

dr **Marcin Choczyński**

Instytut Nauk Socjologicznych UKSW

Zespół ds. Badań Jakości Kształcenia

## **Raport z badania ankietowego kandydatów na studia w UKSW 2024**

Rekrutacja na studia jest tym społecznym działaniem, które powinno być szczególnie monitorowane przez władze każdej uczelni – przede wszystkim z uwagi na wiedzę dotyczącą potencjalnych przyszłych studentów i ich określone preferencje. Pragnienie poznania tego typu uwarunkowań stało się celem projektu (założenia) badawczego obejmującego właśnie meandry tematyki rekrutacyjnej, a ściślej rzecz biorąc wyborów w zakresie edukacji akademickiej, które podejmują kandydaci – maturzyści tegorocznici i z lat ubiegłych. Składanie przez owych kandydatów aplikacji na kierunki studiów oferowane przez Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie w lipcu 2024 r. doczekało się więc stosownego badania socjologicznego (metoda: ilościowa, technika: sondaż CAWI, narzędzie: elektroniczny kwestionariusz ankiety), które zostało opracowane i wdrożone przez Zespół ds. Badań Jakości Kształcenia UKSW. Dzięki temu możemy poznać główne motywy wyborów rekrutacyjnych kandydatów i okoliczności w jakich się one się dokonują.

Badanie objęło sporą liczebnie próbę  $N = 6412$  respondentów zróżnicowanych ze względu na płeć (kobiety – 64,4%, mężczyźni – 35,6%) oraz kraj obywatelstwa. W tym drugim rodzaju zróżnicowania widać zdecydowaną przewagę osób deklarujących się jako Polacy – 97,2%, natomiast jedynie 99 osób (1,5%) zadeklarowało narodowość ukraińską, 64 (1%) białoruską, 5 rosyjską a 3 kazachską, ponadto były też pojedyncze deklaracje narodowości algierskiej, etiopskiej, kameruńskiej, kirgiskiej, litewskiej, słowackiej, tureckiej, i wietnamskiej. *Survey* został przeprowadzony w czasie trwania I tury rekrutacji po zakończeniu letniej sesji egzaminacyjnej w lipcu 2024 r. Z danych przedstawionych na stronie internetowej uczelni wynika, że owa lipcowa rekrutacja cieszyła się dużym zainteresowaniem, a „chęć studiowania na UKSW zgłosiło ponad 15000 osób”<sup>1</sup>. Zatem próba badawcza wyniosła w przybliżeniu 42,7% osób zainteresowanych studiowaniem na naszej uczelni.

Kwestionariusz ankiety internetowej składał się z czterech pytań dotyczących w kolejności: (1) źródeł pozyskiwanych informacji o kierunkach i uczelni; (2) motywów

---

<sup>1</sup> Wyniki rekrutacji na UKSW (22.07.2024), źródło: <https://uksw.edu.pl/wyniki-rekrutacji-na-uksw-2/> dostęp: 01.08.2024.

dotyczących tego, czym kierowali się kandydaci na studia dokonując wyboru UKSW; (3) pierwszeństwa wyboru naszej uczelni; (4) oczekiwań w stosunku do studiów na UKSW<sup>2</sup>. Co istotne, tego typu informacje pozwolą na przybliżenie charakterystyki kandydatów w momencie pierwszego „wejścia” na uczelnię, zetknięcia się z jej specyfiką. Pozwolą również na zweryfikowanie dotychczas podejmowanych działań w zakresie promocji rekrutacji.

W pytaniu pierwszym respondenci podawali źródła uzyskiwanych informacji. Okazało się, że najczęściej czerpali wiedzę od rodziców/znajomych (57,1%) a następnie ze stron internetowych w domenie uksw – uczelni/wydziałów/institutów (36,7%). Nieco więcej, niż co dziesiąty z badanych wskazał na serwisy społecznościowe, np. Facebook, Instagram, TikTok (14,8%). Natomiast zdecydowanie mniejszą popularnością cieszyły się takie formy, jak: internetowe fora dyskusyjne i specjalistyczne zewnętrzne serwisy internetowe dla kandydatów – np. Perspektywy (10,7%), wcześniejsze studiowanie na UKSW i doświadczenia wyniesione z uczelni (7,6%), Dzień Otwarty (7,3%), reklama prasowa, radiowa (2,4%), targi edukacyjne, salony maturzystów (2,3%), inne odpowiedzi spoza proponowanych możliwości (2,1%), prezentacja Uczelni w szkole, spotkania z przedstawicielami uczelni w klasach (0,9%).

Spośród odpowiedzi pośrednich – niejako „doprecyzowujących” nazwy lub miejsca odbywających się targów edukacyjnych i salonów maturzystów – przeważały warszawskie lokalizacje: EXPO, Pałac Kultury i Nauki, Politechnika Warszawska, Uniwersytet Warszawski, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego. Warto tutaj dodać, że „zajęcia na uczelni UKSW z doświadczeń chemicznych jak i z biologii i antropologii w ramach zajęć szkolnych” wskazała tylko jedna osoba. Natomiast w komentarzach dotyczących prezentacji UKSW w macierzystych szkołach średnich (w zdecydowanej większości liceach ogólnokształcących) pojawiały się najczęściej placówki: I LO im. Wacława Nałkowskiego w Wołominie, Katolickie LO im. bł. Bronisława Markiewicza w Markach, LO im. Marii Konopnickiej w Legionowie, Publiczne LO im. bł. ks. Romana Archutowskiego w Warszawie, XL LO z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Stefana Żeromskiego w Warszawie, VII LO im. Juliusza Słowackiego w Warszawie, XVIII LO im. Jana Zamoyskiego w Warszawie.

Przechodząc do zróżnicowania ze względu na płeć należy zaakcentować, że nie było tam znacznych zmian w stosunku do wartości ogólnych. Kobiety prezentowały swoje odpowiedzi w kolejności: wiedza od rodziców/znajomych (56,1%), strony internetowe w domenie uksw – uczelni/wydziałów/institutów (38,2%), serwisy społecznościowe,

---

<sup>2</sup> Warto już w tym miejscu zaznaczyć, że pytania: pierwsze, drugie i czwarte charakteryzowały się możliwością wielokrotnego wyboru odpowiedzi (max. 3), stąd też suma procentowych odpowiedzi przekracza w analizie danych 100%.

np. Facebook, Instagram, TikTok (16,1%), internetowe fora dyskusyjne i specjalistyczne zewnętrzne serwisy internetowe dla kandydatów np. Perspektywy (10,3%), Dzień Otwarty (7,5%), wcześniejsze studiowanie (6,9%), targi edukacyjne, salony maturzystów (2,6%), reklama radiowa, prasowa (1,9%), inne odpowiedzi spoza proponowanych możliwości (1,8%), prezentacja Uczelni w szkole, spotkania z przedstawicielami uczelni w klasach (0,9%). Natomiast mężczyźni wskazywali odpowiednio: wiedza od rodziców/znajomych (59,1%), strony internetowe w domenie uksw – uczelni/wydziałów/institutów (34,1%), serwisy społecznościowe, np. Facebook, Instagram, TikTok (12,7%), internetowe fora dyskusyjne i specjalistyczne zewnętrzne serwisy internetowe dla kandydatów, np. Perspektywy (11,3%), wcześniejsze studiowanie (8,9%), Dzień Otwarty (6,9%), reklama radiowa, prasowa (3,2%), inne odpowiedzi spoza proponowanych możliwości (2,6%), targi edukacyjne, salony maturzystów (1,7%), prezentacja Uczelni w szkole, spotkania z przedstawicielami uczelni w klasach (0,8%). Kolejność niektórych odpowiedzi jest różna, ale są to raczej przypadki mniejszej wybieralności, widać ponadto, że kobiety i mężczyźni wskazują takie same najważniejsze źródła informacji.

Drugie pytanie odnośnie tego, czym konkretnie kierowali się kandydaci wybierając studia na UKSW, przyniosło następujące odpowiedzi – najczęściej wskazywano na szeroki wybór kierunków i specjalności (42,8%), poziom kształcenia (34,6%), lokalizację uczelni (33,1%) oraz opinię rodziny/znajomych (32,1%) i profesjonalizm kadry (24,8%). Zdecydowanie mniej wskazań miały natomiast stwierdzenia dotyczące: doświadczenia i tradycji uczelni (17,6%), informacji o UKSW w mediach (10,6%), kryteriów selekcji kandydatów (5,2%), niepowodzenia w dostaniu się na inną uczelnię/kierunek (2,9%), traktowania UKSW jako rozwiązania tymczasowego (1,6%) oraz innych, niewymienionych w kafeterii powodów (1,4%).

Spośród wypowiedzi w formie eseju, które rozszerzają optykę powodów studiowania na UKSW, można wspomnieć takie referencje, jak: udział w olimpiadach przedmiotowych odbywających się na uczelni, bycie uczniem LO funkcjonującego przy kampusie zlokalizowanym na ul. Dewajtis, rekomendacje od innych studentów, nauczycieli w szkołach średnich, obserwacja kanałów w serwisie YouTube, które prowadzą osoby związane z UKSW, osobiste zamieszkiwanie blisko (w sąsiedztwie) uczelni lub zamieszkiwanie blisko uczelni członków rodziny albo znajomych, ogólne dobre opinie o UKSW, wycieczki. Kandydaci precyzowali także, że wybierają UKSW ze względu na: chęć studiowania konkretnego kierunku, katolicki charakter uczelni (katolickie wartości), osobistą znajomość uczelni (to podkreślali badani deklarujący się jako nasi studenci).

Wypowiedzi zarówno kobiet, jak i mężczyzn, korespondowały z odpowiedziami ogólnymi. Płeć piękna wymieniła w kolejności: szeroki wybór kierunków i specjalności (46,1%), poziom kształcenia (35,2%) oraz opinię rodziny/znajomych (31,9%), lokalizację uczelni (31,3%) i profesjonalizm kadry (24,6%). Zdecydowanie mniej wskazań miały natomiast stwierdzenia dotyczące: doświadczenia i tradycji uczelni (16,9%), informacji o UKSW w mediach (11,2%), kryteriów selekcji kandydatów (5%), niepowodzenia w dostaniu się na inną uczelnię/kierunek (2,5%), traktowania UKSW jako rozwiązania tymczasowego (1,4%) oraz innych, niewymienionych w kafeterii powodów (1,2%). Analogicznie mężczyźni wskazywali: szeroki wybór kierunków i specjalności (36,9%), lokalizację uczelni (36,4%), poziom kształcenia (33,6%) oraz opinię rodziny/znajomych (32,5%), i profesjonalizm kadry (25,2%). Zdecydowanie mniej wskazań miały natomiast stwierdzenia dotyczące: doświadczenia i tradycji uczelni (18,8%), informacji o UKSW w mediach (9,5%), kryteriów selekcji kandydatów (5,6%), niepowodzenia w dostaniu się na inną uczelnię/kierunek (3,7%), traktowania UKSW jako rozwiązania tymczasowego (1,9%) oraz innych, niewymienionych w kafeterii powodów (1,7%). W tym przypadku również nie stwierdzono wyraźnie zarysowanych różnic.

Dużym zaskoczeniem okazały się odpowiedzi na pytanie trzecie, które dotyczyło pierwszeństwa wyboru UKSW spośród innych uczelni. Okazało się, że aż 77,7% respondentów odpowiedziało na nie twierdząco, a 22,3% zaprzeczyło. Wynika z tego, że dla ponad  $\frac{3}{4}$  ankietowanych UKSW jest uczelnią pierwszego wyboru, co należy przyjąć z zadowoleniem i wdzięcznością. Kobiety wybrały odpowiedź TAK w 79,2% przypadków, natomiast mężczyźni w 75%. W warunkach ostrej konkurencji akademickiej w Warszawie odpowiedzi te stanowią istotne *novum* i tym bardziej ciekawie zapowiada się kontynuowanie tego zagadnienia badawczego w przyszłości. Być może uda się tu wyodrębnić jakąś tendencję.

Ostatnie – czwarte – pytanie dotyczyło oczekiwań od studiów odbywanych na UKSW. Respondenci wskazywali na kolejno: zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie wybranego kierunku studiów (82,7%), program studiów dostosowanego do potrzeb rynku pracy i interesujących praktyk zawodowych (53,2%). Mniejszą wagę odniesiono natomiast do: kontaktów z profesjonalną kadrami naukowo-dydaktyczną (29,5%), możliwości realizacji zainteresowań naukowo-badawczych (27,9%), poznania nowych ludzi o podobnych do badanego/badanej zainteresowaniach (25,8%), możliwości zdobycia dodatkowych uprawnień zawodowych – takich, jak: kursy, specjalizacje (18,1%), odbywania studiów w środowisku osób, które cenią wartości chrześcijańskie (10%) oraz prestiżu (3,3%).

W rozróżnieniu na płeć respondentów otrzymano natomiast znów podobne rozkłady odpowiedzi. Kobiety wskazały w kolejności na: zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie wybranego kierunku studiów (84,9%), program studiów dostosowanego do potrzeb rynku pracy i interesujących praktyk zawodowych (54,2%). Podobnie mniejszą wagę kobiety odnosiły do: kontaktów z profesjonalną kadrami naukowo-dydaktyczną (29,1%), możliwości realizacji zainteresowań naukowo-badawczych (27,7%), poznania nowych ludzi o podobnych do badanego/badanej zainteresowaniach (25,6%), możliwości zdobycia dodatkowych uprawnień zawodowych – takich, jak: kursy, specjalizacje (19,3%), odbywania studiów w środowisku osób, które cenią wartości chrześcijańskie (8,8%) oraz prestiżu (2,6%). Mężczyźni natomiast akcentowali zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie wybranego kierunku studiów (78,8%), program studiów dostosowanego do potrzeb rynku pracy i interesujących praktyk zawodowych (51,4%). Mniejszą wagę płeć męska przywiązywała do: kontaktów z profesjonalną kadrami naukowo-dydaktyczną (30,1%), możliwości realizacji zainteresowań naukowo-badawczych (28,2%), poznania nowych ludzi o podobnych do badanego/badanej zainteresowaniach (26,2%), możliwości zdobycia dodatkowych uprawnień zawodowych – takich, jak: kursy, specjalizacje (16%), odbywania studiów w środowisku osób, które cenią wartości chrześcijańskie (12,1%) oraz prestiżu (4,5%).

### **Konkluzja**

Widać wyraźnie, że obszarami najbardziej „cennymi” w rekrutacji na studia na UKSW są z jednej strony ogólne pozytywne opinie o uczelni a także dobra jakościowo dydaktyka, która uwzględnia wiele czynników: rynkowe zapotrzebowanie, konkurencyjność wobec programów studiów innych uczelni oraz wysoki stopień zaawansowania kadry naukowej – specjalistów uznanych w swoich dziedzinach. Zastanawiać może nie aż tak istotna (choć w sumie jednak zauważalna) ranga uczelnianych social mediów i promocja UKSW w sieci, tak samo promocja stacjonarna – w formule dni otwartych czy też udziału w imprezach promocyjnych, takich jak np. salony maturzystów. Zaskoczeniem jest natomiast wysokie pozycjonowanie „tradycyjnych” form internetowych – przede wszystkim oficjalnej strony uczelni. Powzięte w ostatnim czasie działania mające na celu zasadniczą przebudowę stron w domenie uksw należy więc pozytywnie ocenić jako krok bardzo pozytywny i jednocześnie pro-rozwojowy, dlatego też trzeba ze szczególnym pietyzmem o te zmodyfikowane strony dbać, gdyż są rzeczywistą wizytówką uczelni (aktualność informacji, brak edycyjnych błędów, zamieszczanie możliwie najbardziej pełnych informacji o specyfice studiowania i uczelnianych procedur).

Biorąc pod uwagę zróżnicowanie według płci można orzec, że zdarzają się niezwykle drobne (a nawet subtelne) różnice w odpowiedziach, ale nie na tyle istotne, aby mówić o zupełnie innym typie wskazań. Odpowiedzi kobiet i mężczyzn są zatem praktycznie tożsame ze zdaniem ogółu respondentów. To też pokazuje, że profil studiowania jest dla kobiet i mężczyzn tożsamy, a liczą się w nim przede wszystkim nabyte kompetencje.

Ze zgromadzonego materiału może płynąć jeden niezwykle pozytywny wniosek – UKSW powoli zaczyna być marką akademicką na tyle rozpoznawalną i cenioną, że promocja własna uczelni w zasadzie nie odgrywa już pierwszorzędowej roli (choć nadal powinna istnieć, tak jak na innych, „dobrych”, „państwowych” uniwersytetach). Kandydaci sami poszukują informacji o naszej uczelni i są nią zainteresowani. A to wszystko zasługa dotychczasowych działań podnoszących prestiż i obraz UKSW jako uczelni „poważnej” i oferującej konkretne możliwości rynkowe, która nie musi (nie powinna?) już tak wielkiej wagi przywiązywać do „autopromocji”.