

ANALIZA WYNIKÓW

BADANIA ANKIETOWEGO NT. CZYNNIKÓW DECYDUJĄCYCH O WYBORZE
STUDIÓW W UNIwersYTECIE WARMIŃSKO-MAZURSKIM W OLSZTYNIE

PRZEPROWADZONEGO PRZEZ BIURO ANALIZ STRATEGICZNYCH
NA POTRZEBY CENTRUM MARKETINGU I MEDIÓW

WŚRÓD STUDENTÓW PIERWSZEGO ROKU STUDIÓW STACJONARNYCH
I STOPNIA ORAZ STACJONARNYCH JEDNOLITYCH STUDIÓW
MAGISTERSKICH PRZYJĘTYCH DO UWM W OLSZTYNIE W ROKU
AKADEMICKIM 2024/2025

BIURO ANALIZ STRATEGICZNYCH
UNIwersytet WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE
OLSZTYN, GRUDZIEŃ 2024

Spis treści

Metodologia badania	2
Cele badawcze	2
Narzędzia badawcze	2
Sposób realizacji badania	2
Techniki badawcze	3
Dobór próby badawczej.....	3
CZĘŚĆ 1 – Wyniki badania	4
1.1. Charakterystyka grupy badawczej.....	4
1.2. Wybór uczelni	10
1.3. Wybór kierunku studiów	13
1.4. Przydatność źródeł informacji o UWM w Olsztynie	17
1.5. Czynniki wpływające na wybór studiów w UWM w Olsztynie	24
1.6. Wpływ aktywności promocyjnych na wybór studiów w UWM w Olsztynie	31
1.7. Ocena elementów procesu rekrutacji i jakości obsługi podczas rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie	46
1.8. Wpływ miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie.	51
1.9. Wpływ opinii otoczenia na wybór studiów w UWM w Olsztynie	66
1.10. Powody wyboru kierunku studiów	75
1.11. Oczekiwania studentów	83
CZĘŚĆ 2 – Wnioski i rekomendacje na podstawie badań ankietowych	86
Załącznik 1. Treść kwestionariusza ankiety.....	I

Metodologia badania

Cele badawcze

Badanie zostało zrealizowane w odpowiedzi na potrzebę zgłoszoną przez Centrum Marketingu i Mediów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (dalej: UWM w Olsztynie). Głównym celem badawczym sformułowanym wspólnie przez Biuro Analiz Strategicznych oraz Centrum Marketingu i Mediów UWM w Olsztynie, było **poznanie czynników decydujących o wyborze studiów w UWM w Olsztynie przez osoby rozpoczynające studia stacjonarne I stopnia oraz stacjonarne jednolite studia magisterskie w roku akademickim 2024/2025.**

Celami szczegółowymi badania były:

- ocena źródeł informacji o ofercie studiów w UWM w Olsztynie przez osoby uczestniczące w badaniu;
- ocena procesu rekrutacji i jakości obsługi podczas rekrutacji na studia w roku 2024 przez osoby uczestniczące w badaniu;
- poznanie oczekiwań osób badanych wobec studiów rozpoczętych w UWM w Olsztynie.

Narzędzia badawcze

Zespół Biura Analiz Strategicznych UWM w Olsztynie przygotował i udostępnił online z wykorzystaniem narzędzia Microsoft Forms kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz składał się z 21 pytań, w tym: 8 pytań dotyczących wyboru uczelni, 3 pytań dotyczących wyboru kierunku studiów, 2 pytań dotyczących procesu rekrutacji na studia, 1 pytania dotyczącego oczekiwań osób studiujących wobec studiów rozpoczętych w UWM w Olsztynie oraz metryczki składającej się z 7 pytań.

W kwestionariuszu wykorzystano pytania zamknięte jedno- i wielokrotnego wyboru, pytania półotwarte, pytania skalowane i jedno pytanie otwarte.

Sposób realizacji badania

Kwestionariusz ankiety został udostępniony respondentom za pomocą kodu QR do Formularza Microsoft Forms, który przenosił użytkowników offline do trybu online, umożliwiając im wypełnienie formularza z wykorzystaniem smartfona. Kod QR został udostępniony osobom studiującym, ze wszystkich kierunków studiów stacjonarnych I stopnia oraz stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich, które rozpoczęły studia w Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025.

Kod QR był udostępniany bezpośrednio na spotkaniach, w których uczestniczyli studenci pierwszych roczników. Badanie zostało przeprowadzone przez pracowników Biura Analiz Strategicznych, a także – w przypadku Filii w Ełku i Wydziałów Humanistycznego oraz Teologicznego – innych pracowników UWM w Olsztynie wspierających proces realizacji badania. Spotkania z osobami studiującymi odbywały się w dniach od 27 września do 24 października 2024 r. Udział w badaniu był dobrowolny. Respondenci mieli możliwość wypełnienia kwestionariusza w dogodnym dla siebie czasie, przy czym przeważająca większość osób wypełniła go podczas ww. spotkań.

W badaniu udział wzięło 2 396 respondentów, co stanowi 54,60% liczby osób przyjętych na pierwszy rok studiów stacjonarnych I stopnia oraz stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich w UWM w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025 (dane ze sprawozdania EN-1 za rok akademicki 2024/2025 wg stanu na 01.10.2024 r.).

Techniki badawcze

Do przeprowadzenia badania wykorzystano technikę **CAWI** (ang. Computer-Assisted Web Interview – wspomagany komputerowo wywiad przy pomocy strony WWW), która polega na przeprowadzaniu badań ankietowych z wykorzystaniem Internetu. Ankiety były dystrybuowane i gromadzone w formie elektronicznej.

Badanie CAWI on-line ma liczne zalety, m.in.:

- niski koszt,
- przeprowadzenie całego przedsięwzięcia na dużej grupie osób, bez konieczności druku kwestionariuszy i ich fizycznej dystrybucji,
- szybki dostęp do uzyskanych danych oraz możliwość szybkiej analizy, ponieważ dane bezpośrednio po uzyskaniu są już w formie elektronicznej,
- brak ryzyka błędów popełnianego przez ankietera w trakcie badania,
- brak ryzyka manipulowania danymi,
- możliwość udzielania odpowiedzi na pytania w dowolnie wybranym przez respondenta czasie,
- większe poczucie anonimowości, co może skutkować bardziej szczerymi odpowiedziami.

Dobór próby badawczej

Do udziału w badaniu zaproszono osoby studiujące na pierwszym roku studiów stacjonarnych I stopnia oraz stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich, które rozpoczęły studia w UWM w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025, ze wszystkich wydziałów UWM w Olsztynie, Szkoły Zdrowia Publicznego oraz Filii w Ełku.

CZĘŚĆ 1 – Wyniki badania

1.1. Charakterystyka grupy badawczej



W badaniu uzyskano łącznie 2 396 wypełnionych kwestionariuszy ankiet. Liczba kwestionariuszy poddanych analizie stanowi 54,60% liczby osób przyjętych na pierwszy rok studiów stacjonarnych I stopnia oraz stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich w roku akademickim 2024/2025.¹ W związku z powyższym wyniki badania można uznać za reprezentatywne dla populacji osób studiujących na I roku studiów stacjonarnych pierwszego stopnia oraz stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich w UWM w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025.

Rozkład próby badawczej ze względu na płeć:



- kobiety – 1 475 osób (61,56%)
- mężczyźni – 832 osób (34,72%)
- odmowa odpowiedzi na pytanie – 79 osób (3,30%)
- brak odpowiedzi na pytanie – 10 osób (0,42%).

Procentowy rozkład próby badawczej ze względu na płeć jest zbliżony do procentowanego udziału kobiet i mężczyzn w ogólnej liczbie osób przyjętych na pierwszy rok studiów stacjonarnych I stopnia oraz stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich w roku akademickim 2024/2025, gdzie kobiety stanowią 60,16% ogółu osób przyjętych na studia, a mężczyźni 39,84%.

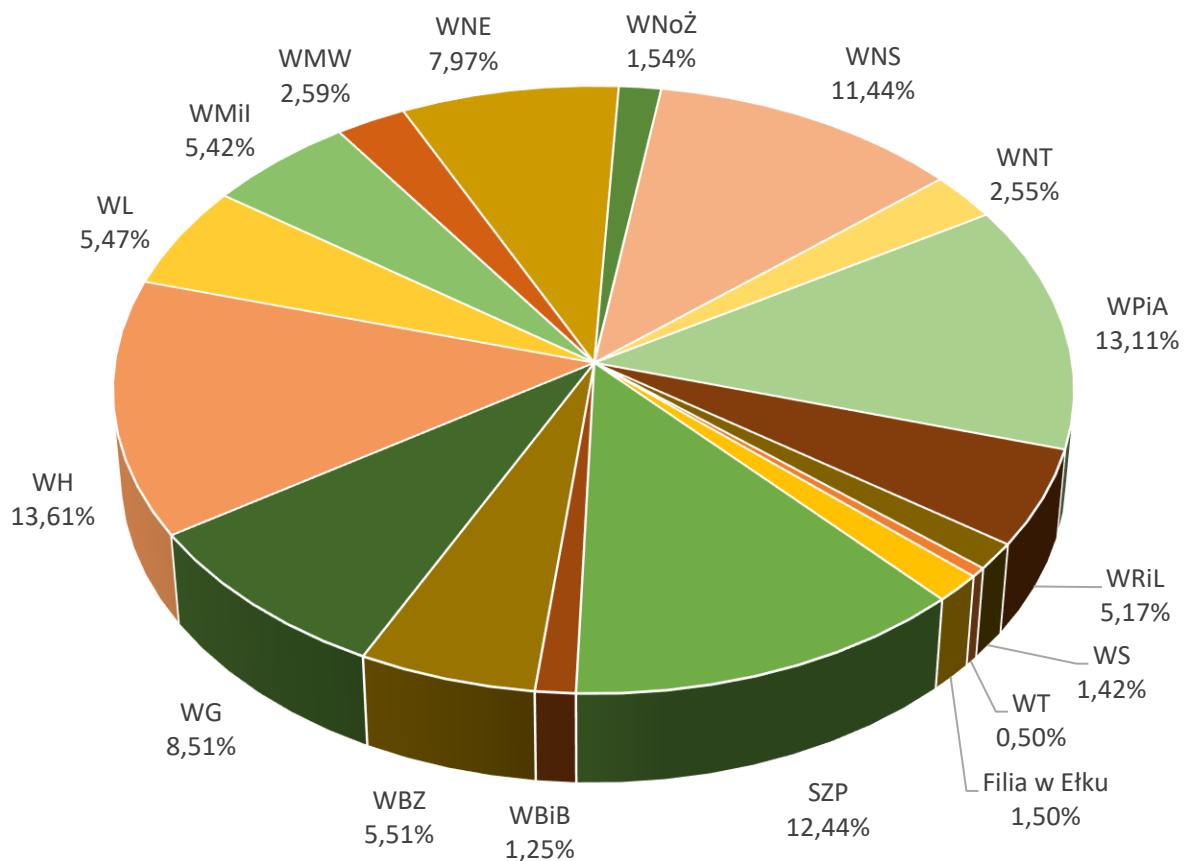
¹ Ogólna liczba osób przyjętych na studia pierwszego roku (pierwszego stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich w UWM w Olsztynie) wg stanu na 01.10.2024 r. wynosiła 4 388 osób, przy czym liczba studentów pierwszego roku w podziale na Wydziały przedstawia się następująco: WBZ – 155 osób, WBiB – 99 osób, WG – 297 osób, WH – 479 osób, WL – 217osób, WMil – 230 osób, WMW – 262 osoby, WNE – 390 osób, WNS – 470 osoby, WNT – 180 osób, WNoŻ – 66 osób, WPiA – 705 osób, WRiL – 165 osób, WS – 65 osób, WT – 29 osób, SZP – 437 osób, Filia w Ełku – 142 osoby. Dane liczbowe przedstawiono na podstawie sprawozdania EN-1 do systemu POL-on o liczbie kandydatów i przyjętych na studia stacjonarne za rok akademicki 2024/2025.

Rozkład próby badawczej w podziale na Wydziały:

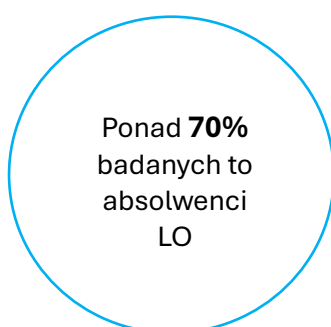
- Wydział Bioinżynierii Zwierząt – uzyskano 132 wypełnione ankiety, co stanowi 5,51% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Bioinżynierii Zwierząt stanowi 85,16% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Biologii i Biotechnologii – uzyskano 30 wypełnionych ankiet, co stanowi 1,25% ogółu wypełnionych ankiet. osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Biologii i Biotechnologii stanowi 30,30% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Geoinżynierii – uzyskano 204 wypełnione ankiety, co stanowi 8,51% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Geoinżynierii stanowi 68,69% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Humanistyczny – uzyskano 326 wypełnionych ankiet, co stanowi 13,61% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Humanistyczny stanowi 68,06% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Lekarski – uzyskano 131 wypełnionych ankiet, co stanowi 5,47 % ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Lekarski stanowi 60,37% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1, przy czym badaniem nie zostały objęte osoby studiujące na kierunku lekarskim prowadzonym w języku angielskim.
- Wydział Matematyki i Informatyki – uzyskano 130 wypełnionych ankiet, co stanowi 5,42% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Matematyki i Informatyki stanowi 56,52% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Medycyny Weterynaryjnej – uzyskano 62 wypełnione ankiety, co stanowi 2,59% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Medycyny Weterynaryjnej stanowi 23,66% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Nauk Ekonomicznych – uzyskano 191 wypełnionych ankiet, co stanowi 7,97% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Nauk Ekonomicznych stanowi 48,97% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Nauk Społecznych – uzyskano 274 wypełnione ankiety, co stanowi 11,44% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Nauk Społecznych stanowi 58,30% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Nauk Technicznych – uzyskano 61 wypełnionych ankiet, co stanowi 2,55% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Nauk Technicznych stanowi 33,89% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.

- Wydział Nauki o Żywności – uzyskano 37 wypełnionych ankiet, co stanowi 1,54% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Nauki o Żywności stanowi 56,06% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Prawa i Administracji – uzyskano 314 wypełnionych ankiet, co stanowi 13,11% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Prawa i Administracji stanowi 44,54% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Rolnictwa i Leśnictwa – uzyskano 124 wypełnione ankiety, co stanowi 5,17% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Rolnictwa i Leśnictwa stanowi 75,15% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Sztuki – uzyskano 34 wypełnione ankiety, co stanowi 1,42% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Sztuki stanowi 52,31% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Wydział Teologii – uzyskano 12 wypełnionych ankiet, co stanowi 0,50% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Wydział Teologii stanowi 41,38% liczby osób przyjętych na studia realizowane na wydziale według sprawozdania EN-1.
- Szkoła Zdrowia Publicznego – uzyskano 298 wypełnionych ankiet, co stanowi 12,44% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Szkołę Zdrowia Publicznego stanowi 68,19% liczby osób przyjętych na studia realizowane w jednostce według sprawozdania EN-1.
- Filia w Ełku – uzyskano 36 wypełnionych ankiet, co stanowi 1,50% ogółu wypełnionych ankiet. Liczba osób, które zaznaczyły w metryczce ankiety Filię w Ełku stanowi 25,35% liczby osób przyjętych na studia realizowane w jednostce według sprawozdania EN-1.

Wykres 1. Udział kwestionariuszy ankiet wypełnionych przez osoby studiujące z poszczególnych wydziałów UWM w Olsztynie uzyskanych w badaniu, w ogólnej liczbie wypełnionych kwestionariuszy.



Rozkład próby badawczej ze względu na typ ukończonej przez respondentów szkoły ponadpodstawowej:



- Liceum ogólnokształcące – 1 692 osoby (70,62%)
- Technikum – 682 osób (28,46%)
- Inne (w tym szkoły wyższe) – 22 osoby (0,92%)

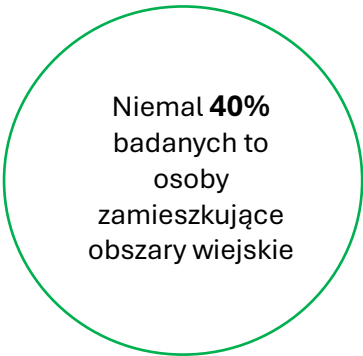
W grupie ankietowanych osób studiujących, które ukończyły technikum, 476 osób rozpoczęło studia w UWM w Olsztynie **jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku studiów pierwszego wyboru**. Grupa ta stanowi **69,79% wszystkich badanych osób studiujących – absolwentów technikum**, którzy rozpoczęli studia

w UWM w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025. W grupie tej odsetek osób pochodzących z województwa warmińsko-mazurskiego wynosi 61,76% (294 z 476 osób).

Wśród osób studiujących, które ukończyły liceum ogólnokształcące, 965 osób podjęło studia w UWM w Olsztynie **jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku studiów pierwszego wyboru**. Grupa ta stanowi **57,03% wszystkich ankietowanych absolwentów liceum ogólnokształcącego**, którzy rozpoczęli studia w UWM w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025. W grupie tej odsetek osób pochodzących z województwa warmińsko-mazurskiego wynosi 58,65% (566 z 965 osób).

Rozkład próby badawczej ze względu na miejsce zamieszkania respondentów:

W grupie osób badanych 2 363 osoby, co stanowi 98,62% badanych, zadeklarowały Polskę jako kraj pochodzenia. 33 osoby, co stanowi 1,38% osób ankietowanych, zadeklarowały inny kraj pochodzenia lub nie wskazały kraju swojego pochodzenia. Analizując wielkość miejscowości, z których pochodzą osoby ankietowane, uwzględniono odpowiedzi osób, które zadeklarowały Polskę jako kraj pochodzenia.



Niemal **40%**
badanych to
osoby
zamieszkujące
obszary wiejskie

- wieś – 908 osoby (38,43%)
- miasto do 50 tys. – 805 osób (34,07%)
- miasto od 50 tys. do 150 tys. – 157 osób (6,64%)
- miasto od 150 tys. do 500 tys. – 449 osób (19%)
- miasto pow. 500 tys. – 44 osoby (1,86%)

W grupie osób badanych zamieszkujących obszary wiejskie, które rozpoczęły studia w UWM w Olsztynie w roku akademickim 2024/2025, 447 osób pochodzi z **województwa warmińsko-mazurskiego**, co stanowi **49,23%** ogółu osób badanych zamieszkujących obszary wiejskie.

Rozkład próby ze względu na województwo, z którego pochodzą respondenci:

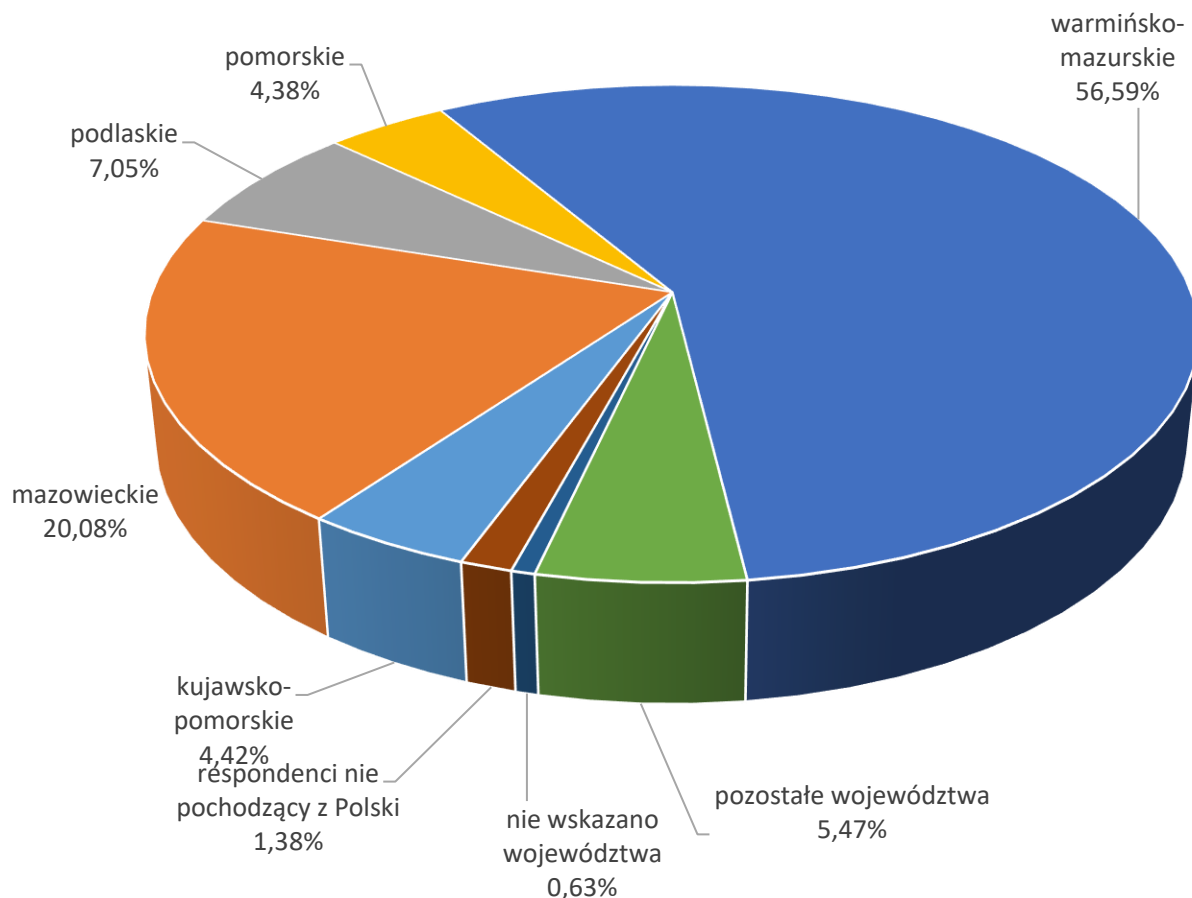
W grupie osób badanych największy odsetek stanowili mieszkańcy 5 województw:

Ponad **56%** respondentów to osoby z woj. warmińsko-mazurskiego

- warmińsko-mazurskie – 1 356 osób (56,59%)
- mazowieckie – 481 osób (20,08%)
- podlaskie – 169 osób (7,05%)
- kujawsko-pomorskie – 106 osób (4,42%)
- pomorskie – 105 osób (4,38%)

Mając na uwadze, że **92,52%** respondentów **pochodzi z pięciu województw: warmińsko-mazurskiego, mazowieckiego, podlaskiego, kujawsko-pomorskiego i pomorskiego**, w dalszej części raportu, w przypadku prezentowania danych w podziale na województwa, dane zostały przedstawione w odniesieniu do tych województw.

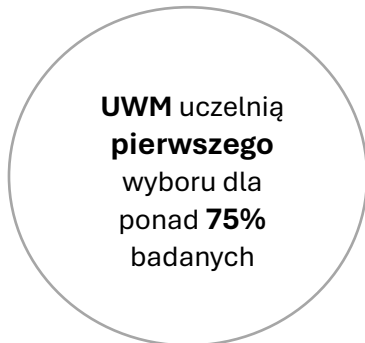
Wykres 2. Udział liczby osób badanych z poszczególnych województw w ogólnej liczbie osób badanych.



1.2. Wybór uczelni

Kwestionariusz ankiety zawierał trzy pytania dotyczące kolejności wyboru uczelni. Jeżeli respondent w pierwszym pytaniu wskazał, że UWM w Olsztynie był dla niego uczelnią pierwszego wyboru, nie odpowiadał na dwa kolejne pytania dotyczące wskazania uczelni pierwszego wyboru i czynników, które spowodowały, że studiuje w UWM w Olsztynie.

Kolejność wyboru uczelni



Zdecydowana większość respondentów tj. 75,33% (1 805 osób), wskazała Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru. 16,65% respondentów (399 osób) wskazało UWM w Olsztynie jako uczelnię drugiego wyboru, 4,60% respondentów (110 osób) – uczelnię trzeciego wyboru, a 3,42% respondentów (82 osoby) – uczelnię dalszego wyboru. Należy wspomnieć, że w pierwszej edycji badania realizowanego w roku akademickim 2023/2024, odsetek osób które wskazały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru wynosił 62,59%, co oznacza, że w bieżącym roku akademickim odsetek ten wzrósł o niemal 13 pkt. procentowych.

Spośród 591 osób, dla których UWM w Olsztynie nie był uczelnią pierwszego wyboru:

- 255 osób, co stanowi 43,15% tej grupy, wskazało uczelnie pierwszego wyboru z Trójmiasta, w tym 156 osób wskazało Uniwersytet Gdański, 56 osób Politechnikę Gdańską, 27 osób Gdański Uniwersytet Medyczny, 13 osób Akademię Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego w Gdańsku i 3 osoby inne uczelnie;
- 102 osoby, co stanowi 17,26% tej grupy, wskazało uczelnie warszawskie, w tym 39 osób Uniwersytet Warszawski, 19 osób Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego, 18 osób Warszawski Uniwersytet Medyczny, 9 osób Politechnikę Warszawską i 17 osób inne uczelnie wyższe;
- 41 osób, co stanowi 6,94% tej grupy, wskazało uczelnie w Białymstoku, w tym 27 osób Uniwersytet w Białymstoku, 8 osób Politechnikę Białostocką i 6 osób Uniwersytet Medyczny w Białymstoku;
- 31 osób, co stanowi 5,25% tej grupy, wskazało Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu;
- 27 osób, co stanowi 4,57% tej grupy, wskazało uczelnie w Poznaniu, w tym 15 osób Uniwersytet Adama Mickiewicza, 5 osób Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu i 7 osób inne uczelnie;
- 22 osoby, co stanowi 3,72% tej grupy, wskazało uczelnie we Wrocławiu, w tym 10 osób Uniwersytet Wrocławski, 9 osób Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu i 3 osoby inne uczelnie.

- 21 osób, co stanowi 3,55% tej grupy, wskazało uczelnie w Krakowie, w tym 13 osób Uniwersytet Jagielloński i 8 osób inne uczelnie;

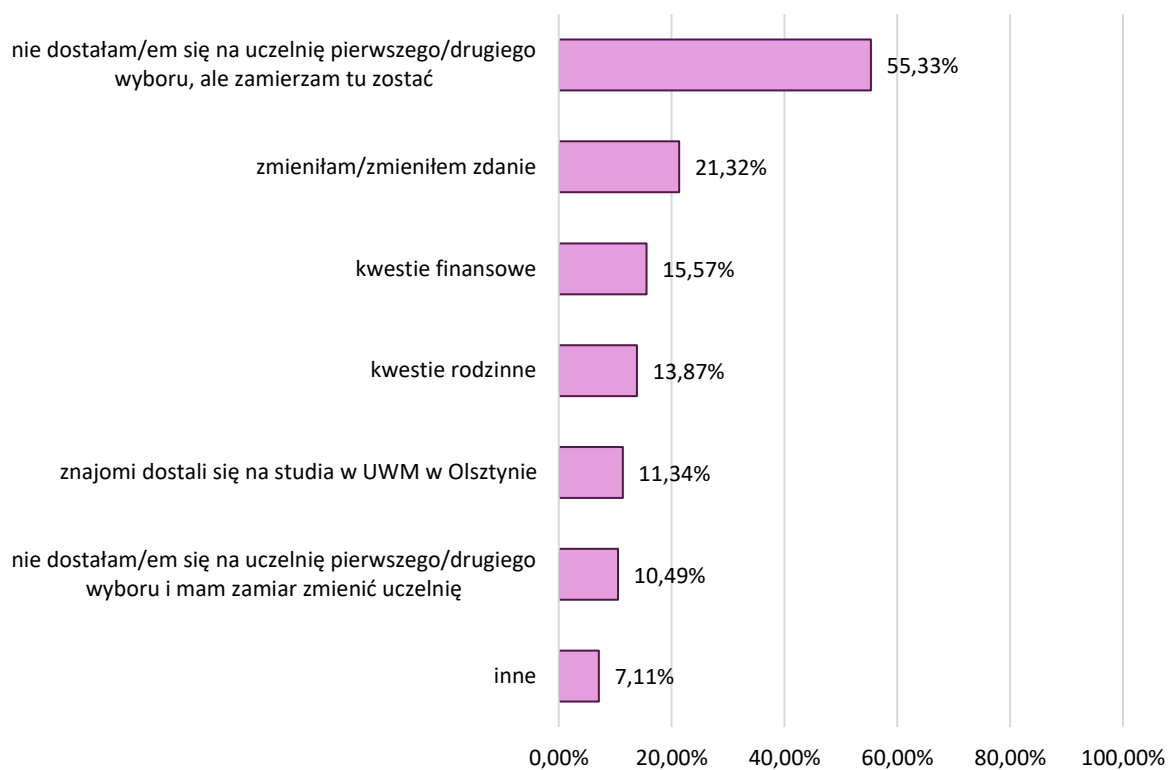
Pozostałe 92 wskazania dotyczyły pojedynczych uczelni w innych miastach.

Czynniki decydujące o podjęciu studiów w UWM w Olsztynie przez osoby, dla których UWM w Olsztynie nie był uczelnią pierwszego wyboru.

Respondenci, którzy wskazali UWM w Olsztynie jako uczelnię drugiego lub dalszego wyboru odpowiadali na pytanie, jakie czynniki miały wpływ na podjęcie przez nich studiów w UWM w Olsztynie (pytanie półotwarte wielokrotnego wyboru).

- 327 osób (co stanowi 55,33% osób badanych z tej grupy) zaznaczyło odpowiedź „nie dostałam/nie dostałem się na uczelnię pierwszego/drugiego wyboru, ale zamierzam tu zostać”;
- 127 osób (co stanowi 21,49% osób badanych z tej grupy) wskazało odpowiedź „zmieniłam/zmieniłem zdanie”;
- 92 osoby (co stanowi 15,57% osób badanych z tej grupy) zaznaczyło odpowiedź „kwestie finansowe”;
- 84 osoby (co stanowi 14,21% osób badanych z tej grupy) zaznaczyło odpowiedź „kwestie rodzinne”;
- 69 osób (co stanowi 11,68% osób badanych z tej grupy) wskazało odpowiedź „znajomi dostali się na studia w UWM w Olsztynie”;
- 62 osoby (co stanowi 10,49% osób badanych z tej grupy) zaznaczyło odpowiedź „nie dostałam/nie dostałem się na uczelnię pierwszego/drugiego wyboru i mam zamiar zmienić uczelnię”;
- 42 osoby (co stanowi 7,11% respondentów z tej grupy) wskazało inne czynniki, w tym najczęściej występowały: bliskość domu rodzinnego i zamieszkania.

Wykres 3. Najważniejsze czynniki decydujące o podjęciu studiów w UWM w Olsztynie przez osoby, dla których UWM w Olsztynie nie był uczelnią pierwszego wyboru (N=591)



1.3. Wybór kierunku studiów

W kwestionariuszu, osobom ankietowanym, zostały zadane również pytania dotyczące:

- 1) powodów wyboru kierunku studiów,
- 2) kolejności wyboru studiowanego kierunku,
- 3) przyczyn podjęcia kształcenia na studiowanym kierunku (w przypadku osób, dla których studiowany kierunek nie był kierunkiem pierwszego wyboru).

Kolejność wyboru studiowanego kierunku

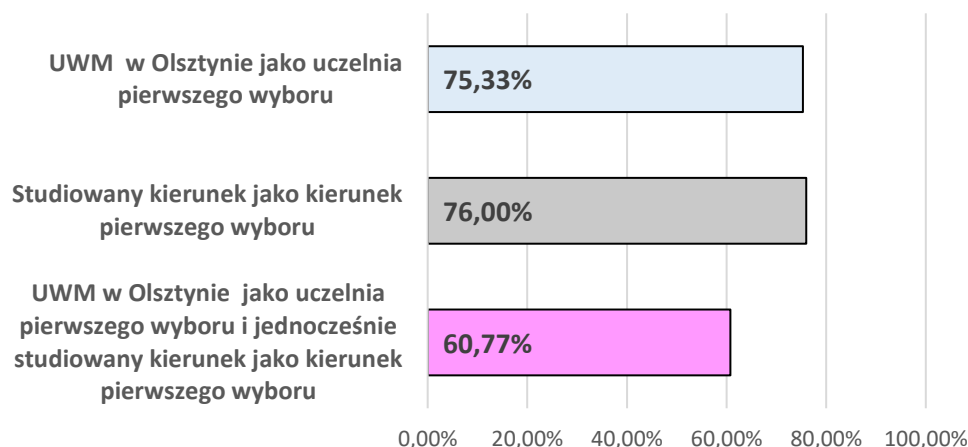


Większość respondentów tj. 76,00% (1 821 osób), wskazała, że studiuje na kierunku studiów, który był dla nich kierunkiem pierwszego wyboru. 19,70% respondentów (472 osoby) wskazało, że studiuje na kierunku drugiego wyboru, 3,13% respondentów (75 osób) – na kierunku trzeciego wyboru, a 1,17% respondentów (28 osób) – na kierunku dalszego wyboru.

Warto zauważyć, że wśród 1 805 respondentów (75,33% ogółu ankietowanych), którzy wskazali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru, 1 456 osób (60,77% ogółu ankietowanych) studiuje na kierunku pierwszego wyboru.

Jednocześnie wśród 1 821 respondentów (76,00 % ogółu ankietowanych), którzy studiują na kierunku pierwszego wyboru, 1 456 osób (60,77% ogółu ankietowanych) wskazało UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru. Z danych wynika, że **około 15% ogólnej liczby respondentów studiuje na kierunku pierwszego wyboru, ale UWM w Olsztynie nie był dla nich uczelnią pierwszego wyboru**, co przedstawia Wykres 4.

Wykres 4. Wskazania respondentów w odniesieniu do uczelni pierwszego wyboru i kierunku studiów pierwszego wyboru (N=2396).



W pierwszej edycji badania realizowanej w roku akademickim 2023/2024, odsetek osób, które wskazały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i jednocześnie studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru, wynosił 52,93%, co oznacza, że w bieżącym roku akademickim odsetek ten wzrósł o niemal 8 pkt. procentowych.

Uwzględniając powyższe, w dalszej części Raportu zaprezentowano dane w odniesieniu do:

1. ogólnej liczby osób badanych,
2. liczby osób, dla których UWM w Olsztynie był uczelnią pierwszego wyboru i jednocześnie osoby te rozpoczęły studia na kierunku pierwszego wyboru.

Na Wykresie 5 zwizualizowano dane dotyczące każdego z wydziałów UWM w Olsztynie uwzględniając:

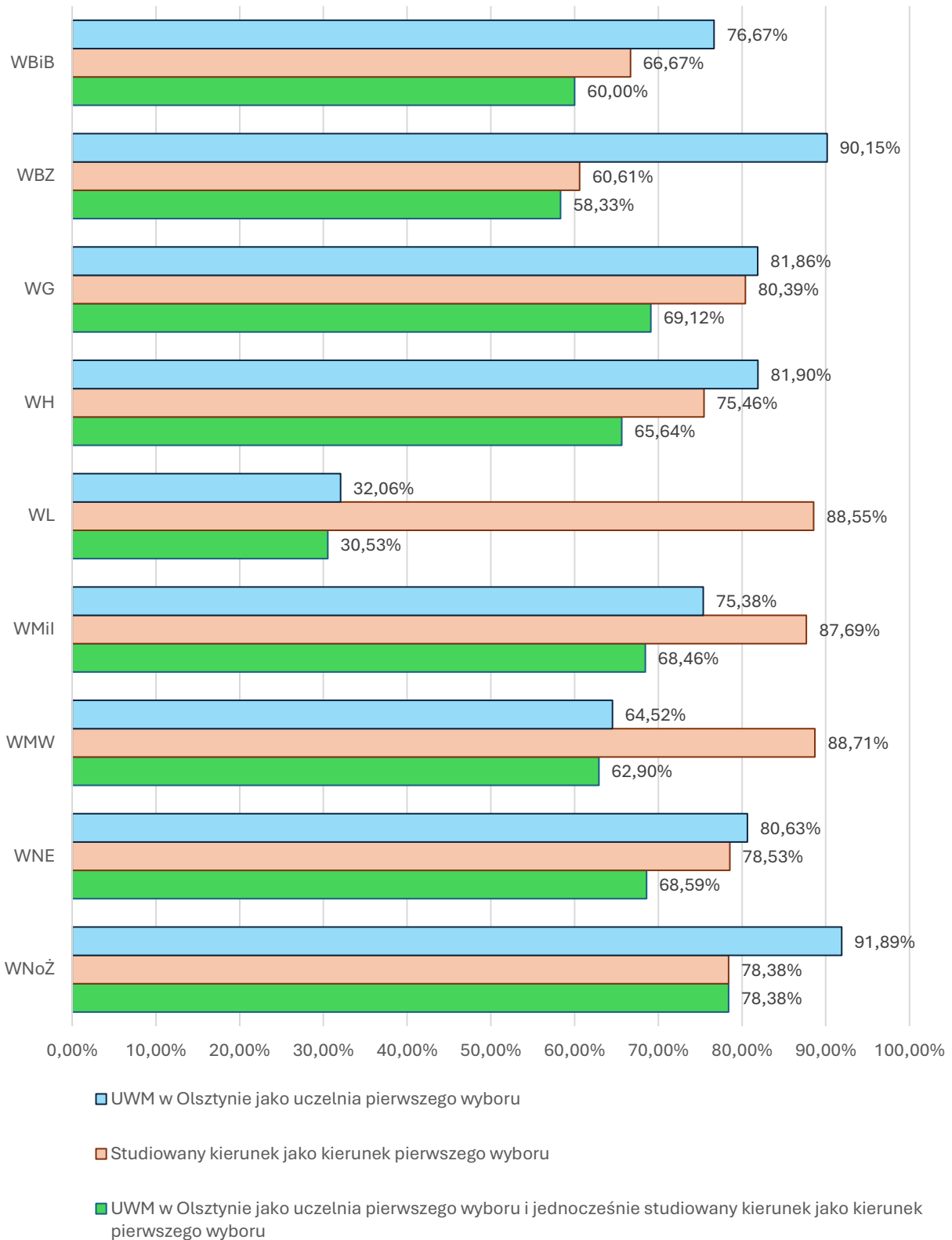
1. liczbę osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru,
2. liczbę osób ankietowanych, które rozpoczęły studia na kierunku pierwszego wyboru,
3. liczbę osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i jednocześnie studiują na kierunku pierwszego wyboru.

Należy podkreślić, że dane te rozkładają się nierównomiernie. W przypadku sześciu wydziałów odsetek respondentów, którzy studiują na kierunku pierwszego wyboru, jest większy niż odsetek respondentów, którzy studiują na UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru (Wydział Lekarski, Wydział Matematyki i Informatyki, Wydział Medycyny Weterynaryjnej, Wydział Nauk Technicznych, Wydział Prawa i Administracji oraz Wydział Sztuki). Największa różnica ma w tej grupie miejsce wśród osób studiujących na Wydziale Lekarskim (56,49% ogółu respondentów z WL), a najmniejsza różnica wśród osób studiujących na Wydziale Prawa i Administracji (5,42% ogółu respondentów z WPiA).

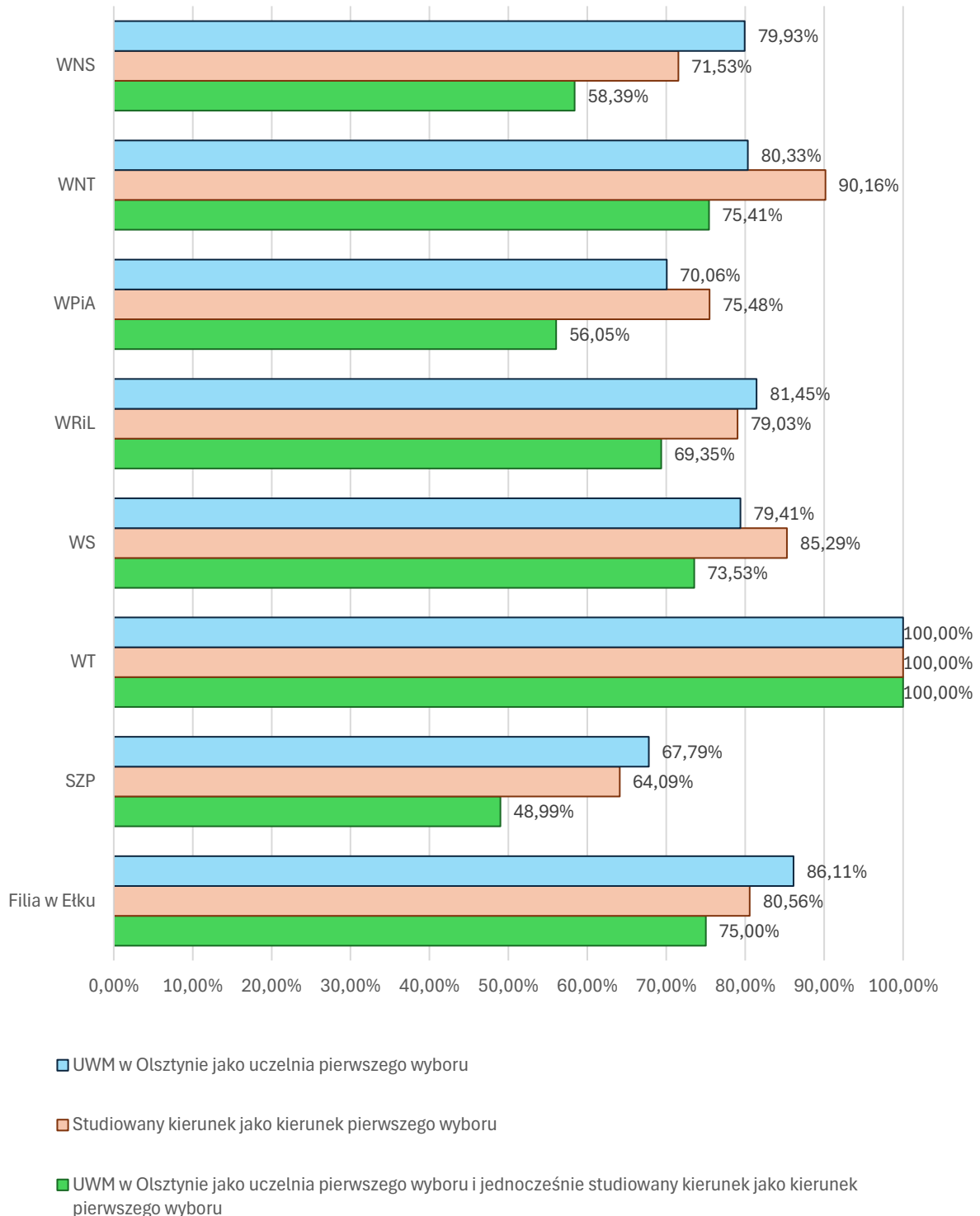
W przypadku pozostałych wydziałów, odsetek respondentów, dla których UWM w Olsztynie był uczelnią pierwszego wyboru jest równy lub większy niż odsetek respondentów, którzy studiują na kierunku pierwszego wyboru, przy czym odsetek ten stanowi:

- na Wydziale Teologii 100,00% ogółu respondentów z wydziału,
- na Wydziale Nauki o Żywności 91,89% ogółu respondentów z wydziału,
- na Wydziale Bioinżynierii Zwierząt 90,15% ogółu respondentów z wydziału,
- w Filii w Ełku 86,11% ogółu respondentów z filii.

Wykres 5a. Wskazania respondentów w odniesieniu do uczelni pierwszego wyboru i kierunku studiów pierwszego wyboru w podziale na wydziały (N=2396).



Wykres 5b. Wskazania respondentów w odniesieniu do uczelni pierwszego wyboru i kierunku studiów pierwszego wyboru w podziale na wydziały (N=2396).



1.4. Przydatność źródeł informacji o UWM w Olsztynie

Respondenci odpowiedzieli na pytanie, z jakich źródeł czerpali informacje o UWM w Olsztynie i ocenili ich przydatność (pytanie zamknięte, skalowane). Każde źródło informacji należało ocenić wybierając 1 z 5 odpowiedzi: Nie korzystałam/nie korzystałem, Nieprzydatne źródło, Mało przydatne źródło, Przydatne źródło, Bardzo przydatne źródło.

Jako główne źródło informacji o UWM w Olsztynie (przydatne lub bardzo przydatne), respondenci najczęściej wskazywali:

- stronę internetową rekrutacja.uwm.edu.pl (2 110 wskazań tj. 88,06% ogółu respondentów),
- stronę internetową uwm.edu.pl (1 980 wskazań tj. 82,64% ogółu respondentów) oraz
- stronę internetową wydziału (1 796 wskazań tj. 74,96% ogółu respondentów).

Źródłami informacji o UWM, które zostały wskazane przez największą liczbę respondentów jako nieprzydatne lub mało przydatne były: Facebook uczelni (361 wskazań, tj. 15,07% ogółu respondentów) oraz Facebook wydziału (358 wskazań, tj. 14,94% ogółu respondentów).

Odpowiedzi respondentów, którzy studiuje w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, nie różnią się w sposób istotny od odpowiedzi udzielonych przez ogół osób ankietowanych.

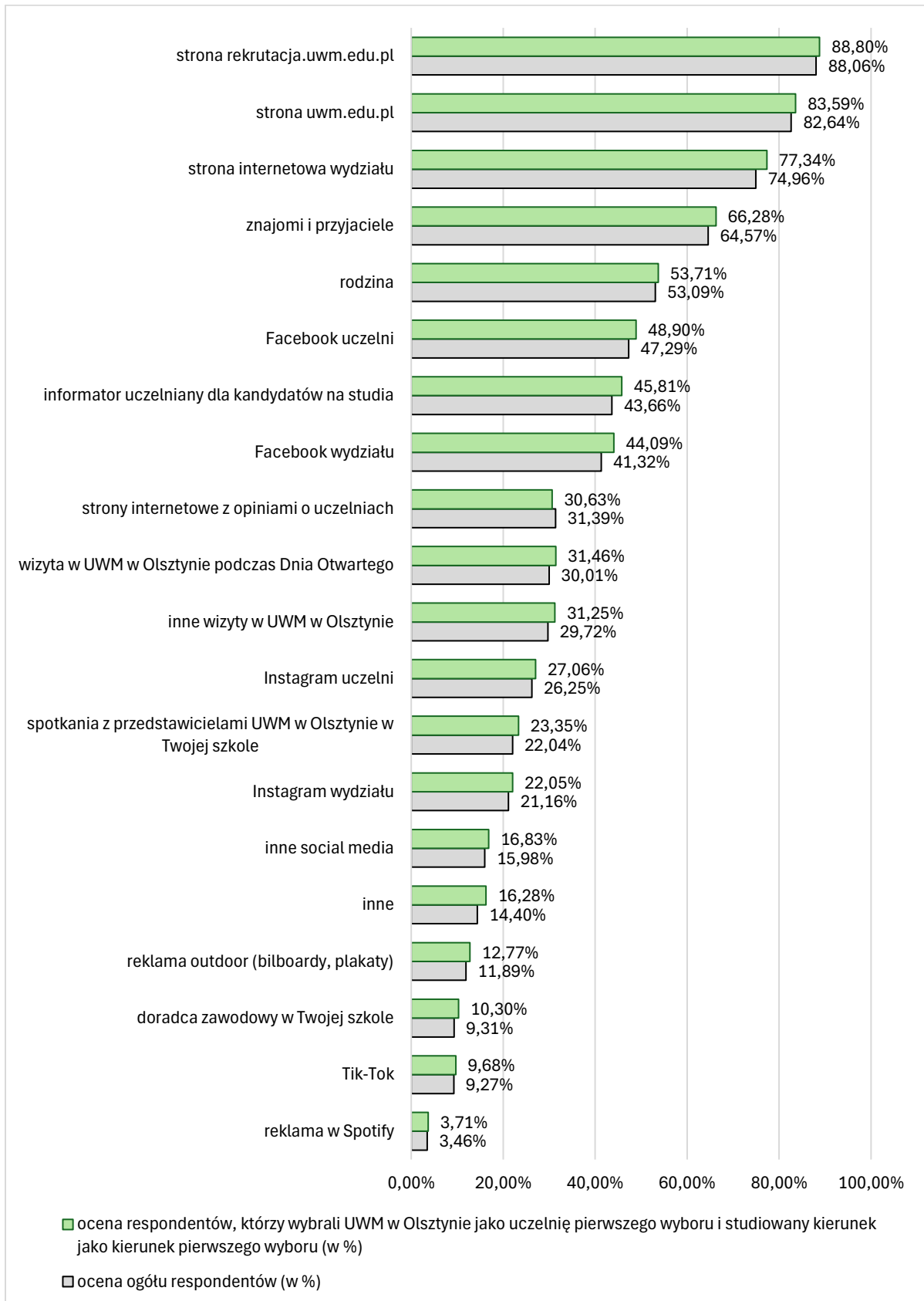
Zestawienie odpowiedzi zaprezentowano w Tabeli 1, w której zielonym kolorem zaznaczono 5 odpowiedzi o największej liczbie wskazań dotyczących przydatnych i bardzo przydatnych źródeł informacji, kolorem pomarańczowym odpowiedzi o największej liczbie wskazań dotyczących nieprzydatnych i mało przydatnych źródeł informacji, a żółtym kolorem odpowiedzi o największej liczbie wskazań nie korzystania ze wskazanego źródła informacji (powyżej 50% respondentów).

Tabela 1. Kanały komunikacji, z których respondenci czerpali informacje o UWM w Olsztynie.

Z jakich źródeł czerpałaś/czerpałeś informacje o UWM w Olsztynie i jak oceniasz ich przydatność? (podstawa: ogół respondentów, N=2396)						
	Nie korzystałam/Nie korzystałem		Nieprzydatne/Mało przydatne źródło informacji		Przydatne/Bardzo przydatne źródło informacji	
	Liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	Liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	Liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi
Facebook uczelni	902	37,65	361	15,07	1133	47,29
Facebook wydziału	1048	43,74	358	14,94	990	41,32
Instagram uczelni	1479	61,73	288	12,02	629	26,25
Instagram wydziału	1619	67,57	270	11,27	507	21,16
Tik-Tok	1968	82,14	206	8,60	222	9,27
Inne social media	1840	76,79	173	7,22	383	15,98
Strona rekrutacja.uwm.edu.pl	101	4,22	185	7,72	2110	88,06
Strona uwm.edu.pl	175	7,30	241	10,06	1980	82,64
Strona internetowa wydziału	330	13,77	270	11,27	1796	74,96
Strony internetowe z opiniami o uczelniach	1300	54,26	344	14,36	752	31,39
Reklama w Spotify	2136	89,15	177	7,39	83	3,46
Reklama outdoor (bilboardy, plakaty)	1760	73,46	351	14,65	285	11,89
Informator uczelniany dla kandydatów na studia	1097	45,78	253	10,56	1046	43,66
Spotkania z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	1712	71,45	156	6,51	528	22,04
Wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	1560	65,11	117	4,88	719	30,01
Inne wizyty w UWM w Olsztynie	1520	63,44	164	6,84	712	29,72
Doradca zawodowy w Twojej szkole	1833	76,50	340	14,19	223	9,31
Znajomi i przyjaciele	578	24,12	271	11,31	1547	64,57
Rodzina	804	33,56	320	13,36	1272	53,09
Inne	1932	80,63	119	4,97	345	14,40

Dane, z podziałem na ogół respondentów oraz respondentów, którzy wybrali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru, zostały zwizualizowane na Wykresie 6. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań w ocenie respondentów, którzy wybrali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 6. Odsetek respondentów, którzy uznali poszczególne kanały komunikacji za główne źródła informacji o UWM w Olsztynie (N1=1456, N2=2396).



Miejsce pochodzenia respondentów (województwo) nie miało istotnego wpływu na zróżnicowanie odpowiedzi w tym zakresie. Warto jedynie zwrócić uwagę na niżej wymienione różnice:

1. strona rekrutacja.uwm.edu.pl została wskazana jako przydatne lub bardzo przydatne źródło informacji przez większy odsetek respondentów pochodzących z województwa podlaskiego, pomorskiego i kujawsko-pomorskiego niż odsetek respondentów ogółem,
2. strona uwm.edu.pl została wskazana jako przydatne lub bardzo przydatne źródło informacji przez większy odsetek respondentów pochodzących z województwa mazowieckiego, podlaskiego, kujawsko-pomorskiego i pomorskiego niż odsetek respondentów ogółem,
3. strona internetowa wydziału została wskazana jako przydatne lub bardzo przydatne źródło informacji przez większy odsetek respondentów pochodzących z województwa warmińsko-mazurskiego, podlaskiego i kujawsko-pomorskiego niż odsetek respondentów ogółem,
4. informacje od znajomych i przyjaciół zostały wskazane jako przydatne lub bardzo przydatne źródło informacji przez większy odsetek respondentów pochodzących z województw mazowieckiego, podlaskiego i warmińsko-mazurskiego niż odsetek respondentów ogółem,
5. informacje od rodziny zostały wskazane jako przydatne lub bardzo przydatne źródło informacji przez większy odsetek respondentów pochodzących z województwa warmińsko-mazurskiego i mazowieckiego niż odsetek respondentów ogółem.

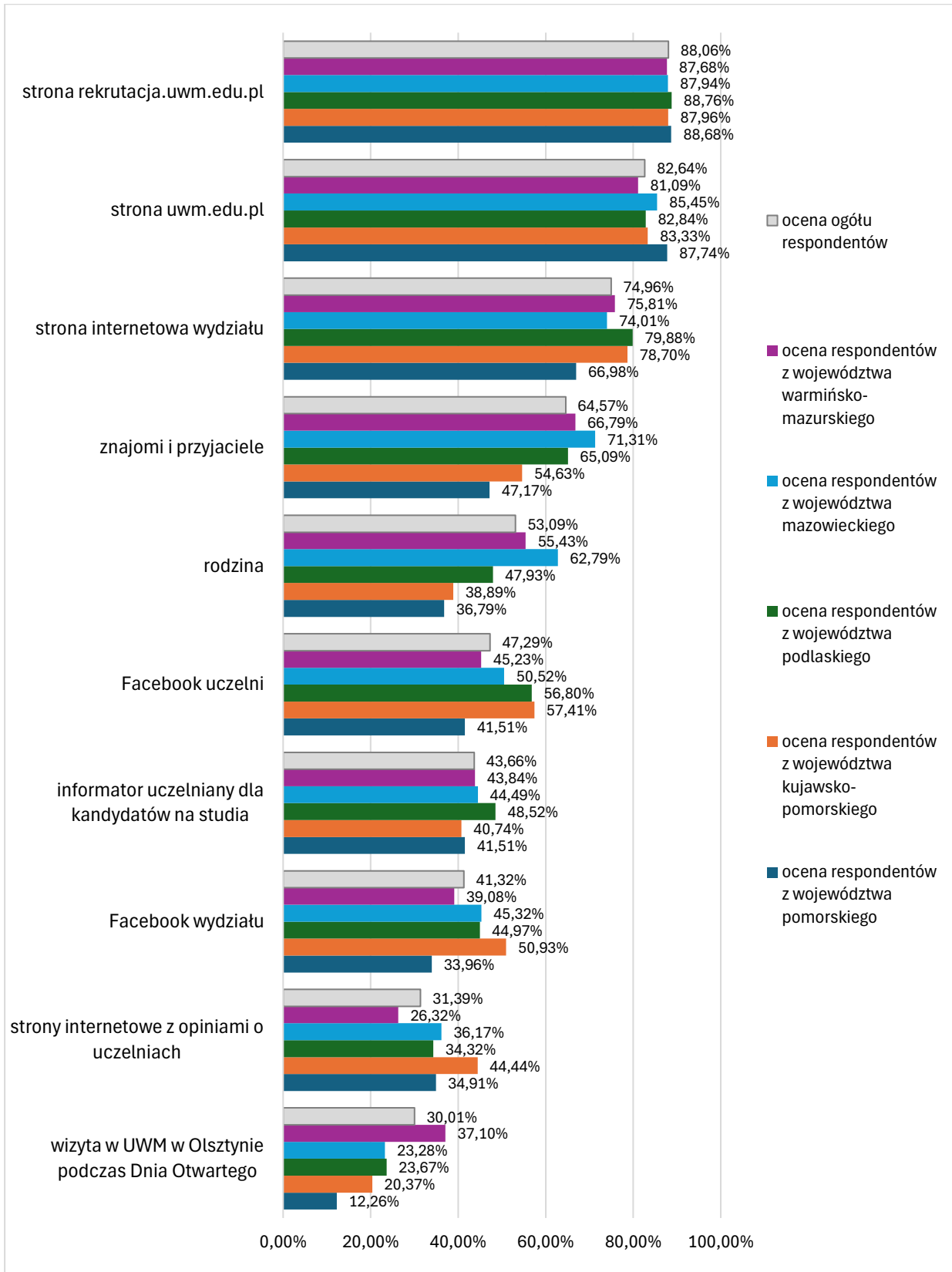
W Tabeli 2 zestawiono dane dotyczące 5 województw, z których pochodziły najliczniejsze grupy respondentów, przy czym zielonym kolorem zaznaczono odpowiedzi o największej liczbie wskazań „przydatne źródło”/„bardzo przydatne źródło”, a pomarańczowym kolorem odpowiedzi o najmniejszej liczbie wskazań „przydatne źródło”/„bardzo przydatne źródło”.

Tabela 2. Kanaty komunikacji, z których respondenci czerpali informacje o UWM w Olsztynie, w podziale na województwa.

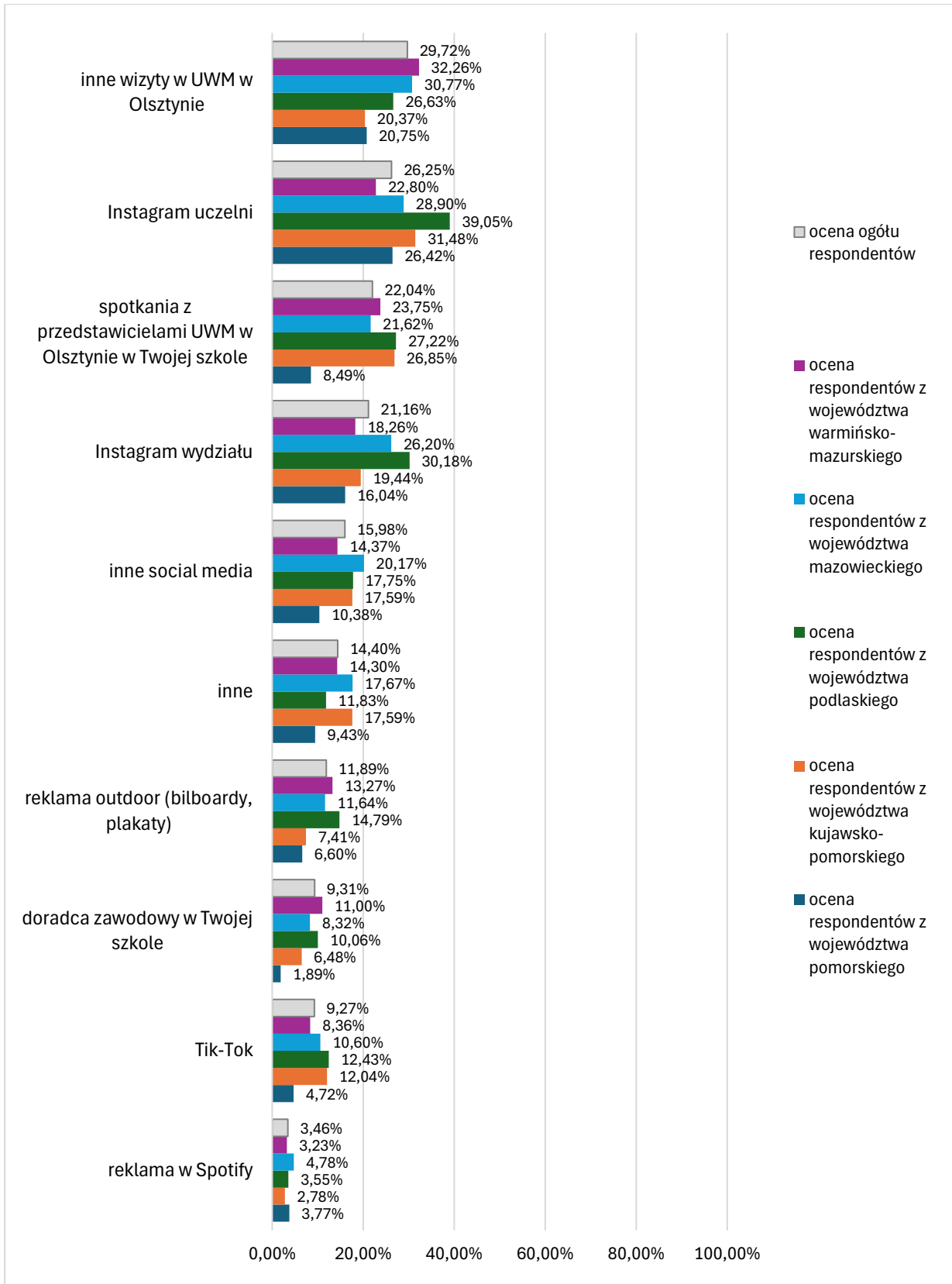
Z jakich źródeł czerpałaś(-eś) informacje o UWM w Olsztynie i jak oceniasz ich przydatność?										
województwo	warmińsko-mazurskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=1364)		mazowieckie (podstawa: ogół respondentów województwa N=481)		podlaskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=169)		kujawsko-pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=108)		pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=106)	
	liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi
Facebook uczelni	617	45,23	243	50,52	96	56,80	62	57,41	44	41,51
Facebook wydziału	533	39,08	218	45,32	76	44,97	55	50,93	36	33,96
Instagram uczelni	311	22,80	139	28,90	66	39,05	35	32,41	28	26,42
Instagram wydziału	249	18,26	126	26,20	51	30,18	22	20,37	17	16,04
Tik-Tok	114	8,36	51	10,60	21	12,43	13	12,04	5	4,72
inne social media	197	14,44	97	20,17	30	17,75	19	17,59	11	10,38
strona rekrutacja.uwm.edu.pl	1197	87,76	423	87,94	150	88,76	97	89,81	94	88,68
strona uwm.edu.pl	1107	81,16	411	85,45	140	82,84	93	86,11	93	87,74
strona internetowa wydziału	1035	75,88	356	74,01	135	79,88	86	79,63	71	66,98
strony internetowe z opiniami o uczelniach	359	26,32	174	36,17	58	34,32	50	46,30	37	34,91
reklama w Spotify	44	3,23	23	4,78	6	3,55	3	2,78	4	3,77
reklama outdoor (bilboardy, plakaty)	181	13,27	56	11,64	25	14,79	8	7,41	7	6,60
informator uczelniany dla kandydatów na studia	598	43,84	214	44,49	82	48,52	45	41,67	44	41,51
spotkania z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	324	23,75	104	21,62	46	27,22	29	26,85	9	8,49
wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	506	37,10	112	23,28	40	23,67	22	20,37	13	12,26
inne wizyty w UWM w Olsztynie	441	32,33	148	30,77	45	26,63	22	20,37	22	20,75
doradca zawodowy w Twojej szkole	150	11,00	40	8,32	17	10,06	7	6,48	2	1,89
znajomi i przyjaciele	911	66,79	343	71,31	110	65,09	60	55,56	50	47,17
rodzina	756	55,43	302	62,79	81	47,93	42	38,89	39	36,79
inne	195	14,30	85	17,67	20	11,83	20	18,52	10	9,43

Dane zostały zwizualizowane również na Wykresie 7, gdzie kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań w ocenie ogółu respondentów.

Wykres 7a. Odsetek respondentów ogółem oraz respondentów z 5 województw, którzy uznali poszczególne kanały komunikacji za przydatne lub bardzo przydatne źródła informacji o UWM w Olsztynie (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



Wykres 7b. Odsetek respondentów ogółem oraz respondentów z 5 województw, którzy uznali poszczególne kanały komunikacji za przydatne lub bardzo przydatne źródła informacji o UWM w Olsztynie (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



1.5. Czynniki wpływające na wybór studiów w UWM w Olsztynie

Respondenci wyrazili swoją opinię, w jakim stopniu 9 czynników wskazanych w kwestionariuszu ankiety wpłynęło na wybór przez nich studiów w UWM w Olsztynie (pytanie zamknięte, skalowane). Każdy czynnik należało ocenić wybierając 1 z 5 odpowiedzi: Brak wpływu; Mały wpływ; Trudno powiedzieć; Duży wpływ; Decydujący wpływ.

Według respondentów czynnikami, które w największym stopniu miały wpływ na wybór przez nich studiów w UWM w Olsztynie (odpowiedzi: „duży wpływ” lub „decydujący wpływ”) były:

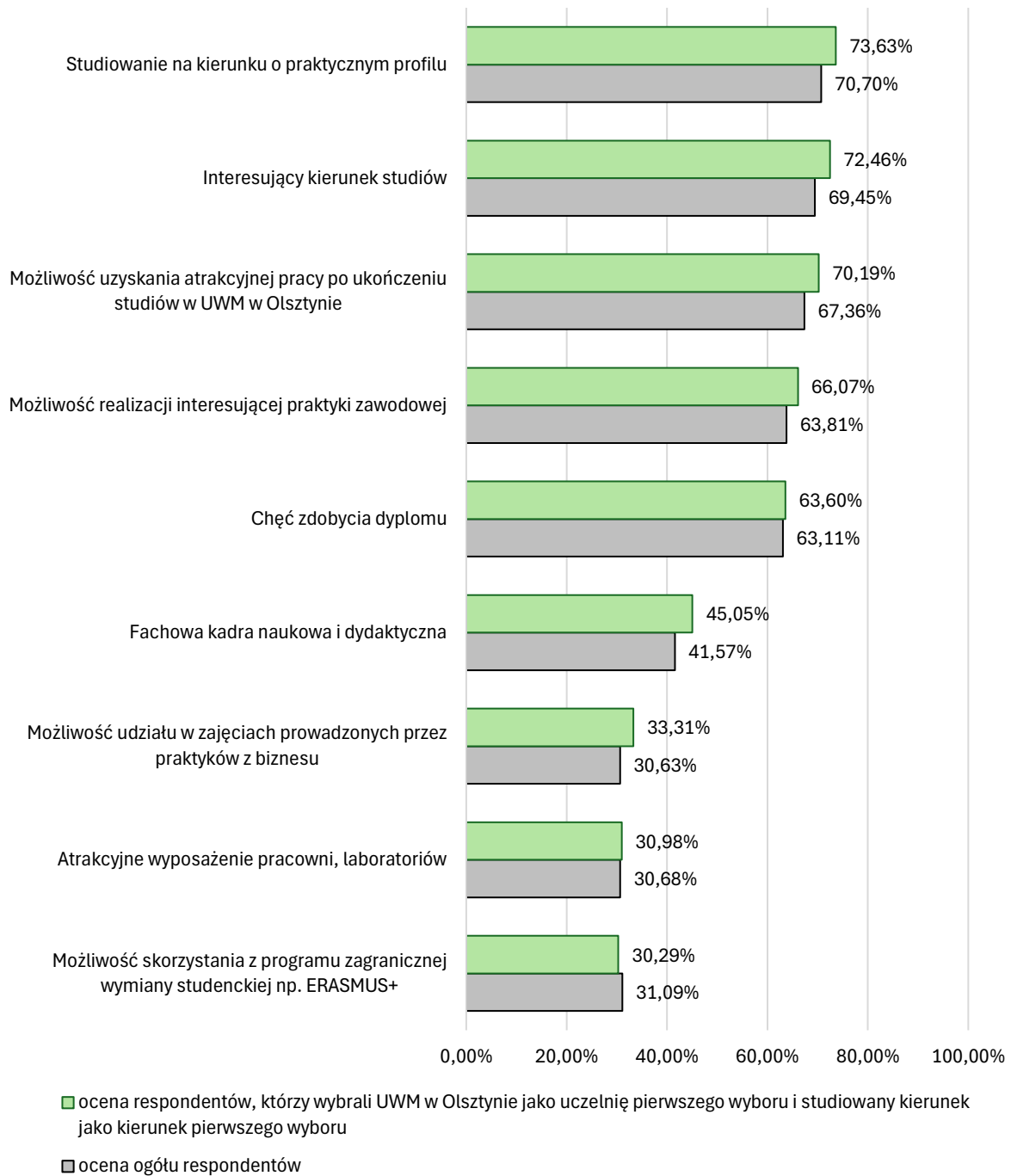
1. studiowanie na kierunku o praktycznym profilu (70,70% ogółu respondentów, tj. 1 694 osoby wskazały, że czynnik ten miał dla nich decydujące lub duże znaczenie),
2. interesujący kierunek studiów (69,45% ogółu respondentów, tj. 1 664 osoby wskazały, że czynnik ten miał dla nich decydujące lub duże znaczenie),
3. możliwość uzyskania atrakcyjnej pracy po ukończeniu studiów w UWM w Olsztynie (67,36% ogółu respondentów, tj. 1 614 osób wskazało, że czynnik ten miał dla nich decydujące lub duże znaczenie),
4. możliwość realizacji interesującej praktyki zawodowej (63,81% ogółu respondentów, tj. 1 529 osób wskazało, że czynnik ten miał dla nich decydujące lub duże znaczenie),
5. chęć zdobycia dyplomu (63,11% ogółu respondentów, tj. 1 512 osób wskazało, że czynnik ten miał dla nich decydujące lub duże znaczenie).

Warto podkreślić, że ocena niemal wszystkich czynników jest wyższa w grupie osób, które studiuje w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, niż ocena w grupie respondentów ogółem.

Przy ocenie czynników wpływających na wybór studiów w UWM w Olsztynie respondenci generalnie oceniali wyżej czynniki o charakterze ogólnym odnoszące się do wyobrażeń o studiach, niż czynniki odnoszące się konkretnie do warunków i programu studiów.

Powyższe dane zwizualizowano na Wykresie 8. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie respondentów, którzy wybrali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 8. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że dany czynnik miał w ich przypadku **decydujący** lub **duży wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).



Najmniej istotne czynniki mające wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie według respondentów stanowiły:

- 1) możliwość skorzystania z programu zagranicznej wymiany studenckiej np. ERASMUS+ (52,46% ogółu respondentów, tj. 1 257 osób wskazało, że czynnik ten miał dla nich małe znaczenie lub nie miał wpływu na wybór studiów w UWM)

w Olsztynie), przy czym odsetek osób, dla których czynnik ten jest najmniej istotny wzrósł prawie o 20 pkt procentowych w porównaniu do pierwszej edycji badania przeprowadzonej w roku akademickim 2023/2024,

- 2) możliwość udziału w zajęciach prowadzonych przez praktyków z biznesu (41,74% ogółu respondentów, tj. 1 000 osób wskazało, że czynnik ten miał dla nich małe znaczenie lub nie miał wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie),
- 3) atrakcyjne wyposażenie pracowni, laboratoriów (36,64% ogółu respondentów, tj. 878 osób wskazało, że czynnik ten miał dla nich małe znaczenie lub nie miał wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie).

Warto zaznaczyć, że duży odsetek respondentów, którzy wskazali na małe lub brak znaczenia dwóch spośród ww. czynników:

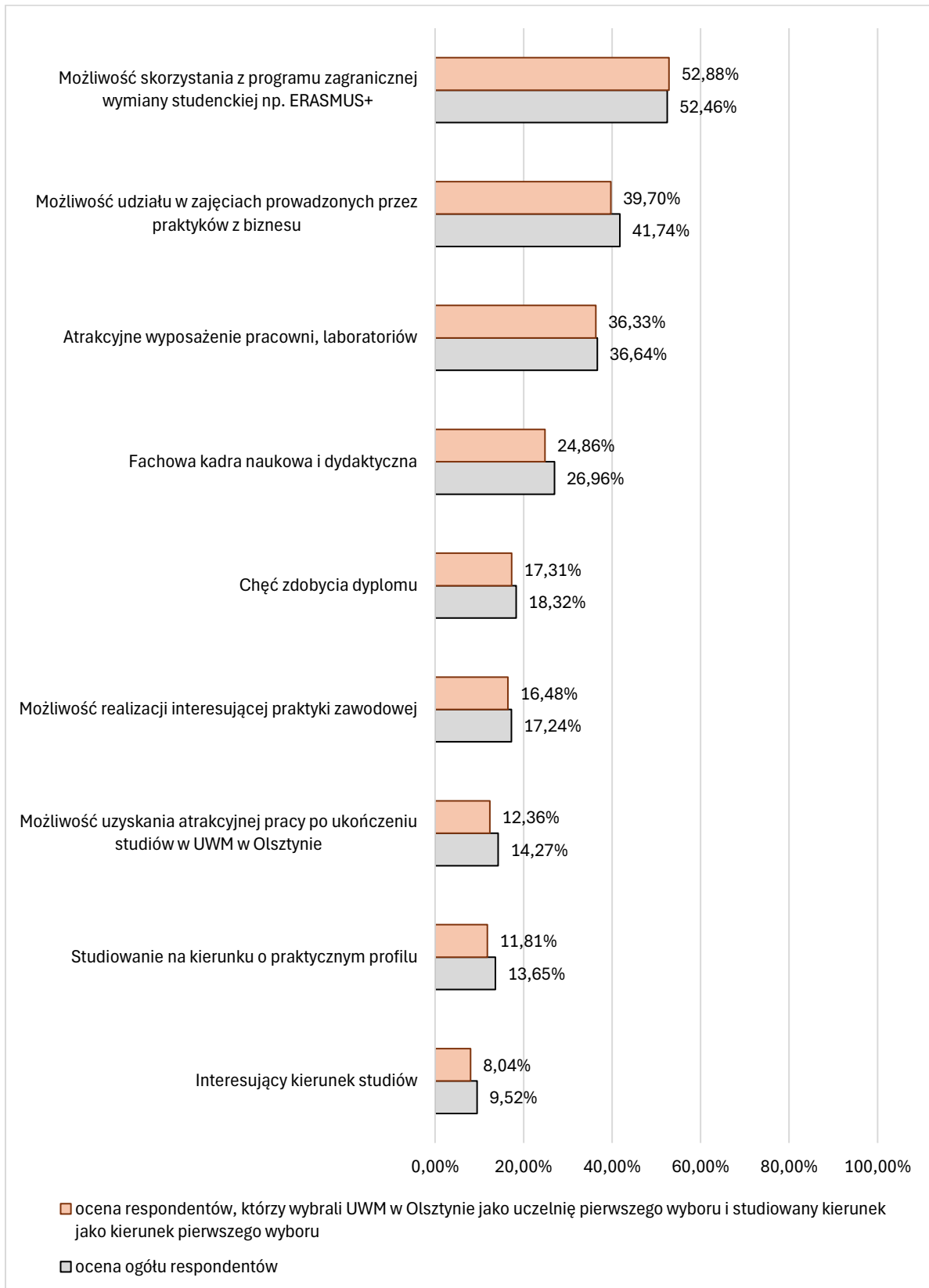
- udział w zajęciach prowadzonych przez praktyków biznesu,
- atrakcyjne wyposażenie pracowni, laboratoriów,

przy jednoczesnym odsetku respondentów, którzy zaznaczyli odpowiedź „trudno powiedzieć” (odpowiednio 27,63% oraz 32,68%), może świadczyć o braku wystarczającej wiedzy bądź też braku informacji w tym zakresie.

Warto także zwrócić uwagę na ocenę czynnika określonego jako **fachowa kadra naukowa i dydaktyczna**, gdyż ponad 41% respondentów (tj. 996 osób) uznało ten czynnik za ważny przy wyborze studiów, a ponad 31% (tj. 754 osoby) ankietowanych wskazało odpowiedź „trudno powiedzieć”, co oznacza, że ten element nie jest wystarczająco eksponowany kandydatom na studia.

Wśród respondentów, którzy studiują w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, odsetek osób oceniających poszczególne czynniki jako najmniej istotne w wyborze studiów w UWM w Olsztynie, jest niemal we wszystkich przypadkach (wyłączając możliwość skorzystania z programu zagranicznej wymiany studenckiej np. ERASMUS+) niższy niż wśród ogółu respondentów, co zobrazowano na Wykresie 9. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „brak wpływu” i „mały wpływ” w ocenie respondentów, którzy wybrali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 9. Odsetek osób ankietyowanych, które uznały, że dany czynnik w ich przypadku **nie miał wpływu** lub **miał mały wpływ** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).



Szczegółowe wyniki dotyczące wpływu poszczególnych czynników na wybór przez respondentów studiów w UWM w Olsztynie zaprezentowano w Tabeli 3, w której zielonym kolorem zaznaczono 5 odpowiedzi o największej liczbie ocen „decydujący wpływ” i „duży wpływ” ogółu respondentów, a pomarańczowym kolorem 3 odpowiedzi o największej liczbie ocen „brak wpływu” i „mały wpływ” ogółu respondentów.

Tabela 3. Ocena wpływu wybranych czynników na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez ogół respondentów.

W jakim stopniu wymienione czynniki wpłynęły na wybór studiów w UWM w Olsztynie podstawa: ogół respondentów N=2396									
	Decydujący wpływ	Duży wpływ	Trudno powiedzieć	Mały wpływ	Brak wpływu	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%
Interesujący kierunek studiów	626	1038	504	130	98	1664	69,45	228	9,52
Chęć zdobycia dyplomu	576	936	445	225	214	1512	63,11	439	18,32
Atrakcyjne wyposażenie pracowni, laboratoriów	154	581	783	295	583	735	30,68	878	36,64
Fachowa kadra naukowa i dydaktyczna	220	776	754	211	435	996	41,57	646	26,96
Możliwość udziału w zajęciach prowadzonych przez praktyków z biznesu	156	578	662	254	746	734	30,63	1000	41,74
Studiowanie na kierunku o praktycznym profilu	613	1081	375	100	227	1694	70,70	327	13,65
Możliwość realizacji interesującej praktyki zawodowej	544	985	454	132	281	1529	63,81	413	17,24
Możliwość skorzystania z programu zagranicznej wymiany studenckiej np. ERASMUS+	227	518	394	344	913	745	31,09	1257	52,46
Możliwość uzyskania atrakcyjnej pracy po ukończeniu studiów w UWM w Olsztynie	679	935	440	126	216	1614	67,36	342	14,27

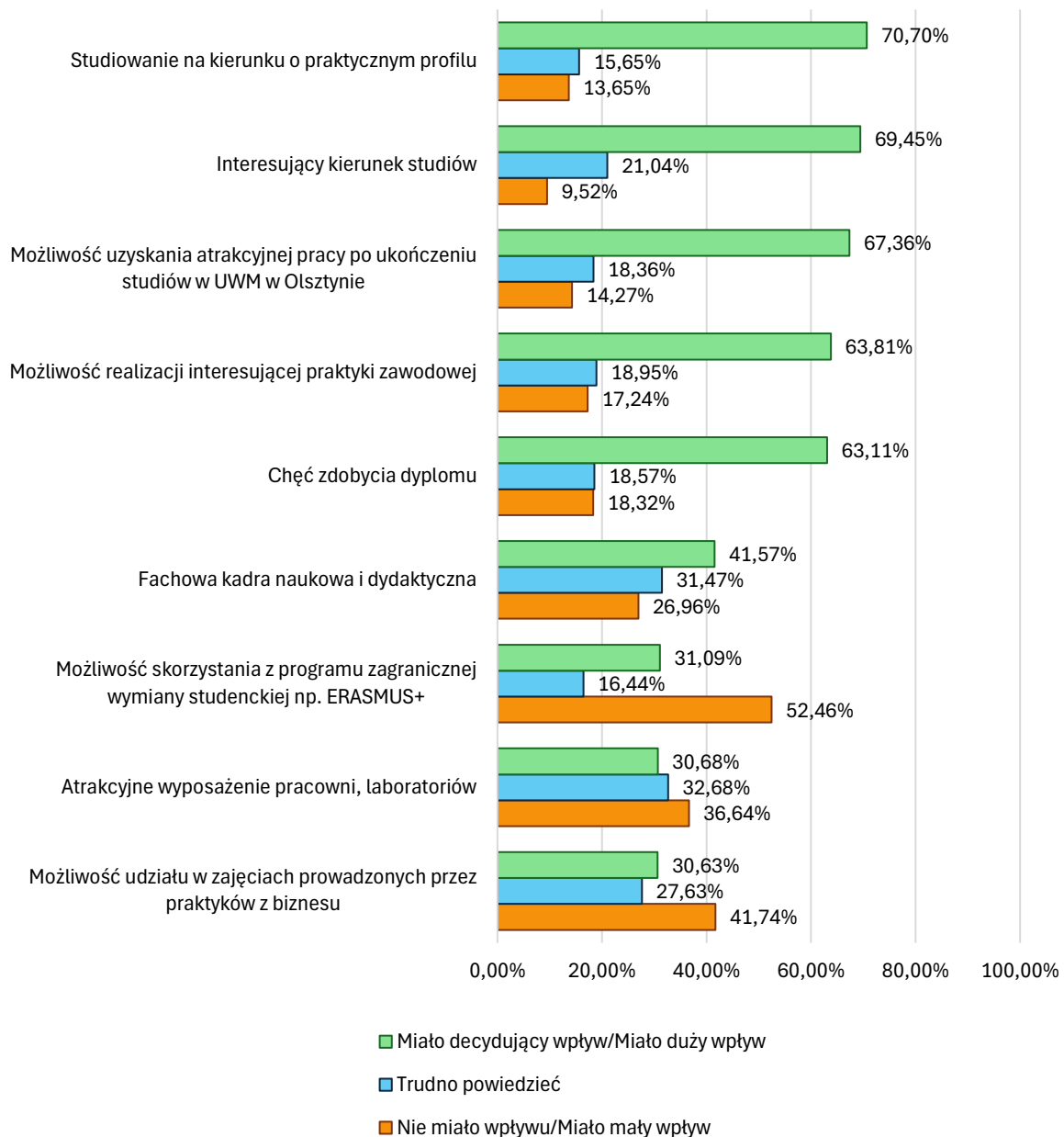
Szczegółowe wyniki dotyczące wpływu poszczególnych czynników na wybór przez respondentów studiów w UWM w Olsztynie, w podziale na 5 województw, zaprezentowano w Tabeli 4, w której zielonym kolorem zaznaczono odpowiedzi o największej liczbie ocen „decydujący wpływ” i „duży wpływ” ogółu respondentów danego województwa, a pomarańczowym kolorem odpowiedzi o największej liczbie ocen „brak wpływu” i „mały wpływ” ogółu respondentów z danego województwa.

Tabela 4. Ocena wpływu wybranych czynników na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów w podziale na województwa.

W jakim stopniu wymienione czynniki wpłynęły na wybór studiów w UWM w Olsztynie																				
województwo	warmińsko-mazurskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=1364)				mazowieckie (podstawa: ogół respondentów województwa N=481)				podlaskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=169)				kujawsko-pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=108)				pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa N=106)			
	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%
Interesujący kierunek studiów	910	66,72	150	11,00	342	71,10	33	6,86	125	73,96	9	5,33	86	79,63	6	5,56	77	72,64	12	11,32
Chęć zdobycia dyplomu	831	60,92	253	18,55	328	68,19	76	15,80	107	63,31	35	20,71	67	62,04	22	20,37	68	64,15	18	16,98
Atrakcyjne wyposażenie pracowni, laboratoriów	352	25,81	552	40,47	176	36,59	148	30,77	62	36,69	60	35,50	41	37,96	33	30,56	32	30,19	40	37,74
Fachowa kadra naukowa i dydaktyczna	532	39,00	391	28,67	210	43,66	107	22,25	73	43,20	49	28,99	50	46,30	30	27,78	46	43,40	28	26,42
Możliwość udziału w zajęciach prowadzonych przez praktyków z biznesu	402	29,47	579	42,45	157	32,64	183	38,05	59	34,91	64	37,87	32	29,63	47	43,52	32	30,19	50	47,17
Studiowanie na kierunku o praktycznym profilu	937	68,70	205	15,03	354	73,60	54	11,23	132	78,11	14	8,28	77	71,30	11	10,19	74	69,81	17	16,04
Możliwość realizacji interesującej praktyki zawodowej	839	61,51	254	18,62	333	69,23	74	15,38	112	66,27	22	13,02	69	63,89	18	16,67	64	60,38	18	16,98
Możliwość skorzystania z programu zagranicznej wymiany studenckiej np. ERASMUS+	401	29,40	744	54,55	149	30,98	246	51,14	62	36,69	82	48,52	39	36,11	49	45,37	35	33,02	57	53,77
Możliwość uzyskania atrakcyjnej pracy po ukończeniu studiów w UWM w Olsztynie	906	66,42	200	14,66	345	71,73	68	14,14	119	70,41	19	11,24	66	61,11	16	14,81	69	65,09	16	15,09

Warto podkreślić, że w przypadku oceny trzech czynników, tj. Możliwość udziału w zajęciach prowadzonych przez praktyków biznesu, Fachowa kadra naukowa i dydaktyczna oraz Atrakcyjne wyposażenie pracowni laboratoriów, stosunkowo duży odsetek osób ankietowanych (odpowiednio 41,74%, 36,64% i 29,96%) wskazał odpowiedź *Trudno powiedzieć*, co może oznaczać brak wiedzy respondentów w tym zakresie lub fakt, że uczelnia w niewystarczającym stopniu komunikuje istotność ww. aspektów. Dane zostały zwizualizowane na Wykresie 10. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów.

Wykres 60. Ocena stopnia **wplywu** poszczególnych **czynników na wybór studiów w UWM w Olsztynie** przez ogół respondentów (N=2396).



1.6. Wpływ aktywności promocyjnych na wybór studiów w UWM w Olsztynie

Respondenci wyrazili swoją opinię, w jakim stopniu 17 aktywności promocyjnych realizowanych przez UWM w Olsztynie wymienionych w kwestionariuszu ankiety wpłynęło na wybór studiów przez respondentów (pytanie zamknięte, skalowane). Każdą aktywność/akcję należało ocenić wybierając 1 z 5 odpowiedzi: Brak wpływu; Mały wpływ; Trudno powiedzieć; Duży wpływ; Decydujący wpływ.

Najistotniejszymi czynnikami, które według respondentów miały duży bądź decydujący wpływ na wybór przez nich studiów w UWM w Olsztynie, były:

- oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl (1 323 odpowiedzi, co stanowi 55,22% ogółu osób ankietowanych),
- strona internetowa uwm.edu.pl (1 248 odpowiedzi, co stanowi 52,09% ogółu osób ankietowanych),
- strona internetowa wydziału (948 odpowiedzi, co stanowi 39,57% ogółu osób ankietowanych).

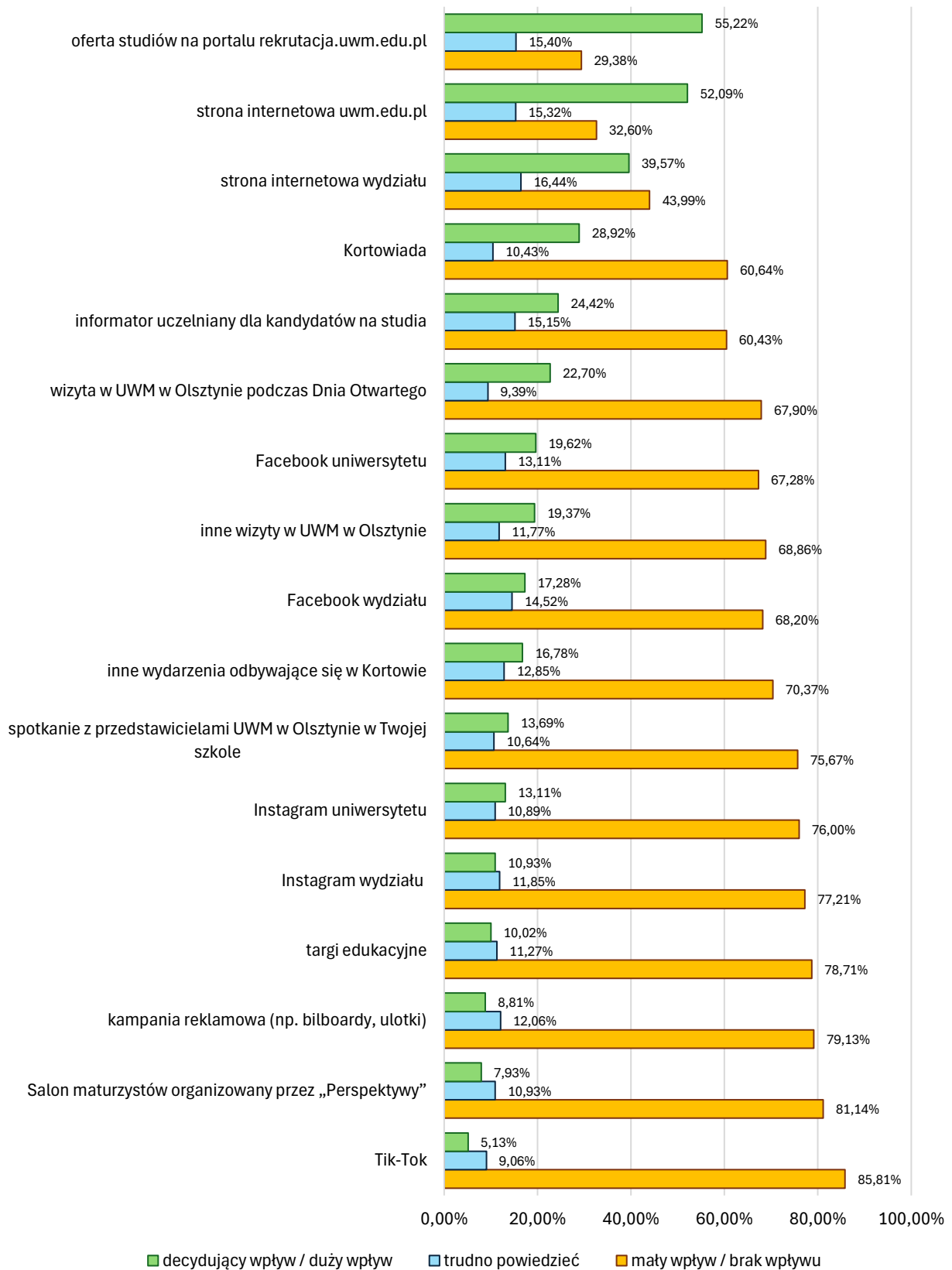
Należy jednak zauważyć, że spośród wszystkich ocenianych aktywności promocyjnych mających wpływ na wybór respondentów o podjęciu studiów w UWM w Olsztynie, jedynie dwie zostały ocenione jako istotne przez ponad 50% respondentów (oferta na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl i strona internetowa uwm.edu.pl). Strona internetowa wydziału została oceniona jako niemająca żadnego wpływu lub mająca mały wpływ na większą liczbę respondentów (43,99%), niż liczba osób, które oceniły ją jako mającą duży wpływ lub decydujący wpływ (39,57%). Może to wskazywać, że aktywności promocyjne podejmowane i publikowane na stronie głównej UWM oraz portalu rekrutacyjnym są bardziej skuteczne i bardziej dopasowane do potrzeb odbiorcy, niż aktywności na stronach internetowych wydziałów.

Wszystkie pozostałe aktywności promocyjne zostały ocenione przez ponad 60% respondentów jako czynniki, które nie miały wpływu lub miały mały wpływ na decyzję o wyborze studiów w UWM w Olsztynie.

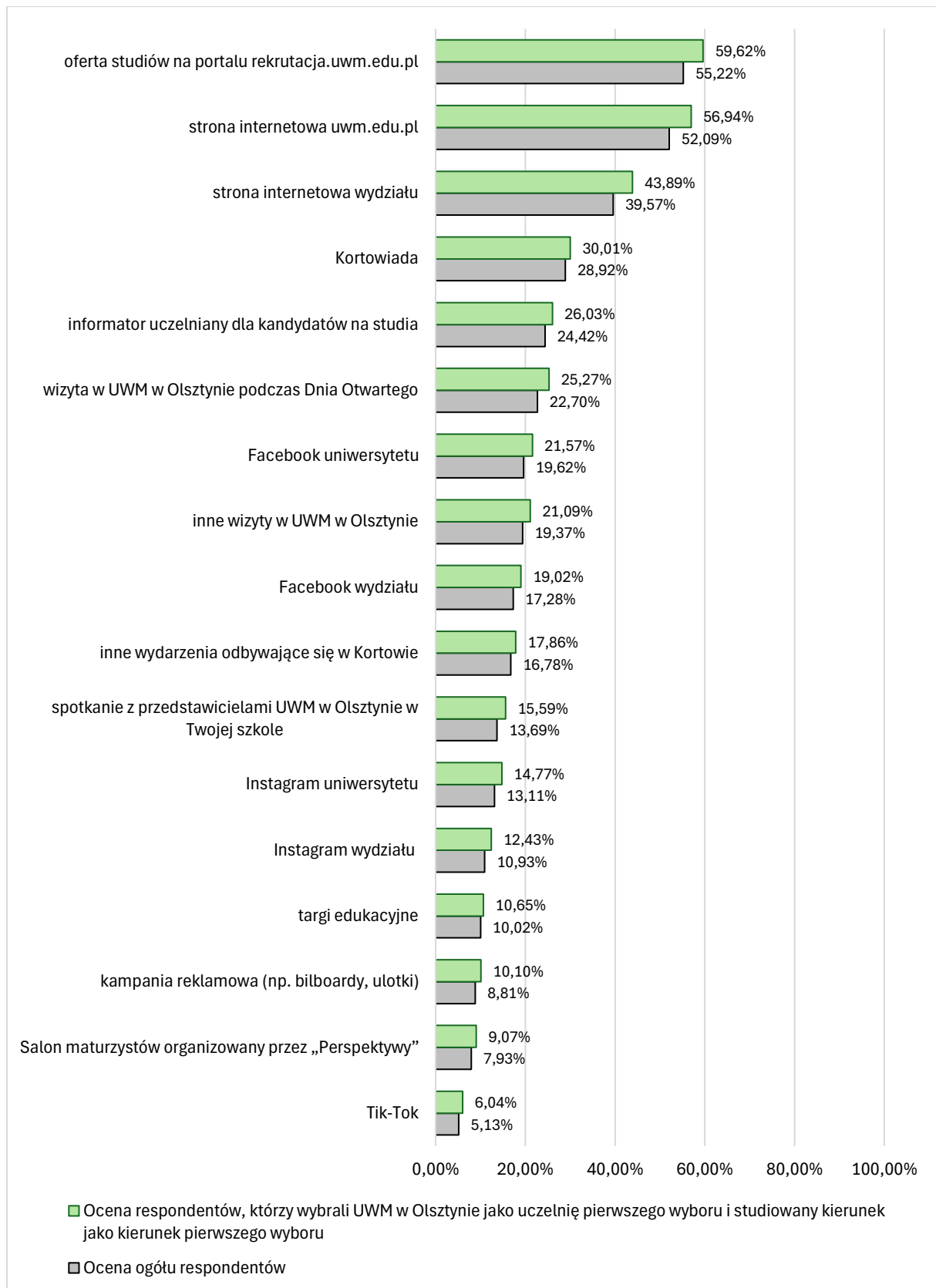
Dane zaprezentowano na Wykresie 11. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów.

Warto zauważyć, że w zakresie „decydujący wpływ” i „duży wpływ” odpowiedzi respondentów, którzy studiuje w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, nie różnią się w sposób istotny od odpowiedzi udzielonych przez ogół osób ankietowanych, co przedstawiono na Wykresie 12. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie respondentów, którzy wybrali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 11. Ocena wpływu aktywności promocyjnych realizowanych przez UWM w Olsztynie na wybór studiów przez respondentów (N=2396)



Wykres 7. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że w ich przypadku dana aktywność promocyjna realizowana przez UWM miała **duży** lub **decydujący wpływ** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).



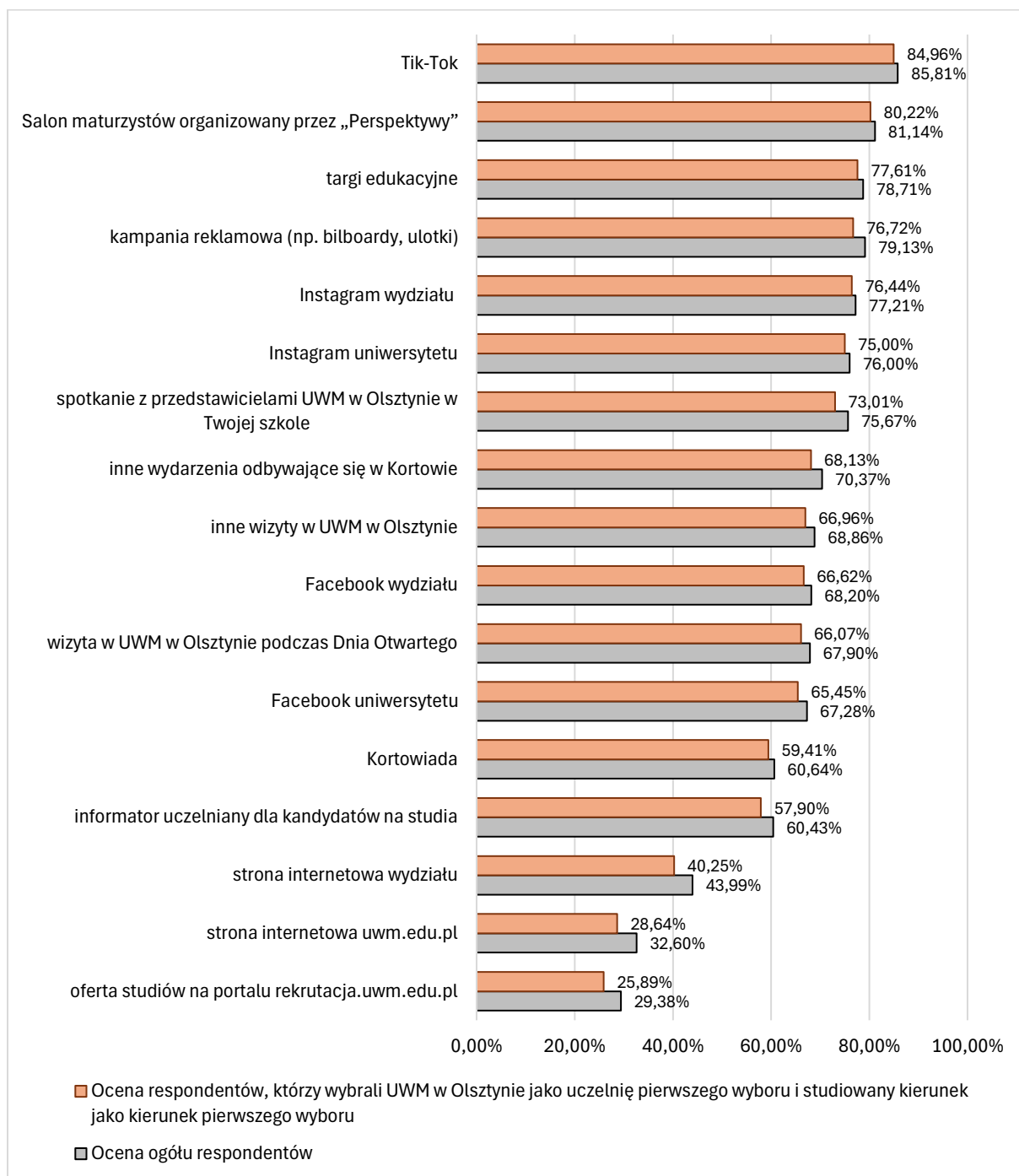
Czynnikami, które nie miały wpływu bądź miały wpływ na podjęcie przez kandydatów decyzji o studiach w UWM w Olsztynie, były:

- Tik-Tok (2056 odpowiedzi, co stanowi 85,8% ogółu osób ankietowanych);
- Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy” (1944 odpowiedzi, co stanowi 81,1% ogółu osób ankietowanych);
- kampania reklamowa, np. billboardy, ulotki (1896 odpowiedzi, co stanowi 79,2% ogółu osób ankietowanych).

Oceny ogółu respondentów oraz respondentów, którzy wskazali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru oraz studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru, w przypadku internetowych źródeł informacji w znacznej mierze są tożsame. Większe rozbieżności występują natomiast w przypadku czynników dotyczących wydarzeń stacjonarnych/eventów oraz informatora uczelnianego. Były to czynniki właściwie nieistotne dla osób, dla których UWM w Olsztynie nie był uczelnią pierwszego wyboru. Prowadzić to może do konstatacji, iż dodatkowe inicjatywy Uczelni (Dni Otwarte, Kortowiada, wydarzenia w Kortowie), ale też wydarzenia zewnętrzne, jak np. Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy”, nie miały dużego wpływu na osoby, które nie rozważały UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru, choć ostatecznie podjęły tutaj studia.

Dane zostały zwizualizowane na Wykresie 13, gdzie kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „brak wpływu” i „miały wpływ” w ocenie respondentów, którzy wybrali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 8. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że dana aktywność promocyjna w ich przypadku **nie miała wpływu** lub **miała bardzo mały wpływ** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).



Odpowiedzi dotyczące wpływu poszczególnych aktywności promocyjnych na wybór przez respondentów studiów w UWM w Olsztynie zestawiono w Tabeli 5, w której zielonym kolorem zaznaczono 3 aktywności/akcje mające decydujący lub duży wpływ na największą liczbę respondentów wybierających studia w UWM w Olsztynie, a pomarańczowym kolorem 3 aktywności/akcje, w odniesieniu do których największa liczba respondentów wskazała mały wpływ lub brak wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie.

Tabela 5. Ocena wpływu poszczególnych aktywności promocyjnych na wybór respondentów studiów w UWM w Olsztynie.

W jakim stopniu wymienione aktywności promocyjne wpłynęły na Twój wybór studiów UWM w Olsztynie?						
Podstawa: ogół respondentów N=2396						
Aktywność	Brak wpływu/Mały wpływ		Trudno powiedzieć		Duży/Decydujący wpływ	
	Liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	Liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi	Liczba odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi
Facebook wydziału	1634	68,2	348	14,5	414	17,3
Facebook uniwersytetu	1612	67,3	314	13,1	470	19,6
Instagram wydziału	1850	77,2	284	11,9	262	10,9
Instagram uniwersytetu	1821	76	261	10,9	314	13,1
Tik-Tok	2056	85,8	217	9,1	123	5,1
Oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl	704	29,4	369	15,4	1323	55,2
Strona internetowa uwm.edu.pl	781	32,6	367	15,3	1248	52,1
Strona internetowa Wydziału	1054	44	394	16,4	948	39,6
Kampania reklamowa (np. billboardy, ulotki)	1896	79,2	289	12,1	211	8,8
Informator uczelniany dla kandydatów na studia	1448	60,4	363	15,2	585	24,4
Spotkanie z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	1813	75,7	255	10,6	328	13,7
Wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	1627	67,9	225	9,4	544	22,7
Inne wizyty w UWM w Olsztynie	1650	68,9	282	11,8	464	19,4
Targi edukacyjne	1886	78,7	270	11,3	240	10
Kortowiada	1453	60,6	250	10,4	693	28,9
Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy”	1944	81,1	262	10,9	190	7,9
Inne wydarzenia odbywające się w Kortowie	1686	70,4	308	12,9	402	16,8

Decydujący/duży wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie miały dwie aktywności, które zostały wskazane przez więcej niż 50% respondentów:

- oferta studiów na portalu rekrutacyjnym uwm.edu.pl (55,2% odpowiedzi),
- strona internetowa uwm.edu.pl (52,1% odpowiedzi).

Ponad 20% badanych wskazało też na istotność strony internetowej wydziału, informatora uczelnianego, wizyty podczas dnia otwartego UWM w Olsztynie oraz Kortowiady. Z powyższych danych wynika, że kandydaci przy podejmowaniu decyzji o wyborze studiów przywiązują większą wagę do źródeł cyfrowych.

Aktywnościami promocyjnymi wskazanymi przez największy odsetek respondentów jako te, które nie miały wpływu bądź ich wpływ na decyzję o wyborze studiów w UWM w Olsztynie był mały, były:

- Tik-Tok (2056 wskazań, tj. 85,8% ogółu respondentów),
- Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy” (1944 wskazania, tj. 81,1% ogółu respondentów),
- kampania reklamowa, np. billboardy, ulotki (1896 wskazań, tj. 79,2% ogółu respondentów).

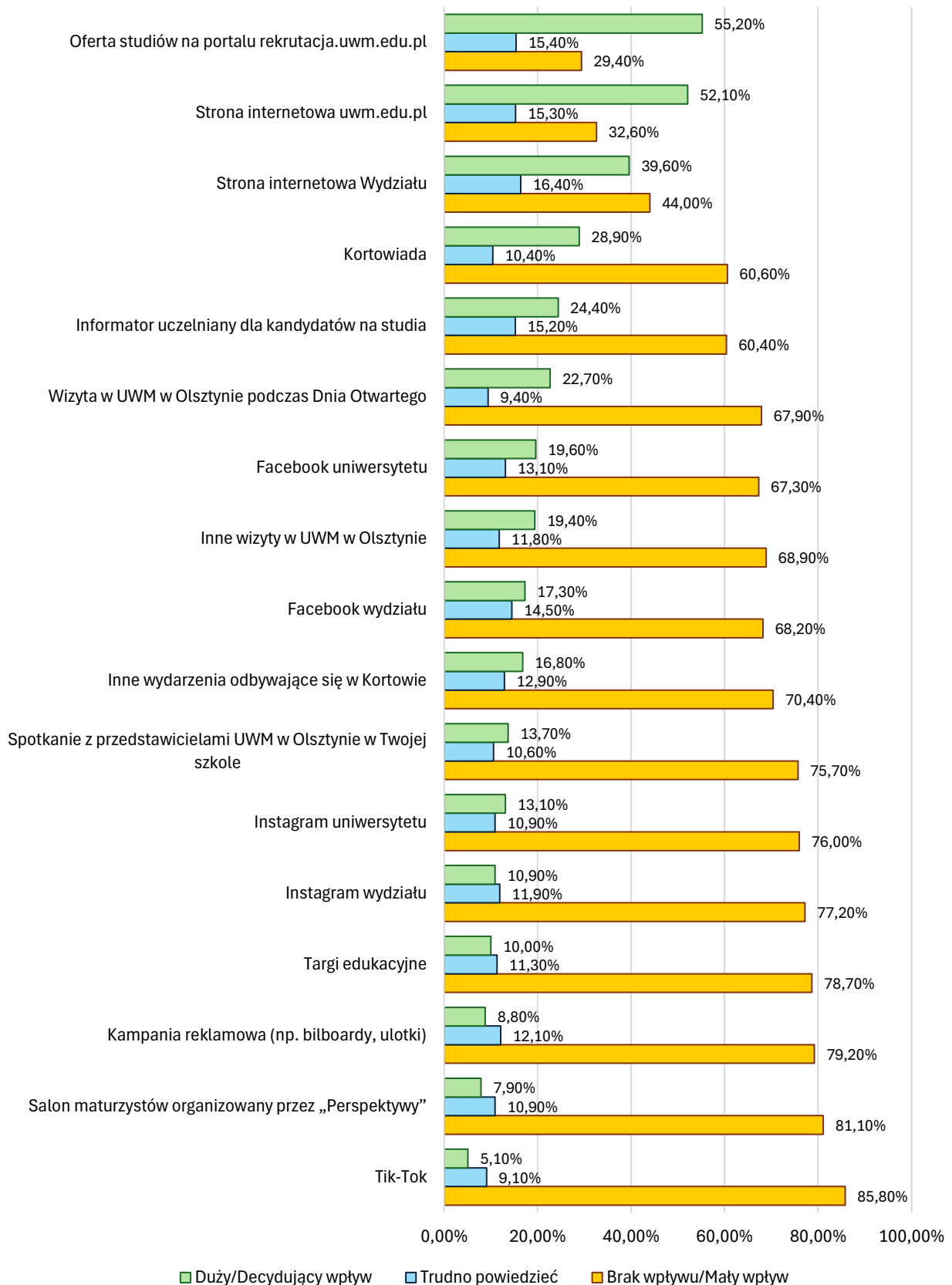
Dwie pierwsze aktywności jako niemające wpływu lub mające mały wpływ na podjęcie decyzji o wyborze studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów wskazało ponad 80% badanych, w przypadku kampanii reklamowej było to 79,2%. Najwyższy odsetek braku zainteresowania Tik-Tokiem może być powiązany z faktem, iż filmy publikowane na tym portalu bardzo często udostępniane są w innych mediach społecznościowych. Użytkownik sieci może mieć z nimi styczność, ale nie na samym portalu.

W tym miejscu warto zwrócić uwagę na oceny respondentów dotyczące przydatności mediów społecznościowych w podejmowaniu decyzji o wyborze studiów. Istotność publikowanych w nich informacji również została oceniona w przeważającej mierze jako mało istotna (profile Facebook oraz Instagram wydziału i Uczelni, kolejno: 68,2%, 67,3%, 77,2%, 76%). Może być to podyktowane nie tyle spadkami popularności wspomnianych serwisów ogółem², lecz preferencjami młodszych użytkowników, którzy używają tych serwisów niekoniecznie do poszukiwania informacji, lecz bardziej w celach rozrywkowych. Publikowane na ww. profilach informacje powinny być odpowiednio dostosowane swoją formą, by zachęcać odbiorców do wchodzenia w interakcje z nimi. Ma to już miejsce obecnie: profile społecznościowe uczelni w większym zakresie informują o bieżących wydarzeniach kulturalnych w Kortowie, interesujących miejscach itd. stawiając na bardziej młodzieżowe, swobodne podejście, które może być atrakcyjne dla kandydatów na studia.

Powyższe dane zostały zwizualizowane na Wykresie 14. gdzie kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów.

² Źródło: <https://www.thedrum.com/opinion/2024/03/13/facebook-s-not-getting-any-younger-neither-are-its-users> (data dostępu: 15.11.2024 r.)

Wykres 9. Ocena wpływu poszczególnych aktywności promocyjnych na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów (N=2396).



Miejsce pochodzenia respondentów (województwo) nie miało istotnego wpływu na zróżnicowanie odpowiedzi w zakresie oceny wpływu aktywności promocyjnych na wybór studiów w UWM w Olsztynie. W Tabeli 6 zestawiono odpowiedzi respondentów w podziale na województwa. Zielonym kolorem zaznaczono 3 aktywności promocyjne, które miały decydujący lub duży wpływ na największą liczbę respondentów z danego województwa wybierających studia w UWM w Olsztynie, a pomarańczowym kolorem 3 aktywności, w odniesieniu do których największa liczba respondentów z danego województwa wskazała bardzo mały wpływ lub brak wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie.

Tabela 6. Ocena wpływu poszczególnych aktywności promocyjnych na wybór przez respondentów studiów w UWM w Olsztynie, w podziale na województwa.

województwo	warmińsko-mazurskie (N=1364)				mazowieckie (N=481)				podlaskie (N=169)				kujawsko-pomorskie (N=108)				pomorskie (N=106)			
	Decydujący /duży wpływ		Brak/mały wpływ		Decydujący /duży wpływ		Brak/mały wpływ		Decydujący /duży wpływ		Brak/mały wpływ		Decydujący /duży wpływ		Brak/mały wpływ		Decydujący /duży wpływ		Brak/mały wpływ	
	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%	Odp.	%
Facebook wydziału	222	16,28	942	69,06	96	19,96	312	64,86	39	23,08	103	60,95	20	18,52	74	68,52	17	16,04	76	71,70
Facebook uniwersytetu	263	19,28	931	68,26	104	21,62	308	64,03	46	27,22	99	58,58	21	19,44	74	68,52	15	14,15	73	68,87
Instagram wydziału	131	9,60	1081	79,25	66	13,72	197	40,96	29	17,16	116	68,64	8	7,41	84	77,78	14	13,21	84	79,25
Instagram uniwersytetu	154	11,29	1064	78,01	76	15,80	355	73,80	39	23,08	111	65,68	11	10,19	84	77,78	12	11,32	81	76,42
Tik-Tok	70	5,13	1182	86,66	24	4,99	408	84,82	15	8,88	135	79,88	8	7,41	90	83,33	2	1,89	92	86,79
Oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl	752	55,13	414	30,35	202	42,00	134	27,86	93	55,03	42	24,85	33	30,56	57	52,78	59	55,66	29	27,36
Strona internetowa uwm.edu.pl	696	51,03	463	33,94	255	53,01	98	20,37	96	56,80	45	26,63	61	56,48	32	29,63	57	53,77	32	30,19
Strona internetowa Wydziału	539	39,52	616	45,16	193	40,12	202	42,00	72	42,60	65	38,46	46	42,59	44	40,74	44	41,51	42	39,62
Kampania reklamowa (np. billboardy, ulotki)	139	10,19	1068	78,30	37	7,69	375	77,96	21	12,43	126	74,56	2	1,85	91	84,26	3	2,83	92	86,79
Informator uczelniany dla kandydatów na studia	336	24,63	837	61,36	116	24,12	277	57,59	54	31,95	90	53,25	3	2,78	91	84,26	18	16,98	66	62,26
Spotkanie z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	213	15,62	1000	73,31	53	11,02	377	78,38	31	18,34	120	71,01	23	21,30	69	63,89	2	1,89	96	90,57
Wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	385	28,23	843	61,80	81	16,84	358	74,43	33	19,53	123	72,78	17	15,74	79	73,15	8	7,55	90	84,91
Inne wizyty w UWM w Olsztynie	287	21,04	923	67,67	87	18,09	332	69,02	34	20,12	113	66,86	16	14,81	78	72,22	14	13,21	82	77,36
Targi edukacyjne	153	11,22	1060	77,71	44	9,15	382	79,42	18	10,65	126	74,56	12	11,11	85	78,70	4	3,77	93	87,74
Kortowiaada	418	30,65	803	58,87	150	31,19	284	59,04	52	30,77	96	56,80	27	25,00	69	63,89	16	15,09	77	72,64
Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy”	119	8,72	1100	80,65	36	7,48	388	80,67	13	7,69	137	81,07	8	7,41	89	82,41	2	1,89	88	83,02
Inne wydarzenia odbywające się w Kortowie	225	16,50	957	70,16	88	18,30	332	69,02	35	20,71	112	66,27	19	17,59	76	70,37	13	12,26	78	73,58

Warto zwrócić uwagę, że w przypadku pięciu województw, aktywnościami promocyjnymi decydującymi lub w dużym stopniu wpływającymi na wybór studiów w UWM w Olsztynie, były:

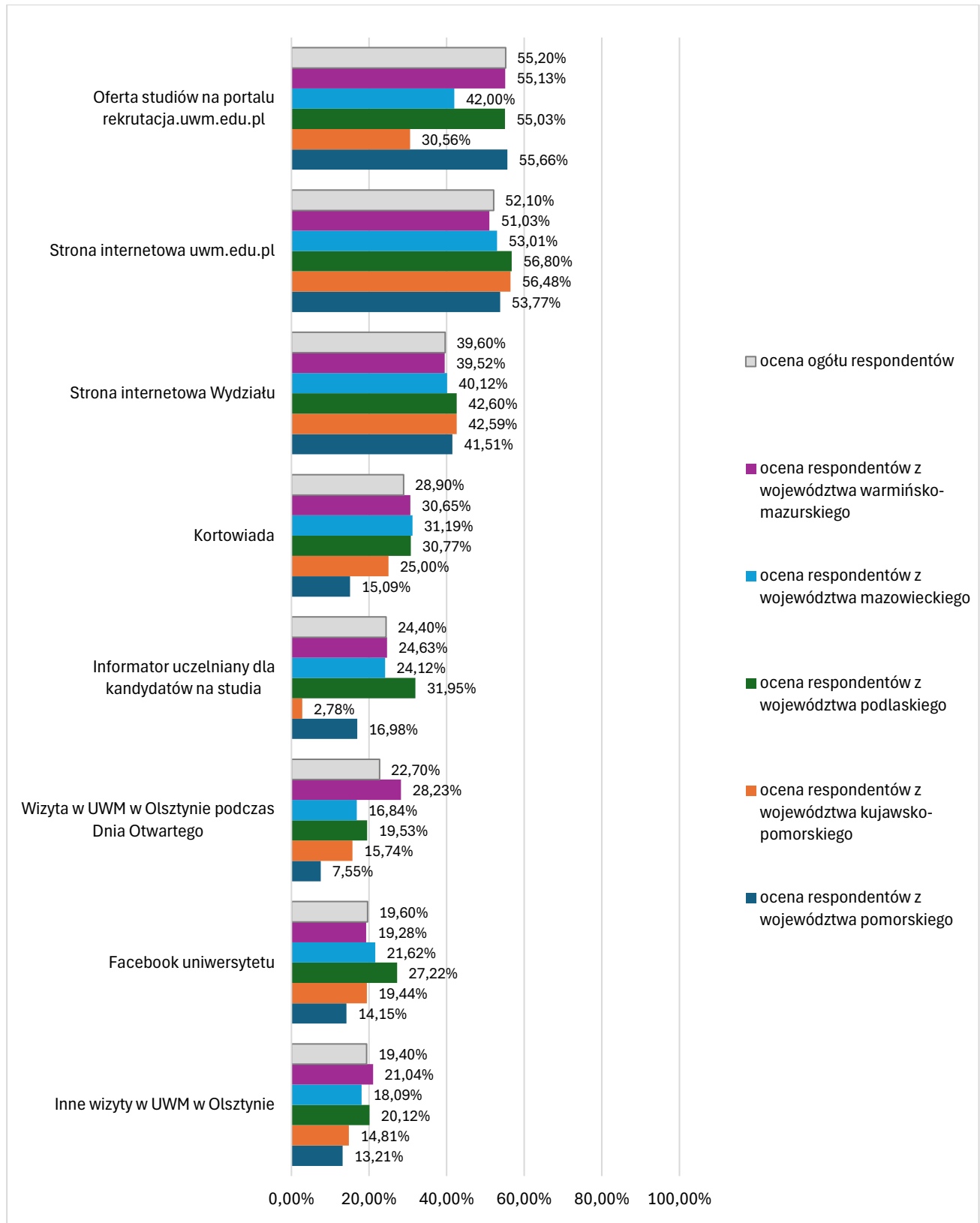
- oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl,
- strona internetowa uwm.edu.pl,
- strona internetowa wydziału.

Różnice wystąpiły natomiast w zakresie aktywności promocyjnych, które nie miały wpływu bądź też w małym stopniu wpływały na decyzję o podjęciu studiów w UWM w Olsztynie:

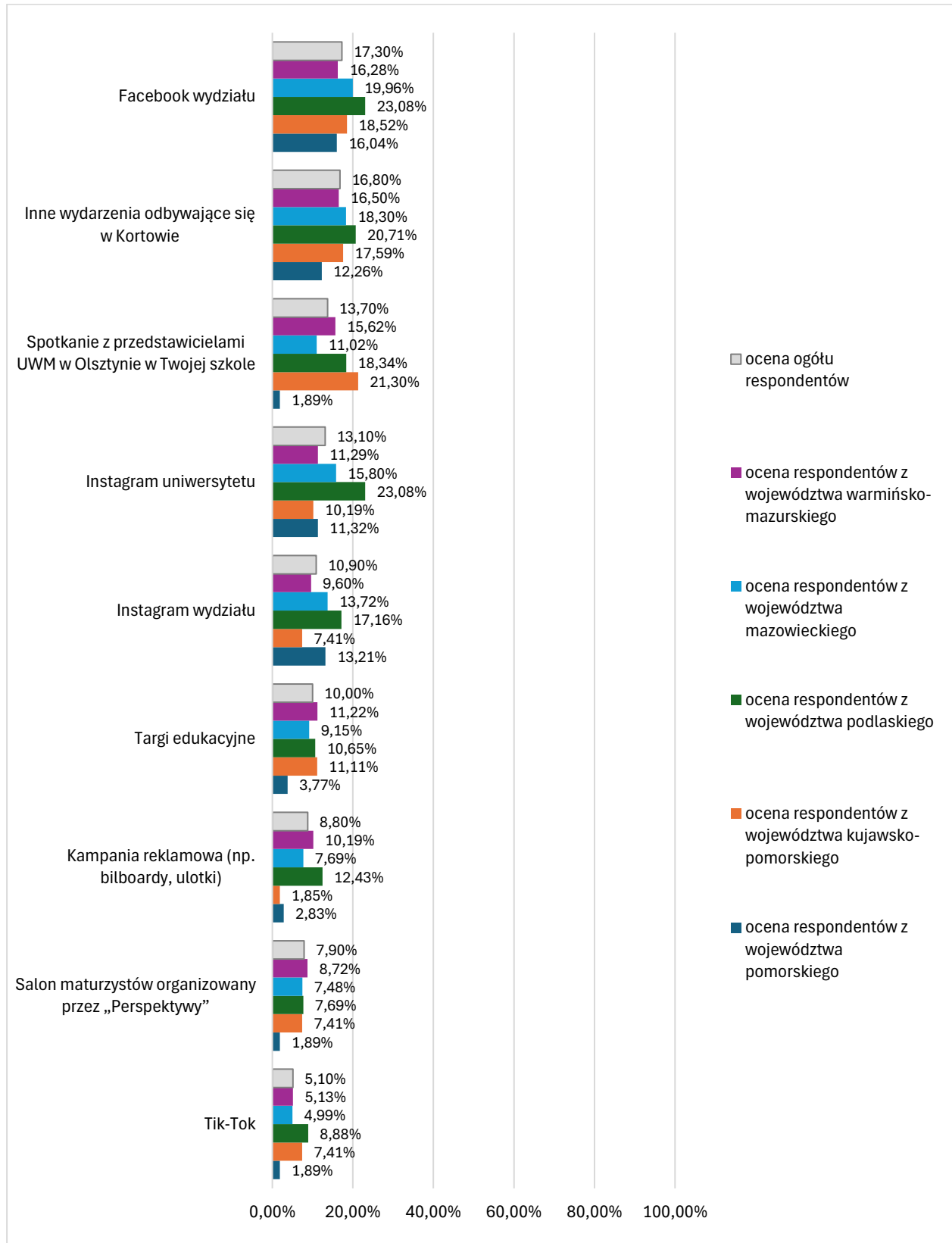
- respondenci z pięciu województw wskazali, że jedną z najmniej istotnych aktywności promocyjnych były publikacje na Tik-Toku,
- respondenci z województw warmińsko-mazurskiego, mazowieckiego oraz podlaskiego wskazali na brak/mały wpływ na ich decyzje o wyborze studiów Salonu maturzystów organizowanego przez „Perspektywy” (kolejno: 80,65%, 80,67% oraz 81,07% wszystkich odpowiedzi),
- na respondentów trzech województw (mazowieckiego, podlaskiego oraz pomorskiego) brak/mały wpływ miały Targi edukacyjne (kolejno: 79,42%, 74,56%, 87,74% wszystkich odpowiedzi),
- respondenci z województw podlaskiego oraz kujawsko-pomorskiego wskazali na niewielki wpływ kampanii reklamowej, np. billboardów/ulotek (kolejno: 74,56% i 84,26%); ponadto respondenci z województwa kujawsko-pomorskiego w równym stopniu wskazali na niewielką istotność Informatora uczelnianego (także 84,26%),
- respondenci z województwa pomorskiego wskazali na niski wpływ spotkań z przedstawicielami UWM w Olsztynie w ich szkołach (90,57%),
- respondenci z województwa warmińsko-mazurskiego wskazali na mały wpływ Instagramów wydziałów (79,25%) oraz Instagramu uniwersytetu (78,01%) na decyzję o podjęciu studiów w UWM w Olsztynie, co może oznaczać, że osoby ankietowane pochodzące z regionu, czerpią wiedzę o wydarzeniach na uczelni z innych źródeł niż social media Uniwersytetu.

Dane zostały zwizualizowane na Wykresie 15. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów.

Wykres 10a. Odsetek respondentów (w podziale na województwa), którzy wskazali, że dana aktywność promocyjna UWM w Olsztynie miała **decydujący lub duży wpływ** na ich wybór studiów w UWM w Olsztynie (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



Wykres 115b. Odsetek respondentów (w podziale na województwa), którzy wskazali, że dana aktywność promocyjna UWM w Olsztynie miała **decydujący lub duży wpływ** na ich wybór studiów w UWM w Olsztynie (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



Pozyskane dane umożliwiły przygotowanie zestawienia (Tabela 7), które zawiera najwyżej oceniane aktywności promocyjne które wpłynęły na wybór przez respondentów studiów w UWM w Olsztynie

Tabela 7 – Liczba odpowiedzi „decydujący/duży wpływ” na poszczególne czynniki stanowiące aktywności promocyjne UWM w Olsztynie, w podziale na Wydziały.

Wydział	WS	WRiL	WPiA	WNT	WNS	WNoŻ	WNE	WMW	WMiI	WL	WH	WG	WBZ	WBiB	WT	SZP	Filia w Etku
Facebook wydziału	4	13	54	5	43	11	40	8	11	23	94	31	23	6	3	37	8
Facebook uniwersytetu	4	23	61	7	50	13	48	9	10	19	88	45	26	7	2	50	8
Instagram wydziału	2	16	37	2	26	8	27	10	6	9	43	25	16	1	2	27	5
Instagram uniwersytetu	5	16	53	2	33	10	30	12	5	13	48	27	16	2	2	35	5
Tik-Tok	0	10	26	0	10	3	9	4	1	7	23	7	8	0	1	10	4
Oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl	19	58	178	28	157	23	108	31	61	52	172	127	79	22	6	176	26
Strona internetowa uwm.edu.pl	16	51	171	31	141	24	101	24	55	47	157	131	79	20	5	168	27
Strona internetowa Wydziału	14	33	124	27	94	20	79	14	43	45	128	92	62	14	5	130	24
Kampania reklamowa (np. billboardy, ulotki)	1	9	37	3	23	2	20	4	2	2	43	18	7	1	2	23	14
Informator uczelniany dla kandydatów na studia	10	29	89	8	80	16	43	16	17	15	81	43	39	6	4	77	12
Spotkanie z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	0	17	50	10	30	9	21	3	8	11	49	35	19	6	1	48	11
Wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	6	30	87	16	51	14	43	8	21	7	83	51	34	7	2	79	5
Inne wizyty w UWM w Olsztynie	4	23	63	14	42	13	30	11	19	16	67	44	32	9	3	69	5
Targi edukacyjne	2	13	39	10	23	7	18	5	5	7	31	31	10	2	2	31	4
Kortowiała	6	41	87	10	83	7	74	8	31	24	100	74	36	14	1	91	6
Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy”	2	6	29	2	15	5	15	4	6	12	34	21	10	1	1	23	4
Inne wydarzenia odbywające się w Kortowie	6	30	55	6	38	9	32	7	10	17	54	49	19	6	2	58	4

Aktywnościami promocyjnymi o decydującym lub dużym wpływie na wybór studiów w UWM w Olsztynie w opinii respondentów wszystkich wydziałów były **oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl** oraz **strona internetowa uwm.edu.pl**. Na trzecim miejscu, w przypadku przeważającej większości wydziałów, wskazywana **była strona internetowa Wydziału**, z wyjątkiem:

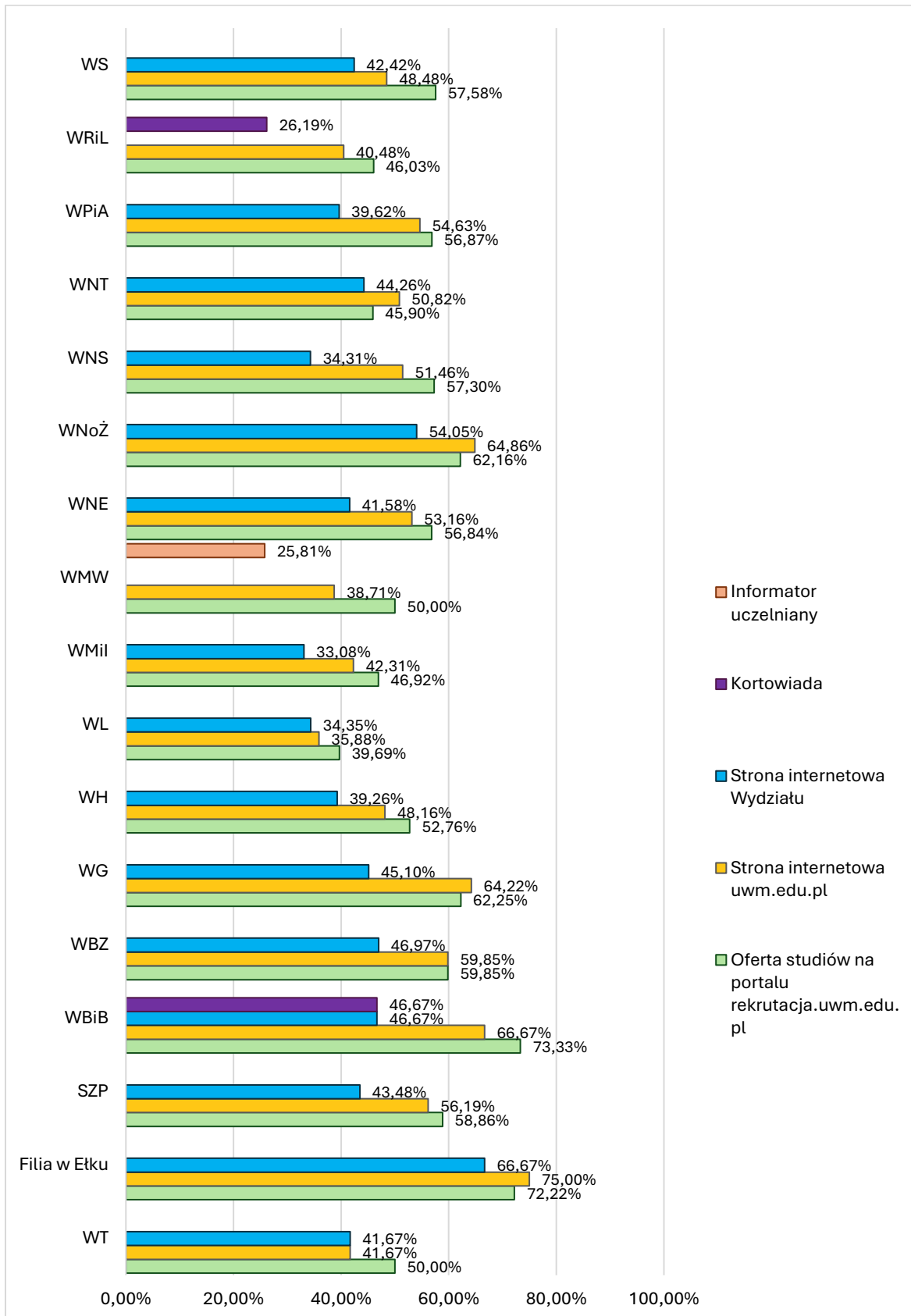
- Wydziału Rolnictwa i Leśnictwa – gdzie trzecim w kolejności najistotniejszym czynnikiem była **Kortowiada**;
- Wydziału Medycyny Weterynaryjnej – gdzie trzecim w kolejności najistotniejszym czynnikiem był **Informator uczelniany dla kandydatów na studia**;
- Wydziału Biologii i Biotechnologii, w przypadku którego w równym stopniu trzecim najważniejszym czynnikiem była zarówno **Strona internetowa Wydziału**, jak i **Kortowiada**.

Procentowy udział najczęściej wskazywanych przez respondentów aktywności promocyjnych, które wpłynęły na wybór studiów w UWM w Olsztynie, w podziale na wydziały, zobrazowano na wykresie 16.

Jednocześnie należy podkreślić, w przypadku siedmiu wydziałów, liczba respondentów, którzy wzięli udział w badaniu, stanowiła mniej niż 50% liczby osób przyjętych na studia w roku akademickim 2023/2024 na dany wydział:

- Wydział Nauk Ekonomicznych (48,97%);
- Wydział Prawa i Administracji (44,54);
- Wydział Teologii (41,38%);
- Wydział Nauk Technicznych (33,89%);
- Wydział Biologii i Biotechnologii (30,30%);
- Filia w Ełku (25,35%);
- Wydział Medycyny Weterynaryjnej (23,66%).

Wykres 126. Aktywności promocyjne wpływające na wybór studiów w UWM w Olsztynie, najczęściej wskazywane przez respondentów, w podziale na wydziały.



1.7. Ocena elementów procesu rekrutacji i jakości obsługi podczas rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie

Respondenci ocenili 9 elementów procesu rekrutacji i jakości obsługi podczas rekrutacji na studia wskazanych w kwestionariuszu ankiety (pytanie zamknięte, skalowane). Każdy element procesu należało ocenić w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało ocenę najniższą, a 5 ocenę najlepszą, bądź też zaznaczyć odpowiedź „nie korzystałam/nie korzystałem”.



Przy ocenie poszczególnych elementów procesu rekrutacji, najwięcej pozytywnych odpowiedzi (tj. oceny 4 i 5) uzyskały:

- 1) System Internetowej Rejestracji Kandydatów – IRK (1 691 wskazań, tj. 70,58% ogółu respondentów),
- 2) strona rekrutacja.uwm.edu.pl (1 611 wskazań, tj. 67,24% ogółu respondentów),
- 3) ogólna dostępność informacji o ofercie UWM (1 529 wskazań, tj. 63,81% ogółu respondentów).

Należy zaznaczyć, że każdy z elementów procesu rekrutacji został wysoko oceniony przez osoby, które wzięły udział w badaniu.

Wśród osób, które korzystały ze stacjonarnego Punktu Obsługi Kandydata, najwyżej zostały ocenione (oceny 4 i 5):

- kompetencje osób obsługujących (82,32%)
- sprawność obsługi w stacjonarnym Punkcie Obsługi Kandydata (77,00%)
- lokalizacja stacjonarnego punktu obsługi kandydata w Bibliotece UWM (75,44%)

Z odpowiedzi udzielonych przez osoby ankietowane wynika, że:

- 48,54% respondentów (1 163 osoby) nie korzystało z telefonicznej infolinii rekrutacyjnej,
- około 30% respondentów nie korzystało ze stacjonarnego Punktu Obsługi Kandydata w Bibliotece Uniwersyteckiej.

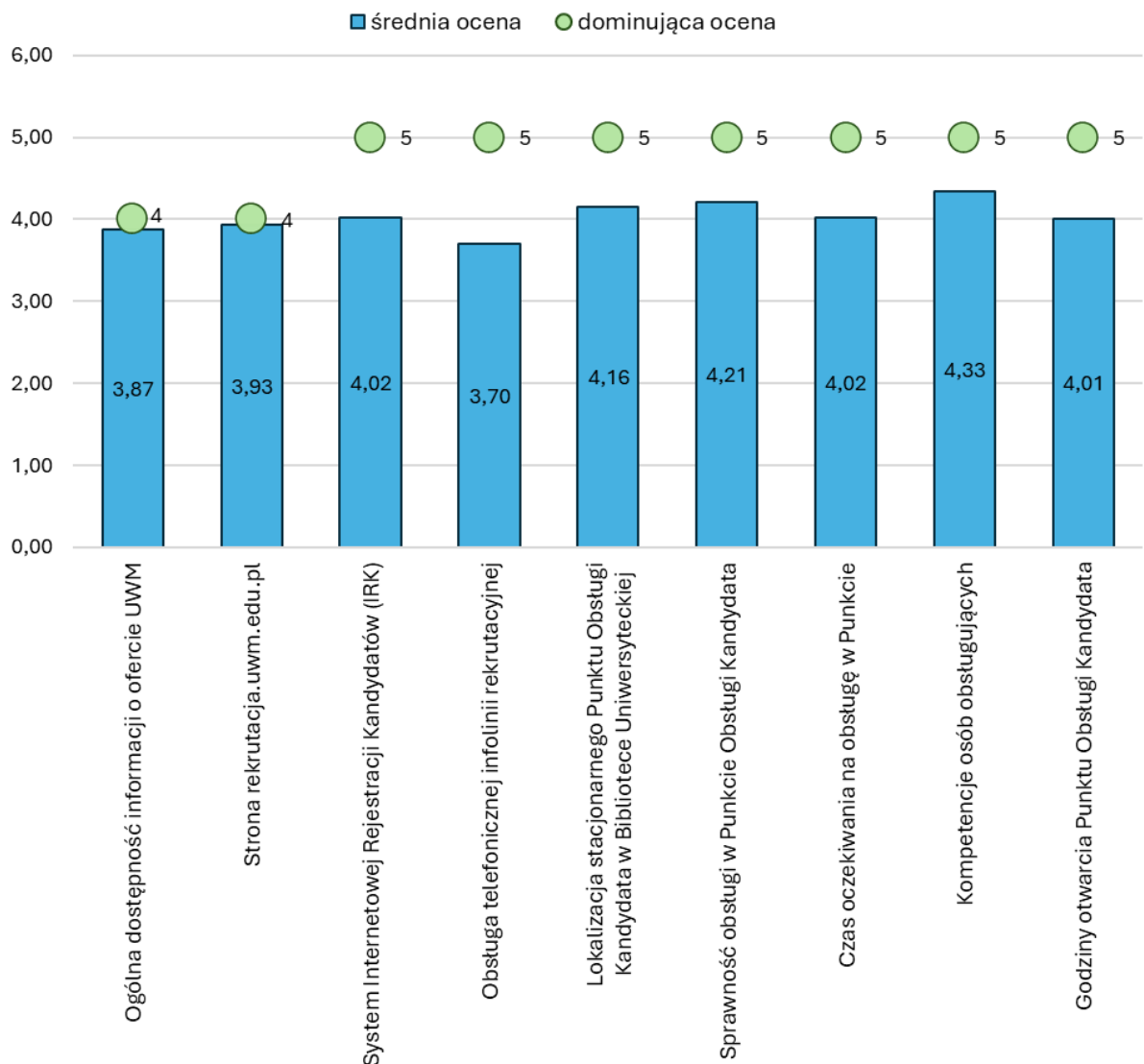
W tabeli nr 8 zaprezentowano rozkład ocen, gdzie zielonym kolorem zaznaczono najwyżej ocenione elementy, a kolorem żółtym element, z którego największa liczba respondentów nie korzystała.

Tabela 8. Ocena ogółu respondentów elementów procesu rekrutacji/jakość obsługi podczas rekrutacji na studia.

Ocena poszczególnych elementów rekrutacji/jakość obsługi podczas rekrutacji na studia w skali od 1 do 5 (podstawa: ogół respondentów, N=2396)						
	Razem oceny najniższe ("1" i "2")	%	Razem oceny najwyższe ("4" i "5")	%	Nie korzystałam/ Nie korzystałem	%
Ogólna dostępność informacji o ofercie UWM	216	9,02	1529	63,81	102	4,26
Strona rekrutacja.uwm.edu.pl	205	8,56	1611	67,24	98	4,09
System Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)	211	8,81	1691	70,58	46	1,92
Obsługa telefonicznej infolinii rekrutacyjnej	240	10,02	748	31,22	1163	48,54
Lokalizacja stacjonarnego Punktu Obsługi Kandydata w Bibliotece Uniwersyteckiej	120	5,01	1210	50,50	792	33,06
Sprawność obsługi w Punkcie Obsługi Kandydata	119	4,97	1279	53,38	735	30,68
Czas oczekiwania na obsługę w Punkcie	168	7,01	1151	48,04	764	31,89
Kompetencje osób obsługujących	91	3,80	1457	60,81	626	26,13
Godziny otwarcia Punktu Obsługi Kandydata	156	6,51	1192	49,75	702	29,30

Dane zostały zobrazowane również na Wykresie 17.

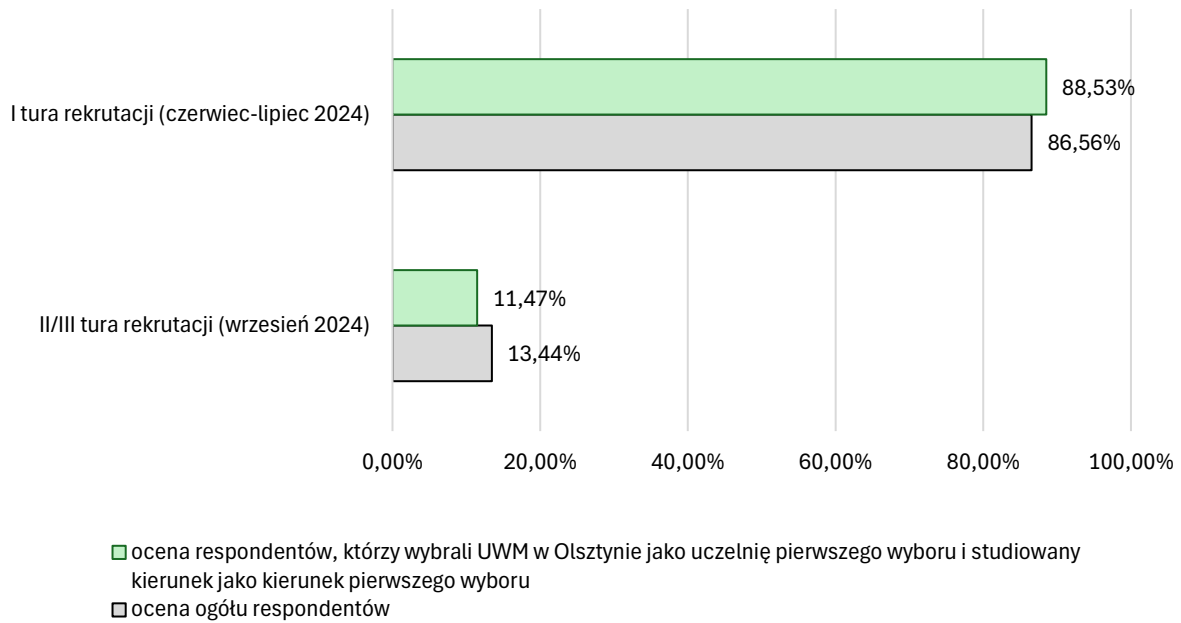
Wykres 17. Średnia ocena przyznana poszczególnym elementom procesu rekrutacji na UWM w Olsztynie przez respondentów, którzy z nich korzystali.



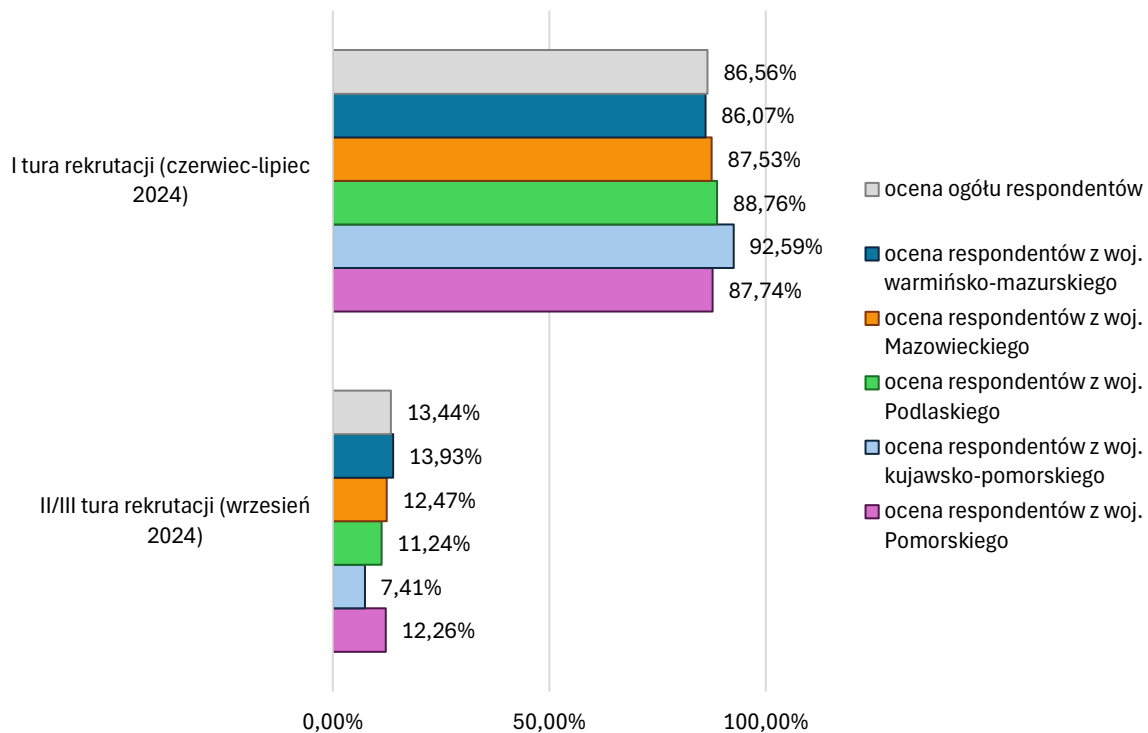
Udział respondentów w kolejnych etapach rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie

Większość respondentów (2 074 osoby, tj. 86,56% ogółu osób ankietowanych) złożyła dokumenty aplikacyjne w I turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie. W II/III turze rekrutacji dokumenty aplikacyjne złożyły 322 osoby (13,44% ogółu osób ankietowanych). Powyższa proporcja udzielonych odpowiedzi była zbliżona zarówno w grupie respondentów, którzy wskazali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i jednocześnie studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru, jak i w grupie respondentów z województw warmińsko-mazurskiego, mazowieckiego, podlaskiego i pomorskiego. W przypadku respondentów w województwa kujawsko-pomorskiego udział osób, które złożyły dokumenty aplikacyjne w I turze rekrutacji wyniósł aż 92,59%. Powyższe dane zwizualizowano na wykresach 18 i 19.

Wykres 18. Odsetek respondentów składających dokumenty aplikacyjne w I lub II/III turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie (N1=1456, N2=2396).



Wykres 19. Odsetek respondentów składających dokumenty aplikacyjne w I lub II/III turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie, w podziale na województwa (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



Warto zwrócić uwagę, że wśród respondentów, którzy złożyli dokumenty aplikacyjne w I turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie, większość stanowią osoby, dla których UWM w Olsztynie był uczelnią pierwszego wyboru (1 582 osoby, tj. 76,42%); natomiast odsetek respondentów, dla których UWM w Olsztynie był uczelnią pierwszego wyboru i jednocześnie studiowany kierunek kierunkiem pierwszego wyboru wyniósł 62,15% (1 289 osób). Jest to proporcja zbliżona do rozkładu odpowiedzi udzielonych przez ogół respondentów.

Natomiast spośród 322 respondentów (13,44% ogółu respondentów), którzy złożyli dokumenty aplikacyjne w II/III turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie, 220 osób (68,32% tej grupy) wskazało UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru, a 167 osób (51,86% tej grupy), zarówno UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru, jak i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Respondenci, którzy złożyli dokumenty aplikacyjne w I turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie i jednocześnie UWM w Olsztynie był dla nich uczelnią drugiego, trzeciego i dalszego wyboru (łącznie 489 osób, tj. 23,58% grupy respondentów, którzy złożyli dokumenty aplikacyjne w I turze rekrutacji), jako uczelnie pierwszego wyboru wskazywali przede wszystkim uczelnie z:

- Trójmiasta (223 osoby, tj. 45,60% tej grupy),
- Warszawy (76 osób, tj. 15,54% tej grupy),
- Białegostoku (35 osób, tj. 7,16% tej grupy),
- Poznania (27 osób, tj. 5,52% tej grupy),
- Krakowa (18 osób, tj. 3,68% tej grupy).

Z kolei respondenci, którzy złożyli dokumenty aplikacyjne w II/III turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie i jednocześnie UWM w Olsztynie był dla nich uczelnią drugiego, trzeciego i dalszego wyboru (łącznie 102 osoby, tj. 31,68% grupy respondentów, którzy złożyli dokumenty aplikacyjne w II/III turze rekrutacji), jako uczelnie pierwszego wyboru wskazywali przede wszystkim z:

- Trójmiasta (37 osób, tj. 36,27% tej grupy),
- Warszawy (25 osób, tj. 24,51% tej grupy).

1.8. Wpływ miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie.

Respondenci wyrazili swoją opinię, w jakim stopniu 11 wybranych walorów miejsca i atmosfery studiowania wskazanych w kwestionariuszu ankiety wpłynęło na wybór przez nich studiów w UWM w Olsztynie (pytanie zamknięte, skalowane). Każdy walor należało ocenić wybierając 1 z 5 odpowiedzi: Brak wpływu; Mały wpływ; Trudno powiedzieć; Duży wpływ; Decydujący wpływ.

Największe znaczenie dla osób ankietowanych miały następujące czynniki:

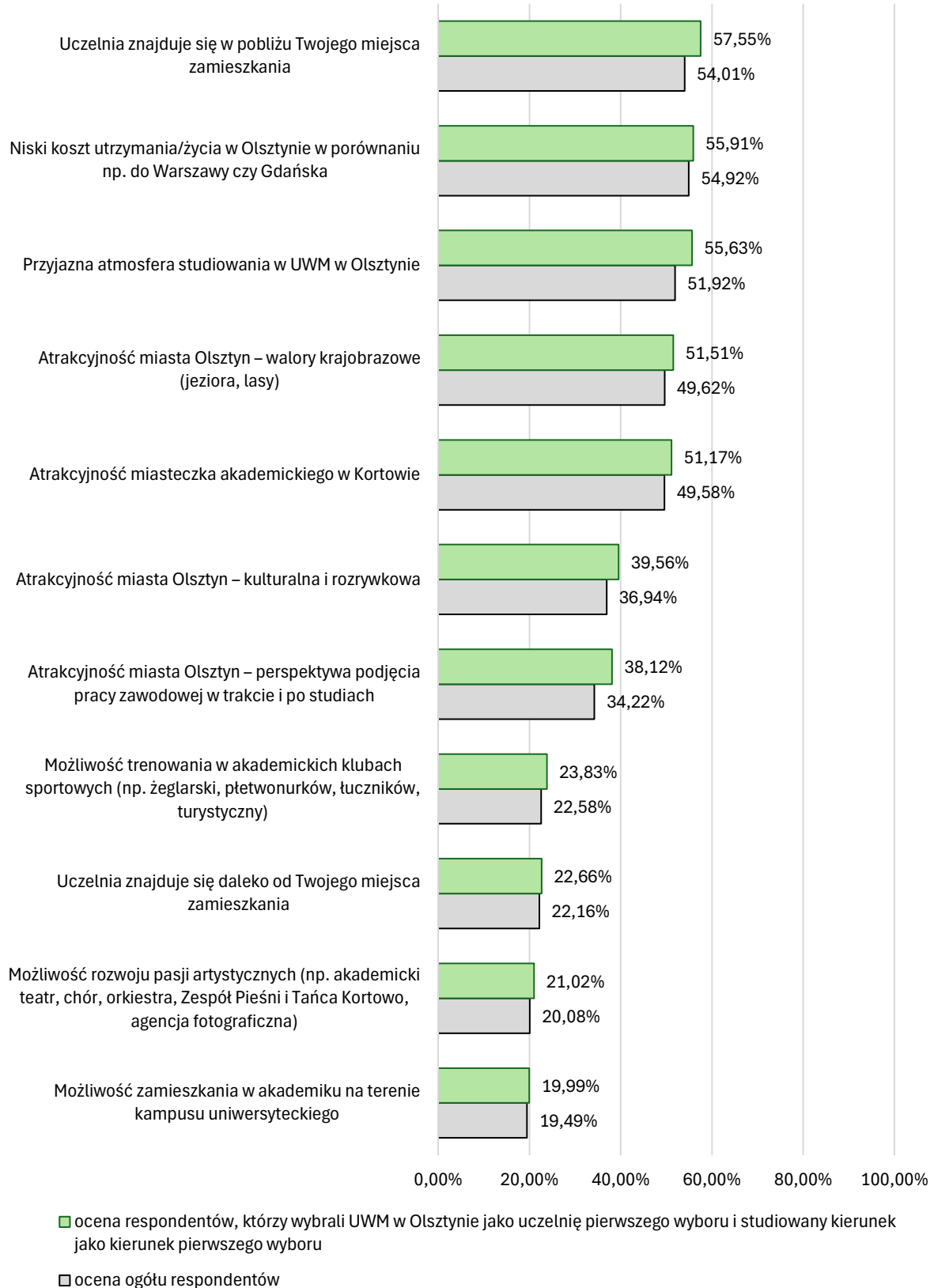
1. niski koszt utrzymania/życia w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska (54,92% ogółu respondentów, tj. 1 316 osób wskazało, że walor ten miał na nich decydujący lub duży wpływ),
2. zlokalizowanie uczelni w pobliżu miejsca zamieszkania (54,01% ogółu respondentów, tj. 1 294 osoby wskazały, że walor ten miał na nich decydujący lub duży wpływ)
3. przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie (51,92% ogółu respondentów, tj. 1 244 osoby wskazały, że walor ten miał na nich decydujący lub duży wpływ).

Odpowiedzi respondentów, którzy studiuje w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, nie różnią się w sposób istotny od odpowiedzi udzielonych przez ogół osób ankietowanych. Warto jedynie zwrócić uwagę, że dwa walory zostały ocenione średnio o 4 punkty procentowe wyżej przez osoby ankietowane, które rozpoczęły studia w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru:

- przyjazna atmosfera studiowania,
- atrakcyjność miasta Olsztyn – perspektywa podjęcia pracy zawodowej w trakcie i po studiach.

Wyniki badania dotyczące oceny wpływu miejsca i atmosfery studiowania w dużym bądź decydującym stopniu na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów zostały zwizualizowane na Wykresie 20. Kategorie danych zostały uszeregowane w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 20. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że w ich przypadku dany walor miejsca i atmosfery studiowania **wpłynął** w **decydującym** lub **dużym stopniu** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).

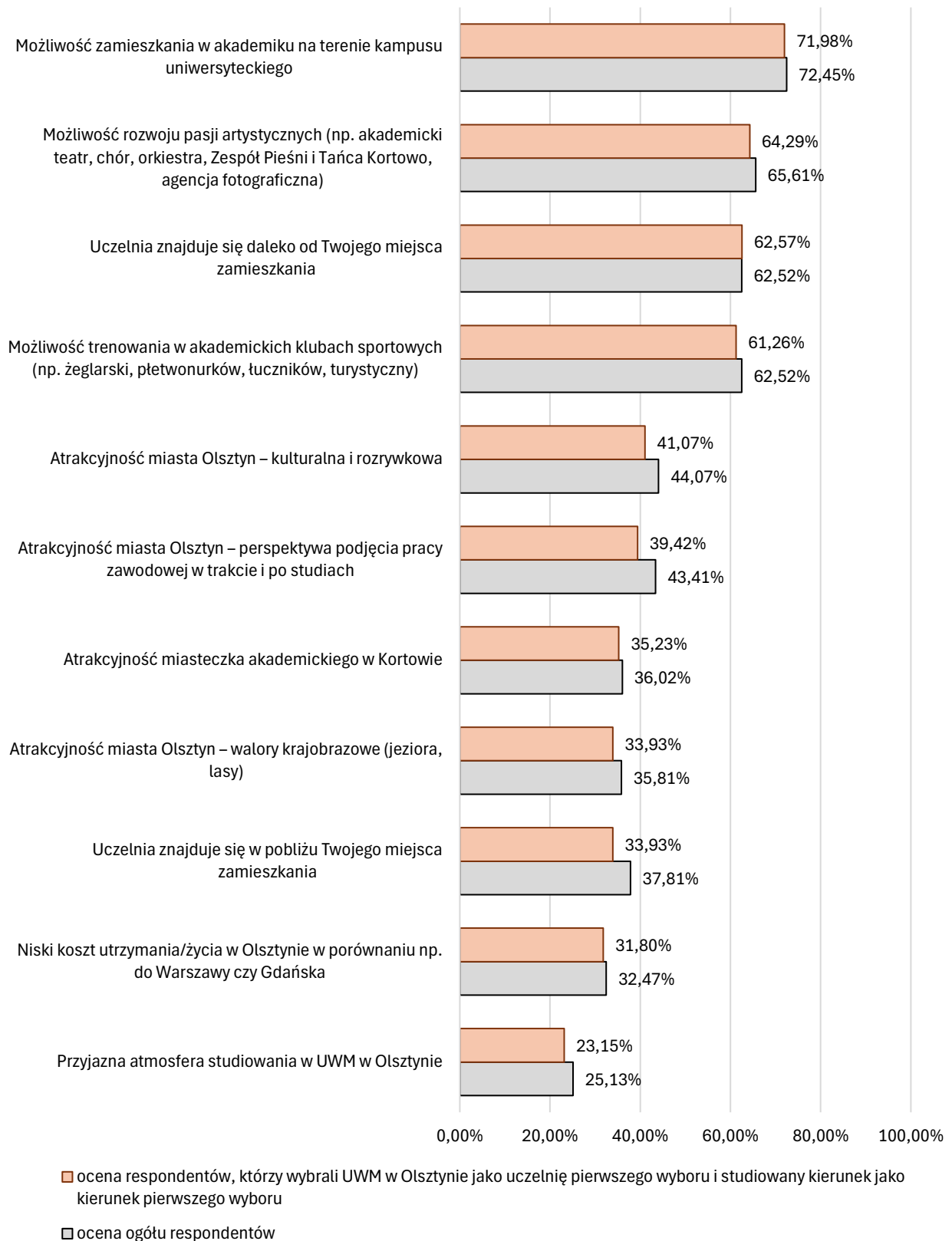


Najmniej znaczący wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów (najliczniejsze odpowiedzi „brak wpływu” lub „mały wpływ”), miały następujące czynniki:

1. możliwość zamieszkania w akademiku na terenie kampusu uniwersyteckiego (72,45% ogółu respondentów, tj. 1 736 osób wskazało, że czynnik ten miał na nich mały wpływ lub nie miał wpływu przy wyborze studiów w UWM w Olsztynie),
2. możliwość rozwoju pasji artystycznych, np. akademicki teatr, chór, orkiestra, Zespół Pieśni i Tańca Kortowo, agencja fotograficzna (65,61% ogółu respondentów, tj. 1 572 osoby wskazały, że czynnik ten miał na nich mały wpływ lub nie miał wpływu przy wyborze studiów w UWM w Olsztynie),
3. możliwość trenowania w akademickich klubach sportowych, np. żeglarski, pletwonurków, łuczników, turystyczny (62,52% ogółu respondentów, tj. 1 498 osób wskazało, że czynnik ten miał na nich mały wpływ lub nie miał wpływu przy wyborze studiów w UWM w Olsztynie),
4. zlokalizowanie uczelni daleko od miejsca zamieszkania (62,52% ogółu respondentów, tj. 1 498 osób wskazało, że czynnik ten miał na nich mały wpływ lub nie miał wpływu przy wyborze studiów w UWM w Olsztynie).

Wyniki badania dotyczące oceny wpływu miejsca i atmosfery studiowania w małym stopniu lub braku wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów zostały zaprezentowane na Wykresie 21. Kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „brak wpływu” i „mały wpływ” w ocenie osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 21. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że dany walor miejsca i atmosfery studiowania w ich przypadku **nie miał wpływu** lub **miał mały wpływ** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).



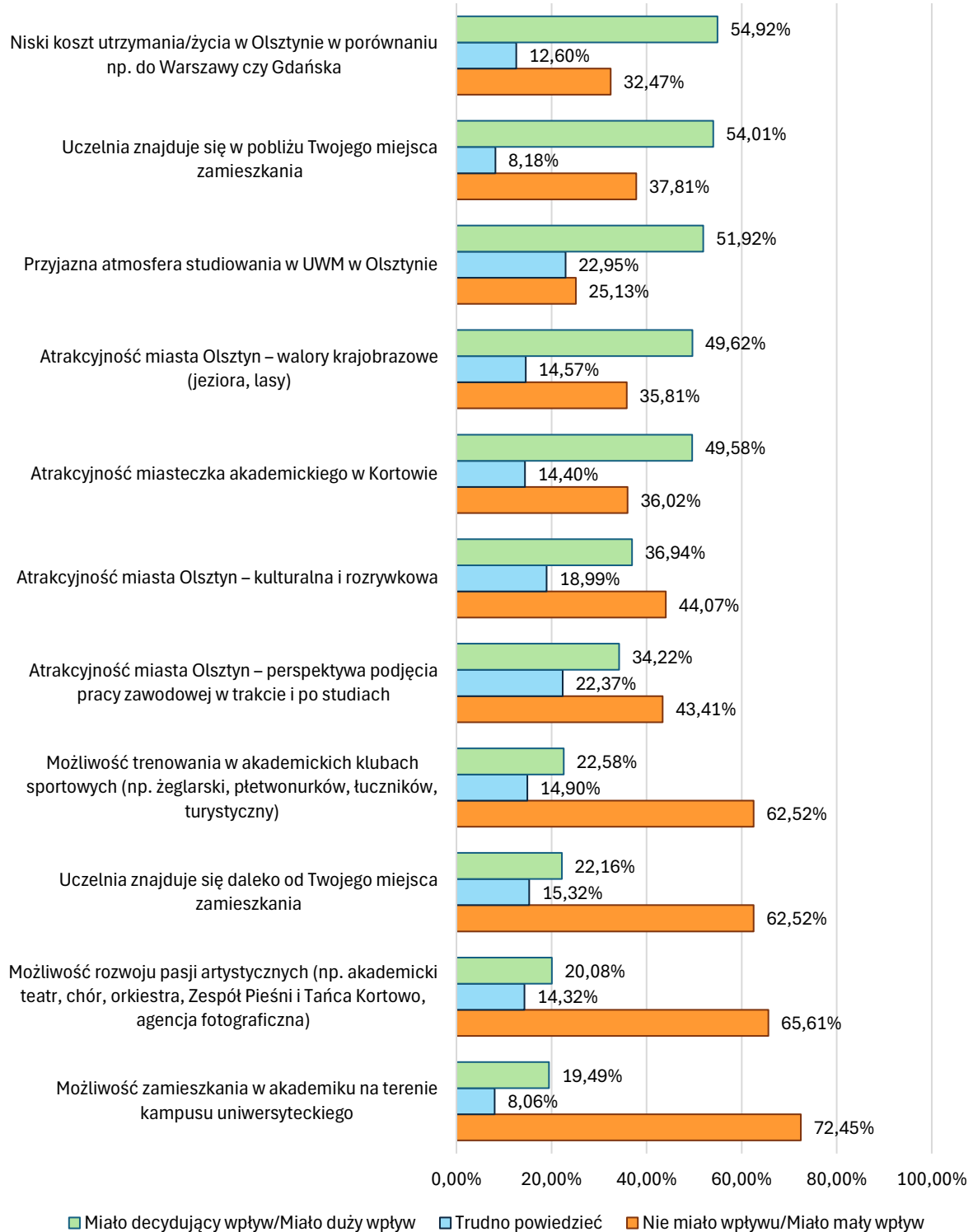
Wszystkie udzielone odpowiedzi zestawiono w Tabeli 9, w której zielonym kolorem zaznaczono 3 walory miejsca i atmosfery studiowania, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako decydujący lub duży przez największą liczbę respondentów, zaś pomarańczowym kolorem walory, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako mały lub nie miał znaczenia dla największej liczby respondentów.

Tabela 9. Ocena wpływu miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów.

W jakim stopniu miejsce i atmosfera studiowania wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie? (podstawa: ogół respondentów, N=2396):									
	Decydujący wpływ	Duży wpływ	Trudno powiedzieć	Mały wpływ	Brak wpływu	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%
Atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie	289	899	345	319	544	1188	49,58	863	36,02
Uczelnia znajduje się w pobliżu Twojego miejsca zamieszkania	629	665	196	246	660	1294	54,01	906	37,81
Możliwość zamieszkania w akademiku na terenie kampusu uniwersyteckiego	159	308	193	185	1551	467	19,49	1736	72,45
Niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska	423	893	302	244	534	1316	54,92	778	32,47
Przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie	307	937	550	186	416	1244	51,92	602	25,13
Możliwość trenowania w akademickich klubach sportowych (np. żeglarski, pływacki, tuczników, turystyczny)	154	387	357	324	1174	541	22,58	1498	62,52
Możliwość rozwoju pasji artystycznych (np. akademicki teatr, chór, orkiestra, Zespół Pieśni i Tańca Kortowo, agencja fotograficzna)	134	347	343	319	1253	481	20,08	1572	65,61
Atrakcyjność miasta Olsztyn – kulturalna i rozrywkowa	189	696	455	401	655	885	36,94	1056	44,07
Atrakcyjność miasta Olsztyn – perspektywa podjęcia pracy zawodowej w trakcie i po studiach	199	621	536	322	718	820	34,22	1040	43,41
Atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe (jeziora, lasy)	353	836	349	281	577	1189	49,62	858	35,81
Uczelnia znajduje się daleko od Twojego miejsca zamieszkania	186	345	367	326	1172	531	22,16	1498	62,52

Powyższe dane zostały zwizualizowane również na Wykresie 22, gdzie kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów.

Wykres 22. Ocena stopnia wpływu miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów (N=2396).



Odpowiedzi dotyczące oceny wpływu miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z poszczególnych województw zestawiono w Tabeli 10, w której kolorem zielonym zaznaczono walory, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako decydujący lub duży przez największą liczbę respondentów z danego województwa zaś pomarańczowym kolorem walory, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako mały lub nie mający wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez największą liczbę respondentów z danego województwa.

Tabela 10. Ocena stopnia miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów w podziale na województwa.

W jakim stopniu miejsce i atmosfera studiowania wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie?																				
województwo	warmińsko-mazurskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=1364)				mazowieckie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=481)				podlaskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=169)				kujawsko-pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=108)				pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=106)			
	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%
Atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie	605	44,35	565	41,42	275	57,17	138	28,69	95	56,21	50	29,59	65	60,19	26	24,07	58	54,72	32	30,19
Uczelnia znajduje się w pobliżu Twojego miejsca zamieszkania	979	71,77	290	21,26	182	37,84	257	53,43	50	29,59	94	55,62	34	31,48	60	55,56	15	14,15	82	77,36
Możliwość zamieszkania w akademiku na terenie kampusu uniwersyteckiego	186	13,64	1074	78,74	121	25,16	326	67,78	45	26,63	106	62,72	37	34,26	60	55,56	28	26,42	74	69,81
Niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska	695	50,95	502	36,80	306	63,62	116	24,12	102	60,36	40	23,67	67	62,04	26	24,07	60	56,60	33	31,13
Przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie	638	46,77	396	29,03	296	61,54	90	18,71	97	57,40	31	18,34	69	63,89	21	19,44	56	52,83	29	27,36
Możliwość trenowania w akademickich klubach sportowych (np. żeglarski, pływacki, łuczniczy, turystyczny)	276	20,23	900	65,98	122	25,36	281	58,42	46	27,22	98	57,99	29	26,85	64	59,26	19	17,92	63	59,43
Możliwość rozwoju pasji artystycznych (np. akademicki teatr, chór, orkiestra, Zespół Pieśni i Tańca Kortowo, agencja fotograficzna)	257	18,84	922	67,60	108	22,45	306	63,62	44	26,04	96	56,80	22	20,37	71	65,74	15	14,15	73	68,87
Atrakcyjność miasta Olsztyn – kulturalna i rozrywkowa	420	30,79	685	50,22	235	48,86	154	32,02	84	49,70	49	28,99	45	41,67	47	43,52	36	33,96	51	48,11
Atrakcyjność miasta Olsztyn – perspektywa podjęcia pracy zawodowej w trakcie i po studiach	443	32,48	618	45,31	195	40,54	174	36,17	63	37,28	63	37,28	40	37,04	45	41,67	24	22,64	61	57,55
Atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe (jeziora, lasy)	573	42,01	589	43,18	298	61,95	107	22,25	102	60,36	42	24,85	63	58,33	35	32,41	55	51,89	36	33,96
Uczelnia znajduje się daleko od Twojego miejsca zamieszkania	237	17,38	955	70,01	125	25,99	266	55,30	56	33,14	84	49,70	29	26,85	58	53,70	32	30,19	51	48,11

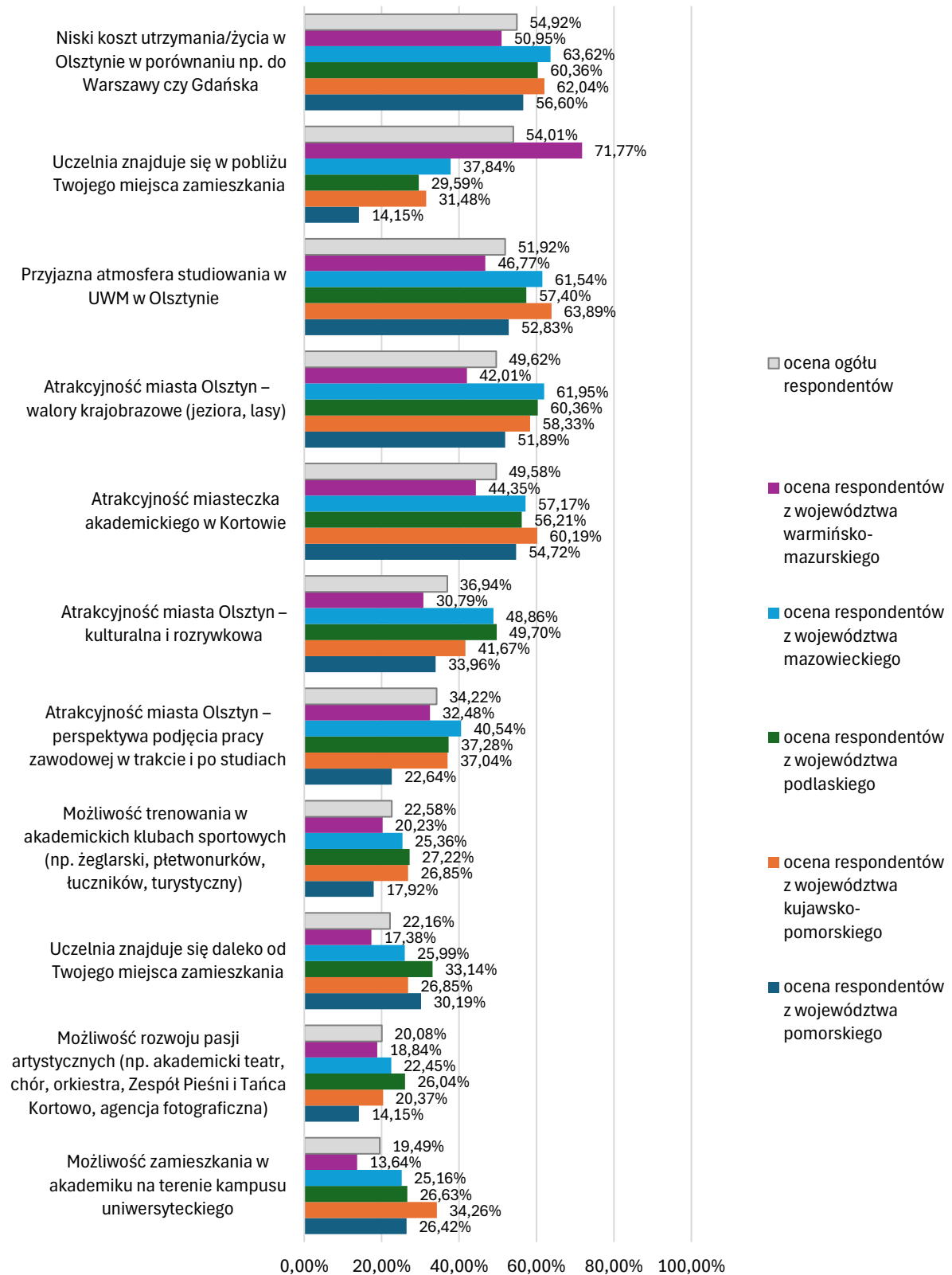
Ocena walorów miejsca i atmosfery studiowania, jest zróżnicowana w zależności od miejsca pochodzenia respondentów (województwa):

1. Dla respondentów zamieszkujących województwo warmińsko-mazurskie najważniejszymi walorami były:
 - 1) zlokalizowanie uczelni w pobliżu miejsca zamieszkania (71,77% ogółu respondentów z województwa, tj. 979 osób),
 - 2) niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska (50,97% ogółu respondentów z województwa, tj. 695 osób).
2. Dla respondentów zamieszkujących województwo mazowieckie najważniejszymi walorami były:
 - 1) niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska (63,62% ogółu respondentów z województwa, tj. 306 osób),
 - 2) atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe, jeziora, lasy (61,95% ogółu respondentów z województwa, tj. 298 osób),
 - 3) przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie (61,54% ogółu respondentów z województwa, tj. 296 osób),
 - 4) atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie (57,17% ogółu respondentów z województwa, tj. 275 osób).
3. Dla respondentów zamieszkujących województwo podlaskie najważniejszymi walorami były:
 - 1) niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska (60,36% ogółu respondentów z województwa, tj. 102 osoby),
 - 1) atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe, jeziora, lasy (60,36% ogółu respondentów z województwa, tj. 102 osoby),
 - 3) przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie (57,40% ogółu respondentów z województwa, tj. 97 osób),
 - 4) atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie (56,21% ogółu respondentów z województwa, tj. 95 osób).
4. Dla respondentów zamieszkujących województwo kujawsko-pomorskie najważniejszymi walorami były:
 - 1) przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie (63,89% ogółu respondentów z województwa, tj. 69 osób),
 - 2) niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska (62,04% ogółu respondentów z województwa, tj. 67 osób),
 - 3) atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie (60,19% ogółu respondentów z województwa, tj. 65 osób),
 - 4) atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe, jeziora, lasy (58,33% ogółu respondentów z województwa, tj. 63 osoby).

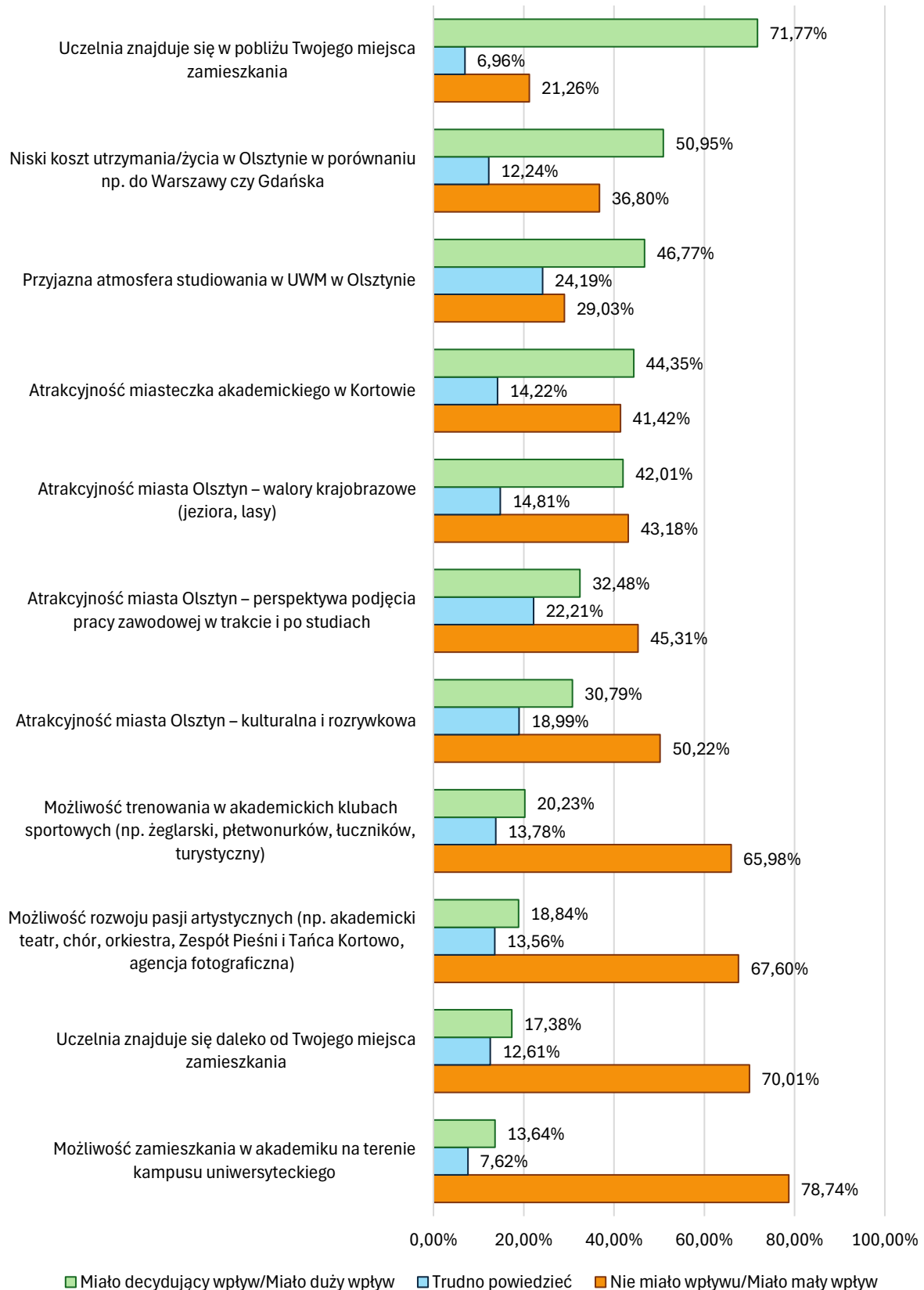
5. Dla respondentów zamieszkujących województwo pomorskie najważniejszymi walorami były:
 - 1) niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy czy Gdańska (56,60% ogółu respondentów z województwa, tj. 60 osób),
 - 2) atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie (54,72% ogółu respondentów z województwa, tj. 58 osób),
 - 3) przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie (52,83% ogółu respondentów z województwa, tj. 56 osób),
 - 4) atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe, jeziora, lasy (51,89% ogółu respondentów z województwa, tj. 55 osób).

Wyniki badania dotyczące oceny wpływu miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów ogółem oraz respondentów z poszczególnych województw zostały zaprezentowane na Wykresach 23-28. Na wykresie 23 kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań: „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów. Na pozostałych wykresach kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań: „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie respondentów z danego województwa.

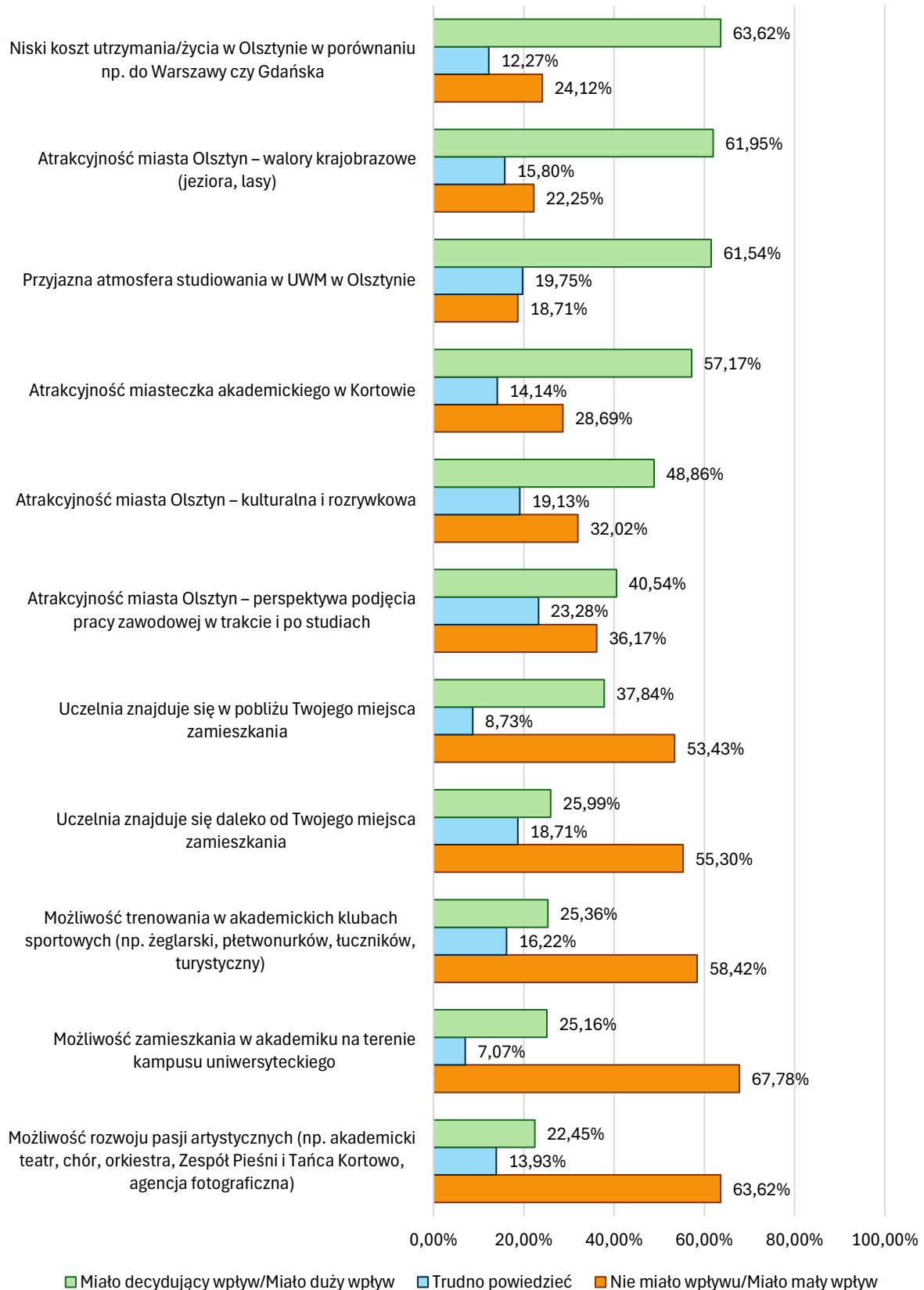
Wykres 133. Odsetek respondentów (z uwzględnieniem miejsca pochodzenia – województwa), którzy wskazali, że dany walor miejsca i atmosfery studiowania miał w ich przypadku **decydujący** lub **duży wpływ** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



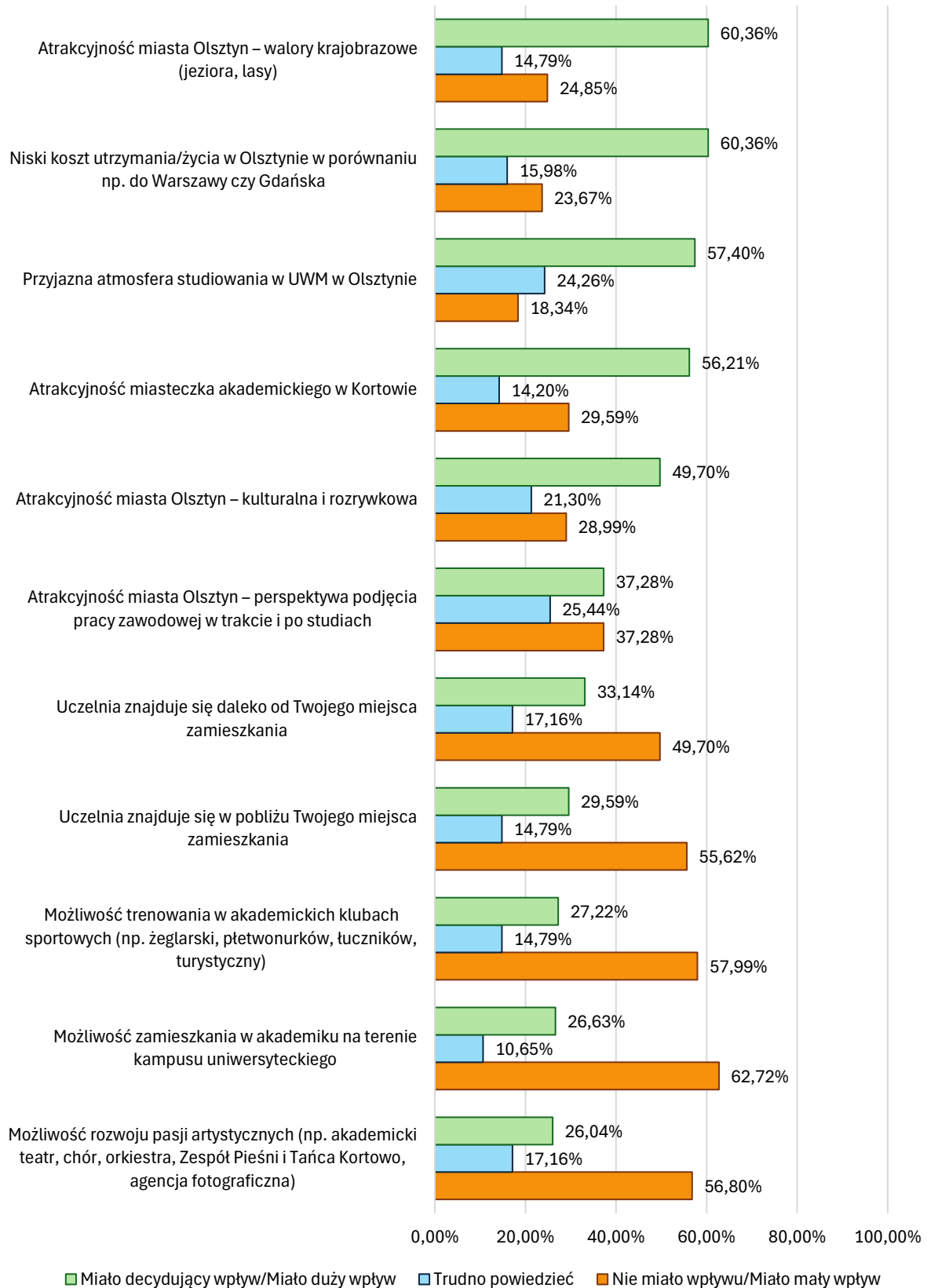
Wykres 144. Ocena wpływu walorów miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z **województwa warmińsko-mazurskiego** (N=1356).



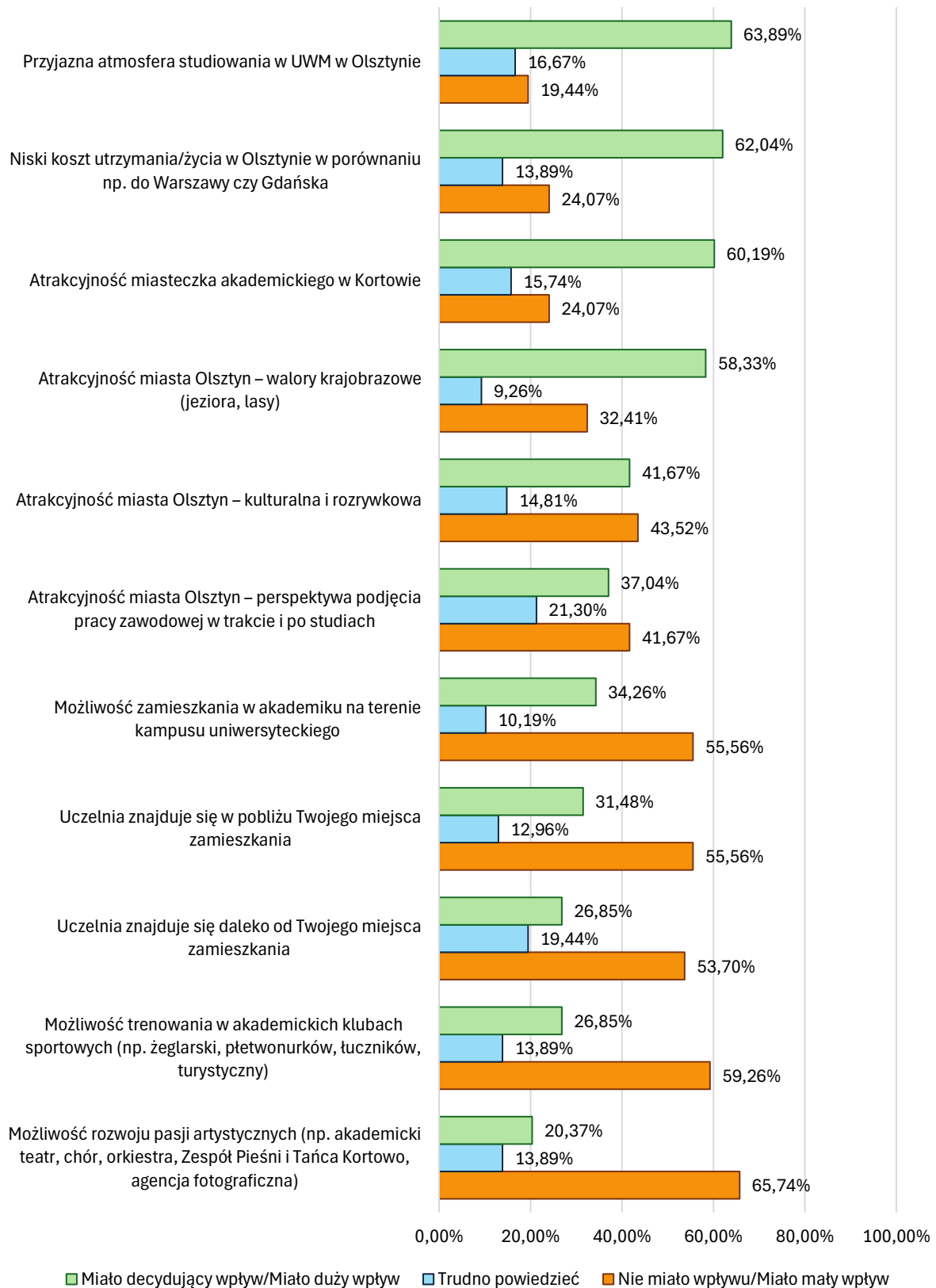
Wykres 25. Ocena wpływu walorów miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z **województwa mazowieckiego** (N=481).



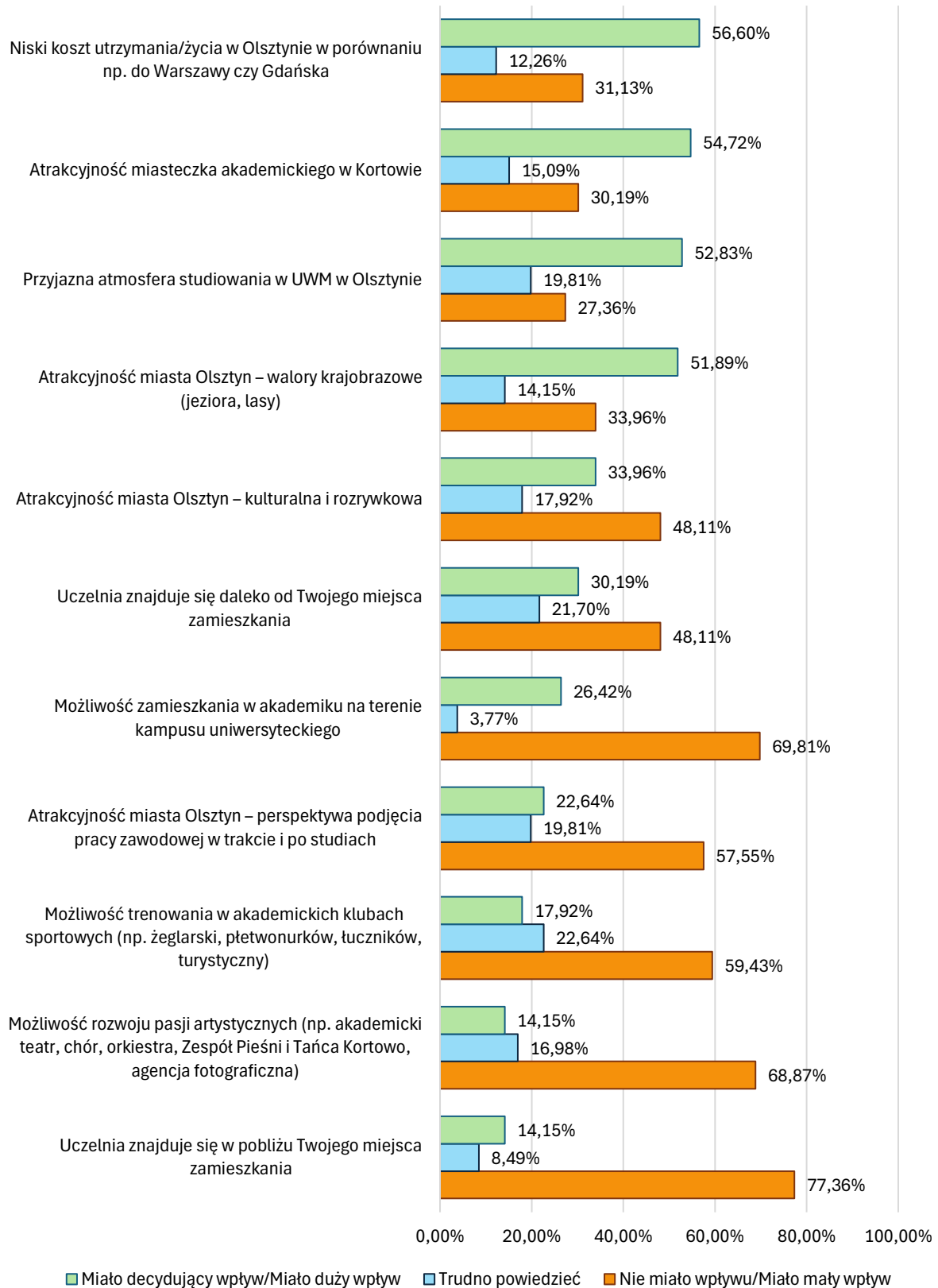
Wykres 156. Ocena wpływu walorów miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z **województwa podlaskiego** (N=169).



Wykres 167. Ocena wpływu walorów miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z **województwa kujawsko-pomorskiego** (N=106).



Wykres 28. Ocena wpływu walorów miejsca i atmosfery studiowania na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z **województwa pomorskiego** (N=105).



1.9. Wpływ opinii otoczenia na wybór studiów w UWM w Olsztynie

Respondenci oceniali, w jakim stopniu opinie otoczenia wskazane w kwestionariuszu ankiety wpłynęły na wybór przez nich studiów w UWM w Olsztynie (pytanie zamknięte, skalowane). Każdą opcję należało ocenić wybierając 1 z 5 odpowiedzi: Brak wpływu; Mały wpływ; Trudno powiedzieć; Duży wpływ; Decydujący wpływ.

Największe znaczenie dla osób ankietowanych miały opinie:

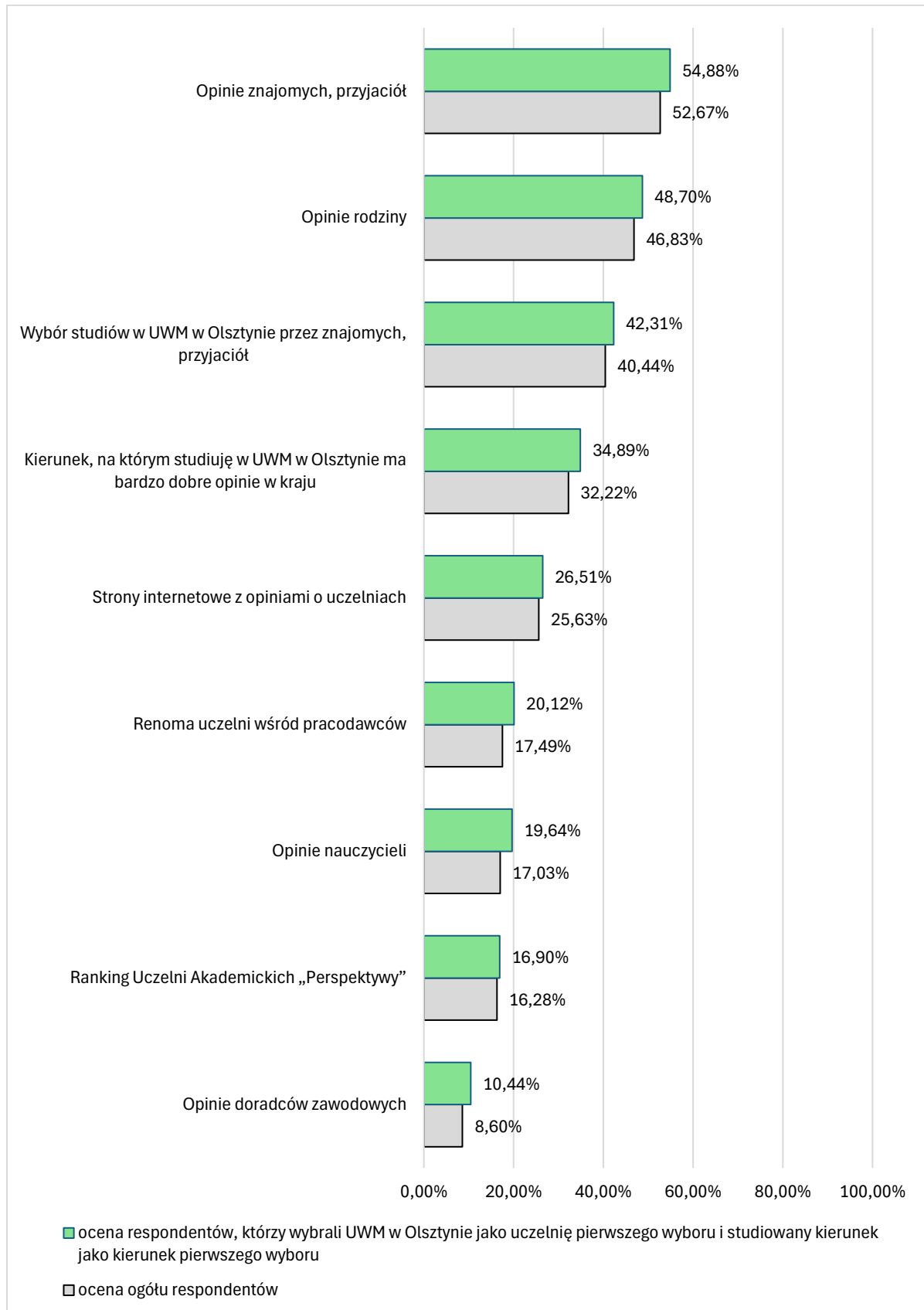
1. znajomych, przyjaciół (52,67% ogółu respondentów, tj. 1 262 osoby, wskazało, że te opinie miały na nich decydujący lub duży wpływ),
2. rodziny (46,83% ogółu respondentów, tj. 1 122 osoby, wskazało, że te opinie miały na nich decydujący lub duży wpływ).

Odpowiedzi respondentów, którzy studiuje w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, nie różnią się w sposób istotny od odpowiedzi udzielonych przez ogół osób ankietowanych. Warto jedynie zwrócić uwagę, że w tej grupie niemal wszystkie opinie zamieszczone w kwestionariuszu ankiety zostały ocenione średnio o 2 punkty procentowe wyżej przez osoby ankietowane, które rozpoczęły studia w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru:

- opinie znajomych, przyjaciół,
- opinie rodziny,
- kierunek, na którym studiuje w UWM w Olsztynie ma bardzo dobre opinie w kraju,
- opinie doradców zawodowych,
- opinie nauczycieli,
- wybór studiów w UWM w Olsztynie przez znajomych, przyjaciół,
- renoma uczelni wśród pracodawców.

Wyniki badania dotyczące oceny wpływu opinii otoczenia w decydującym lub dużym stopniu na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów zostały zaprezentowane na wykresie 29. Kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 29. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że w ich przypadku opinie innych wpłynęły miały **decydujący** lub **duży wpływ** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396)



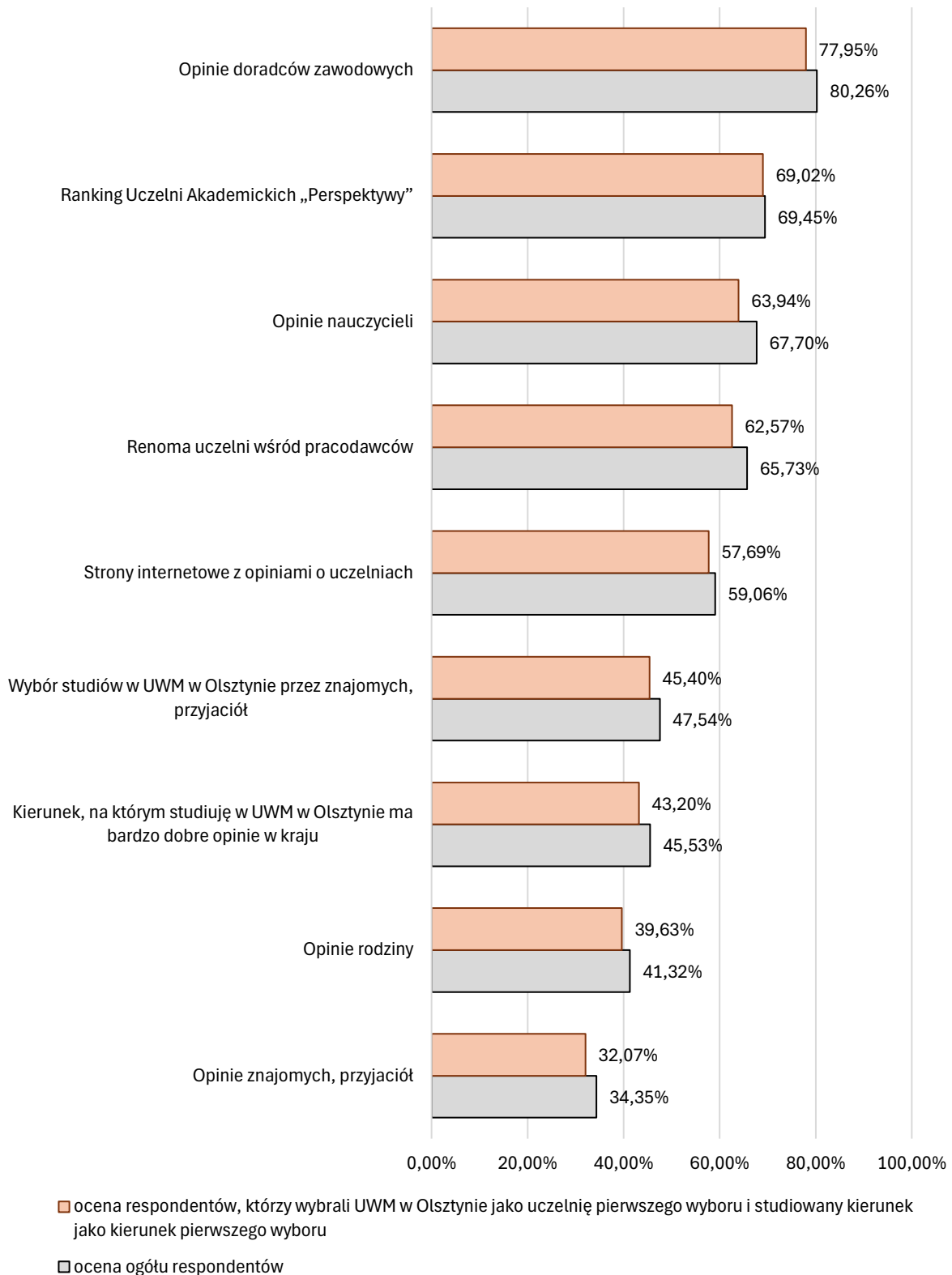
Niewielki wpływ bądź brak wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów, miały:

1. opinie doradców zawodowych (80,26% ogółu respondentów, tj. 1 926 osób, wskazało, że te opinie miały na nich mały wpływ lub nie miały wpływu na wybór studiów w UWM),
2. Ranking Uczelni Akademickich „Perspektywy” (69,45% ogółu respondentów, tj. 1 664 osoby, wskazało, że te opinie miały na nich mały wpływ lub nie miały wpływu na wybór studiów w UWM),
3. opinie nauczycieli (67,70% ogółu respondentów, tj. 1 622 osoby, wskazało, że te opinie miały na nich mały wpływ lub nie miały wpływu na wybór studiów w UWM),
4. renoma uczelni wśród pracodawców (65,73% ogółu respondentów, tj. 1 575 osób, wskazało, że czynnik ten miał na nich mały wpływ lub nie miał wpływu na wybór studiów w UWM),
5. strony internetowe z opiniami o uczelniach (59,06% ogółu respondentów, tj. 1 415 osób, wskazało, że czynnik ten miał na nich mały wpływ lub nie miał wpływu na wybór studiów w UWM).

W grupie respondentów, którzy studiuje w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, odpowiedzi nie różnią się w sposób istotny od odpowiedzi udzielonych przez ogół osób ankietowanych.

Na Wykresie 30 przedstawiono odsetek respondentów, którzy uznali, że poszczególne opinie otoczenia w ich przypadku nie miały wpływu lub miały bardzo mały wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie. Kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań „brak wpływu” i „mały wpływ” w ocenie osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 30. Odsetek osób ankietowanych, które uznały, że w ich przypadku opinie innych w **małym stopniu wpłynęły** lub **nie miały wpływu** na **wybór studiów w UWM w Olsztynie** (N1=1456, N2=2396).



Wszystkie udzielone odpowiedzi zestawiono w Tabeli 11, w której zielonym kolorem zaznaczono opinie, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako decydujący lub duży przez największą liczbę respondentów, zaś pomarańczowym kolorem opinie, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako mały lub nie miał znaczenia dla największej liczby respondentów.

Tabela 11. Ocena wpływu opinii na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów.

W jakim stopniu opinie wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie? (podstawa: ogół respondentów, N=2396)									
	Decydujący wpływ	Duży wpływ	Trudno powiedzieć	Mały wpływ	Brak wpływu	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%
Strony internetowe z opiniami o uczelniach	115	499	367	279	1136	614	25,63	1415	59,06
Ranking Uczelni Akademickich „Perspektywy”	82	308	342	264	1400	390	16,28	1664	69,45
Renoma uczelni wśród pracodawców	78	341	402	238	1337	419	17,49	1575	65,73
Opinie znajomych, przyjaciół	347	915	311	242	581	1262	52,67	823	34,35
Opinie rodziny	325	797	284	261	729	1122	46,83	990	41,32
Wybór studiów w UWM w Olsztynie przez znajomych, przyjaciół	293	676	288	274	865	969	40,44	1139	47,54
Opinie nauczycieli	76	332	366	264	1358	408	17,03	1622	67,70
Opinie doradców zawodowych	47	159	267	208	1715	206	8,60	1923	80,26
Kierunek, na którym studiuję w UWM w Olsztynie ma bardzo dobre opinie w kraju	223	549	533	201	890	772	32,22	1091	45,53

Odpowiedzi dotyczące oceny wpływu opinii na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów z poszczególnych województw zestawiono w Tabeli 12, w której kolorem zielonym zaznaczono opinie, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako decydujący lub duży przez największą liczbę respondentów z danego województwa, zaś pomarańczowym kolorem opinie, których wpływ na wybór studiów w UWM w Olsztynie został oceniony jako mały lub nie mający wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez największą liczbę respondentów z danego województwa.

Tabela 12. Ocena wpływu opinii na wybór studiów w UWM w Olsztynie przez respondentów w podziale na województwa.

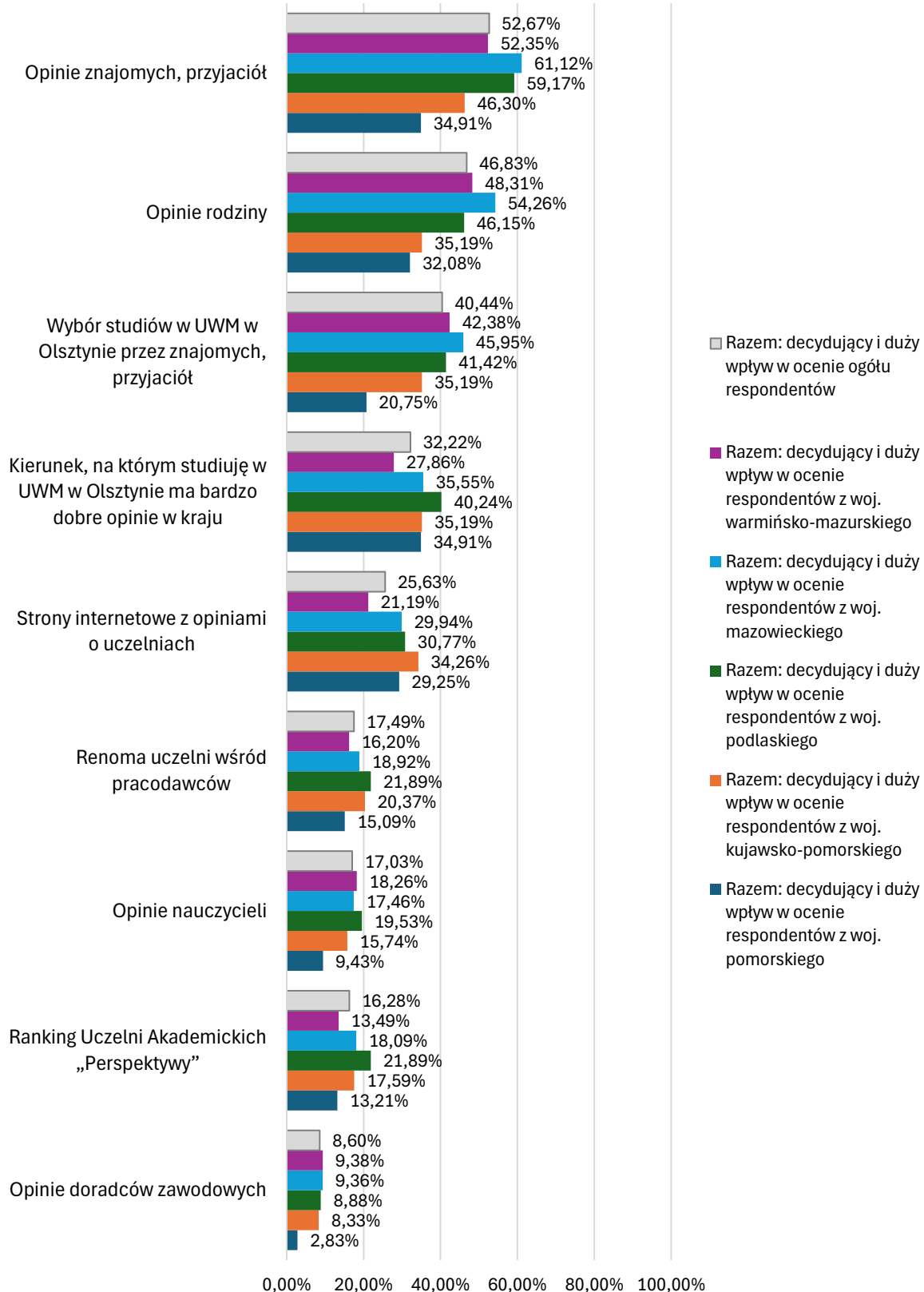
W jakim stopniu opinie wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie?																				
województwo	warmińsko-mazurskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=1364)				mazowieckie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=481)				podlaskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=169)				kujawsko-pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=108)				pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=106)			
	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%	Razem: decydujący i duży wpływ	%	Razem: mały i brak wpływu	%
Strony internetowe z opiniami o uczelniach	289	21,19	886	64,96	144	29,94	242	50,31	52	30,77	91	53,85	37	34,26	51	47,22	31	29,25	63	59,43
Ranking Uczelni Akademickich „Perspektywy”	184	13,49	991	72,65	87	18,09	319	66,32	37	21,89	105	62,13	19	17,59	74	68,52	14	13,21	76	71,70
Renoma uczelni wśród pracodawców	221	16,20	931	68,26	91	18,92	286	59,46	37	21,89	100	59,17	22	20,37	72	66,67	16	15,09	73	68,87
Opinie znajomych, przyjaciół	714	52,35	461	33,80	294	61,12	134	27,86	100	59,17	48	28,40	50	46,30	44	40,74	37	34,91	54	50,94
Opinie rodziny	659	48,31	543	39,81	261	54,26	161	33,47	78	46,15	72	42,60	38	35,19	55	50,93	34	32,08	60	56,60
Wybór studiów w UWM w Olsztynie przez znajomych, przyjaciół	578	42,38	612	44,87	221	45,95	203	42,20	70	41,42	79	46,75	38	35,19	56	51,85	22	20,75	77	72,64
Opinie nauczycieli	249	18,26	894	65,54	84	17,46	319	66,32	33	19,53	114	67,46	17	15,74	74	68,52	10	9,43	90	84,91
Opinie doradców zawodowych	128	9,38	1077	78,96	45	9,36	377	78,38	15	8,88	136	80,47	9	8,33	87	80,56	3	2,83	98	92,45
Kierunek, na którym studiuję w UWM w Olsztynie ma bardzo dobre opinie w kraju	380	27,86	694	50,88	171	35,55	186	38,67	68	40,24	62	36,69	38	35,19	43	39,81	37	34,91	49	46,23

Respondenci pochodzący z różnych województw w podobnym stopniu ocenili wpływ opinii otoczenia na decyzję o wyborze studiów w UWM w Olsztynie:

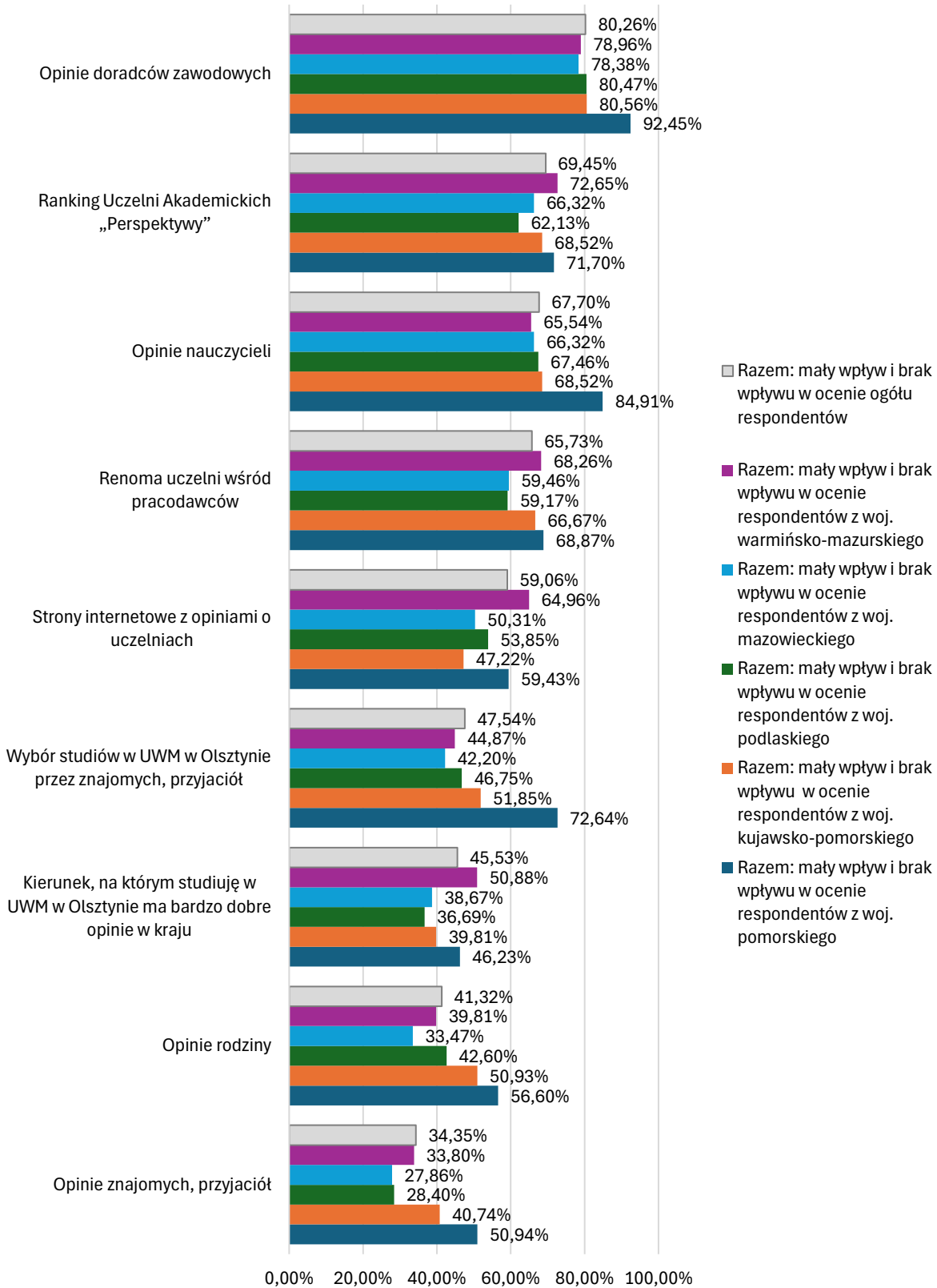
1. dla respondentów zamieszkujących województwo *warmińsko-mazurskie*, *mazowieckie* i *podlaskie* **decydujący i duży wpływ** miały:
 - 1) opinie przyjaciół i znajomych (odpowiednio 52,35% ogółu respondentów z województwa, tj. 714 osób; 61,12% ogółu respondentów z województwa, tj. 294 osób; 59,17% ogółu respondentów z województwa, tj. 100 osób),
 - 2) opinie rodziny (48,31% ogółu respondentów z województwa, tj. 659 osób; 54,26% ogółu respondentów z województwa, tj. 261 osób; 46,15% ogółu respondentów z województwa, tj. 78 osób).
2. dla respondentów zamieszkujących województwo *kujawsko-pomorskie* **decydujący i duży wpływ miały** opinie przyjaciół i znajomych (46,30% ogółu respondentów z województwa, tj. 50 osób).
3. na respondentów pochodzących z województwa pomorskiego żadna z opinii otoczenia zaprezentowanych w kwestionariuszu ankiety, nie wpłynęła w dużym czy decydującym stopniu na wybór studiów w UWM w Olsztynie (w żadnym przypadku odsetek ocen „Duży wpływ” i „Decydujący wpływ” nie przekroczył 35%).
4. Dla respondentów zamieszkujących województwo *warmińsko-mazurskie*, *mazowieckie*, *podlaskie*, *kujawsko-pomorskie* i *pomorskie* mały wpływ lub brak wpływu na wybór studiów w UWM w Olsztynie miały przede wszystkim:
 - 1) opinie doradców zawodowych (odpowiednio 78,96% ogółu respondentów z województwa, tj. 1 077 osób; 78,38% ogółu respondentów z województwa, tj. 377 osób; 80,47% ogółu respondentów z województwa, tj. 136 osób; 80,56% ogółu respondentów z województwa, tj. 87 osób; 92,45% ogółu respondentów z województwa, tj. 98 osób),
 - 2) opinie nauczycieli (odpowiednio 65,54% ogółu respondentów z województwa, tj. 894 osoby; 66,328% ogółu respondentów z województwa, tj. 319 osób; 67,46% ogółu respondentów z województwa, tj. 114 osób; 68,52% ogółu respondentów z województwa, tj. 74 osoby; 84,91% ogółu respondentów z województwa, tj. 90 osób).

Powyższe dane zostały zwizualizowane na Wykresach 31 i 32. Na wykresie 31 kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań: „decydujący wpływ” i „duży wpływ” w ocenie ogółu respondentów. Na wykresie 32 kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań: „brak wpływu” i „mały wpływ” w ocenie ogółu respondentów.

Wykres 31. Odsetek osób ankietowanych (z uwzględnieniem miejsca pochodzenia-województwo), które uznały, że w ich przypadku opinie innych **wpłynęły w decydującym lub dużym stopniu** na wybór studiów w UWM w Olsztynie (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



Wykres 32. Odsetek osób ankietyowanych (z uwzględnieniem miejsca pochodzenia-województwo), które uznały, że w ich przypadku opinie innych w **małym stopniu wpłynęły lub nie miały wpływu** na wybór studiów w UWM w Olsztynie (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



1.10. Powody wyboru kierunku studiów

Respondenci wskazując powody wyboru kierunku studiów mogli zaznaczyć dowolną liczbę z 17 odpowiedzi wymienionych w kwestionariuszu ankiety (pytanie półotwarte – ostatnia odpowiedź „Inne” umożliwiła wskazanie dodatkowych powodów).

Wybór kierunku studiów w przeważającej większości wynikał z:

- własnych zainteresowań osób badanych (1 635 odpowiedzi tj. 69,02% ogółu respondentów) oraz
- chęci zdobycia wiedzy z danej dziedziny (1 571 wskazań tj. 66,31% ogółu respondentów).

W dalszej kolejności ankietowani kierowali się:

- perspektywą wysokich zarobków i atrakcyjnej pracy (902 odpowiedzi tj. 38,08% ogółu respondentów) oraz
- atrakcyjnym programem studiów (723 odpowiedzi tj. 30,52% ogółu respondentów).

Czynnikami mającymi wpływ na wybór kierunku studiów, najrzadziej wybieranymi przez respondentów były:

- tradycje rodzinne (129 odpowiedzi tj. 5,45% ogółu respondentów),
- zaspokojenie aspiracji rodziców (130 odpowiedzi tj. 5,49% ogółu respondentów),
- perspektywa otrzymania stypendium (186 odpowiedzi tj. 7,85% ogółu respondentów) oraz
- niedostanie się na wymarzony kierunek (188 odpowiedzi tj. 7,94% ogółu respondentów).

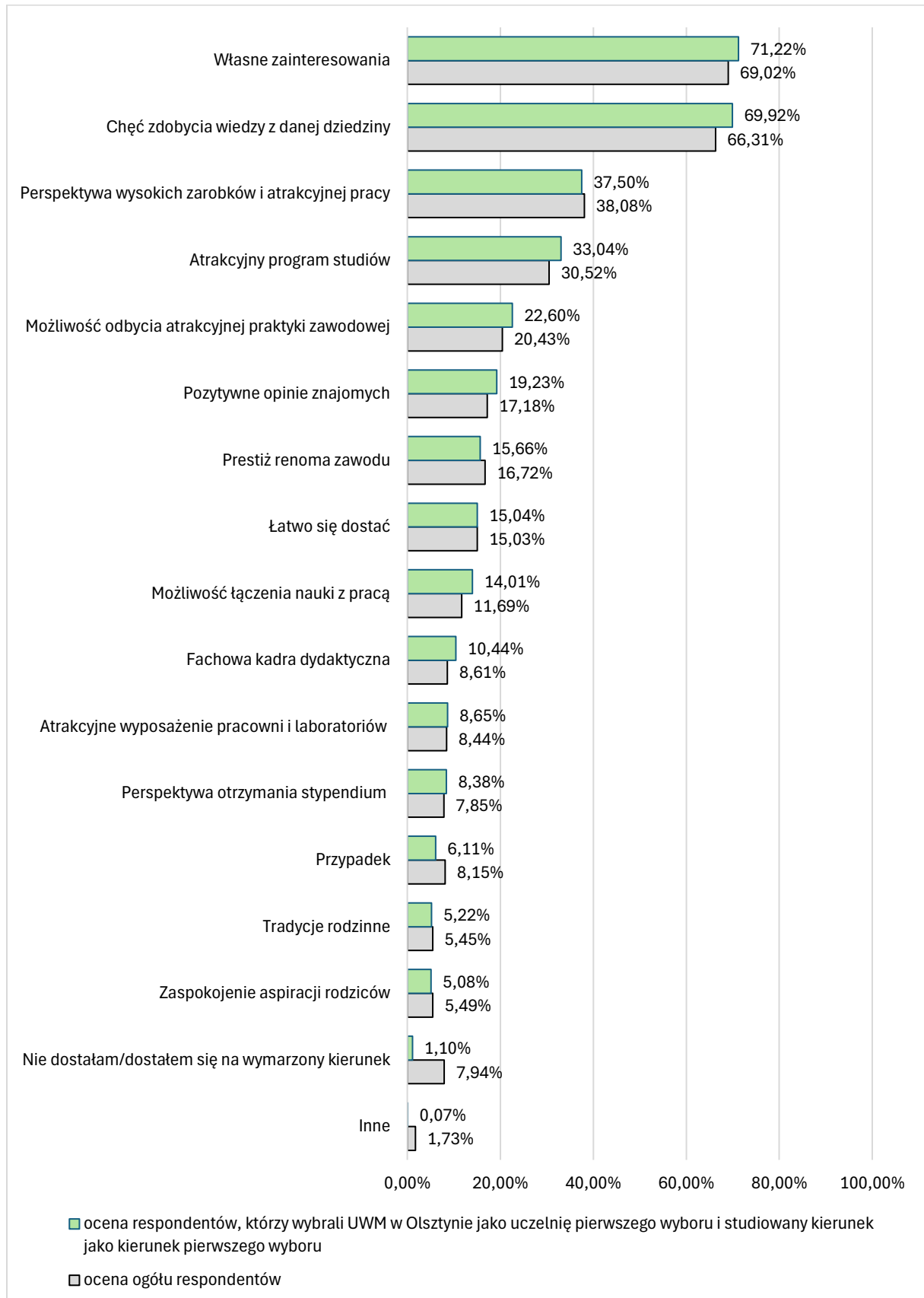
Zestawienie odpowiedzi dotyczących powodów wyboru kierunku studiów przez osoby ankietowane przedstawiono w Tabeli 13, w której zielonym kolorem zaznaczono odpowiedzi o największej liczbie wskazań, a pomarańczowym kolorem odpowiedzi o najmniejszej liczbie wskazań.

Tabela 13. Powody wyboru kierunku studiów przez respondentów.

Dlaczego studiujesz na wybranym kierunku? (możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi) podstawa: ogół respondentów, N=2396		
Odpowiedź	Liczba udzielonych odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi
Własne zainteresowania	1635	69,02
Chęć zdobycia wiedzy z danej dziedziny	1571	66,31
Perspektywa wysokich zarobków i atrakcyjnej pracy	902	38,08
Atrakcyjny program studiów	723	30,52
Możliwość odbycia atrakcyjnej praktyki zawodowej	484	20,43
Pozytywne opinie znajomych	407	17,18
Prestiż renoma zawodu	396	16,72
Łatwo się dostać	356	15,03
Możliwość łączenia nauki z pracą	277	11,69
Fachowa kadra dydaktyczna	204	8,61
Atrakcyjne wyposażenie pracowni i laboratoriów	200	8,44
Przypadek	193	8,15
Nie dostałam/dostałem się na wymarzony kierunek	188	7,94
Perspektywa otrzymania stypendium	186	7,85
Zaspokojenie aspiracji rodziców	130	5,49
Tradycje rodzinne	129	5,45
Inne	41	1,73

Na Wykresie 33 przedstawiono odsetek respondentów, którzy wskazali poszczególne powody wyboru kierunku studiów w UWM w Olsztynie, z wyodrębnieniem oceny respondentów, którzy wskazali UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru. Kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań w ocenie osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 33. Powody wyboru kierunku studiów w UWM w Olsztynie wskazane przez respondentów (N1=1456, N2=2396).



Odpowiedzi dotyczące powodów wyboru kierunku studiów przez respondentów z poszczególnych województw zestawiono w Tabeli 14, w której kolorem zielonym zaznaczono 3 powody, które wskazała największa liczba respondentów z danego województwa, zaś pomarańczowym kolorem 3 powody, które wskazała najmniejsza liczba respondentów z danego województwa.

Tabela 14. Powody wyboru kierunku studiów przez respondentów w podziale na województwa.

Dlaczego studiujesz na wybranym kierunku? (możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi)										
województwo	warmińsko-mazurskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=1364)		mazowieckie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=481)		podlaskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=169)		kujawsko-pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=108)		pomorskie (podstawa: ogół respondentów województwa, N=106)	
	Liczba udzielonych odpowiedzi	%	Liczba udzielonych odpowiedzi	%	Liczba udzielonych odpowiedzi	%	Liczba udzielonych odpowiedzi	%	Liczba udzielonych odpowiedzi	%
Atrakcyjny program studiów	395	28,96	151	31,39	61	36,09	32	29,63	29	27,36
Własne zainteresowania	927	67,96	321	66,74	112	66,27	74	68,52	81	76,42
Chęć zdobycia wiedzy z danej dziedziny	879	64,44	314	65,28	109	64,50	79	73,15	74	69,81
Tradycje rodzinne	74	5,43	20	4,16	9	5,33	11	10,19	4	3,77
Prestiż, renoma zawodu	205	15,03	76	15,80	32	18,93	27	25,00	21	19,81
Perspektywa wysokich zarobków i atrakcyjnej pracy	483	35,41	201	41,79	63	37,28	40	37,04	44	41,51
Łatwo się dostać	212	15,54	74	15,38	17	10,06	18	16,67	14	13,21
Perspektywa otrzymania stypendium	105	7,70	37	7,69	14	8,28	9	8,33	12	11,32
Możliwość odbycia atrakcyjnej praktyki zawodowej	264	19,35	102	21,21	33	19,53	27	25,00	24	22,64
Atrakcyjne wyposażenie pracowni i laboratoriów	77	5,65	51	10,60	15	8,88	13	12,04	14	13,21
Nie dostałam/dostałam się na wymarzony kierunek	111	8,14	40	8,32	10	5,92	7	6,48	10	9,43
Pozytywne opinie znajomych	210	15,40	93	19,33	37	21,89	22	20,37	15	14,15
Fachowa kadra dydaktyczna	108	7,92	38	7,90	11	6,51	19	17,59	10	9,43
Możliwość łączenia nauki z pracą	169	12,39	43	8,94	24	14,20	15	13,89	8	7,55
Zaspokojenie aspiracji rodziców	82	6,01	26	5,41	7	4,14	8	7,41	2	1,89
Przypadek	108	7,92	45	9,36	13	7,69	6	5,56	9	8,49
Inne	1	0,07	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Odpowiedzi respondentów w podziale na województwa w zakresie 3 powodów wyboru kierunku studiów, które wskazała największa liczba respondentów, są zbieżne tak między sobą, jak i z odpowiedziami ogółu respondentów.

Warto zwrócić uwagę na oceny respondentów pochodzących z województwa pomorskiego, wśród których odsetek odpowiedzi jest zdecydowanie wyższy niż odsetek odpowiedzi ogółu respondentów:

- 1) własne zainteresowania (76,42% ogółu respondentów z województwa pomorskiego, 69,02% ogółu respondentów),
- 2) chęć zdobycia wiedzy z danej dziedziny (69,81% ogółu respondentów z województwa pomorskiego, 66,31% ogółu respondentów),
- 3) perspektywa wysokich zarobków i atrakcyjnej pracy (41,51% ogółu respondentów z województwa pomorskiego, 38,08% ogółu respondentów).

Natomiast respondenci pochodzący z województwa **warmińsko-mazurskiego** i **mazowieckiego** najrzadziej wskazywali następujące powody podjęcia studiów w UWM w Olsztynie:

- 1) tradycje rodzinne (odpowiednio 5,43% ogółu respondentów z województwa i 4,16% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,45% ogółu respondentów),
- 2) zaspokojenie aspiracji rodziców (odpowiednio 6,01% ogółu respondentów z województwa i 5,41% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,49% ogółu respondentów),
- 3) perspektywa otrzymania stypendium (odpowiednio 7,70% ogółu respondentów z województwa i 7,69% ogółu respondentów z województwa, wobec 7,85% ogółu respondentów).

Respondenci pochodzący z województwa **podlaskiego** najrzadziej wskazywali powody:

- 1) zaspokojenie aspiracji rodziców (4,14% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,49% ogółu respondentów),
- 2) tradycje rodzinne (5,33% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,45% ogółu respondentów),
- 3) nie dostałam/nie dostałem się na wymarzony kierunek (5,92% ogółu respondentów z województwa, wobec 7,94% ogółu respondentów).

Respondenci pochodzący z województwa **kujawsko-pomorskiego** najrzadziej wskazywali powody:

- 1) przypadek (5,56% ogółu respondentów z województwa, wobec 8,15% ogółu respondentów),

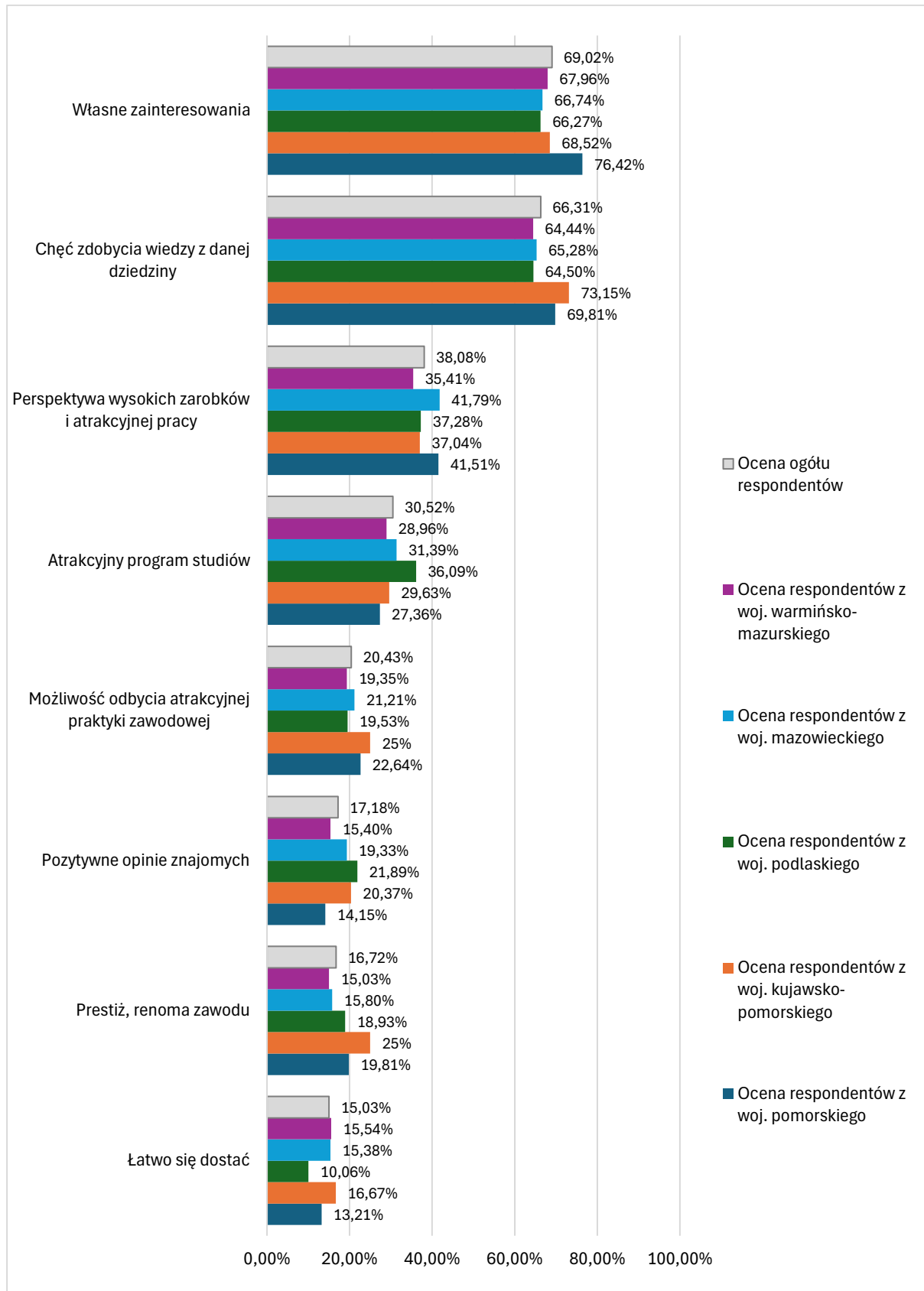
- 2) nie dostałam/nie dostałem się na wymarzony kierunek (6,48% ogółu respondentów z województwa, wobec 7,94% ogółu respondentów)
- 3) zaspokojenie aspiracji rodziców (7,41% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,49% ogółu respondentów).

Respondenci pochodzący z województwa **pomorskiego** najrzadziej wskazywali powody:

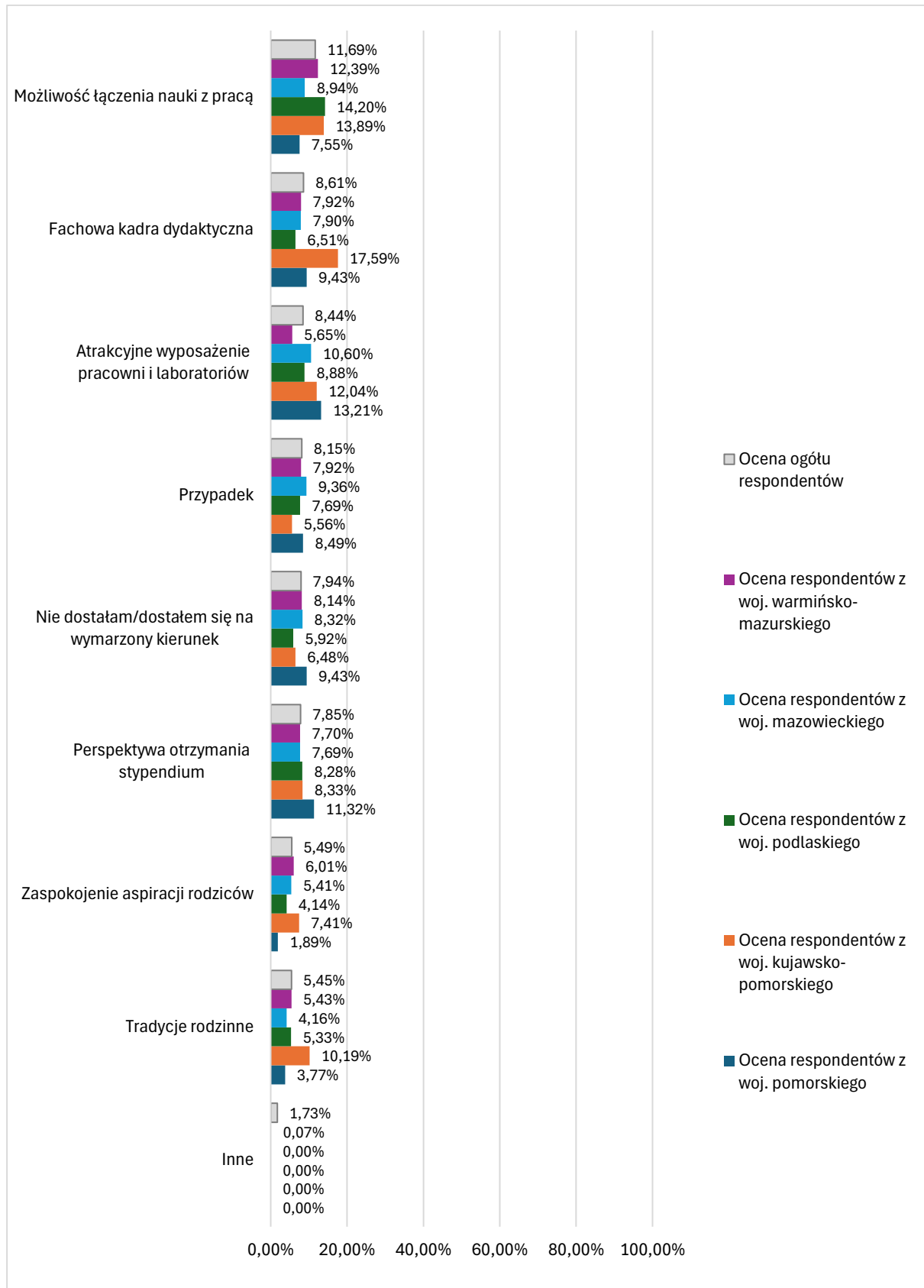
- 1) zaspokojenie aspiracji rodziców (1,89% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,49% ogółu respondentów),
- 2) tradycje rodzinne (3,77% ogółu respondentów z województwa, wobec 5,45% ogółu respondentów),
- 3) możliwość łączenia nauki z pracą (7,55% ogółu respondentów z województwa, wobec 11,69% ogółu respondentów).

Powyższe dane zostały zwizualizowane na Wykresie 34, gdzie kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej łącznej liczby wskazań w ocenie ogółu respondentów.

Wykres 34a. Powody wyboru kierunku studiów przez respondentów w podziale na województwa (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



Wykres 34b. Powody wyboru kierunku studiów przez respondentów w podziale na województwa (N1=2396, N2=1356, N3=481, N4=169, N5=106, N6=105).



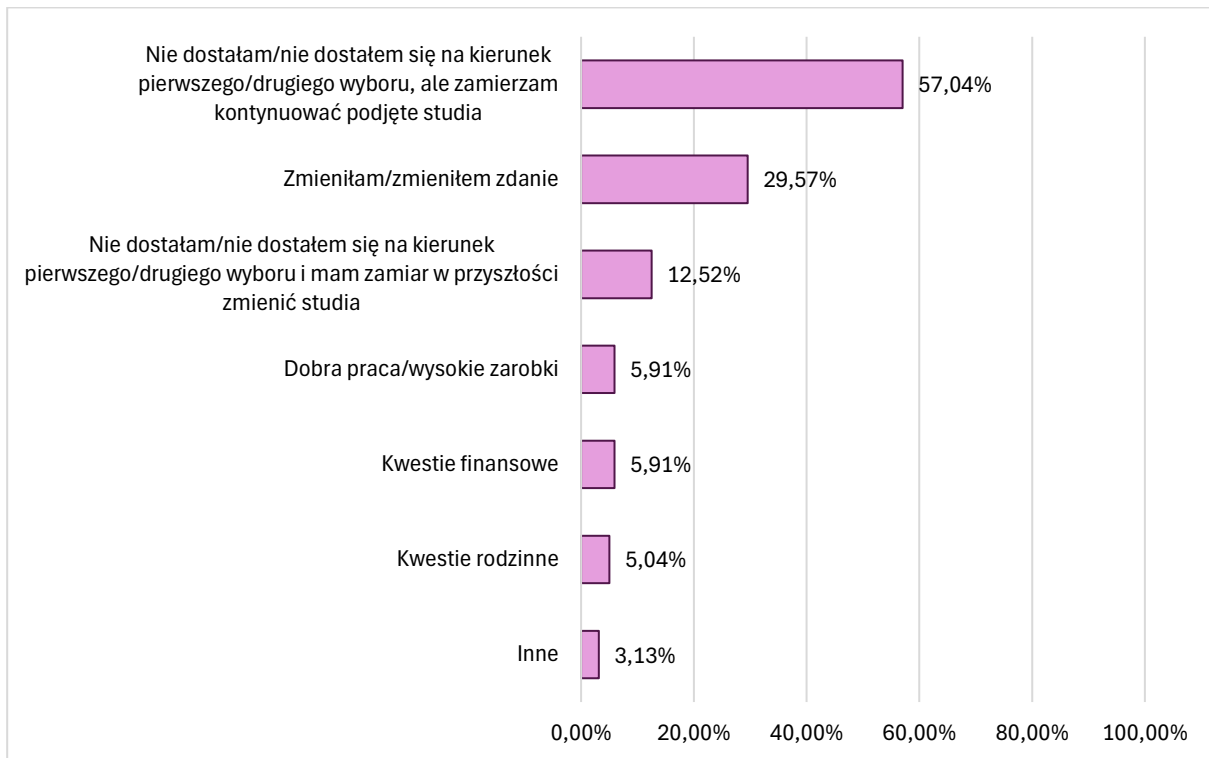
Powody wyboru kierunku studiów wskazywane przez respondentów, dla których kierunek, na którym studiują **nie był** kierunkiem pierwszego wyboru.

Respondenci, dla których studiowany kierunek **nie był** kierunkiem pierwszego wyboru (575 osób, tj. 24,00% ogółu respondentów), jako najważniejsze czynniki, które spowodowały, że na nim studiują wskazywali:

1. „nie dostałam/nie dostałem się na kierunek pierwszego wyboru, ale zamierzam kontynuować podjęte studia” (57,04% odpowiedzi, tj. 328 osób),
2. „zmieniłam/zmieniłem zdanie” (29,57% odpowiedzi, tj. 170 osób).

Szczegółowe zestawienie prezentuje wykres 35, gdzie kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań respondentów.

Wykres 35. Powody wyboru studiowanego kierunku w ocenie respondentów, dla których studiowany kierunek nie był kierunkiem pierwszego wyboru (podstawa N=575).



1.11. Oczekiwania studentów

Osoby badane mogły zaznaczyć dowolną liczbę spośród 13 odpowiedzi dotyczących oczekiwań wobec studiów rozpoczętych w UWM w Olsztynie (pytanie półotwarte – ostatnia odpowiedź „Inne” umożliwiła wpisanie dodatkowych oczekiwań).

Respondenci wskazali, że w związku z rozpoczęciem studiów w UWM w Olsztynie oczekują:

Najważniejsze
oczekiwanie:
**nabycie
nowych
umiejętności**

- nabycia nowych umiejętności (1 836 wskazań, tj. 76,63% ogółu respondentów),
- możliwości rozwoju osobistego (1 324 wskazania, tj. 55,26% ogółu respondentów),
- rozwinięcia posiadanych umiejętności (1 273 wskazania, tj. 53,13% ogółu respondentów),
- nabycia umiejętności praktycznych zgodnych z kierunkiem studiów (1 215 wskazań, tj. 50,71% ogółu respondentów),
- podwyższenia kwalifikacji (1 225 wskazań, tj. 51,13% ogółu respondentów).

Zestawienie odpowiedzi dotyczących oczekiwań respondentów wobec studiów rozpoczętych w UWM w Olsztynie przedstawiono w Tabeli 15, w której kolorem zielonym zaznaczono odpowiedzi najczęściej wybierane przez respondentów, a kolorem pomarańczowym odpowiedzi, które wskazała najmniejsza liczba respondentów.

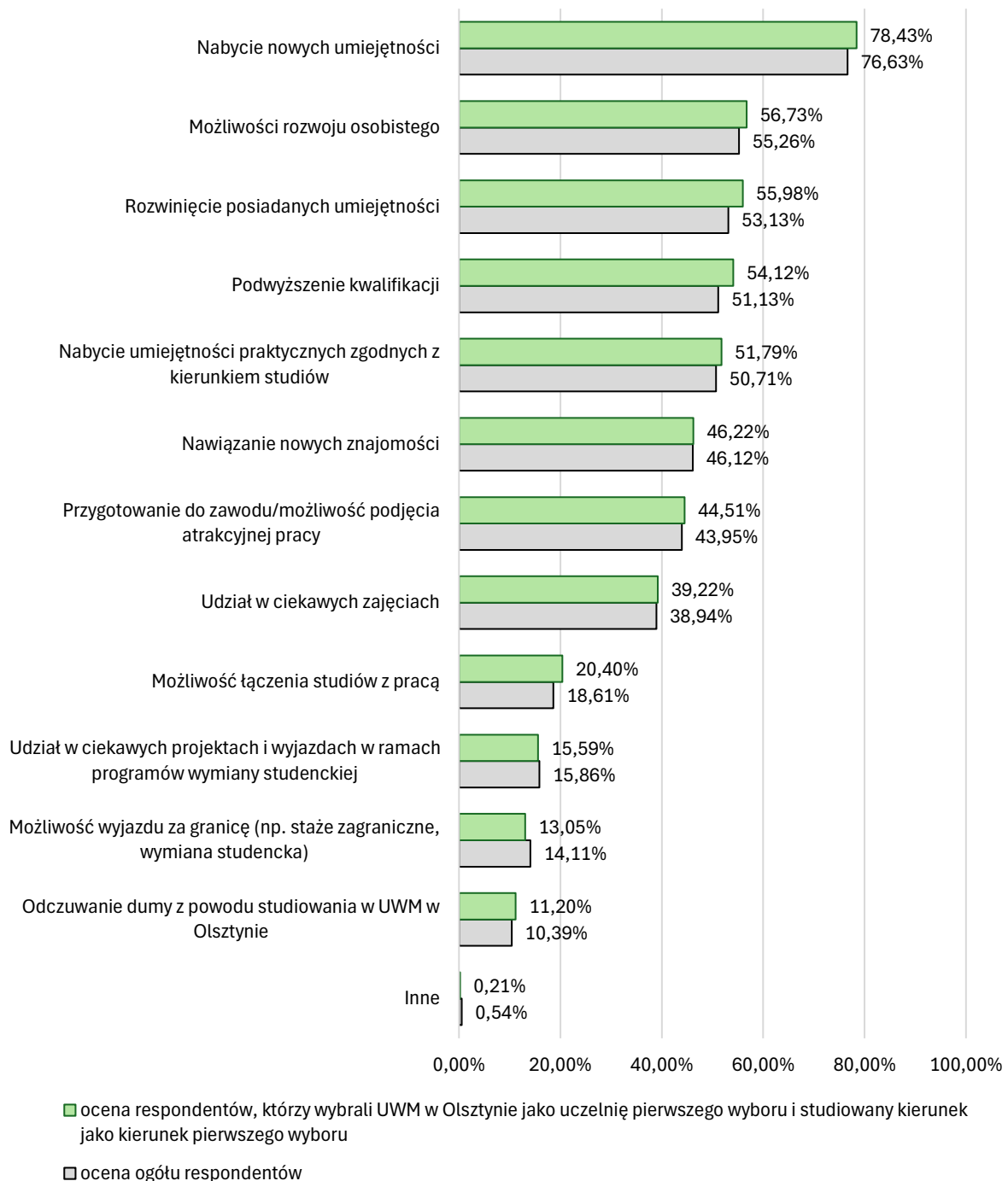
Tabela 15. Oczekiwania respondentów wobec studiów w UWM w Olsztynie.

Oczekiwania wobec studiów w UWM (podstawa: ogół respondentów, N=2396)		
Odpowiedzi	liczba udzielonych odpowiedzi	% udzielonych odpowiedzi
Nabycie nowych umiejętności	1836	76,63%
Możliwości rozwoju osobistego	1324	55,26%
Rozwinięcie posiadanych umiejętności	1273	53,13%
Podwyższenie kwalifikacji	1225	51,13%
Nabycie umiejętności praktycznych zgodnych z kierunkiem studiów	1215	50,71%
Nawiązanie nowych znajomości	1105	46,12%
Przygotowanie do zawodu/możliwość podjęcia atrakcyjnej pracy	1053	43,95%
Udział w ciekawych zajęciach	933	38,94%
Możliwość łączenia studiów z pracą	446	18,61%
Udział w ciekawych projektach i wyjazdach w ramach programów wymiany studenckiej	380	15,86%
Możliwość wyjazdu za granicę (np. staże zagraniczne, wymiana studencka)	338	14,11%
Odczuwanie dumy z powodu studiowania w UWM w Olsztynie	249	10,39%
Inne	13	0,54%

Jako inne oczekiwania respondenci wskazali m.in.: zdobycie wykształcenia, możliwość kontynuowania nauki, zakończenie edukacji z sukcesem.

Odpowiedzi respondentów, którzy studiują w UWM w Olsztynie jako uczelni pierwszego wyboru i jednocześnie na kierunku pierwszego wyboru, nie różnią się w sposób istotny od odpowiedzi udzielonych przez ogół osób ankietowanych. Dane zostały zwizualizowane na Wykresie 36. Kategorie danych uszeregowano w kolejności od największej do najmniejszej liczby wskazań w ocenie osób ankietowanych, które wybrały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru.

Wykres 36. Oczekiwania respondentów wobec studiów w UWM w Olsztynie (N1=1456, N2=2396).



CZĘŚĆ 2 – Wnioski i rekomendacje na podstawie badań ankietowych

Przeprowadzona analiza wyników badań ankietowych, pozwoliła na przygotowanie ogólnych rekomendacji związanych ze sformułowanymi celami badawczymi. Ze względu na nierównomierny i nieproporcjonalny rozkład próby badawczej wnioski i rekomendacje odnoszą się do wyników ogólnych.

Główny nacisk związany z realizacją działań rekrutacyjnych na studia w UWM w Olsztynie powinien zostać położony na trzy obszary:

1. zarządzanie wizerunkiem uczelni,
2. przekaz rzetelnych i spójnych informacji,
3. dobór efektywnych kanałów informacji.

Respondenci wskazali, że głównymi źródłami informacji o UWM w Olsztynie były dla nich:

- strona rekrutacja.uwm.edu.pl,
- strona uwm.edu.pl,
- strony internetowe wydziałów.

Z badania wynika, że przy wyborze studiów w UWM w Olsztynie, respondenci kierowali się opiniami:

- znajomych, przyjaciół,
- rodziny.

Istotnym elementem przekazu kierowanego do kandydatów i osób mających na nich wpływ, które stanowią punkty styku kandydatów z uczelnią, powinny być treści powiązane z niżej wymienionymi czynnikami:

- studia na kierunku o profilu praktycznym,
- interesujący kierunek studiów,
- możliwość uzyskania atrakcyjnej pracy,
- możliwość realizacji interesującej praktyki zawodowej,
- uzyskanie dyplomu.

Warto zastanowić się nad zamieszczaniem na stronach internetowych uczelni i/lub w mediach społecznościowych wypowiedzi i opinii aktualnych studentów i/lub absolwentów UWM w Olsztynie. Ponadto, warto rozważyć udostępnianie na stronach wydziałów krótkich filmów o realizowanych kierunkach studiów.

Celem takiego działania byłoby przybliżenie kandydatom na studia sylwetki studenta i absolwenta kierunku, przy jednoczesnym uwzględnieniu/uwypukleniu możliwości samorealizacji, rozwoju/nabywania kompetencji pożądaných na rynku pracy i przyjaznej atmosfery Kortowa, co stanowi odpowiedź na potrzeby respondentów wykazane na podstawie przeprowadzonego badania.

Szczególną uwagę należałoby zwrócić na kwestię dotyczącą **fachowej kadry naukowej i dydaktycznej**, gdyż ponad 41% respondentów uznało ten czynnik za ważny przy wyborze studiów, a ponad 31% ankietowanych wskazało odpowiedź „Trudno powiedzieć”. Odpowiedzi respondentów wskazują, że aspekt ten jest ważny, jednakże niewystarczająco eksponowany w przekazie informacyjnym skierowanym do kandydatów na studia.

Z badania wynika, że głównymi źródłami informacji o UWM w Olsztynie są dla kandydatów strony internetowe: rekrutacja.uwm.edu.pl, uwm.edu.pl oraz strony wydziałów. W przekazie informacji warto zadbać o zrozumiały język i zachęcającą formę, a także spójność i aktualność treści udostępnianych na ww. stronach kandydatom na studia. Stąd też należałoby zwrócić uwagę na właściwe pozycjonowanie strony internetowej uczelni uwzględniające słowa - klucze wykorzystywane przez kandydatów na studia.

Odnosnie pozostałych źródeł informacji zawartych w kwestionariuszu ankiety, które uzyskały mniejszą liczbę wskazań, niż wyżej wymienione, należy dokonać weryfikacji poniesionych nakładów i osiągniętych efektów i rozważyć zmianę formuły lub rezygnację nieefektywnych źródeł informacji. W dalszym ciągu należy zwracać uwagę na formę współpracy uczelni/wydziałów ze szkołami ponadpodstawowymi (w tym z nauczycielami i doradcami zawodowymi), gdyż ponad 65% respondentów wskazało, że czynnik ten miał dla nich bardzo małe znaczenie przy podjęciu decyzji o wyborze studiów w UWM w Olsztynie.

Badanie ponownie wykazało, że aktywności promocyjne podejmowane i udostępniane na poziomie ogólnouczelnianym są wyżej oceniane niż akcje na poziomie wydziałów. Zatem podobnie, jak w przypadku źródeł informacji, wskazane jest ujednoclenie przekazu. Zasadne jest rozważenie centralnego zarządzania informacją i działaniami wizerunkowymi uczelni.

Działania podjęte przez Centrum Marketingu i Mediów UWM w Olsztynie w trakcie rekrutacji na studia w roku 2024 przyniosły efekt w postaci większej liczby osób, które świadomie podejmowały decyzję o wyborze uczelni i kierunku studiów w UWM w Olsztynie.

W roku akademickim 2023/2024 odsetek osób, które wskazały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru wynosił 62,59%, co oznacza, że w bieżącym roku akademickim odsetek ten wzrósł o niemal 13 pkt. procentowych.

W roku akademickim 2023/2024 odsetek osób, które wskazały UWM w Olsztynie jako uczelnię pierwszego wyboru i jednocześnie studiowany kierunek jako kierunek pierwszego wyboru, wynosił 52,93%, co oznacza, że w bieżącym roku akademickim odsetek ten wzrósł o niemal 8 pkt. procentowych.

Załącznik 1. Treść kwestionariusza ankiety

BADANIE DOTYCZĄCE CZYNNIKÓW DECYDUJĄCYCH O WYBORZE STUDIÓW W UWM W OLSZTYNIE

Droga Studentko, Drogi Studencie,

jesteśmy zespołem Biura Analiz Strategicznych Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie i prowadzimy badanie, którego celem jest **poznanie czynników decydujących o wyborze studiów w UWM w Olsztynie przez studentki i studentów I roku**. Zwracamy się z prośbą o wypełnienie poniższej ankiety.

Kwestionariusz zawiera 21 pytań, a jego wypełnienie nie powinno zająć więcej niż 20 minut. Pragniemy zapewnić, że badanie ma charakter anonimowy, a zebrane dane będą opracowywane w sposób zbiorczy, statystyczny, co uniemożliwi identyfikowanie odpowiedzi poszczególnych osób. Prosimy więc o udzielenie szczerych i nieskrępowanych odpowiedzi.

W razie pytań lub wątpliwości prosimy o kontakt pod adresem: biuro.analiz@uwm.edu.pl

Z góry dziękujemy za udział w badaniu.

Biuro Analiz Strategicznych

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

1. UMW w Olsztynie był dla Ciebie uczelnią:

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- pierwszego wyboru
- drugiego wyboru
- trzeciego wyboru
- dalszego wyboru

2. Wskaż uczelnię pierwszego wyboru:

Wybierz odpowiedź /lista rozwijana/:

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru, dostępne do wypełnienia jedynie dla osób, które w pytaniu 1 zaznaczyły odpowiedź 2., 3. albo 4.]

- Akademia Białska im. Jana Pawła II
- Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie
- Akademia im. Jakuba z Paradyża
- Akademia Łomżyńska
- Akademia Mazowiecka
- Akademia Nauk Stosowanych Angelusa Silesiusa
- Akademia Nauk Stosowanych im. Hipolita Cegielskiego w Gnieźnie Uczelnia Państwowa
- Akademia Nauk Stosowanych im. Jana Amosa Komeńskiego w Lesznie
- Akademia Nauk Stosowanych im. Stanisława Staszica w Pile
- Akademia Nauk Stosowanych Stefana Batorego
- Akademia Nauk Stosowanych w Elblągu
- Akademia Nauk Stosowanych w Koninie
- Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Sączu
- Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Targu
- Akademia Nauk Stosowanych w Raciborzu
- Akademia Nauk Stosowanych w Wałczu
- Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej
- Akademia Piotrkowska
- Akademia Tarnowska
- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego w Gdańsku
- Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie
- Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu
- Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach
- Akademia Wychowania Fizycznego im. Polskich Olimpijczyków we Wrocławiu
- Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie
- Akademia Zamojska
- Chrześcijańska Akademia Teologiczna w Warszawie
- Collegium Witelona Uczelnia Państwowa
- Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze
- Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II
- Małopolska Uczelnia Państwowa im. rotmistrza Witolda Pileckiego w Oświęcimiu
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. Ignacego Mościckiego w Ciechanowie

- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Chetmie
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Głogowie
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Nysie
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Przemysłu
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych we Włocławku
- Państwowa Uczelnia Zawodowa im. prof. Edwarda F. Szczepanika w Suwałkach
- Państwowa Uczelnia Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu
- Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koszalinie
- Politechnika Białostocka
- Politechnika Bydgoska im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich
- Politechnika Częstochowska
- Politechnika Gdańska
- Politechnika Koszalińska
- Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki
- Politechnika Lubelska
- Politechnika Łódzka
- Politechnika Opolska
- Politechnika Poznańska
- Politechnika Rzeszowska imienia Ignacego Łukasiewicza
- Politechnika Śląska
- Politechnika Świętokrzyska
- Politechnika Warszawska
- Politechnika Wrocławska
- Publiczna Uczelnia Zawodowa w Grudziądzu
- Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
- Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
- Szkoła Główna Mikołaja Kopernika
- Uczelnia Państwowa im. Jana Grodka w Sanoku
- Uniwersytet Bielsko-Bialski
- Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
- Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
- Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
- Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
- Uniwersytet Gdański w Gdańsku
- Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
- Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
- Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie
- Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
- Uniwersytet Kaliski im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego
- Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
- Uniwersytet Kazimierza Wielkiego

- Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
- Uniwersytet Łódzki
- Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
- Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
- Uniwersytet Opolski
- Uniwersytet Pomorski w Słupsku
- Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie
- Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
- Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu
- Uniwersytet Radomski im. Kazimierza Pułaskiego
- Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kottłataja w Krakowie
- Uniwersytet Rzeszowski
- Uniwersytet Szczeciński
- Uniwersytet Śląski w Katowicach
- Uniwersytet w Białymstoku
- Uniwersytet w Siedlcach
- Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
- Uniwersytet Warszawski
- Uniwersytet Wrocławski
- Uniwersytet Zielonogórski w Zielonej Górze
- Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

3. Jeśli UWM w Olsztynie nie był dla Ciebie uczelnią pierwszego wyboru, to jakie czynniki spowodowały, że tu studiujesz? (zaznacz jedną lub więcej odpowiedzi)

[pytanie półotwarte wielokrotnego wyboru, dostępne jedynie dla osób, które w pytaniu 1 zaznaczyły odpowiedź 2., 3. albo 4.]

- nie dostałam/em się na uczelnię pierwszego/drugiego wyboru, ale zamierzam tu zostać
- nie dostałam/em się na uczelnię pierwszego/drugiego wyboru i mam zamiar zmienić uczelnię
- kwestie finansowe
- kwestie rodzinne
- zmieniłam/zmieniłem zdanie
- znajomi dostali się na studia w UWM w Olsztynie
- inne

4. Z jakich źródeł czerpałaś/czerpałeś informacje o UWM w Olsztynie i jak oceniasz ich przydatność?

[pytanie skalujące]

	Nie korzystałam/ nie korzystałam	Nieprzydatne źródło	Mało przydatne źródło	Przydatne źródło	Bardzo przydatne źródło
Facebook uczelni	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook wydziału	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram uczelni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram wydziału	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik-Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
inne social media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strona internetowa rekrutacja.uwm.edu.pl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strona internetowa uwm.edu.pl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strona internetowa wydziału	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strony internetowe z opiniami o uczelniach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
reklama w Spotify	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
reklama outdoor (bilboardy, plakaty)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
informator uczelniany dla kandydatów na studia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
spotkania z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
inne wizyty w UWM w Olsztynie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
doradca zawodowy w Twojej szkole	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
znajomi, przyjaciele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rodzina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
inne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. W jakim stopniu wymienione czynniki wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie?

[pytanie skalujące]

	brak wpływu	mały wpływ	trudno powiedzieć	duży wpływ	decydujący wpływ
interesujący kierunek studiów	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
chęć zdobycia dyplomu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjne wyposażenie pracowni, laboratoriów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fachowa kadra naukowa i dydaktyczna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość udziału w zajęciach prowadzonych przez praktyków biznesu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
studiowanie na kierunku o praktycznym profilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość realizacji interesującej praktyki zawodowej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość skorzystania z programu zagranicznej wymiany studenckiej np. ERASMUS+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość uzyskania atrakcyjnej pracy po ukończeniu studiów w UWM w Olsztynie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. W jakim stopniu wymienione aktywności promocyjne wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie?

[pytanie skalujące]

	brak wpływu	mały wpływ	trudno powiedzieć	duży wpływ	decydujący wpływ
Facebook uczelni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook wydziału	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram uczelni	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram wydziału	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik-Tok	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oferta studiów na portalu rekrutacja.uwm.edu.pl	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strona internetowa uwm.edu.pl	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strona internetowa wydziału	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
reklama w Spotify	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kampania reklamowa (np. billboardy, plakaty)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
informator uczelniany dla kandydatów na studia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
spotkanie z przedstawicielami UWM w Olsztynie w Twojej szkole	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
wizyta w UWM w Olsztynie podczas Dnia Otwartego	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
inne wizyty w UWM w Olsztynie	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
targi edukacyjne	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kortowiada	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salon maturzystów organizowany przez „Perspektywy”	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inne wydarzenia odbywające się w Kortowie	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. W jakim stopniu miejsce i atmosfera studiowania wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie?

[pytanie skalujące]

	brak wpływu	mały wpływ	trudno powiedzieć	duży wpływ	decydujący wpływ
atrakcyjność miasteczka akademickiego w Kortowie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
uczelnia znajduje się w pobliżu Twojego miejsca zamieszkania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość zamieszkania w akademiku na terenie kampusu uniwersyteckiego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
niski koszt utrzymania/życia w Olsztynie w porównaniu np. do Warszawy, czy Gdańska	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
przyjazna atmosfera studiowania w UWM w Olsztynie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość trenowania w akademickich klubach sportowych (np. żeglarski, pływacki, tuczników, turystyczny)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
możliwość rozwoju pasji artystycznych (np. akademicki teatr, chór, orkiestra, Zespół Pieśni i Tańca Kortowo, agencja fotograficzna)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjność miasta Olsztyn – kulturalna i rozrywkowa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjność miasta Olsztyn – perspektywa podjęcia pracy zawodowej w trakcie i po studiach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
atrakcyjność miasta Olsztyn – walory krajobrazowe (jeziora, lasy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	brak wpływu	mały wpływ	trudno powiedzieć	duży wpływ	decydujący wpływ
uczelnia znajduje się daleko od Twojego miejsca zamieszkania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. W jakim stopniu opinie wpłynęły na Twój wybór studiów w UWM w Olsztynie?

[pytanie skalujące]

	brak wpływu	mały wpływ	trudno powiedzieć	duży wpływ	decydujący wpływ
strony internetowe z opiniami o uczelniach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ranking Uczelni Akademickich „Perspektywy”	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
renoma uczelni wśród pracodawców	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
opinie znajomych, przyjaciół	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
opinie rodziny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
wybór studiów w UWM w Olsztynie przez znajomych, przyjaciół	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
opinie nauczycieli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
opinie doradców zawodowych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kierunek na którym studiuję w UWM w Olsztynie ma bardzo dobre opinie w kraju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Dlaczego studiujesz na wybranym kierunku?

(zaznacz jedną lub więcej odpowiedzi)

[pytanie półotwarte wielokrotnego wyboru]

- atrakcyjny program studiów
- własne zainteresowania
- chęć zdobycia wiedzy z danej dziedziny
- tradycje rodzinne
- prestiż, renoma zawodu
- perspektywa wysokich zarobków i atrakcyjnej pracy
- łatwo się dostać
- perspektywa otrzymania stypendium
- możliwość odbycia atrakcyjnej praktyki zawodowej
- atrakcyjne wyposażenie pracowni i laboratoriów
- nie dostałam/dostałam się na wymarzony kierunek
- pozytywne opinie znajomych
- fachowa kadra dydaktyczna
- możliwość łączenia nauki z pracą
- zaspokojenie aspiracji rodziców
- przypadek
- inne

10. Czy kierunek, na którym obecnie studiujesz, był dla Ciebie kierunkiem:

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- pierwszego wyboru
- drugiego wyboru
- trzeciego wyboru
- dalszego wyboru

11. Jeśli kierunek, na którym studiujesz, nie był dla Ciebie kierunkiem pierwszego wyboru, to jakie czynniki spowodowały, że na nim studiujesz?

(zaznacz jedną lub więcej odpowiedzi)

[pytanie półotwarte wielokrotnego wyboru]

- nie dostałam/nie dostałam się na kierunek pierwszego/drugiego wyboru, ale zamierzam kontynuować podjęte studia
- nie dostałam/nie dostałam się na kierunek pierwszego/drugiego wyboru i mam zamiar w przyszłości zmienić studia
- kwestie finansowe
- kwestie rodzinne
- zmieniłam/zmieniłem zdanie
- dobra praca/wysokie zarobki
- inne

12. Jak oceniasz poszczególne elementy procesu rekrutacji/jakość obsługi podczas rekrutacji na studia?
(ocień każdy czynnik w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najstabszą, a 5 ocenę najlepszą)

[pytanie skalujące]

	1	2	3	4	5	Nie korzystałem/ Nie korzystałam
ogólna dostępność informacji o ofercie UWM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
strona rekrutacja.uwm.edu.pl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
system Internetowej Rejestracji Kandydatów (IRK)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
obsługa telefonicznej infolinii rekrutacyjnej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lokalizacja stacjonarnego Punktu Obsługi Kandydata w Bibliotece Uniwersyteckiej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sprawność obsługi w Punkcie Obsługi Kandydata	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
czas oczekiwania na obsługę w Punkcie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kompetencje osób obsługujących	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
godziny otwarcia Punktu Obsługi Kandydata	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. W której turze rekrutacji na studia w UWM w Olsztynie zostały złożone przez Ciebie dokumenty aplikacyjne?

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- I tura rekrutacji (czerwiec-lipiec 2024)
- II/III tura rekrutacji (wrzesień 2024)

**14. Jakie są Twoje oczekiwania wobec studiów rozpoczętych w UWM w Olsztynie?
(zaznacz jedną lub więcej odpowiedzi)**

[pytanie półotwarte wielokrotnego wyboru]

- rozwinięcie posiadanych umiejętności
- nabycie nowych umiejętności
- podwyższenie kwalifikacji
- nabycie umiejętności praktycznych zgodnych z kierunkiem studiów
- możliwość łączenia studiów z pracą
- nawiązanie nowych znajomości
- możliwości rozwoju osobistego
- udział w ciekawych zajęciach
- udział w ciekawych projektach i wyjazdach w ramach programów wymiany studenckiej
- przygotowanie do zawodu/możliwość podjęcia atrakcyjnej pracy
- możliwość wyjazdu za granicę (np. staże studenckie, wymiana studencka)
- odczuwanie dumy z powodu studiowania w UWM w Olsztynie
- inne

METRYCZKA

15. Płeć

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- kobieta
- mężczyzna
- nie chcę udzielać odpowiedzi

16. Kraj pochodzenia

[pytanie półotwarte jednokrotnego wyboru]

- Polska
- inne

17. Województwo

(wybierz odpowiedź) /lista rozwijana/

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- dolnośląskie
- kujawsko-pomorskie
- lubelskie
- lubuskie
- łódzkie
- małopolskie
- mazowieckie
- opolskie
- podkarpackie
- podlaskie
- pomorskie
- śląskie
- świętokrzyskie
- warmińsko-mazurskie
- wielkopolskie
- zachodniopomorskie

18. Miejscowość:

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- wieś
- miasto do 50 tys. mieszkańców
- miasto od 50 tys. mieszkańców do 150 tys. mieszkańców
- miasto od 150 tys. mieszkańców do 500 tys. mieszkańców
- miasto powyżej 500 tys. Mieszkańców

19. Podaj nazwę miejscowości, z której pochodzisz:

Wprowadź odpowiedź

[pytanie otwarte]

20. Jaką szkołę średnią ukończyłaś/ukończyłeś?

[pytanie półotwarte jednokrotnego wyboru]

- liceum ogólnokształcące
- technikum
- szkoła branżowa II stopnia
- inna

21. Na jakim kierunku w UWM w Olsztynie studiujesz?

Wybierz odpowiedź: /lista rozwijana/

[pytanie zamknięte jednokrotnego wyboru]

- Administracja (Filia w Ełku)
- Administracja (WPiA)
- Analityka i zarządzanie publiczne (WNS)
- Analiza i kreowanie trendów (WH)
- Architektura krajobrazu (WRiL)
- Bezpieczeństwo i certyfikacja żywności (WNoŻ)
- Bezpieczeństwo narodowe (WNS)
- Bezpieczeństwo wewnętrzne (WPiA Olsztyn)
- Bezpieczeństwo wewnętrzne (Filia w Ełku)
- Biologia (WBiB)
- Biotechnologia (WBiB)
- Budownictwo (WG)
- Chemia (WRiL)
- Dietetyka (SZP)
- Doradztwo podatkowe (WPiA)
- Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (WH)
- Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej (WS)
- Ekonomia (WNE)
- Energetyka (WNT)
- Filologia angielska (WH)
- Filologia angielska w zakresie nauczania języka (WH)
- Filologia germańska (WH)
- Filologia polska (WH)
- Filologia rosyjska (WH)
- Filozofia (WH)
- Fizjoterapia (SZP)
- Gastronomia - sztuka kulinarna (WNoŻ)
- Geodezja i kartografia (WG)
- Geoinformatyka (WG)
- Gospodarka przestrzenna (WG)
- Historia (WH)
- Ichtiologia i akwakultura (WBZ)
- Informatyka (WMiI)

- Inżynieria środowiska (WG)
- Inżynieria w logistyce (WNT)
- Kierunek lekarski (WL)
- Kryminologia (WPiA)
- Leśnictwo (WRiL)
- Lingwistyka w biznesie (WH)
- Logistyka (WNE)
- Logopedia (WH)
- Matematyka (WMil)
- Mechanika i budowa maszyn (WNT)
- Mechatronika (WNT)
- Mikrobiologia (WBiB)
- Nauki o rodzinie (WT)
- Ochrona środowiska (WRiL)
- Pedagogika (WNS)
- Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna (Filia w Etku)
- Pedagogika przedszkolna i wczesnoszkolna (WNS)
- Pedagogika specjalna (WNS)
- Pielęgniarstwo (Filia w Etku)
- Pielęgniarstwo (SZP w Olsztynie)
- Politologia i stosunki międzynarodowe (WNS)
- Położnictwo (SZP)
- Praca socjalna (WNS)
- Prawo (WPiA)
- Produkcja muzyczna i realizacja dźwięku (WS)
- Psychologia (WNS)
- Ratownictwo medyczne (SZP)
- Rolnictwo (WRiL)
- Socjologia (WNS)
- Sztuki wizualne (WS)
- Technologia żywności i żywienie człowieka (WNoŻ)
- Teologia (WT)
- Turystyka i rekreacja (WG)
- Weterynaria (WMW)
- Zarządzanie (WNE)
- Zarządzanie i inżynieria produkcji (WNE)
- Zootechnika (WBZ)
- Zwierzęta w rekreacji, edukacji i terapii (WBZ)