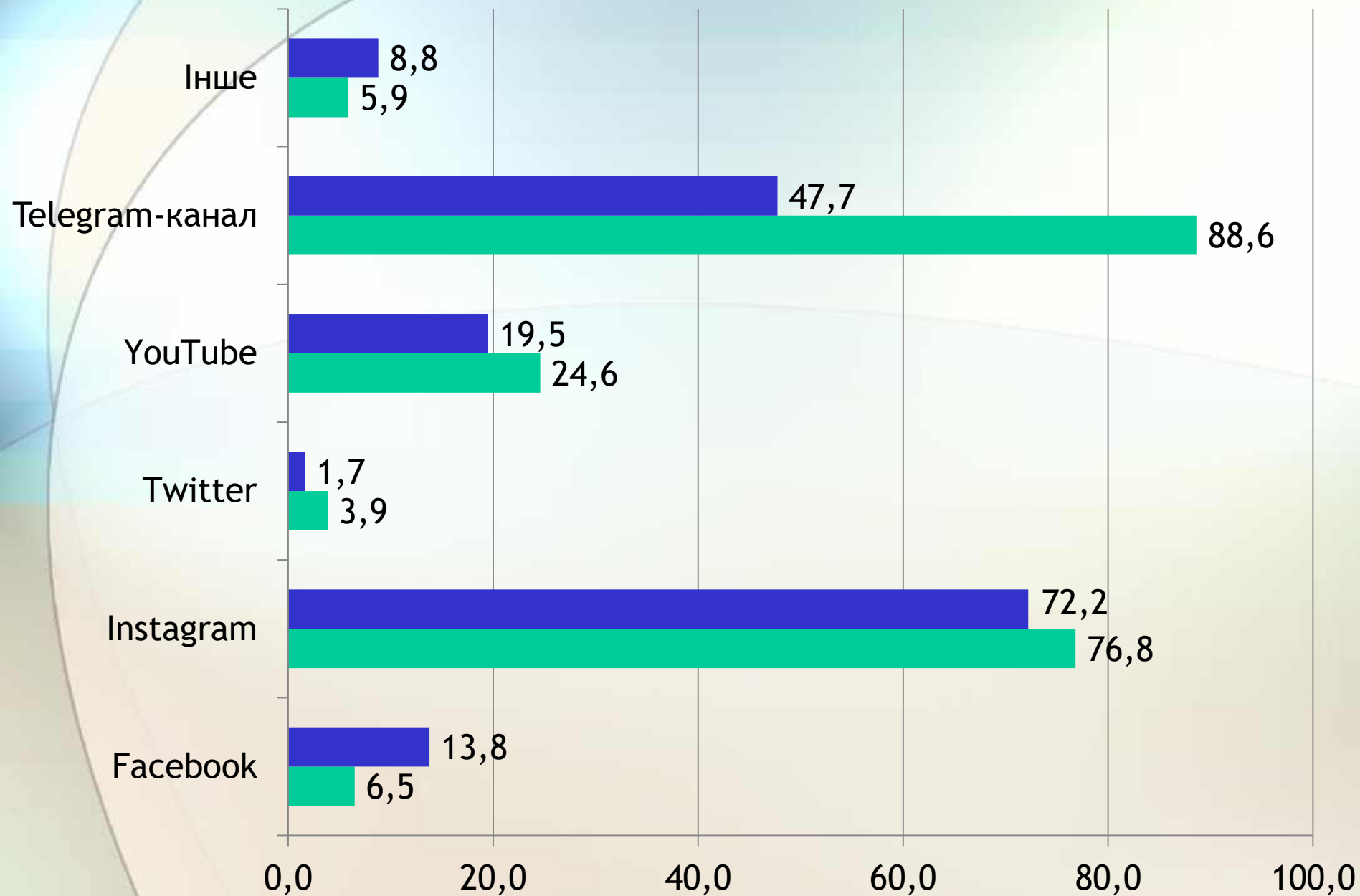
Чи допомогла Вам
інформація сайту ХАІ під
час вибору закладу вищої
освіти?
(% до тих, що відповіли)



■ Так ■ Ні

Якщо інформація сайту ХАІ Вам допомогла, то чим саме? (% до тих, що відповіли)

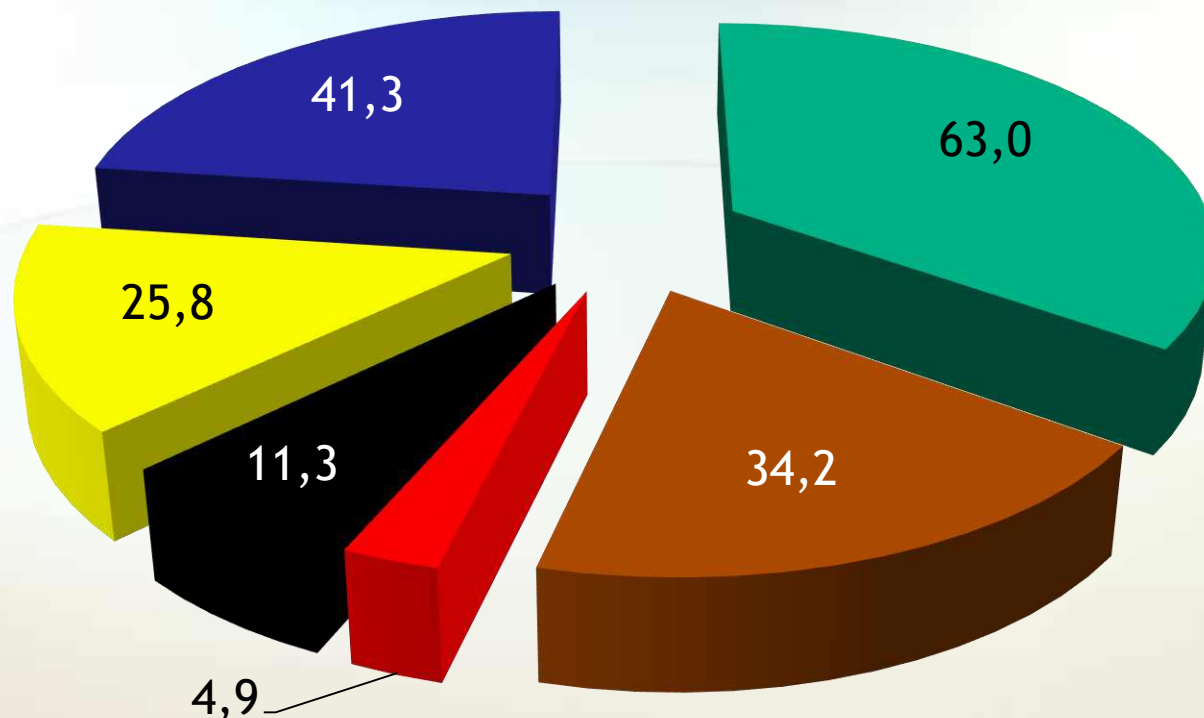




■ У яких соціальних мережах (додатках) Ви бачили інформацію про ХАІ?

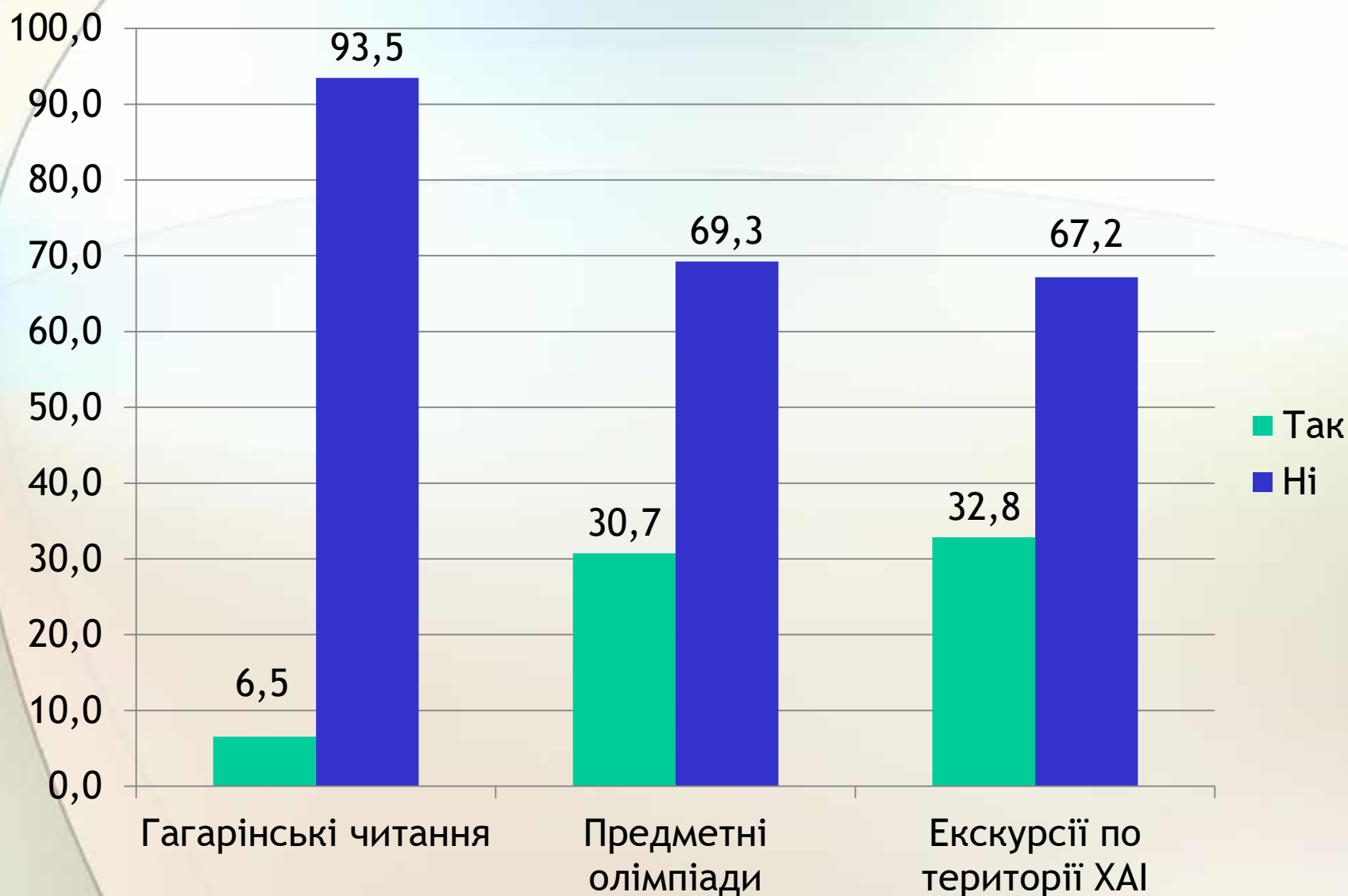
■ У яких соціальних мережах (додатках) Ви спілкуєтеся найчастіше

Які агітаційні заходи для абітурієнтів Ви вважаєте найбільш ефективними? (% до тих, що відповіли)

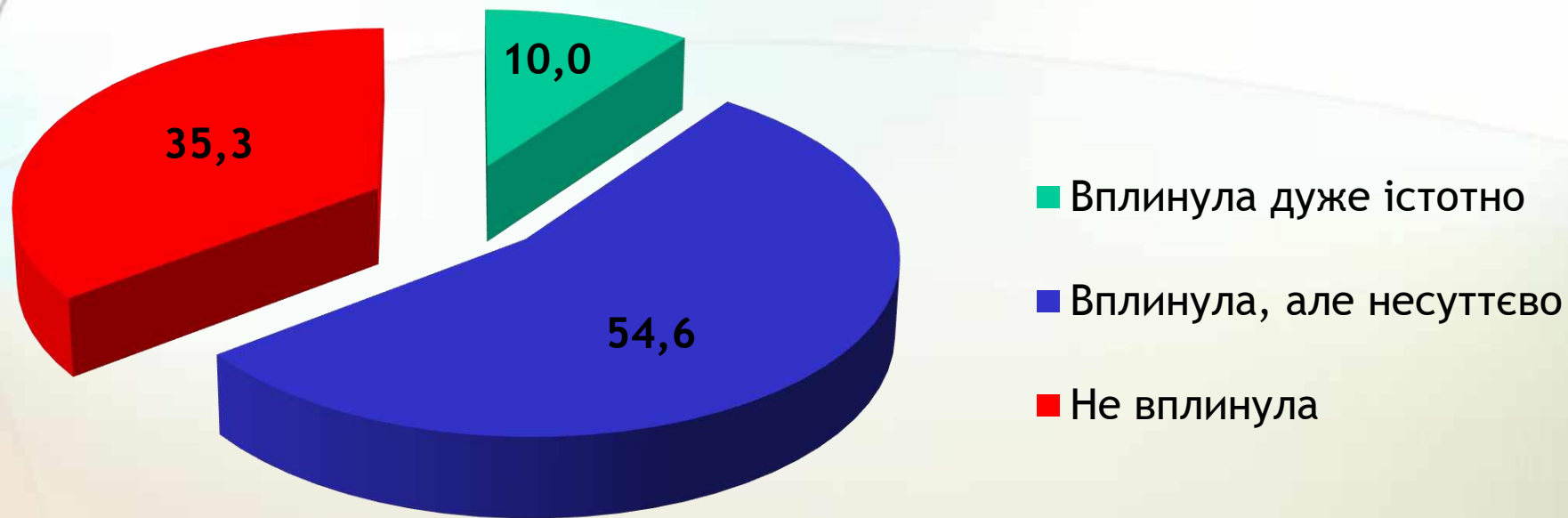


- Робота в мережі Інтернет
- Робота з випускниками, батьками й учителями в школах
- Реклама на ТБ, радіо, у пресі, на транспорті
- Робота фізико-математичної школи ХАІ
- Індивідуальна робота викладачів і співробітників ХАІ з абітурієнтами
- Організація днів відкритих дверей

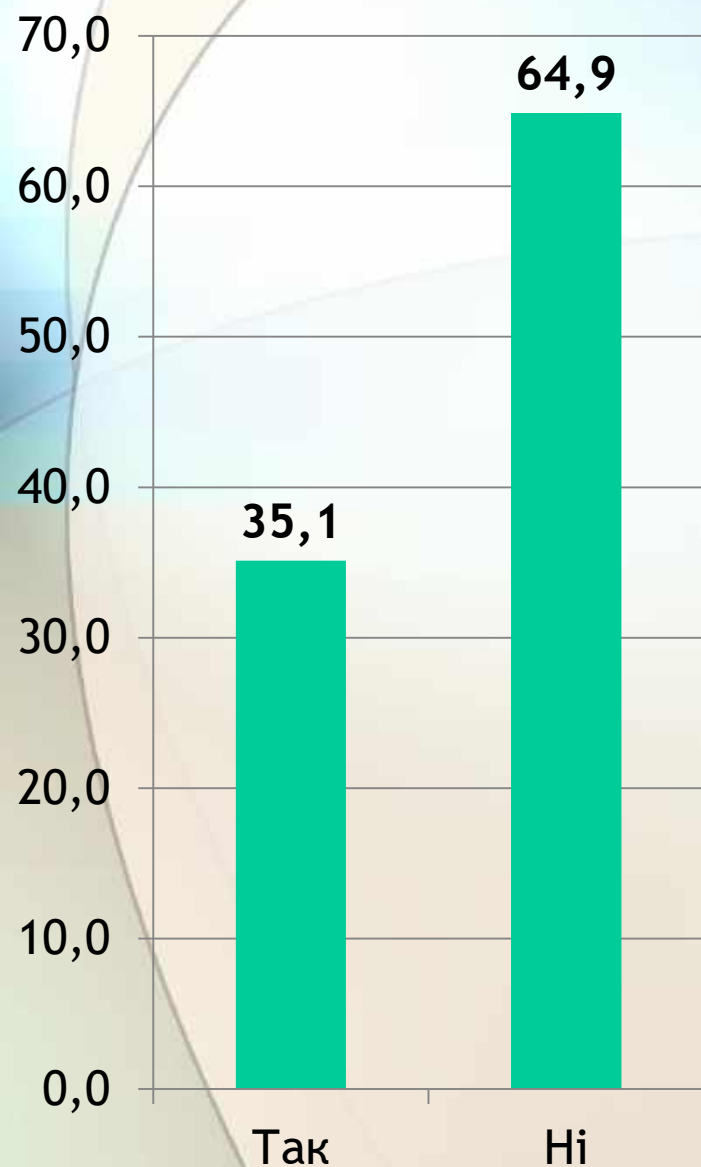
Чи брали Ви участь в таких заходах, що проводить ХАІ (% до тих, що відповіли)



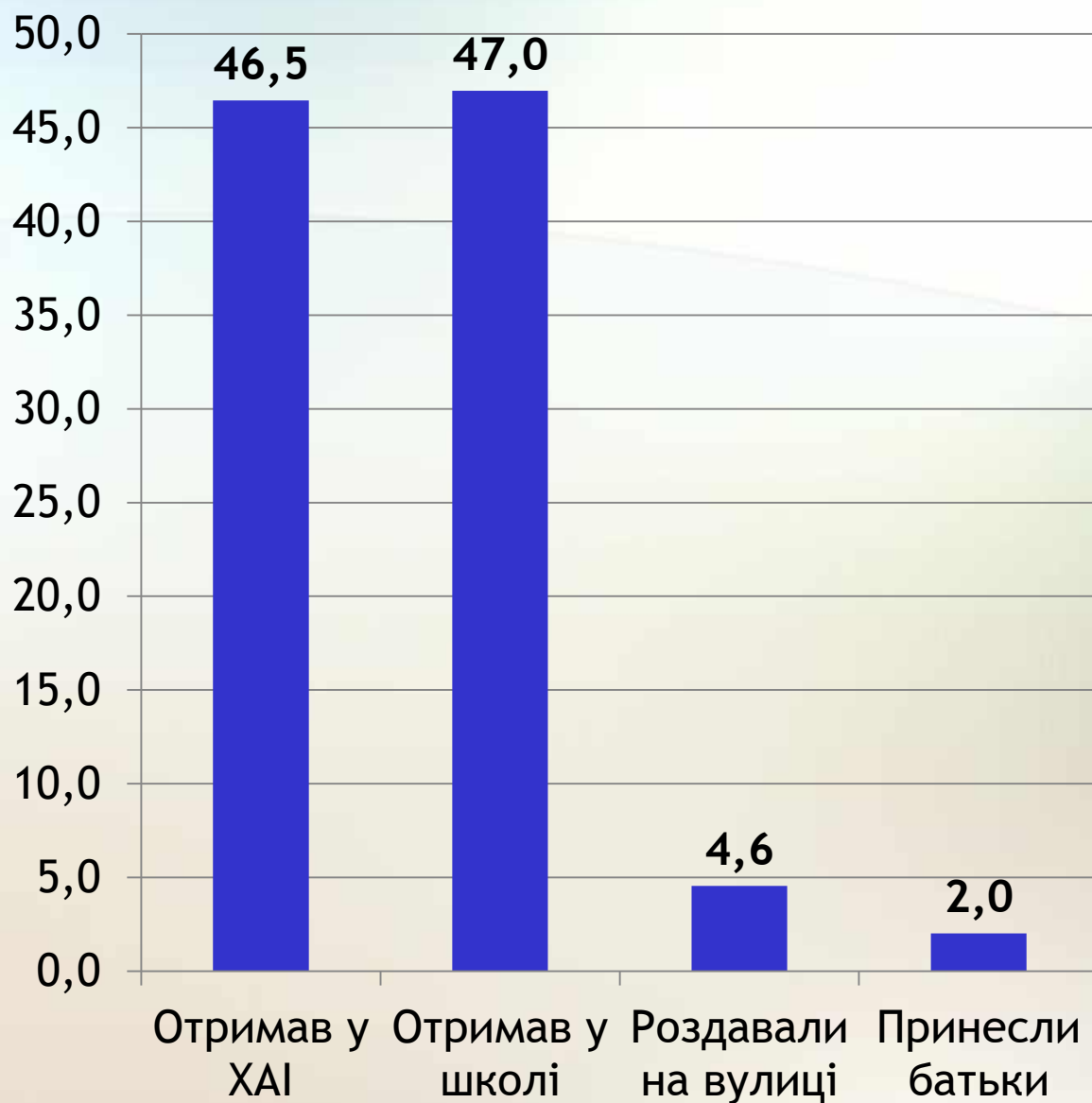
Наскільки суттєво на Ваш вибір вплинула рекламна й агітаційна кампанія, проведена ХАІ? (% до тих, що відповіли)



Чи бачили Ви друковану рекламу ХАІ?



Якщо ви зустрічали друковану рекламу ХАІ, то як вона до Вас потрапила?



**Оцініть, будь ласка, роботу відбіркової комісії, що оформляла Ваші документи під час вступу у ХАІ
(% до тих, що відповіли)**

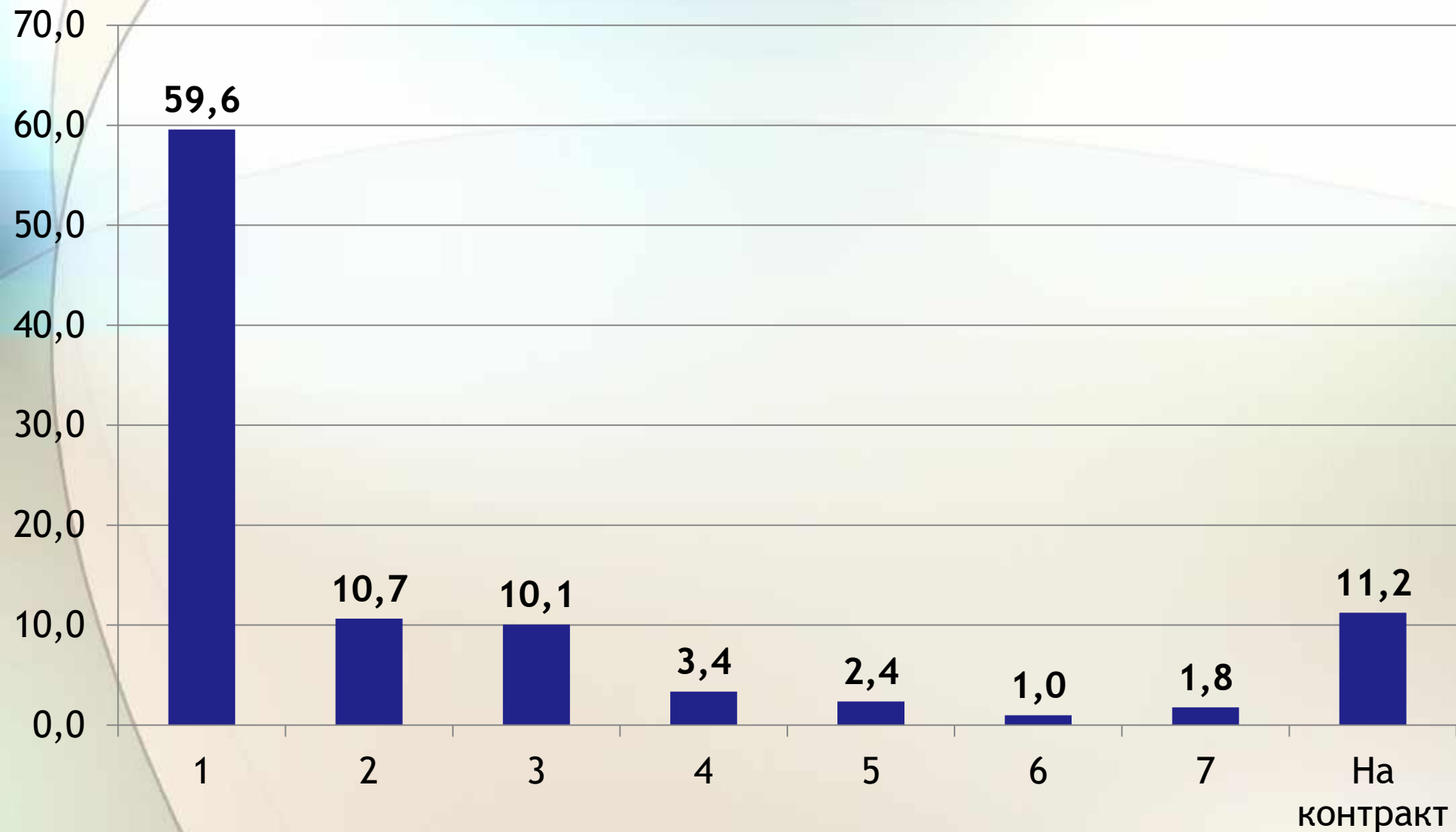


Оцініть, будь ласка, роботу Консультаційного центру ХАІ

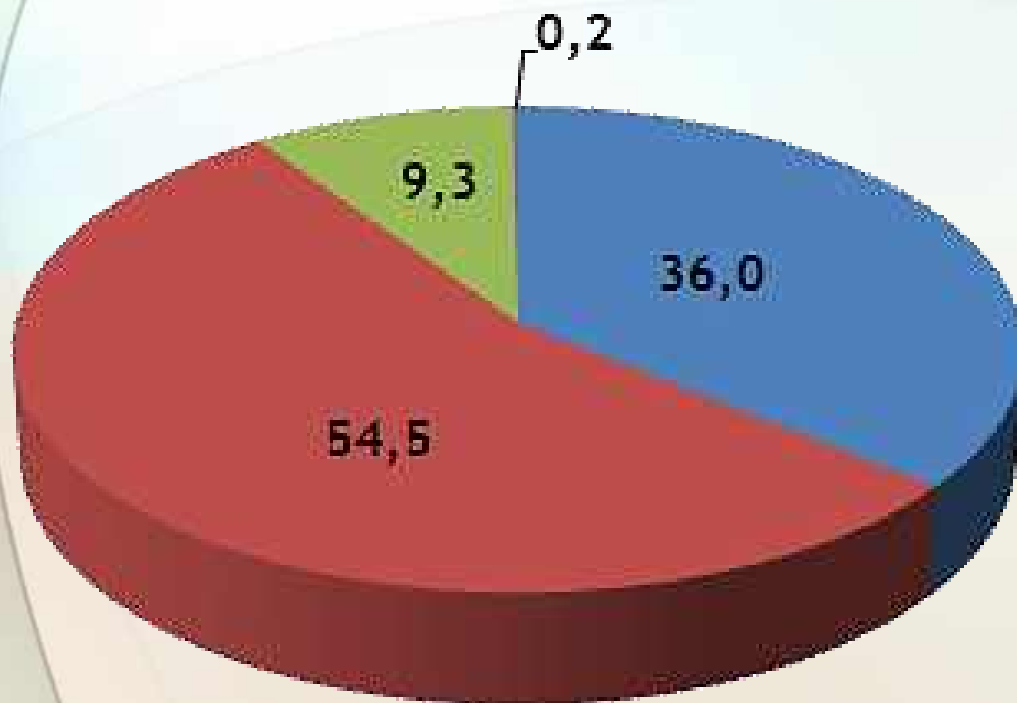
(% до тих, що відповіли)



**З яким пріоритетом була Ваша заява
на вступ до ХАІ?
(% до тих, що відповіли)**



Коли Ви прийняли остаточне рішення про вступ саме до ХАІ?



- Ще до того, як здав документи, оскільки серйозних альтернатив ХАІ для мене не було
- У липні після ретельного аналізу всіх варіантів
- У липні під впливом особистого відвідування ХАІ і спілкування з робітниками відбіркової комісії
- У липні, коли я зрозумів, що до іншого закладу вищої освіти я не вступаю

Першочергові завдання щодо вдосконалення рекламно-агітаційної кампанії ХАІ:

1. Керівництву факультетів рекомендується звернути увагу на роботу відбіркових комісій як стратегічно важливого напрямку в боротьбі за абітурієнтів. Особливу увагу приділити кадровому питанню, залучати (стимулюючи, мотивуючи) кращих для того, щоб підвищити ефективність і знизити кількість претензій до роботи даних підрозділів. В першу чергу це стосується п'ятого факультету, де оцінки роботи відбіркової комісії в цьому році виявилися нижче інших факультетів.
2. За прикладом минулого року спланувати по всіх факультетах персональну агітаційну роботу з абітурієнтами (обдзвони) на кінець червня — початок липня, як найбільш ефективний метод в цей час.
3. Керівництву університету рекомендується звернути увагу на вдосконалення роботи Консультаційного центру ХАІ. Завдання знизити кількість негативних оцінок роботи даного підрозділу. Крім невиконання прямих обов'язків Консультаційного центру, є небезпека заподіяння шкоди репутації ХАІ, що категорично неприпустимо.
4. Рекомендується поставити задачу по збільшенню кількості абітурієнтів, які звертаються в Консультаційний центр ХАІ, через рекламу послуг, які надаються даним підрозділом, наприклад, на сайті ХАІ.

5. Максимально збільшувати число відвідувачів Днів відкритих дверей, залучати Харків і область, а також прилеглі обласні центри. З цією метою проводити широку рекламну кампанію з використанням Інтернет-ресурсів.
6. Організувати для іногородніх абітурієнтів онлайн-екскурсії по ХАІ, як в цілому, так і по факультетах, включаючи відвідування музеїв, лабораторій, виставкових майданчиків тощо.
7. Рекомендується здійснювати моніторинг Днів відкритих дверей інших вузів м. Харкова з метою проаналізувати рекламні та PR-стратегії в плані роботи, як з реальними абітурієнтами, так і з потенційними (учнями молодшої та середньої школи). Наприклад, комплекс безкоштовних заходів (майстер-класів, воркшопів, інтерактивних ігор та лекцій, лабораторних робіт, демонстрацій, дослідів).
8. Необхідно постійно вдосконалювати форму і навігацію сайту ХАІ, а також регулярно оновлювати його зміст. При тому, що прямого запитання про якість роботи сайту ХАІ не було, першокурсники змогли донести свої скарги і критику роботи сайту ХАІ, відповідаючи на інші запитання. На думку наших першокурсників, сайт не повною мірою відповідає рівню сучасного вищого навчального закладу.
9. Слід активізувати не тільки рекламно-агітаційну роботу в Інтернеті, але PR-діяльність у віртуальному і інформаційному просторі. Просування іміджу технічно передового університету має стати основним завданням. Забезпечити зв'язок навчання та інновацій, практичного застосування теоретичних знань, з'єднання вузівської науки, студентів, аспірантів і викладачів з бізнесом, реалізацію наукомістких інноваційних бізнес-проектів.

10. На сайті ХАІ необхідно приділити особливу увагу інформації про потенційні можливості працевлаштування випускників усіх спеціальностей вузу. Цю інформацію шукали близько 43% респондентів даного дослідження, а знайшли лише 7%. Цю прогалину необхідно заповнити. Керівництву факультетів і кураторам слід звернути увагу на відвідування занять студентами першого курсу. В першу чергу це стосується третього, шостого і п'ятого факультетів.



ДЯКУЮ!

