



КИЇВСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
KYIV MEDICAL UNIVERSITY
EST.1992

ЗВІТ

ОПИТУВАННЯ СТУДЕНТІВ- ПЕРШОКУРСНИКІВ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ «КЛІНІЧНА ПСИХОЛОГІЯ»

2025-2026 н.р.

Підготував експерт з комунікації та моніторингу відділу моніторингу якості
освіти Яцентюк Михайло

Вступ.

Мета проведення опитування: оцінка рівня задоволеності першокурсників якістю навчання, організацією освітнього процесу та адаптацією до навчання за спеціальністю "Клінічна психологія"; аналіз ефективності рекламної кампанії університету та оцінка роботи приймальної комісії Університету очима здобувачів освіти першого року навчання.

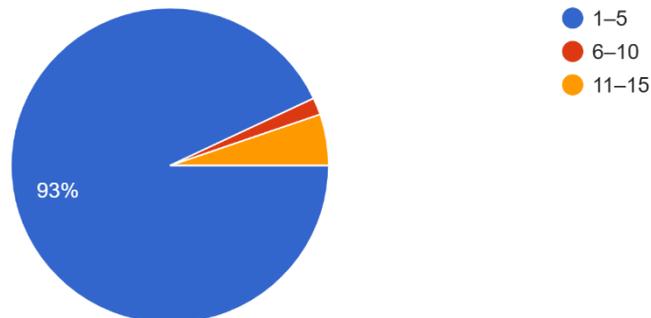
Дати проведення: 03.11.2025-17.11.2025

Кількість респондентів: 57 (52,3%)

Аналіз результатів:

Високий рівень мотивації вступників засвідчує показник принциповості вибору КМУ, що становить 96,5%. Водночас ключовим джерелом первинної інформації про заклад залишаються особисті рекомендації друзів та родичів (33,3%).

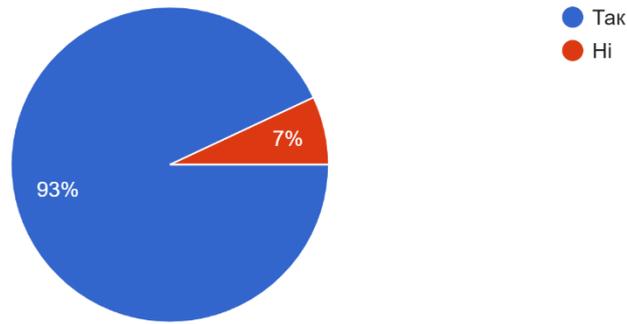
До скількох закладів вищої освіти Ви подавали документи?
57 відповідей



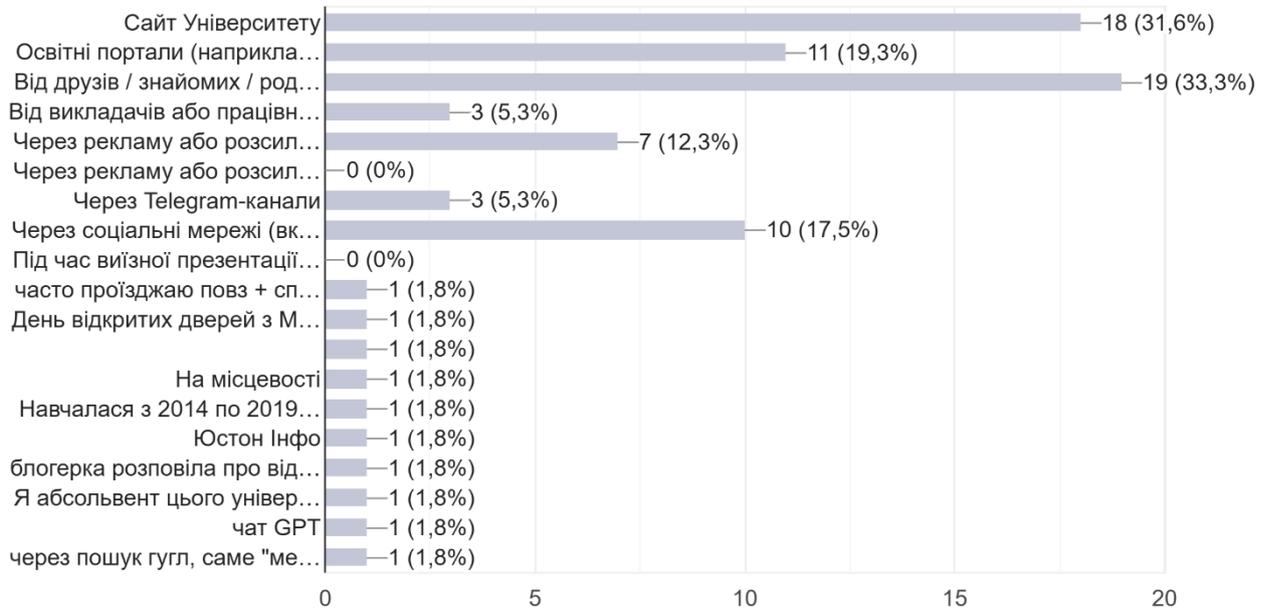
Вам було принципово, куди саме вступати?
57 відповідей



Факультет (спеціальність), де Ви зараз навчаєтесь, був позначений першим пріоритетом?
57 відповідей



Звідки ви вперше дізналися про Київський Медичний Університет? (оберіть не більше 3 варіантів)
57 відповідей

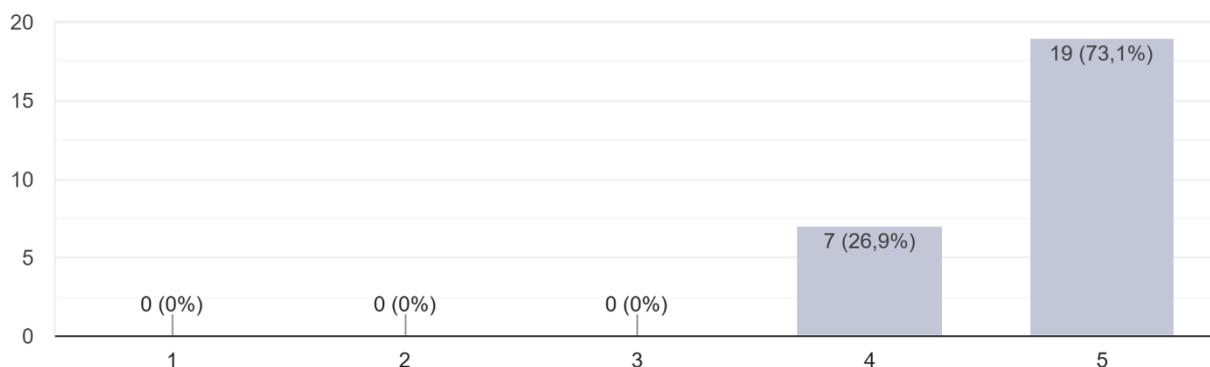


Висока якість профорієнтаційних заходів та професіоналізм приймальної комісії стали ключовими факторами для 73,7% вступників, які подали

документи саме під час абітурієнтського марафону.

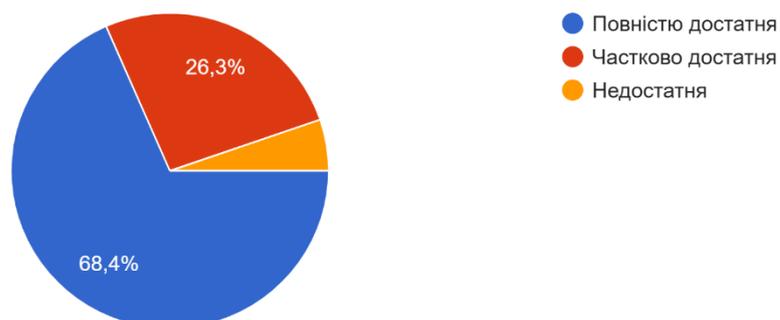
Загальна оцінка Дня відкритих дверей (1 – дуже погано, 5 – відмінно):

26 відповідей



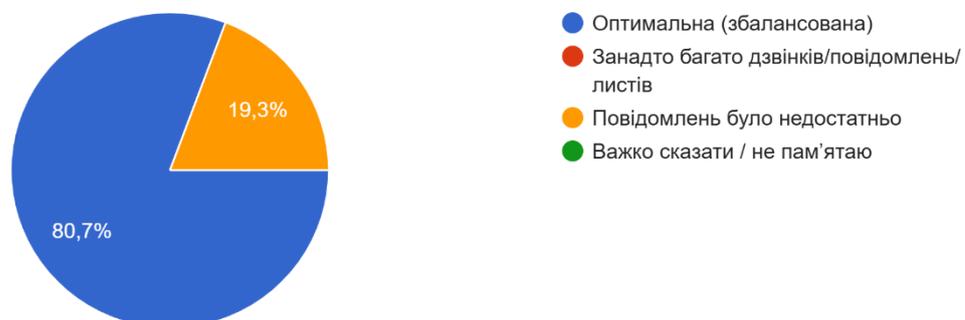
Як ви оцінюєте інформаційну підтримку під час вступу?

57 відповідей

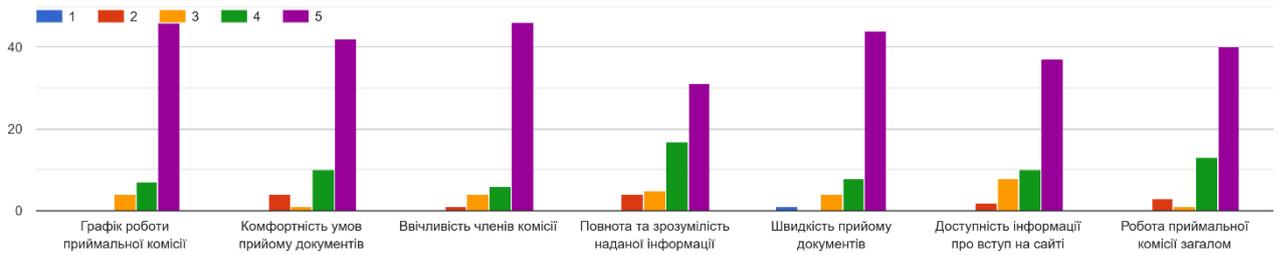


Як ви оцінюєте частоту комунікації з боку приймальної комісії під час вступу?

57 відповідей

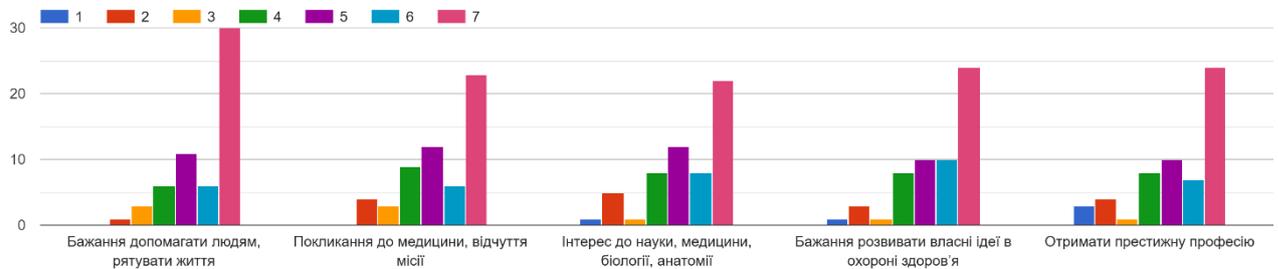


Просимо оцінити роботу за шкалою 1–5 (1 – зовсім не задоволений(на), 5 – повністю задоволений(на)).

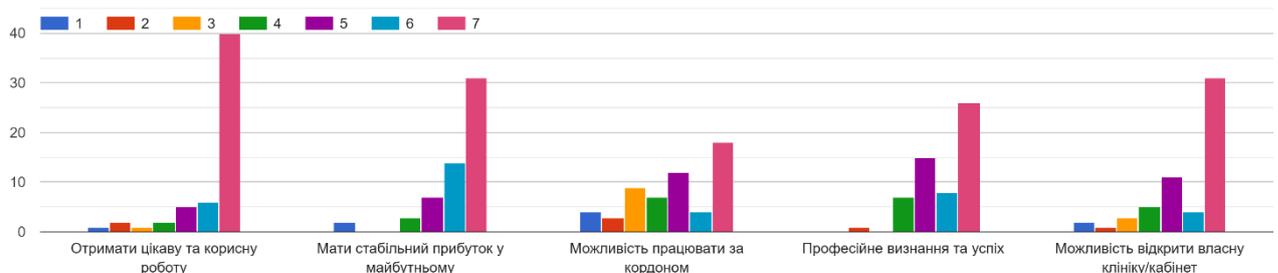


Вступники поєднують емпатію з чіткими кар'єрними очікуваннями. Серед основних пріоритетів — цікава й корисна робота, фінансова стабільність, професійний розвиток, а також перспективи створення власного бізнесу чи роботи за кордоном.

78. Основні причини вступу до КМУ (оцініть 1–7; 1 – не вплинуло, 7 – вирішальний фактор) - Професійна мотивація

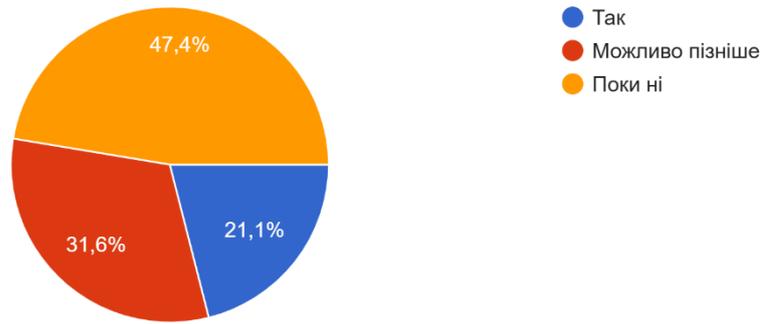


Основні причини вступу до КМУ (оцініть 1–7; 1 – не вплинуло, 7 – вирішальний фактор) - Кар'єра та життєві цілі



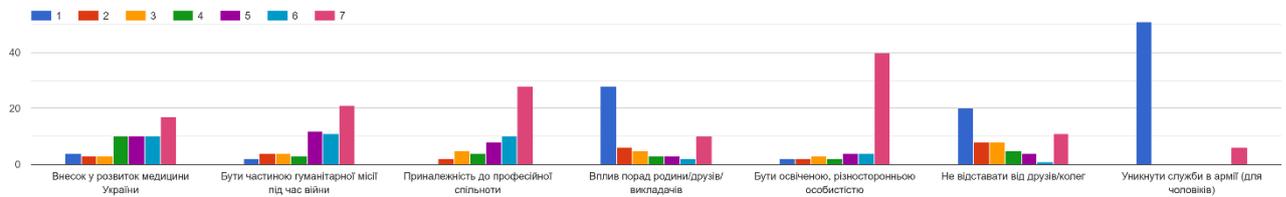
Проте Звертаємо увагу, що на питання про академічну мобільність (участь у програмі Еразмус+) зголосилися б взяти участь лише 21,1% респондентів.

Чи хотіли б брати участь у програмах академічної мобільності "Erasmus+"?
57 відповідей



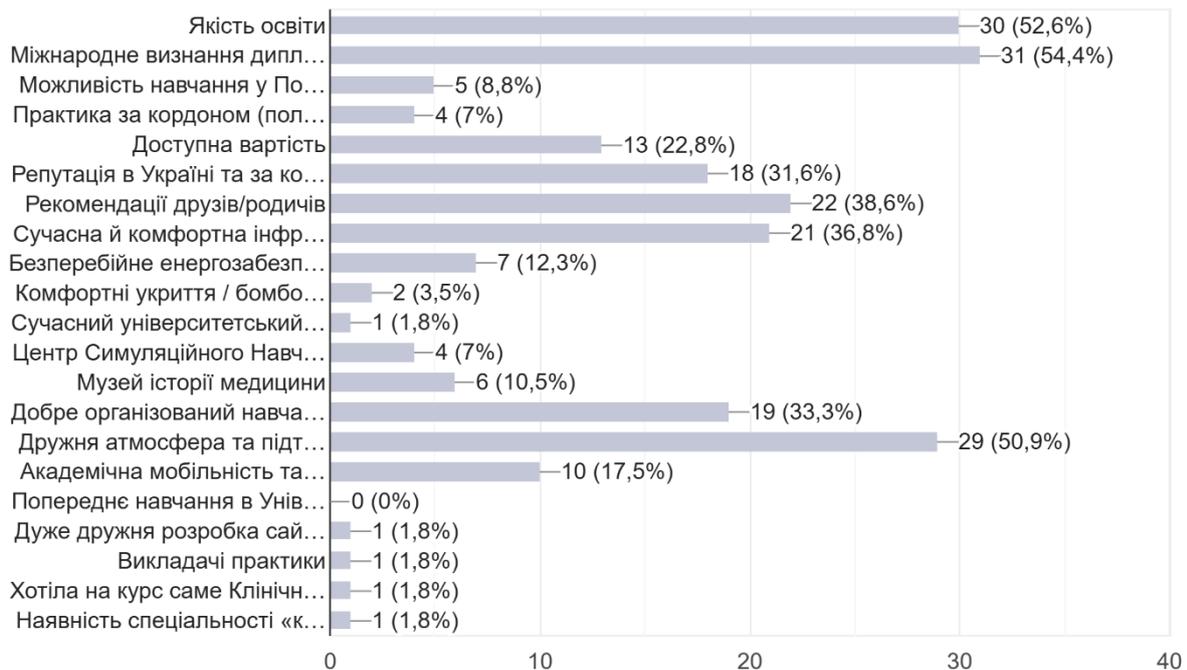
Серед соціальних та особистісних чинників виділяється бажання бути ерудованою та розвиненою людиною.

Основні причини вступу до КМУ (оцініть 1-7; 1 – не вплинуло, 7 – вирішальний фактор) - Соціальні та особистісні чинники



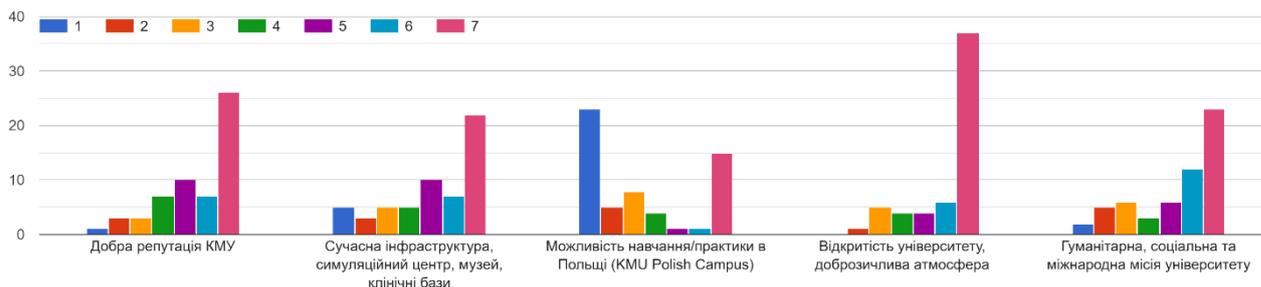
Основні причини вибору Київського Медичного Університету (оберіть усі важливі для вас):

57 відповідей



Вирішальним фактором вступу до КМУ є власне Університет з його доброю репутацією, доброзичливою атмосферою, сучасною.

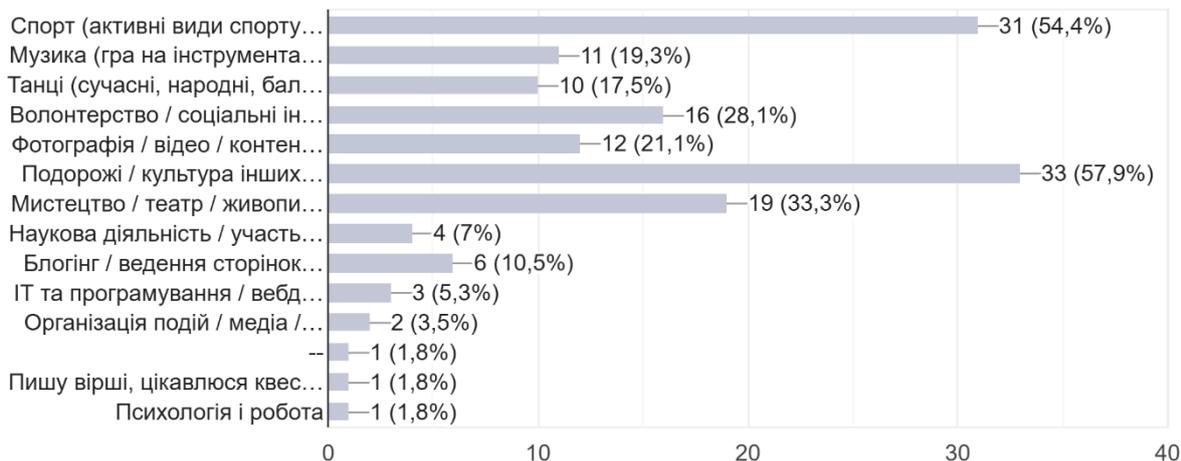
78. Основні причини вступу до КМУ (оцініть 1–7; 1 – не вплинуло, 7 – вирішальний фактор) - Університет та умови навчання



Попри те, що 73% студентів першочергово не виявили бажання долучатися до постійних спортивних команд чи творчих колективів, результати опитування свідчать про значний прихований потенціал: 10% першокурсників мають спортивні розряди, а переважна більшість у вільний час активно захоплюється спортом, музикою та мистецтвом. Успішне проведення першої Універсиади, яка отримала виключно позитивні відгуки, підтверджує високий запит на подібні заходи та доцільність подальшого залучення молоді до університетських активностей.

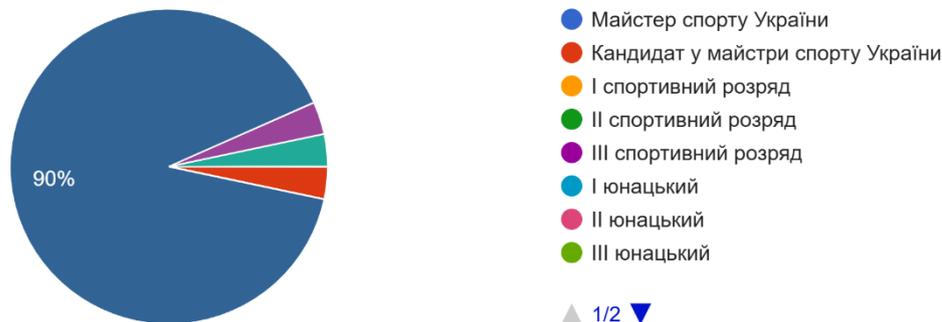
Чим ви цікавитесь у вільний час? (Можна обрати кілька варіантів)

57 відповідей



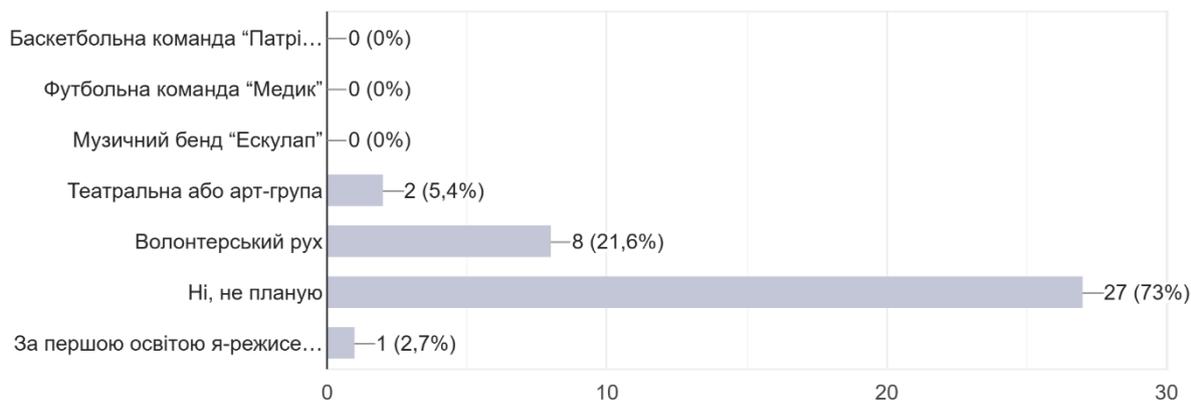
Якщо займаєтесь спортом, чи маєте спортивне звання або розряд? (вказіть найвищий рівень)

30 відповідей



Чи хочете бути частиною університетських команд/творчих колективів? (можна кілька)

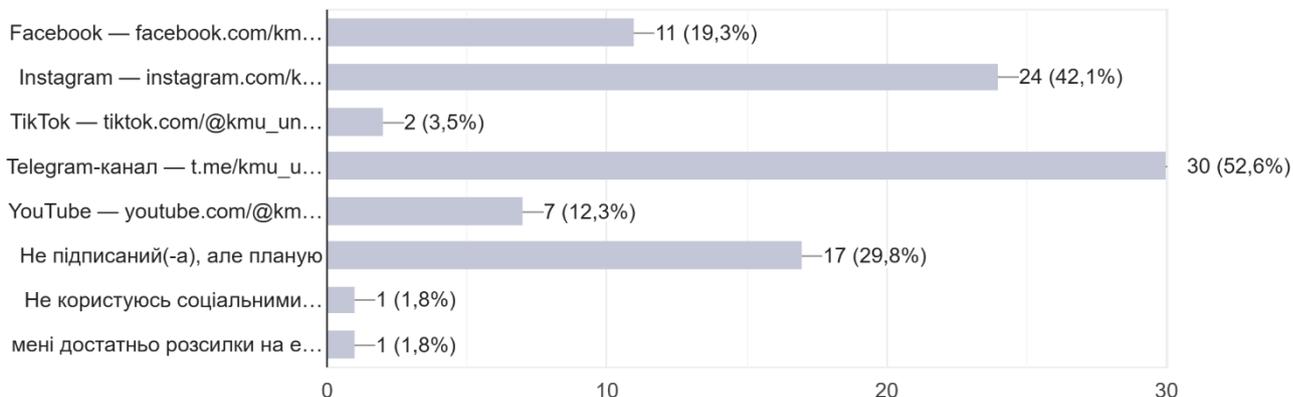
37 відповідей



Найпопулярнішою соцмережею є інстаграм (72,2%), але найзручнішою мережею відмічено телеграм (59,6%)

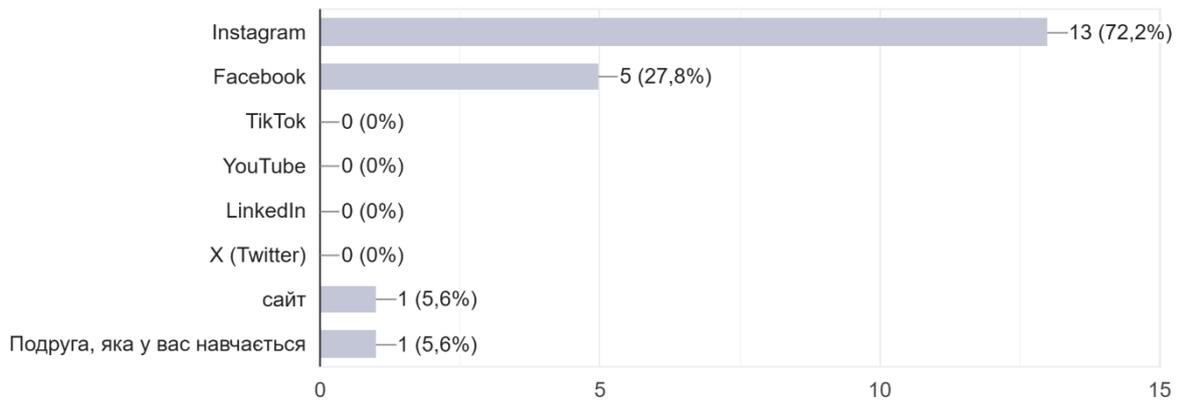
Чи підписані ви на офіційні сторінки КМУ в соціальних мережах? (можна кілька)

57 відповідей



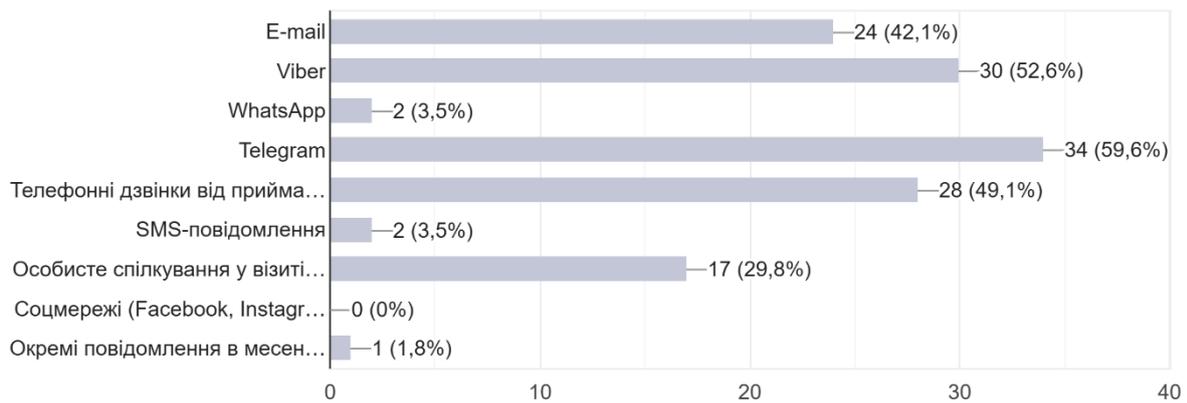
Якщо Ви в попередньому запитанні обрали відповідь «Соціальні мережі» – вкажіть, які саме? (можна кілька)

18 відповідей



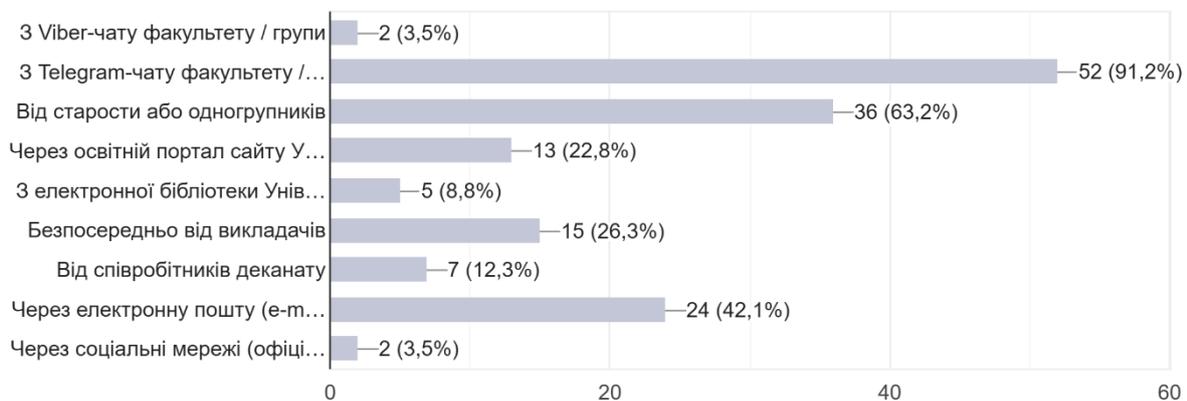
Які шляхи комунікації під час вступної кампанії були для вас найзручнішими? (можна кілька)

57 відповідей



Звідки Ви зараз отримуєте інформацію про навчання (розклад занять, матеріали для підготовки до практичних занять, організаційні питання тощо)? (Можна обрати кілька варіантів)

57 відповідей



Висновки

1. Максимальна лояльність до бренду Університету
Показник принциповості вступу до КМУ сягнув критично високої позначки — 96,5%. Це свідчить про те, що переважна більшість першокурсників не розглядала інші заклади освіти як альтернативу. Примітно, що частка «сарафанного радіо» (друзі, родичі) тут нижча, ніж в інших групах (33,3%), що вказує на більшу роль офіційних каналів комунікації та власного репутаційного пошуку абітурієнтів.
2. Ефективність вступної стратегії
73,7% респондентів зробили свій вибір під час абітурієнтського марафону. Висока оцінка Днів відкритих дверей та роботи приймальної комісії підтверджує, що безпосередній контакт із закладом та візуалізація сучасної інфраструктури є вирішальними факторами для вступників. Додатковим стимулом залишається можливість навчання в Польщі.
3. Професійні амбіції та академічна мобільність
Студенти демонструють прагматичний підхід до майбутнього: від бажання бути ерудованою людиною до відкриття власного бізнесу (клініки) та роботи за кордоном. Проте готовність до реальних кроків у цьому напрямку через програму Erasmus+ залишається низькою (21,1%). Це підтверджує загальну тенденцію: першокурсники мають запит на «міжнародне майбутнє», але мають бар'єри щодо участі в програмах обміну на етапі першого курсу.
4. Дозвілля: від пасивного інтересу до активної участі
Зафіксовано найвищий рівень відмови від постійних творчих колективів (73%) та найнижчий відсоток спортсменів-розрядників (10%). Проте результати першої Універсіади свідчать про те, що студенти мають прихований інтерес до активностей. Вони віддають перевагу разовим масовим заходам, а не систематичним тренуванням чи репетиціям.
5. Діджитал-пріоритети
Комунікаційний профіль групи: Instagram (72,2%) для споживання контенту та Telegram (59,6%) для оперативного зв'язку. Це є стандартом для сучасного студента.