

ЗВІТ

про результати опитування абітурієнтів

Одеського національного медичного університету в 2023 році.

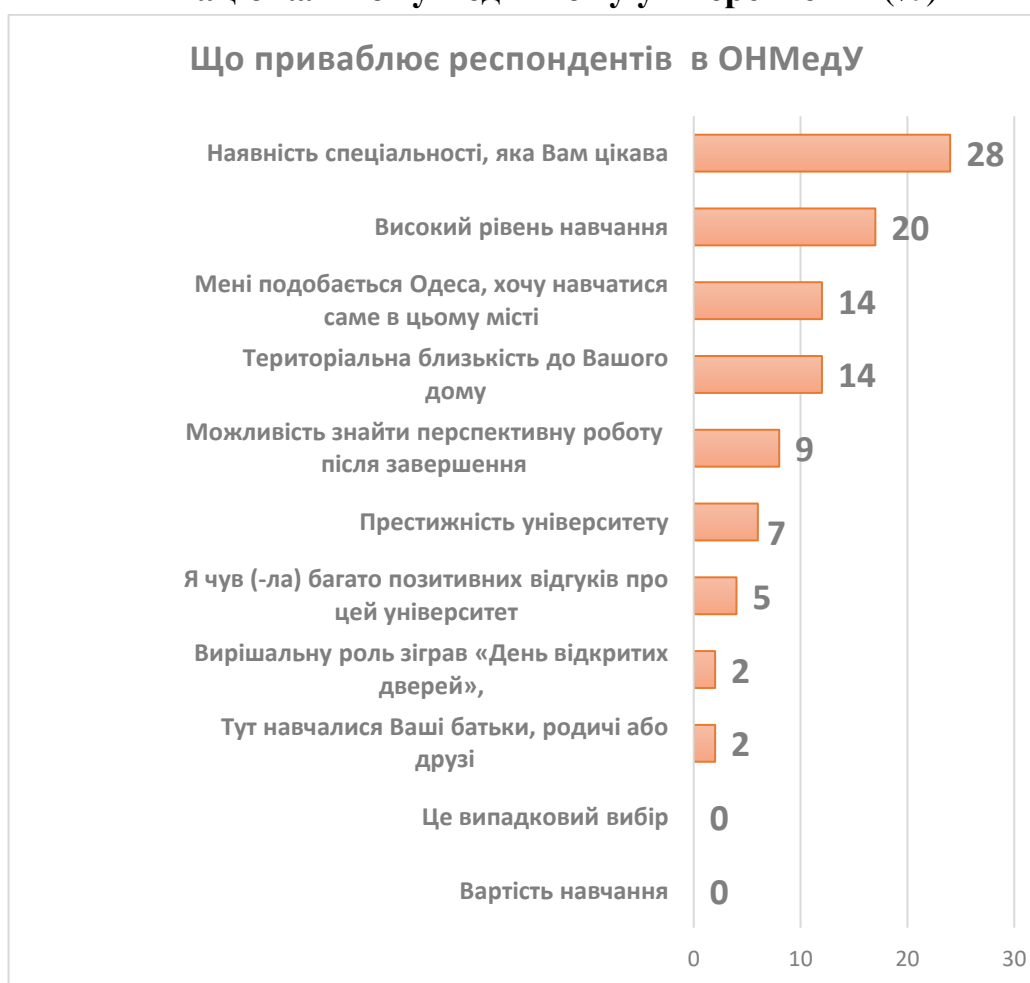
Всього опитано 87 респондентів. Анкетування було проведено за допомогою Microsoft Forms, який є частиною сервісу Microsoft 365. Терміни опитування 27-28 вересня 2023 року. Мета дослідження – вдосконалення та покращення якості освітньої діяльності в Університеті.

Місто, де проживають респонденти: **Одеса згадується 36 разів**. Інші населені пункти згадуються по одному разу, крім Білгород-Дністровського, який згадується тричі, та м. Первомайськ, Чорноморськ та Миколаїв, кожен з яких згадується двічі. **Інших населених пунктів- 44 (СМТ, села).**

80% з опитаних вказують, що планують поступати на спеціальність «**Медицина**», ще **20%** на «**Фармація, промислова фармація**».

Рисунок 1.

Відповіді на запитання «Що Вас приваблює в Одеському національному медичному університеті?»(%)



Переважає більшість респондентів (**28%**), вказали на **наявність спеціальності, яка їм цікава**, як причину для вступу, що вказує на цілеспрямований вибір молоддю свого майбутнього професійного шляху

Високий рівень навчання приваблює **20%** респондентів, що характеризується якістю освіти та репутацією університету, займає друге місце, що підкреслює вагу академічних стандартів у виборі освітнього закладу.

Для **14%** респондентів важливою є **близькість університету до дому**, і така ж кількість людей хотіли б навчатися **саме в Одесі**. Можливість в майбутньому знайти перспективну роботу після закінчення ВНЗ є важливою для **9%** респондентів, що свідчить про довготерміновий планування кар'єри з боку абітурієнтів і меншу акцентуацію на негайному працевлаштуванні.

Престижність університету є важливим чинником для 7% респондентів, що свідчить про усвідомлення значення репутації закладу у професійній сфері. Престижність може асоціюватися з якістю освіти, успішністю випускників, інноваційними програмами навчання та дослідницькими можливостями, що, в свою чергу, може впливати на кар'єрні перспективи студентів. Це також може відображати бажання студентів **бути асоційованими з установою, що має високий рейтинг та визнання в медичній галузі**. Ще **5%** опитаних студентів чули багато позитивних відгуків про Університет. **2%** зазначили, що в університеті навчалися їхні батьки, родичі або друзі, і ще **2%** вважають, що остаточне рішення було прийнято на дні відкритих дверей ОНМедУ. Наявність знайомих серед студентів і проведення дня відкритих дверей мають меншу, але все ж помітну вагу, що може бути пов'язано з впливом соціальних зав'язків та успішною презентацією університету потенційним студентам.

Цікаво, що **вартість навчання та випадковий вибір не були згадані жодним з респондентів**, що підсилює висновок про свідомий та обдуманий вибір медичного університету, а не вибір за принципом «що попало». Це може вказувати на високий рівень мотивації та серйозність абітурієнтів щодо майбутньої професії в медицині.

Рисунок 2.

Відповіді на запитання «**Що Ви очікуєте від навчання в ОНМедУ?**» (%)



Найбільша низка очікувань пов'язана з отриманням перспективної професії (33%). Можливість приносити користь, надавати допомогу, полегшувати страждання інших є також значущими для респондентів (23%), високий рівень знань очікують отримати від навчання в Університеті 20% опитаних респондентів. Реалізація своєї давньої мрії є важливою для 18% опитаних абітурієнтів. Інші очікування, такі як продовження сімейної традиції, яскраве студентське життя та отримання нових друзів, набрали відповідно 2, 2 та 1%.

Аналіз відповідей абітурієнтів підкреслює, що мотивація до вступу в ОНМедУ суттєво зумовлена професійними перспективами та особистими цінностями. Прагнення отримати перспективну професію вказує на високий рівень кар'єрної орієнтованості серед абітурієнтів, що шукають гарантії стабільного майбутнього в складних економічних та соціальних умовах. Водночас значний інтерес до можливості допомагати іншим і реалізації власних мрій відображає альтруїстичну мотивацію та глибоке особисте залучення до обраної сфери.

Отримання високого рівня знань, вказане як важливе очікування, свідчить про стремління до глибокої фахової підготовки, яка є критичною для медичних професіоналів. Низький інтерес до соціальних аспектів університетського життя, таких як сімейні традиції та нові знайомства, підкреслює фокус на академічних та професійних аспектах освіти.

Рисунок 3.

Відповіді на запитання «Чи плануєте Ви подавати документи до інших університетів?» (%)



Більшість опитаних (**78 %** опитаних респондентів) **не планують подавати документи** до інших університетів, вказуючи, що ОНМедУ є першим у їхньому рейтингу. **17%** респондентів зазначили, що вони розглядають можливість подачі документів ще до декількох медичних *університетів* (доречі, 7% з тих, хто планує подати документи до іншого ВНЗ, стверджують, що він є **більш престижним**, ще 3% - вказали, що в цьому Університеті навчалися родичі або друзі респондентів). Тільки 5% розглядають подачу документів на інші спеціальності, а жоден з респондентів не розглядає варіант навчання за межами України.

Дані вказують на високий рівень лояльності та зацікавленості абітурієнтів саме в ОНМедУ як основному виборі для майбутньої освіти, що може бути обумовлене специфікою медичної галузі та **високим рівнем довіри до цього навчального закладу**. Водночас незначна частка опитаних все ж розглядає **альтернативні варіанти**, що може свідчити про стратегічний підхід до вибору навчального закладу та бажання забезпечити собі більше можливостей для вступу. **Відсутність інтересу до навчання за кордоном або в інших спеціальностях підтверджує тенденцію абітурієнтів до спеціалізації саме в медицині та орієнтацію на українські медичні університети.**

Рис. 4.

Відповіді на запитання «Звідки Ви дізналися про ОНМедУ?» (%)



Найбільша кількість абітурієнтів (**32%**) зазначили, що дізналися про університет **від родичів або друзів**, які навчалися в цьому ВНЗ. **Офіційний сайт університету** був другим за популярністю джерелом (**24%**). Інтернет-ресурси (не пов'язані з офіційним сайтом університету) та "Інше" набрали по 21% відповідей. По 1% зазначили, що дізналися про ОНМедУ від родичів або друзів, які працюють у цьому університеті, та від представників університету в їх школі. **Реклама по радіо та на телебаченні не була зазначена жодним респондентом.**

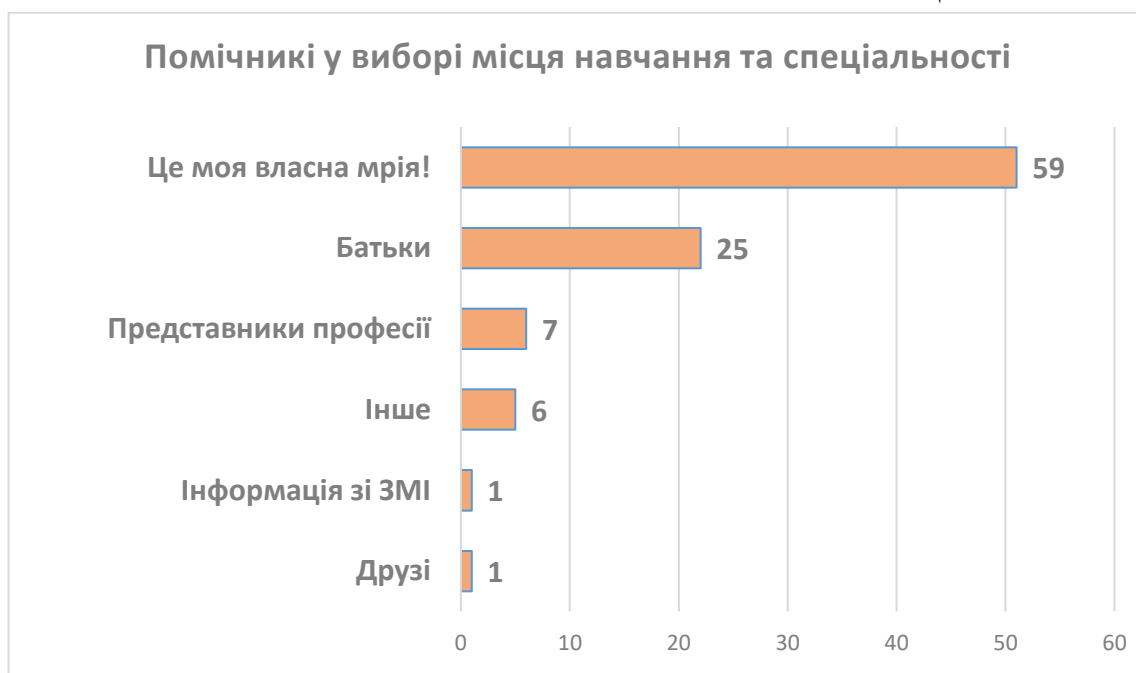
Дані свідчать про значний вплив соціальних зв'язків та інтернету у процесі пошуку інформації про університет. Особисті рекомендації від тих, хто вже навчається або працює в ОНМедУ, мають вирішальне значення для потенційних абітурієнтів, що підкреслює важливість задоволеності студентів та репутації закладу в академічній спільноті.

Популярність офіційного сайту ОНМедУ та інших інтернет-ресурсів як джерел інформації говорить про наступне: **університету варто подбати про те, щоб вебсайт містив актуальну та повну інформацію, був зрозумілим та легким у користуванні та пошуку.** Важливо також забезпечити якісний контент на сайті, що може включати детальні описи навчальних програм, відгуки студентів, новини про життя університету, а також інформацію про викладачів і дослідницькі проекти.

Відсутність відповідей, пов'язаних із рекламою на радіо та телебаченні, може вказувати на неефективність цих каналів комунікації для даної цільової аудиторії або на недостатнє їх використання з боку університету.

Рис. 5.

Відповіді на запитання «**Хто допомагає Вам здійснити Ваш вибір місця навчання та спеціальності?**» (%)



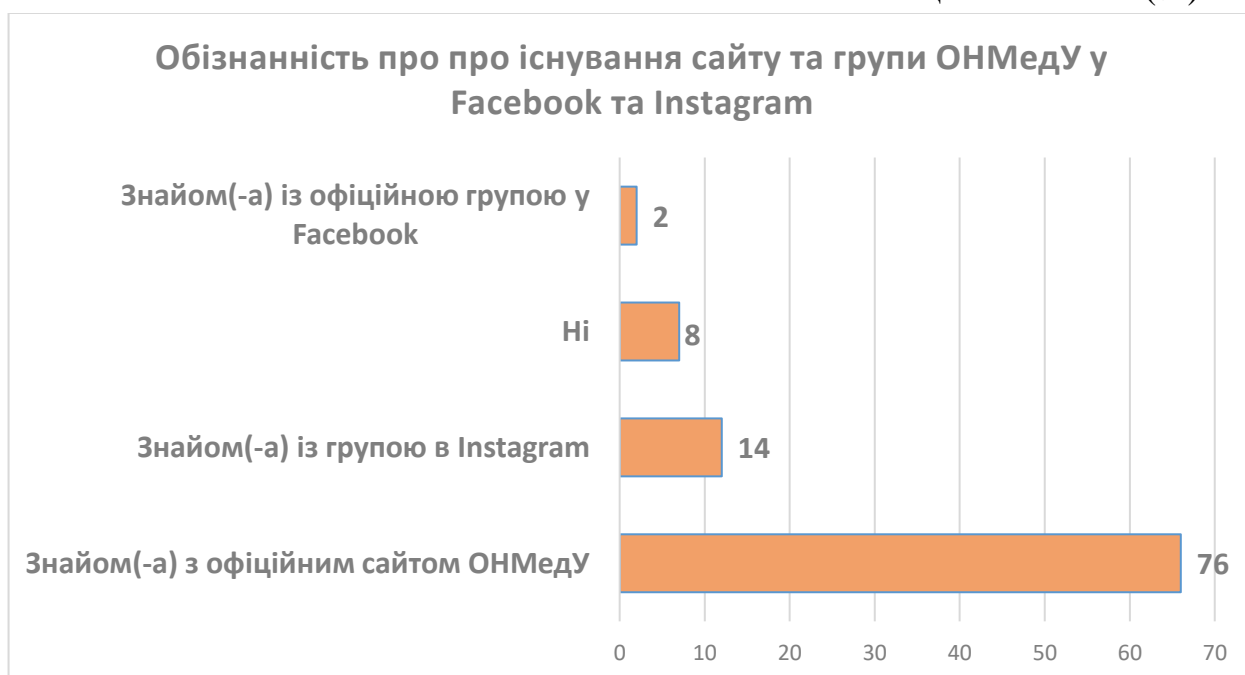
Більше половини опитаних, **59%**, стверджують, що вибір був їх власним рішенням. Батьки вплинули на вибір четвертої частини, а саме **25%** респондентів, що є другим за значністю фактором. Представники професії мали вплив на **7%** респондентів, ще **6%** опитаних зазначили додаткові фактори впливу. За інформацію зі ЗМІ та поради друзів прийняли рішення по одному відсотку.

Дані ілюструють, що вибір навчального закладу та спеціальності для більшості респондентів є результатом особистісного самовизначення. Велика кількість осіб, які покладаються на власне рішення, свідчить про незалежність та самостійність вибору сучасної молоді, а також може відобразити бажання розбудувувати власну кар'єру на основі індивідуальних інтересів та уподобань.

Роль батьків як визначального фактору для частини абітурієнтів підкреслює важливість сімейних цінностей та традицій у процесі прийняття освітніх рішень. Водночас низький вплив ЗМІ та друзів може свідчити про **критичне ставлення** до зовнішньої інформації та соціальних чинників у цьому важливому виборі.

Рис. 6.

Відповіді на запитання «Хто допомагає Вам здійснити Ваш вибір місця навчання та спеціальності?» (%)



Переважна більшість (**76%**), зазначили, що знайомі з офіційним сайтом ОНМедУ, що є головним джерелом інформації. Соціальні мережі впливають у меншій мірі: **14%** абітурієнтів знайомі з групою у Instagram, тоді як офіційна група у Facebook вплинула лише на **2%**. В свою чергу ще **8%** респондентів вказали, що вони не були знайомі з сайтом та соціальними мережами ОНМедУ.

Дані вказують на те, що офіційний сайт ОНМедУ є ключовим інструментом для респондентів при зборі інформації про університет і виборі

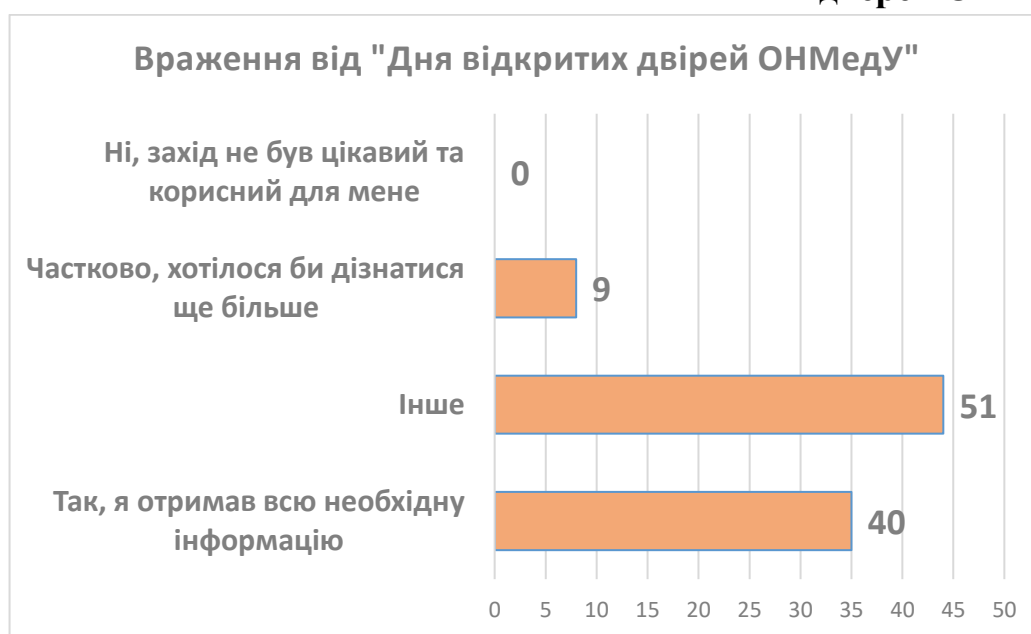
спеціальності. Висока довіра до офіційних джерел інформації може відобразити бажання потенційних студентів отримувати перевірені та авторитетні дані безпосередньо від університету.

Присутність університету в соціальних мережах, особливо в Instagram, також важлива, але її вплив значно менший, ніж сайту. Однак, не можна ігнорувати ті соціальні мережі, які мають менший вплив, адже вони мають потенціал до зростання та можуть стати важливим каналом комунікації з абітурієнтами.

ОНМедУ слід продовжувати інвестувати у розвиток свого офіційного сайту та забезпечувати актуальність і доступність інформації. Також важливо підтримувати та розвивати онлайн-спільноти в соціальних мережах, використовуючи їх для залучення та інформування потенційних студентів про програми, події та життя університету.

Рис. 7.

Відповіді на запитання «**Чи був для Вас цікавим захід «День відкритих дверей ОНМедУ»?** (%)»



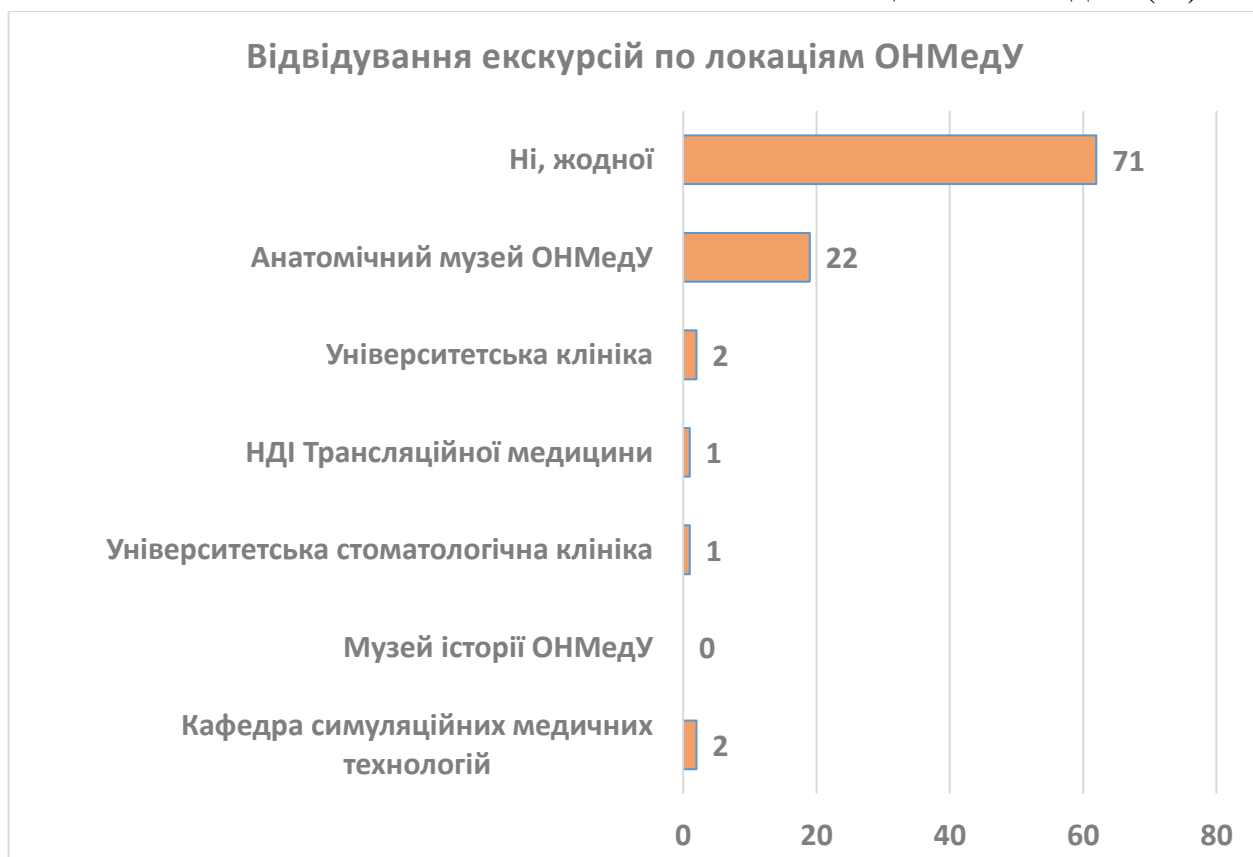
Більшість учасників (**51** відповіді) відзначили "Інше" у своїх відгуках, не уточнюючи деталей. **Ще 40%** респондентів зазначили, що отримали всю необхідну інформацію під час цього заходу. **Ще 9%** абітурієнтів відчувають, що їм бракувало інформації і вони хотіли б дізнатися більше. **Ніхто з опитаних не висловив думку, що день відкритих дверей не був цікавим або корисним для них.**

Значна частина учасників, що вказали на отримання всієї необхідної інформації, свідчить про добре організований та інформативний захід. Проте, невелика кількість респондентів, які висловили бажання дізнатися більше, може вказувати на необхідність забезпечення більш деталізованої інформації в певних областях або на подальше поліпшення комунікаційної стратегії в рамках заходу.

Виходячи з цих результатів, ОНМедУ міг би розглянути впровадження додаткових сесій питань та відповідей, воркшопів або індивідуальних консультацій під час "Дня відкритих дверей" для того, щоб задовольнити потреби респондентів, які прагнуть отримати більше інформації. Також корисним було б з'ясувати, яку додаткову інформацію найбільше потребують відвідувачі, щоб в майбутньому забезпечити їхні запити.

Рис. 8.

Відповіді на запитання «Чи відвідували Ви екскурсії, які відбувалися по локаціям ОНМедУ? (%)»



Найбільша кількість респондентів (71%) вказали, що не відвідували жодної екскурсії. Анатомічний музей університету відвідало 2% респондентів, що є найбільш відвідуваною локацією серед зазначених. Лише 2% відвідали університетську клініку та кафедру симуляційних медичних технологій. По 1% було дано при анкетуванні відділу трансляційної медицини та університетської стоматологічної клініки. Музей історії ОНМедУ не відвідували.

З наведених даних можна зробити висновок про низький рівень участі у екскурсійних програмах ОНМедУ серед опитаних. Можливо, це пов'язано з недостатньою інформацією про екскурсії або нецікавістю з боку студентів. З іншого боку, популярність Анатомічного музею може свідчити про високий інтерес до практичних аспектів медичної освіти. Відвідування університетської клініки та кафедри симуляційних технологій хоч і менше, але все ж показує певний рівень зацікавленості у вивченні клінічної практики.

ОНМедУ слід розглянути можливість збільшення інформаційної кампанії про доступні екскурсії та їх значення для розвитку практичних навичок студентів.

Кожен п'ятий, а саме 22% опитаних абітурієнтів висловили бажання брати участь у весняній школі «Юний медик», ще 23% надали негативну відповідь.

Відповіді абітурієнтів на запитання **«Якщо Ви плануєте брати участь, які теми або майстер-класи Вам були цікаві?»** можна розподілити таким чином:

Медичні практики та навички:

- лабораторна робота;
- невідкладна допомога (приклади випадків, надання допомоги, перша медична допомога);
- практичні навички (анатомія, гістологія, препарування);
- спеціалізовані медичні галузі (фармакологія, психіатрія, неврологія, хірургія, кардіохірургія, офтальмологія);
- теми пов'язані з лікуванням, діагностикою, різними захворюваннями.

Освітній процес:

- методи ефективного навчання;
- загальний інтерес до медичної освіти.

Цікавість у всіх темах, які пропонує університет:

- загальний інтерес до заходів в очному режимі;
- цікавість до майбутньої професії та наданої інформації.

Жартівливі та несподівані ідеї:

- танцювальний майстер-клас з медіа-зірками;
- акторська гра, режисура;
- кулінарний майстер-клас з відомими шеф-кухарями.

Цей широкий спектр відповідей свідчить про різноманітність інтересів серед майбутніх студентів медичного університету, їхню готовність до навчання та відкритість до нових знань та навичок. Також можна зробити висновок, що **абітурієнти зацікавлені в основному в практичному знайомстві з медициною, хочуть мати реальне уявлення про майбутню професію через практичні заняття та екскурсії.** Є група студентів, які відкриті до будь-яких навчальних заходів, і це може бути використано університетом для залучення більш широкої аудиторії. Водночас, деякі респонденти ще не мають конкретних вподобань або потребують додаткової інформації для прийняття рішення про участь в тих чи інших заходах.

ВИСНОВКИ:

- серед відповідей на запитання «що Вас приваблює в Одеському національному медичному університеті?» найчастіше вказували наявність спеціальності, яка їм цікава; високий рівень навчання; близькість університету до дому та можливість навчання саме в Одесі;
- найбільша низка очікувань пов'язана з отриманням перспективної професії - високий рівень знань та можливість приносити користь, надавати допомогу, полегшувати страждання інших є також значущими для респондентів;
- аналіз відповідей абітурієнтів підкреслює, що мотивація до вступу в ОНМедУ суттєво зумовлена професійними перспективами та особистими цінностями;
- найбільша кількість абітурієнтів зазначили, що дізналися про університет від родичів або друзів, які навчалися в цьому ВНЗ; офіційний сайт університету був другим за популярністю джерелом; реклама по радіо та на телебаченні не була зазначена жодним респондентом;
- ніхто з опитаних не висловив думку, що день відкритих дверей не був цікавим або корисним для них; значна частина учасників, що вказали на отримання всієї необхідної інформації, свідчить про добре організований та інформативний захід; невелика кількість респондентів, які висловили бажання дізнатися більше, може вказувати на необхідність забезпечення більш деталізованої інформації в певних областях або на подальше поліпшення комунікаційної стратегії в рамках заходу.