

2017



Raport z ankiety **WAŻNE DECYZJE WYBÓR SZKOŁY**

Dane z roku szkolnego 2016/2017

Bogdan Kruszakin

*W planowaniu działań
marketingowych placówki oświatowej
istotne jest poznanie zasad
funkcjonowania rynku edukacyjnego.*

*W podejmowaniu decyzji
należy kierować się głównie
„informacjami z przyszłości”,
czyli wiarygodnymi prognozami.*

ORE

Raport z ankiety

WAŻNE DECYZJE WYBÓR SZKOŁY

Dane z roku szkolnego 2016/2017

Bogdan Kruszakin

**Ośrodek Rozwoju Edukacji
Wydział Edukacji dla Rynku Pracy
Warszawa 2017**

Redakcja merytoryczna
Bogdan Kruszakin

Redakcja językowa i korekta
Elżbieta Gorazińska

Projekt okładki
Bogdan Kruszakin

Redakcja techniczna, graficzna i skład
Bogdan Kruszakin, Wojciech Romerowicz

Ilustracje
Bogdan Kruszakin
© Trueffelpix/Fotolia.com

© Copyright by Ośrodek Rozwoju Edukacji
Warszawa 2017

ISBN: 978-83-65450-93-7

Opracowanie przeznaczone dla doradców zawodowych i osób zajmujących się marketingiem edukacyjnym w szkołach. Może służyć jako materiał pomocniczy dla uczestników kursu *Marketing edukacyjny*.

Ośrodek Rozwoju Edukacji
Aleje Ujazdowskie 28
00-478 Warszawa
www.ore.edu.pl

Spis treści

I. <i>Ważne decyzje – wybór szkoły</i> , edycja 3. 2017	4
Opis badania	5
Cel opracowania	5
Okres zbierania danych	5
Sposoby pozyskiwania informacji	5
Źródła informacji	6
Obszar badań	6
II. Wyniki ankiety <i>Ważne decyzje – wybór szkoły</i> 2017	7
1. Ankieta	7
2. Charakterystyka uczestników ankiety	7
Województwo	7
Reprezentowana forma kształcenia	8
Wiek (klasa) respondentów	9
3. Źródła informacji o szkole	11
Zestawienie wypowiedzi – wskazań źródeł informacji o szkole	11
Zbiorcze zestawienie źródeł informacji o szkole	14
Źródła informacji o szkole – zestawienie wyników ankiet z lat 2015–2017	15
4. Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły średniej/ponadgimnazjalnej ..	16
Zbiorcze zestawienie przyczyn wpływających na informacje o szkole	20
Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły – zestawienie wyników ankiet z lat 2015–2017	21
5. Czynniki decydujący o wyborze szkoły	22
Zestawienie wypowiedzi ze wskazaniem głównego czynnika decydującego o wyborze szkoły	22
Czynnik decydującego o wyborze szkoły – zestawienie zbiorcze	26
Czynnik decydujący o wyborze szkoły – zestawienie wyników ankiet z lat 2015–2017... ..	27
6. Osoby podejmujące decyzje o wyborze szkoły w latach 2016–2017	28
III. Podsumowanie	30
Kwestionariusz <i>Ważne decyzje – wybór szkoły</i>	31
Edukacyjne Przestrzenie Wirtualne – NAUKA ZAWODU	31
Załącznik ANKIETA WAŻNE DECYZJE – WYBÓR SZKOŁY 2017	32
Spis wykresów	34
Spis tabel	34
Bibliografia i netografia	35

I. Ważne decyzje – wybór szkoły, edycja 3. 2017

W planowaniu działań marketingowych placówki oświatowej oraz przy podejmowaniu optymalnych decyzji w tym zakresie niezbędne jest poznanie zasad funkcjonowania rynku edukacyjnego. Podejmując decyzję, **należy kierować się głównie „informacjami z przyszłości”, czyli wiarygodnymi prognozami – trendami**. Planowanie i podejmowanie decyzji warto wspomagać badaniami rynku edukacyjnego.

W ramach sieci wsparcia NAUKA ZAWODU, wspólnie z uczestnikami kursu *Marketing edukacyjny w kształceniu zawodowym*, przeprowadzono badanie rynku na temat decyzji uczniów o wyborze szkoły ponadgimnazjalnej. W tym celu już po raz trzeci wykorzystano ankietę *Ważne decyzje – wybór szkoły* i na tej podstawie przygotowano raport. Dokument zawiera aktualne dane dotyczące źródeł informacji i przyczyn, którymi kierowali się objęci badaniem uczniowie i absolwenci w trakcie podejmowania decyzji o wyborze ścieżki kształcenia. Raport wskazuje też osoby, które decydują o wyborze szkoły.

W opracowaniu, przy każdym z pytań, zostały przedstawione szczegółowe dane związane z uzyskanymi odpowiedziami. Dodatkowo odpowiedzi zestawiono w 7 tematycznych grupach, zawierających pokrewne informacje. Wyniki są zaprezentowane w formach tabelarycznej oraz graficznej.

W raporcie zrezygnowano z ocen i komentarzy do wyników badań, odwołując się do późniejszych opinii czytelników i uczestników kolejnych edycji kursu *Marketing edukacyjny w kształceniu zawodowym*. Raport jest materiałem pomocniczym, przeznaczonym do prowadzenia ćwiczeń na tym kursie. Wyniki ankiety można też wykorzystać w planowaniu działań marketingowych, czyli do tworzenia strategii promocji szkoły.



Zachęcamy do komentowania wyników badania na forum dyskusyjnym Narzędziownia nauki zawodu, w sieci wsparcia NAUKA ZAWODU.

Forum dyskusyjne – Narzędziownia nauki zawodu
<http://moodle.ore.edu.pl/mod/forum/view.php?id=54>

NAUKA ZAWODU



Do szczegółowych analiz towarzyszących podejmowaniu decyzji marketingowych polecamy wykorzystanie wyników pierwszej i drugiej ankiety *Ważne decyzje – wybór szkoły* (przeprowadzonych w latach 2015 i 2016). Raporty z ankiet dostępne są po zalogowaniu się w sieci wsparcia NAUKA ZAWODU¹ (do zalogowania wymagane jest założenie bezpłatnego konta do platformy edukacyjnej ORE).

1 <http://moodle.ore.edu.pl/course/view.php?id=5>

Opis badania

W badaniu prowadzonym na terenie całego kraju od grudnia 2016 do marca 2017 roku zostały zebrane dane o źródłach informacji o szkołach oraz preferencjach uczniów/słuchaczy, dotyczące wyboru szkoły. Informacje te były uzyskiwane na podstawie ankiety *Ważne decyzje – wybór szkoły*. Badania prowadzili, na zasadzie dobrowolności, uczestnicy sieci wsparcia NAUKA ZAWODU oraz kursu *Marketing edukacyjny w kształceniu zawodowym*.

Wyniki badań były przekazywane elektronicznie, z wykorzystaniem kwestionariusza zamieszczonego na platformie edukacyjnej NAUKA ZAWODU. Każda wypowiedź respondenta wymagała indywidualnego wprowadzenia do kwestionariusza. Część ankiet została przesłana jako zapis elektroniczny lub w formie tradycyjnie wypełnionej ankiety. Uczestnictwo w badaniach było dobrowolne.

Cel opracowania

Celem ankiety i raportu było:


- wskazanie uczestnikom kursu *Marketing edukacyjny w kształceniu zawodowym* praktycznych sposobów uzyskiwania aktualnych źródeł informacji o szkołach i preferencjach osób zainteresowanych wyborem szkoły;
- poznanie źródeł informacji o szkole;
- uzyskanie informacji na temat preferencji uczniów i absolwentów w wyborze szkoły/ścieżki edukacyjnej;
- poznanie trendów towarzyszących podejmowaniu decyzji o wyborze ścieżki kształcenia w skali całego kraju;
- umożliwienie wykorzystania wyników ankiety w planowaniu działań marketingowych, czyli tworzeniu strategii szkoły w zakresie działań organizacyjnych oraz realizacji promocji;
- porównanie badań prowadzonych przez szkoły z wynikami próby badawczej w skali kraju;
- stworzenie punktu odniesienia do przyszłych badań dotyczących preferencji uczniów w celu wykorzystania ich w pracy szkoły oraz na szkoleniach związanych z marketingiem.

Okres zbierania danych

- Dane zostały zebrane w okresie od grudnia 2016 r. do marca 2017 r.
- Dane dotyczą stanu na dzień 10 kwietnia 2017 r. i uczniów/słuchaczy w roku szkolnym 2016/2017.

Sposoby pozyskiwania informacji

Ankieta została przeprowadzona na platformie Moodle:

- do bezpośredniego wprowadzania danych na platformę, z wykorzystaniem *Kwestionariusza*  *Ważne decyzje – wybór szkoły, edycja 3.*;
- do sporządzania zapisu badania, za pomocą:
 - » ankiety w formie poligraficznej,
 - » ankiety w pliku edytowalnym,
 - » ankiety w arkuszu kalkulacyjnym Excel.

Źródła informacji

Badanie zostało przeprowadzone na terenie całego kraju wśród uczniów i absolwentów szkół ponadgimnazjalnych. Prowadzili je nauczyciele pracujący lub wspierający szkoły – uczestnicy sieci wsparcia NAUKA ZAWODU oraz kursu *Marketing edukacyjny w kształceniu zawodowym*. Udział respondentów w badaniu był dobrowolny.

Obszar badań

Badaniem objęto 1792 uczniów i absolwentów z terenu 16 województw. Uczestnictwo w badaniach było dobrowolne. Spośród 1792 osób objętych badaniem 448 wypowiedzi zostało przesłanych za pomocą kwestionariusza zamieszczonego w sieci wsparcia NAUKA ZAWODU, a 1344 przekazano w zapisie elektronicznym oraz w formie tradycyjnie wypełnionej ankiety.

II. Wyniki ankiety Ważne decyzje – wybór szkoły 2017

1. Ankieta

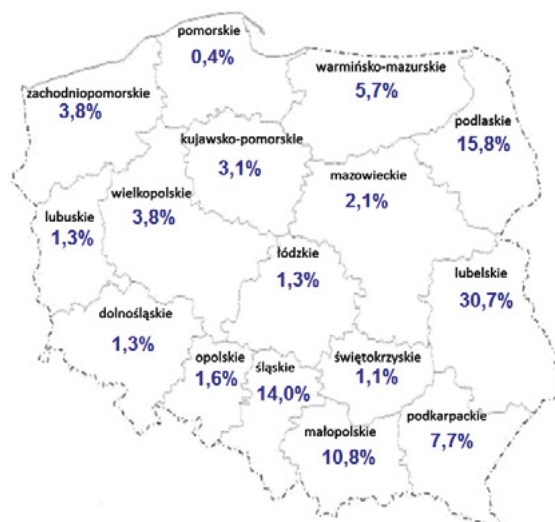
Ankieta *Ważne decyzje – wybór szkoły* została przeprowadzona już po raz trzeci i ma służyć do praktycznego poznania sposobów i metod uzyskiwania informacji, potrzebnych do planowania i organizacji działań marketingowych (promocji szkoły).

2. Charakterystyka uczestników ankiety

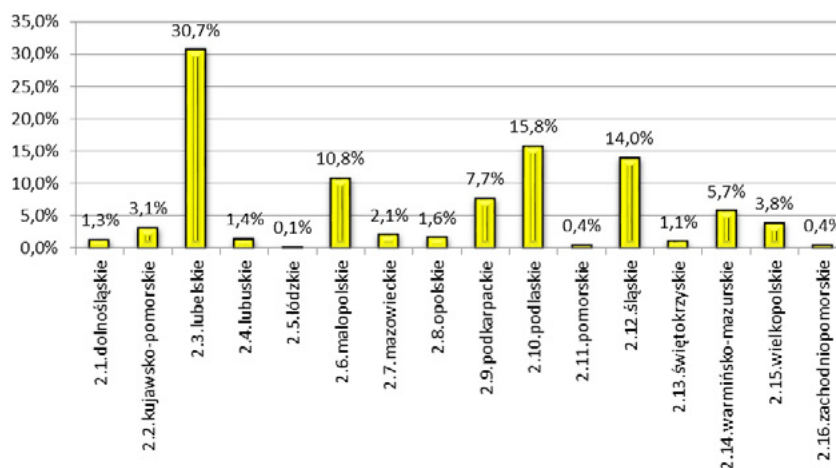
Województwo

W ankiecie uczestniczyło 1792 uczniów i absolwentów szkół ponadgimnazjalnych z 16 województw.

Schemat 1. Ankietowani na terenie województw (udział procentowy)



Wykres 1. Województwa, z których pochodziły osoby ankietowane (marzec 2017)



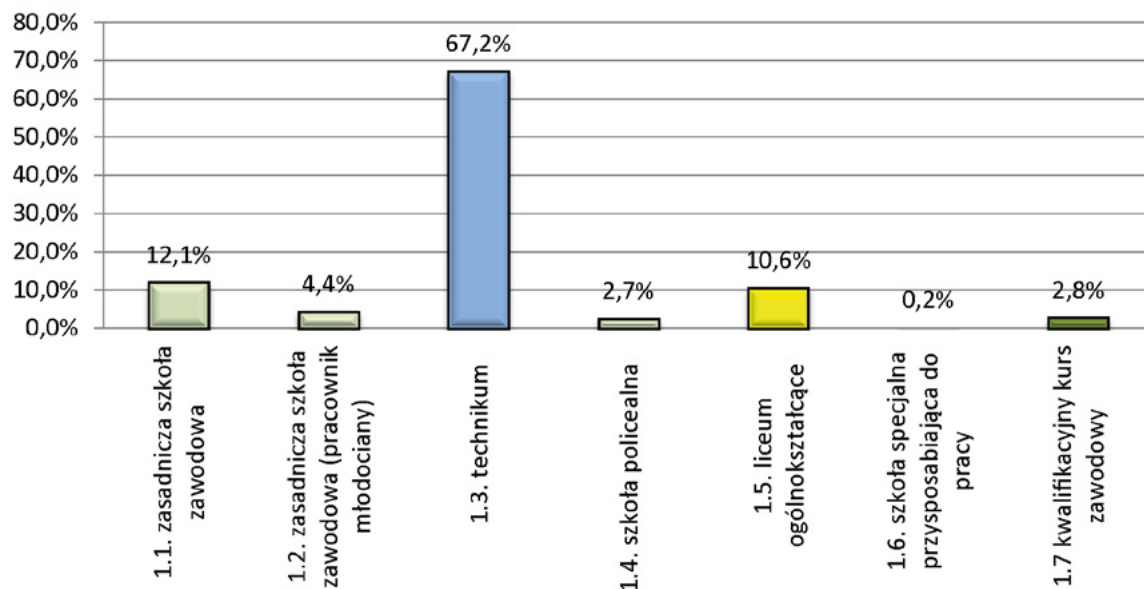
Reprezentowana forma kształcenia

Wśród osób, które udzieliły odpowiedzi, znaleźli się głównie uczniowie i słuchacze kształcący się w zawodzie. Dominującą grupę stanowili uczniowie technikum – 67,2 %. Mała liczba respondentów z liceum ogólnokształcącego spowodowała, że struktura badanych odbiega od struktury statystycznej uczniów uczących się w poszczególnych typach szkół.

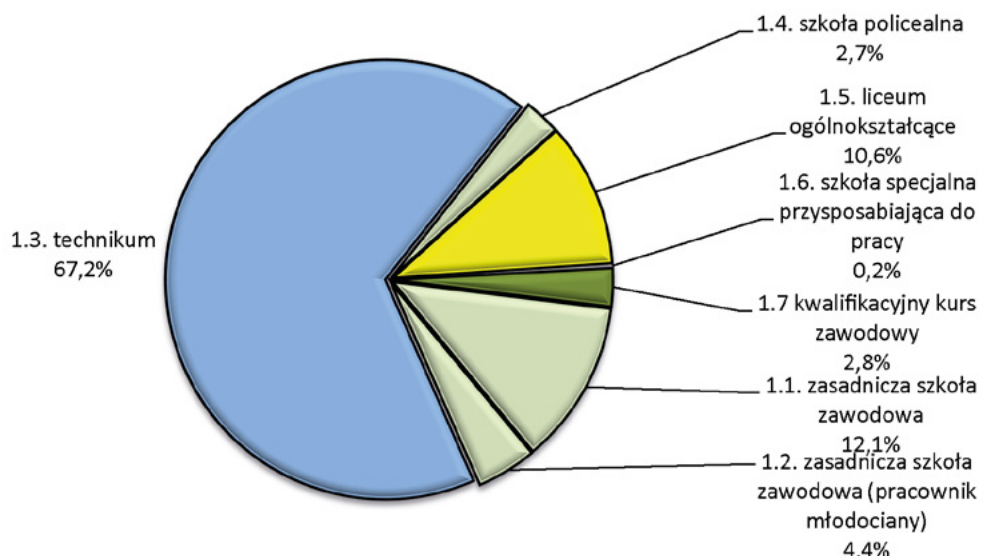
Tabela 1. Typy szkół, z których pochodzili respondenci

Reprezentowana forma kształcenia	Liczba	Udział procentowy
zasadnicza szkoła zawodowa	216	12,1%
zasadnicza szkoła zawodowa (nauka zawodu – pracownik młodociany)	79	4,4%
technikum	1205	67,2%
szkoła policealna	48	2,7%
liceum ogólnokształcące	190	10,6%
szkoła specjalna przysposabiająca do pracy	4	0,2%
kwalifikacyjny kurs zawodowy	50	2,8%

Wykres 2. Reprezentowana forma kształcenia (procentowo)



Wykres 3. Reprezentowana forma kształcenia (procentowo)



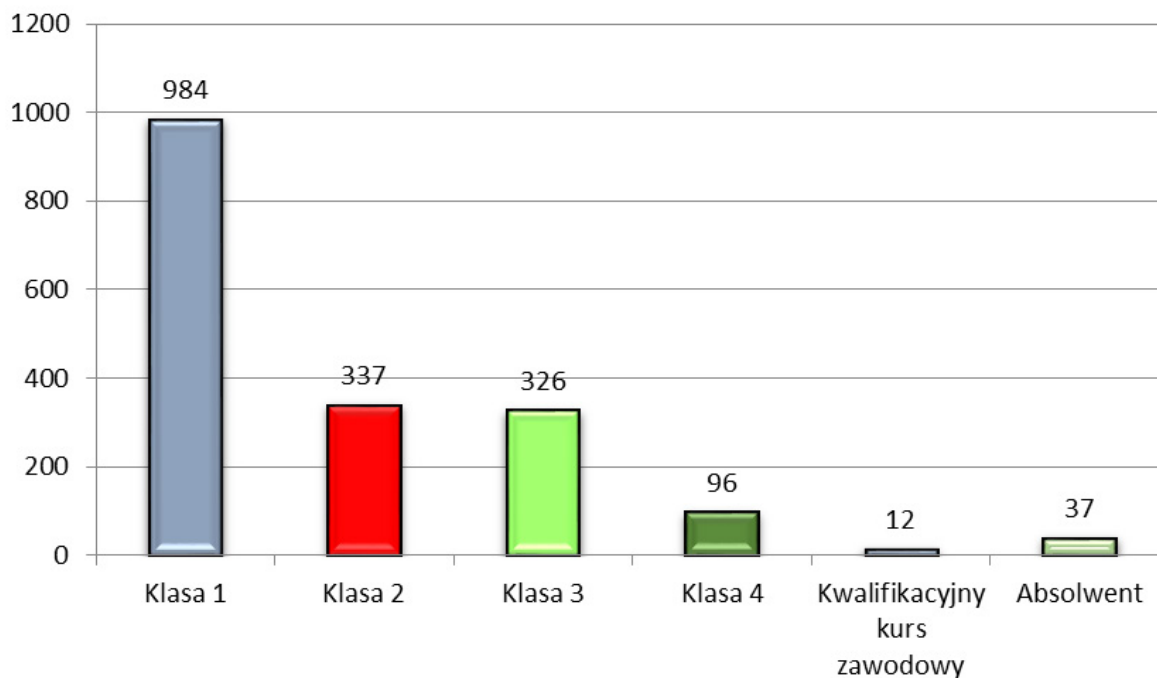
Wiek (klasa) respondentów

Wiek (klasę) respondentów odpowiadał proporcjom występującym w szkole. Uczniowie szkoły stanowili w badaniu 97 %.

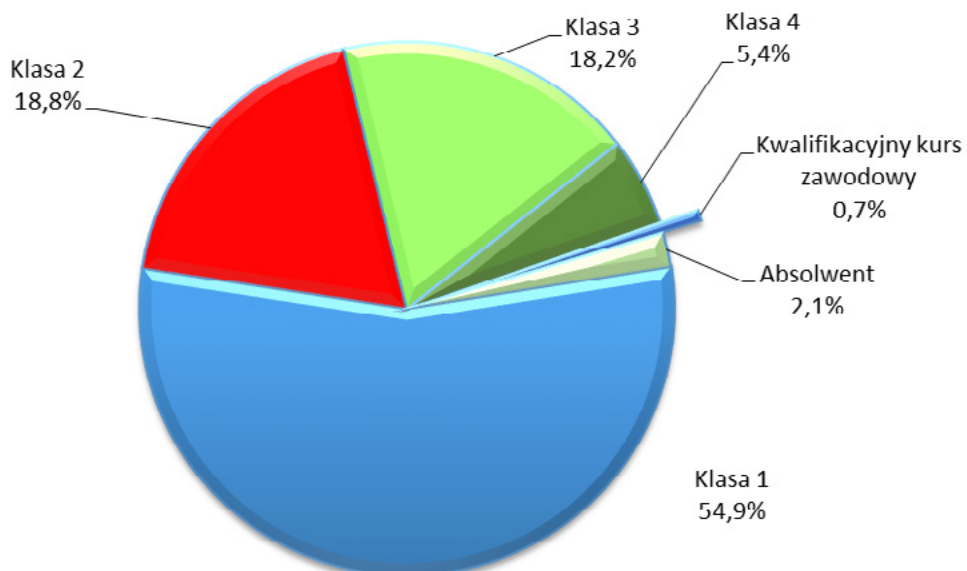
Tabela 2. Charakterystyka respondentów zgodnie z wiekiem uczniów

1- A. Jestem uczniem/słuchaczem/absolwentem	Liczba	Udział procentowy
Klasa 1	984	54,9%
Klasa 2	337	18,8%
Klasa 3	326	18,2%
Klasa 4	96	5,4%
Kwalifikacyjny kurs zawodowy	12	0,7%
Absolwent	37	2,1%
Razem	1797	100,0%

Wykres 4. Charakterystyka uczestników ankiety ze względu na wiek (klasę) w ujęciu ilościowym



Wykres 5. Charakterystyka uczestników ankiety ze względu na wiek (klasę) w ujęciu procentowym



3. Źródła informacji o szkole

Zestawienie wypowiedzi – wskazań źródeł informacji o szkole

3. Proszę podać, z jakich źródeł Pan/Pani uzyskała/a informację o szkole średniej/ponadgimnazjalnej.

(można wybrać dowolną liczbę odpowiedzi)

Dysponując dowolną liczbą odpowiedzi, każdy z ankietowanych wskazał średnio 3,31 źródeł informacji.

(liczba osób, która udzieliła odpowiedzi na to pytanie: 1792)

W przeprowadzonych badaniach respondenci wskazywali na kolegów jako główne źródło informacji o szkole – 14,6%, internet – 10,7%, opinie uczniów uczących się w szkole – 10,5%.

Tabela 3. Źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej

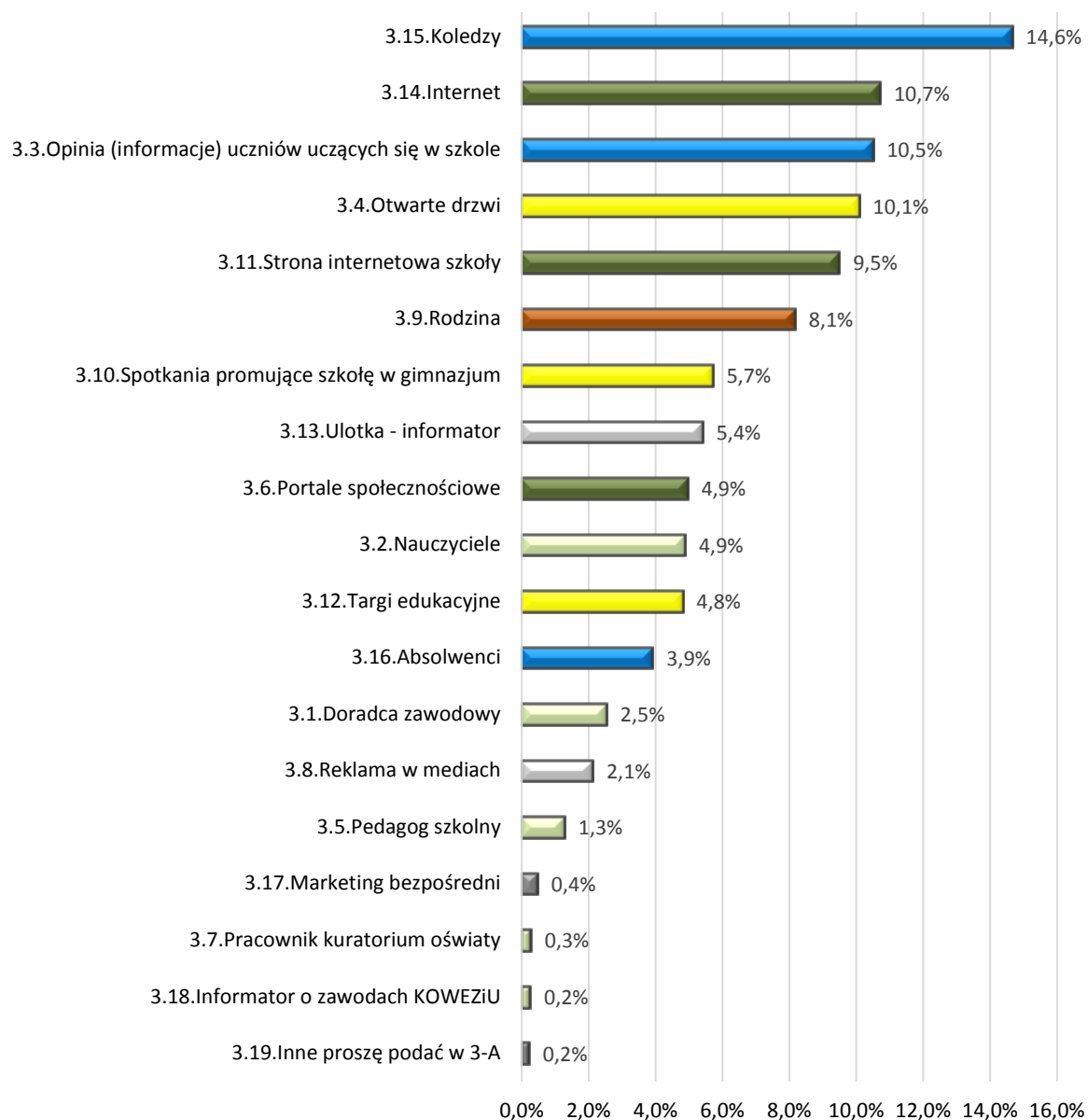
Określenie źródła informacji	Liczba	Udział procentowy
3.15. Koledzy	816	14,6%
3.14. Internet	596	10,7%
3.3. Opinia (informacje) uczniów uczących się w szkole	584	10,5%
3.4. Otwarte drzwi	561	10,1%
3.11. Strona internetowa szkoły	528	9,5%
3.9. Rodzina	454	8,1%
3.10. Spotkania promujące szkołę w gimnazjum	317	5,7%
3.13. Ulotka – informator	300	5,4%
3.6. Portale społecznościowe	275	4,9%
3.2. Nauczyciele	271	4,9%
3.12. Targi edukacyjne	267	4,8%
3.16. Absolwenci	217	3,9%
3.1. Doradca zawodowy	140	2,5%
3.8. Reklama w mediach	117	2,1%

Określenie źródła informacji	Liczba	Udział procentowy
3.5. Pedagog szkolny	70	1,3%
3.17. Marketing bezpośredni	25	0,4%
3.7. Pracownik kuratorium oświaty	14	0,3%
3.18. Informator o zawodach KOWEziU	13	0,2%
3.19. Inne	11	0,2%

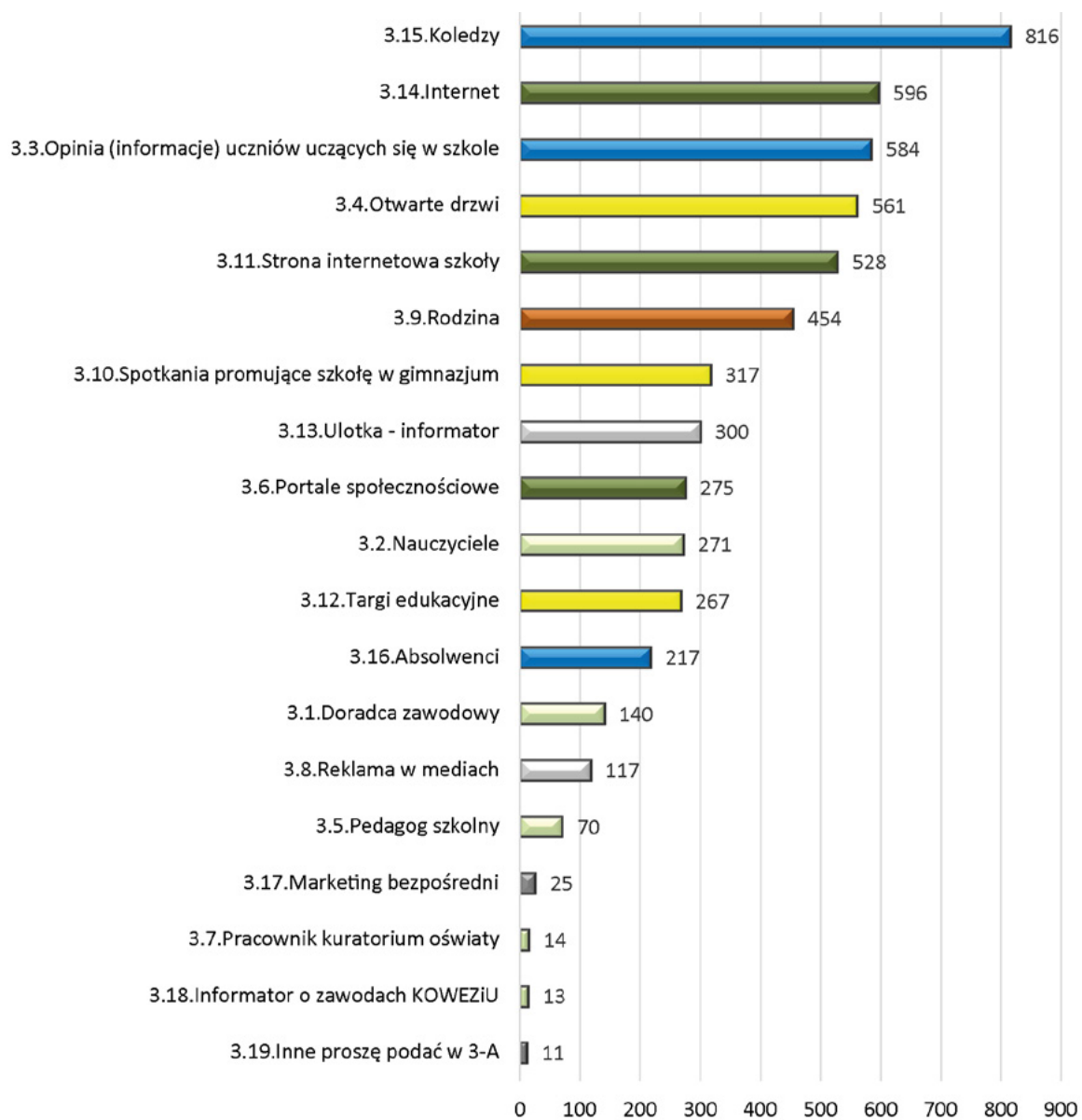
Uwaga!

Na wykresach zawierających szczegółowe wyniki przyjęto kolorystykę zgodną z informacjami zawartymi w wykresie pogrupowanych źródeł informacji o szkole.

Wykres 6. Źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej (udział procentowy)



Wykres 7. Źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej (liczba osób wskazujących źródło)



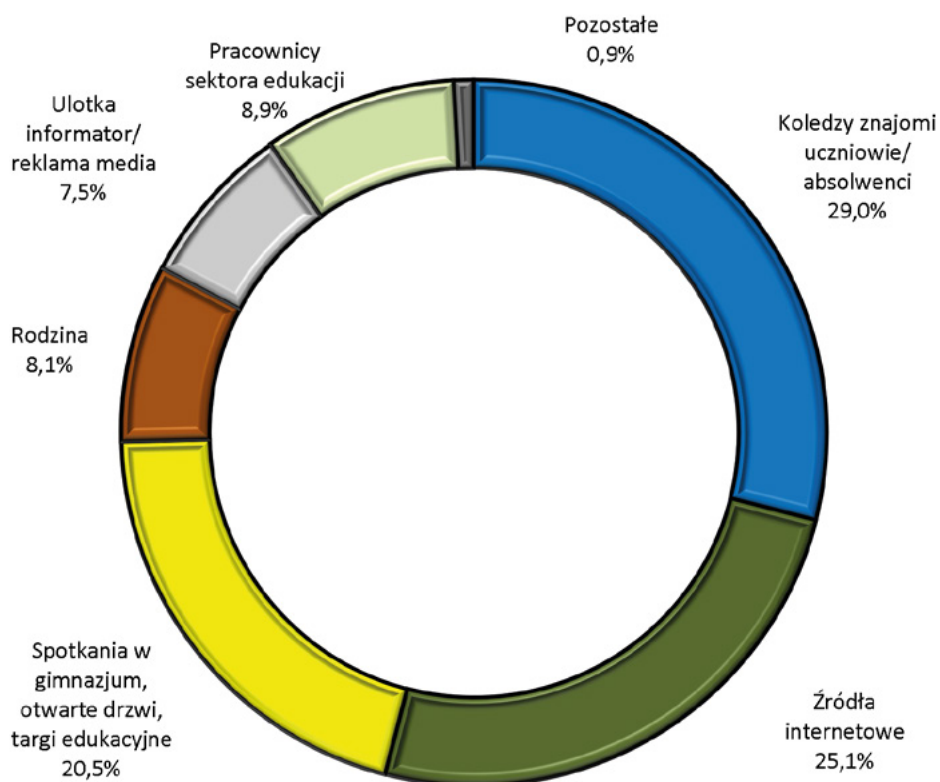
Zbiorcze zestawienie źródeł informacji o szkole

Odpowiedzi na to pytanie zestawiono w siedmiu grupach zwierających pokrewne źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej i przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 4. Pogrupowane źródła informacji o szkole

Źródła informacji (odpowiedzi uwzględnione w grupie)	Udział w 2017 r.	Wynik szkoły
Koledzy znajomi uczniowie/absolwenci (<i>koledzy; opinie[informacje] uczniów uczących się w szkole; absolwenci; znajomi</i>)	28,4 %	
Źródła internetowe (<i>internet; strona internetowa szkoły; portale społecznościowe</i>)	24,8 %	
Spotkania w gimnazjum, Otwarte drzwi, targi edukacyjne	20,7 %	
Rodzina	8,5 %	
Ulotka – informator/reklama w mediach	7,6 %	
Pracownicy sektora edukacji (<i>nauczyciele; doradcy zawodowi; pedagog szkolny; pracownik kuratorium oświaty</i>)	9,1 %	
Pozostałe	0,9 %	

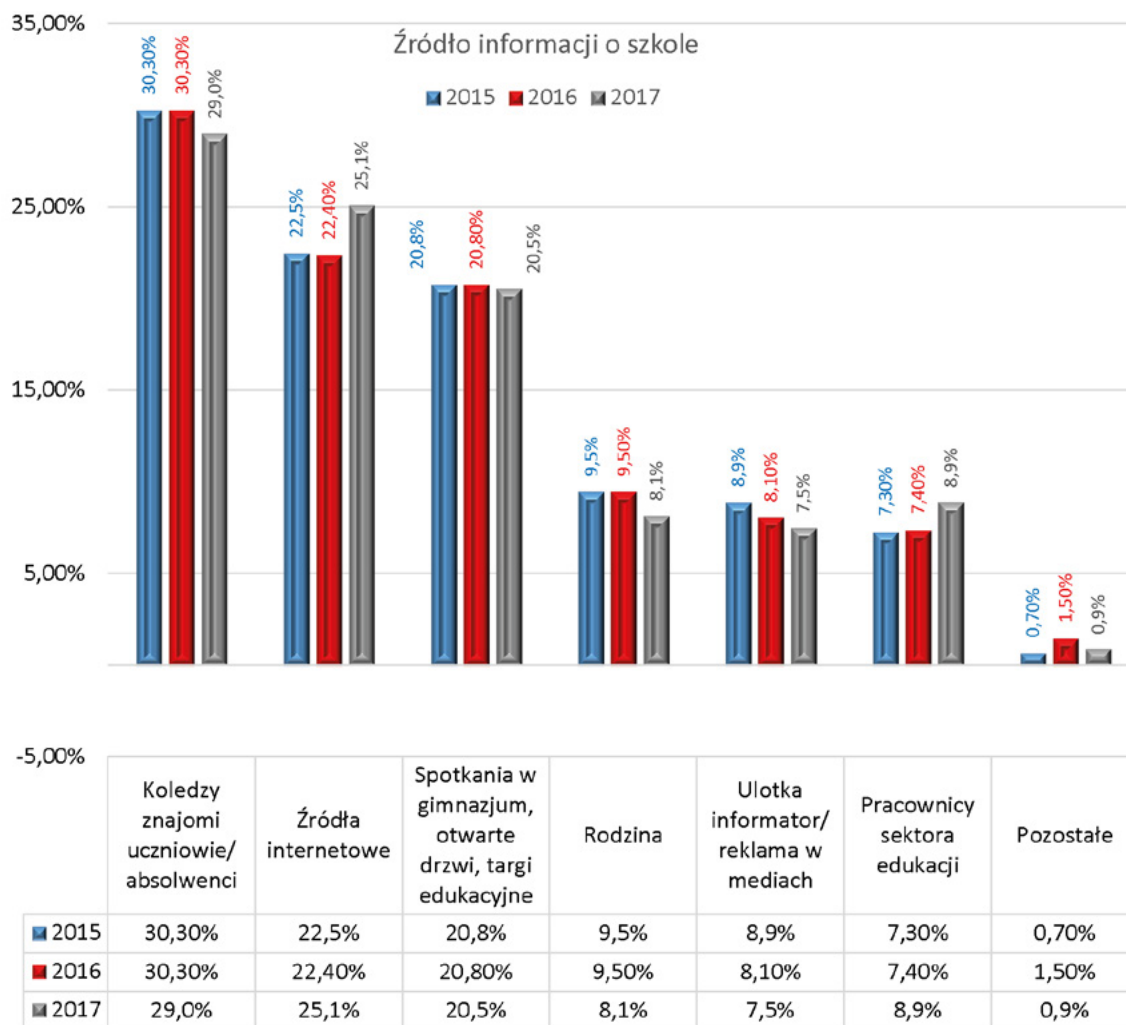
Wykres 8. Pogrupowane źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej w roku 2017



Źródła informacji o szkole – zestawienie wyników ankiet z lat 2015–2017

Pogrupowane źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej zostały przedstawione w kontekście wyników ankiet z lat 2015 i 2016.

Wykres 9. Porównanie pogrupowanych źródeł informacji o szkole ponadgimnazjalnej w latach 2015, 2016, 2017



4. Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły średniej

Co w Pana/Pani przypadku zadecydowało o podjęciu decyzji o wyborze szkoły średniej/ponadgimnazjalnej?

(można wybrać dowolną liczbę odpowiedzi)

Dysponując dowolną liczbą odpowiedzi, każdy z ankietowanych wskazał średnio 3,9 źródeł informacji o szkole.

(liczba osób, która udzieliła odpowiedź na to pytanie: 1792)

Tabela 5. Wskazywane przyczyny podjęcia decyzji o wyborze szkoły

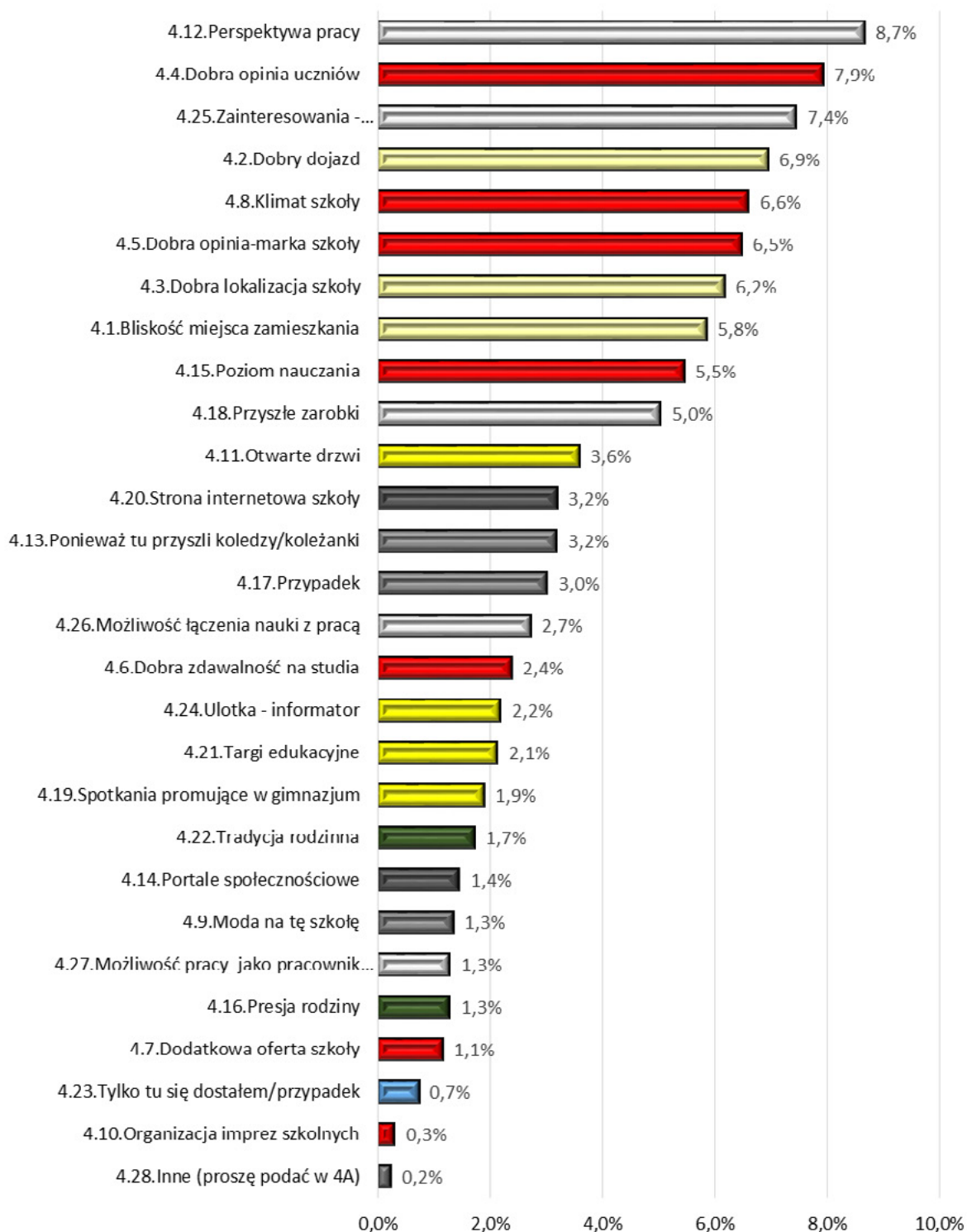
Wskazane przyczyny (wiele), które wpłynęły na wybór szkoły	Liczba	Udział procentowy
4.1. Bliskość miejsca zamieszkania	420	5,8%
4.2. Dobry dojazd	499	6,9%
4.3. Dobra lokalizacja szkoły	443	6,2%
4.4. Dobra opinia uczniów	570	7,9%
4.5. Dobra opinia o szkole	465	6,5%
4.6. Dobra zdawalność na studia	170	2,4%
4.7. Dodatkowa oferta szkoły	82	1,1%
4.8. Klimat szkoły	474	6,6%
4.9. Moda na tę szkołę	96	1,3%
4.10. Organizacja imprez szkolnych	20	0,3%
4.11. Otwarte drzwi	257	3,6%
4.12. Perspektywa pracy	623	8,7%
4.13. Ponieważ tu przyszli koledzy/koleżanki	228	3,2%
4.14. Portale społecznościowe	103	1,4%
4.15. Poziom nauczania	392	5,5%
4.16. Presja rodziny	91	1,3%
4.17. Przypadek	216	3,0%
4.18. Przyszłe zarobki	361	5,0%

Wskazane przyczyny (wiele), które wpłynęły na wybór szkoły	Liczba	Udział procentowy
4.19. Spotkania promujące w gimnazjum	135	1,9%
4.20. Strona internetowa szkoły	229	3,2%
4.21. Targi edukacyjne	152	2,1%
4.22. Tradycja rodzinna	123	1,7%
4.23. Tylko tu się dostałem/przypadek	51	0,7%
4.24. Ulotka – informator	156	2,2%
4.25. Zainteresowania – zawód/proponowane kierunki	535	7,4%
4.26. Możliwość łączenia nauki z pracą	195	2,7%
4.27. Możliwość pracy jako pracownik młodociany	91	1,3%
4.28. Inne	15	0,2%

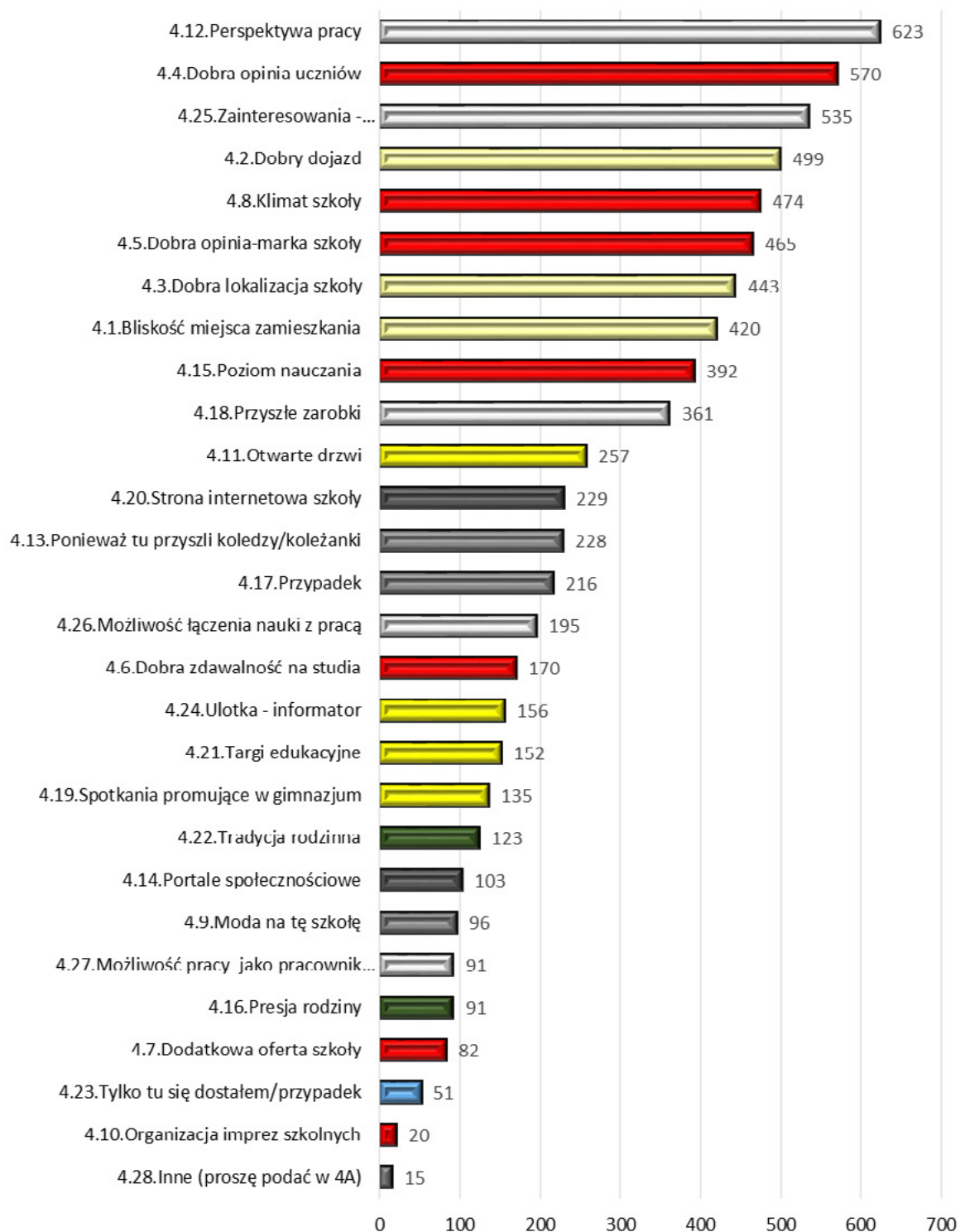
Uwaga!

Na poniższych wykresach, zawierających szczegółowe wyniki, przyjęto kolorystykę zgodną z danymi zawartymi w wykresie pogrupowanych przyczyn wpływających na podjęcie decyzji o wyborze szkoły.

Wykres 10. Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły – procent wskazań wielokrotnych (marzec 2017)



Wykres 11. Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły – liczba wskazań wielokrotnych (marzec 2017)



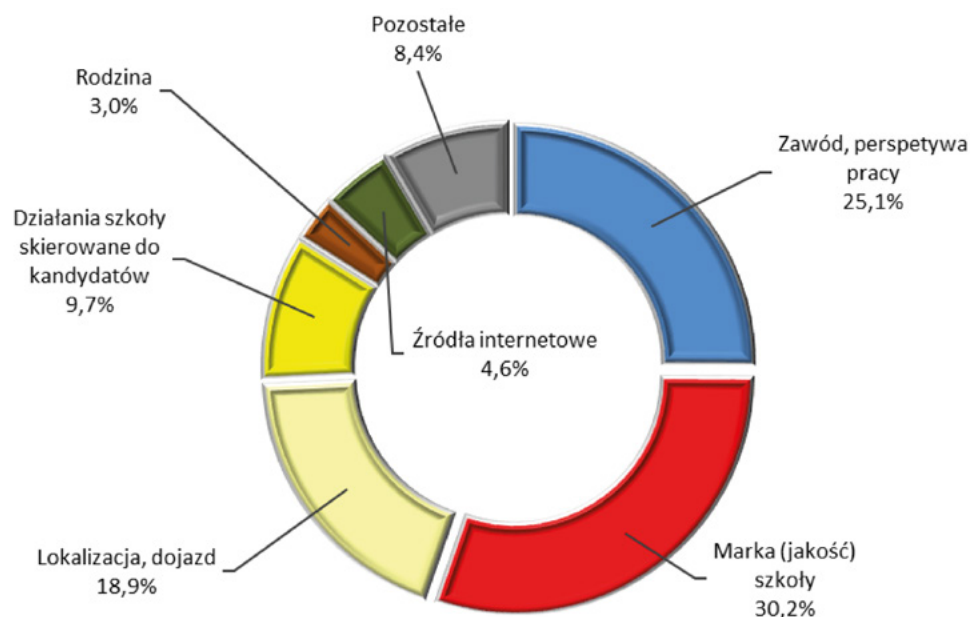
Zbiornicze zestawienie przyczyn wpływających na informacje o szkole

Wyniki badania zestawiono w siedmiu grupach zawierających pokrewne przyczyny, które wpłynęły na decyzje podejmowane przy wyborze szkoły, i przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 6. Grupy przyczyn decydujących o wyborze szkoły

Wskazana przyczyna, która wpłynęła na wybór szkoły	Udział w 2017 r.	Wynik szkoły
Marka (jakość) szkoły (<i>dobra opinia uczniów; klimat szkoły; dobra opinia – marka szkoły; poziom nauczania; wysoka zdawalność na studia; dodatkowa oferta szkoły</i>)	30,2%	
Zawód, perspektywa pracy (<i>perspektywa pracy; zainteresowania – zawód/proponowane kierunki; przyszłe zarobki; możliwość łączenia nauki z pracą; możliwość pracy jako pracownik młodociany</i>)	25,1%	
Lokalizacja (<i>bliskość miejsca zamieszkania; dobry dojazd; dobra lokalizacja szkoły</i>)	18,9%	
Działania szkoły (<i>spotkania promujące w gimnazjum; otwarte drzwi; ulotka – informator; targi edukacyjne</i>)	9,7%	
Źródła internetowe (<i>strona internetowa szkoły; portale społecznościowe</i>)	4,6%	
Rodzina (<i>tradycja rodzinna; presja rodziny</i>)	3,0%	
Pozostałe czynniki	8,4%	

Wykres 12. Grupy szkół oraz czynników pokrewnych wpływających na decyzję o wyborze szkoły



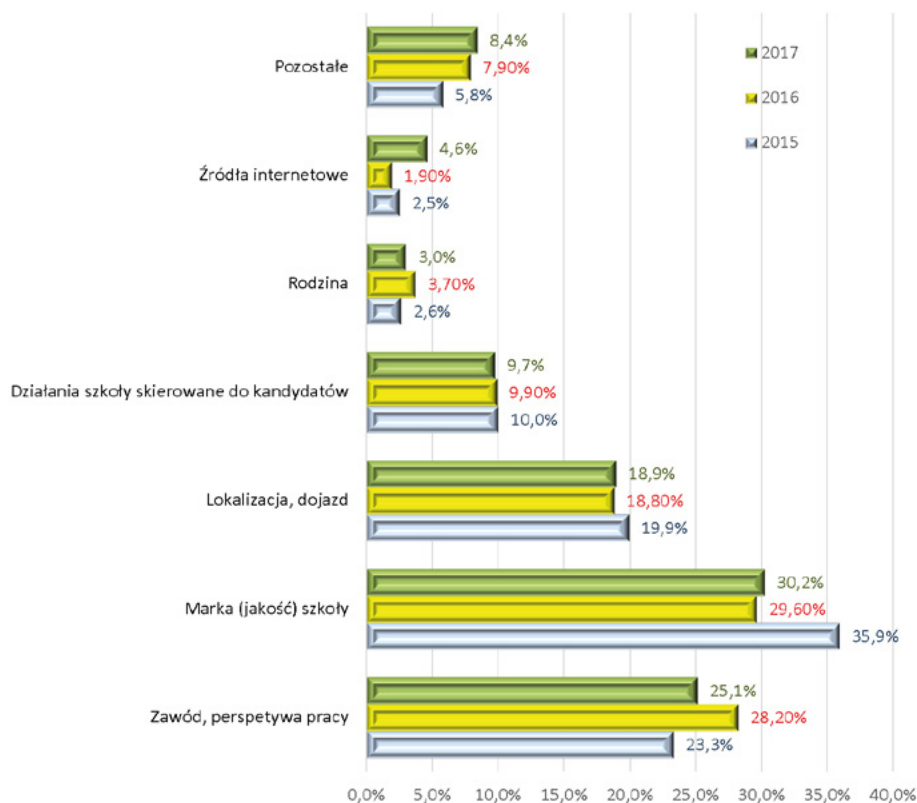
Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły – zestawienie wyników ankiet z lat 2015–2017

Pogrupowane przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły zostały przedstawione w kontekście wyników ankiet z lat 2015 i 2016.

Tabela 7. Grupy przyczyn decydujących o wyborze szkoły w latach 2015–2017

Wskazana przyczyna, która wpłynęła na wybór szkoły	2015	2016	2017
Marka (jakość) szkoły	35,9%	29,60%	30,2%
Zawód, perspektywa pracy	23,3%	28,20%	25,1%
Lokalizacja, dojazd	19,9%	18,80%	18,9%
Działania szkoły skierowane do kandydatów	10,0%	9,90%	9,7%
Rodzina	2,6%	3,70%	3,0%
Źródła internetowe	2,5%	1,90%	4,6%
Pozostałe	5,8%	7,90%	8,4%

Wykres 13. Grupy przyczyn wpływających na podjęcie decyzji o wyborze szkoły według ankiet z lat 2015–2017



5. Czynniki decydujący o wyborze szkoły

Zestawienie wypowiedzi ze wskazaniem głównego czynnika decydującego o wyborze szkoły

5. Który czynnik u Pani/Pana okazał się decydujący przy wyborze szkoły?
(można zaznaczyć tylko jedną odpowiedź)

(liczba osób, która udzieliła odpowiedź na to pytanie: 1792)

Tabela 8. Pojedynczy czynnik decydujący o wyborze szkoły

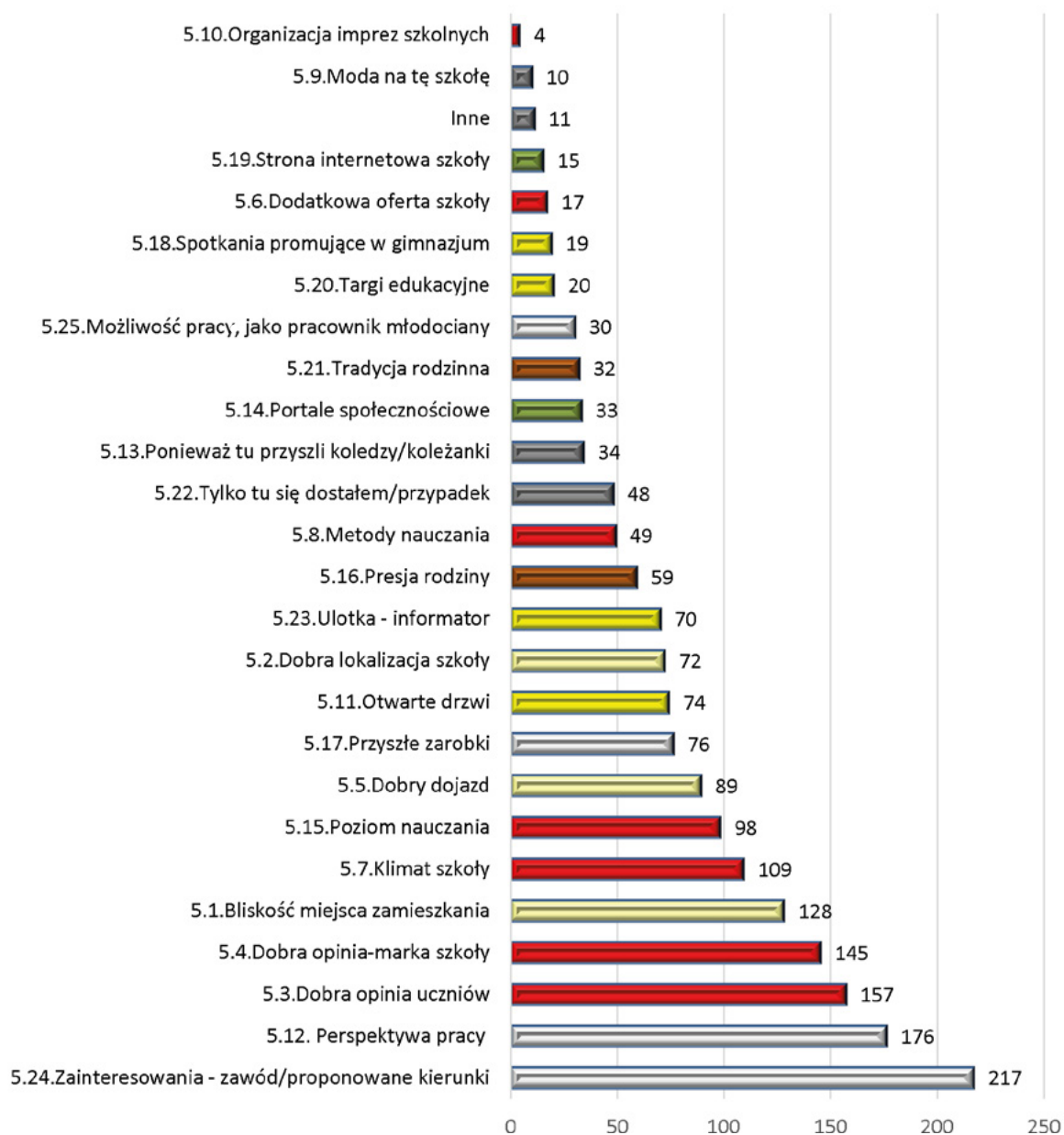
Wskazane przyczyny (jedna), która wpłynęła na decyzję o wyborze szkoły	Liczba	Udział procentowy
5.24. Zainteresowania – zawód/proponowane kierunki	217	12,1%
5.12. Perspektywa pracy	176	9,8%
5.3. Dobra opinia uczniów	157	8,8%
5.4. Dobra opinia – marka szkoły	145	8,1%
5.1. Bliskość miejsca zamieszkania	128	7,1%
5.7. Klimat szkoły	109	6,1%
5.15. Poziom nauczania	98	5,5%
5.5. Dobry dojazd	89	5,0%
5.17. Przyszłe zarobki	76	4,2%
5.11. Otwarte drzwi	74	4,1%
5.2. Dobra lokalizacja szkoły	72	4,0%
5.23. Ulotka – informator	70	3,9%
5.16. Presja rodziny	59	3,3%
5.8. Metody nauczania	49	2,7%
5.22. Tylko tu się dostałem/przypadek	48	2,7%
5.13. Ponieważ tu przyszli koledzy/koleżanki	34	1,9%
5.14. Portale społecznościowe	33	1,8%
5.21. Tradycja rodzinna	32	1,8%
5.25. Możliwość pracy jako pracownik młodociany	30	1,7%
5.20. Targi edukacyjne	20	1,1%

Wskazane przyczyny (jedna), która wpłynęła na decyzję o wyborze szkoły	Liczba	Udział procentowy
5.18. Spotkania promujące w gimnazjum	19	1,1%
5.6. Dodatkowa oferta szkoły	17	0,9%
5.19. Strona internetowa szkoły	15	0,8%
5.26. Inne	11	0,6%
5.9. Moda na tę szkołę	10	0,6%
5.10. Organizacja imprez szkolnych	4	0,2%

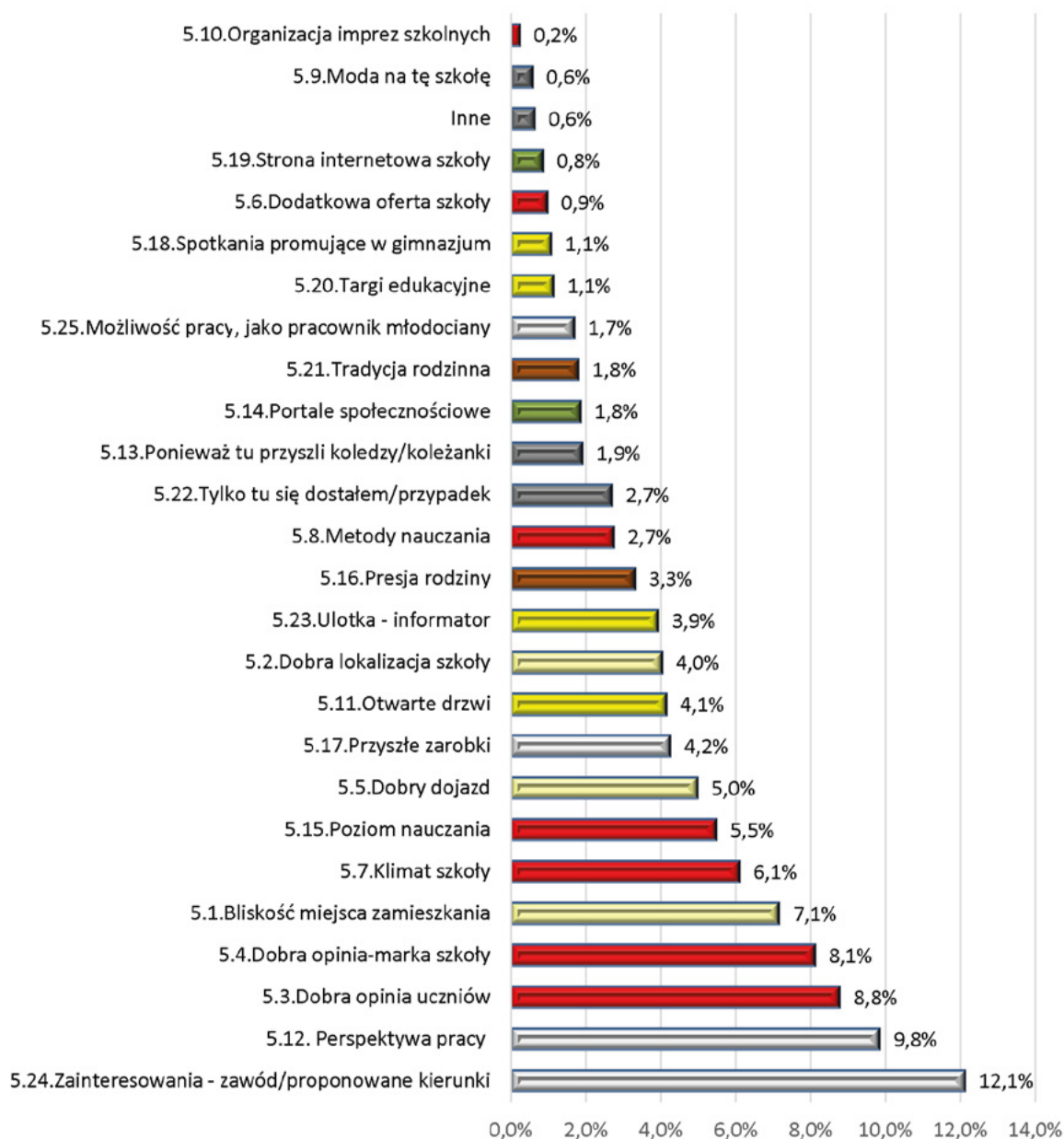
Uwaga!

Na poniższych wykresach przyjęto jednolitą kolorystykę, zgodną z wykresem pogrupowanych przyczyn podjęcia decyzji o wyborze szkoły.

Wykres 14. Czynniki decydujące o wyborze szkoły (liczba osób wskazujących dany czynnik)



Wykres 15. Czynniki decydujące o wyborze szkoły (procentowo)



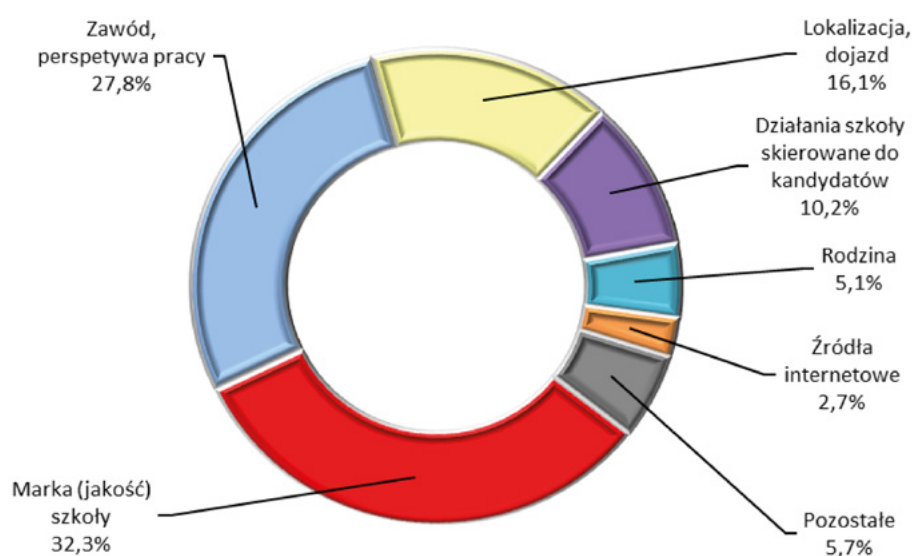
Czynnik decydujący o wyborze szkoły – zestawienie zbiorcze

Wyniki badania zestawiono w siedmiu grupach zwierających pokrewne źródła informacji o czynniku decydującym o wyborze szkoły i przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 9. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły

Wskazany pojedynczy czynnik decydujący o wyborze szkoły (wybory uwzględnione w grupie)	Udział	Wynik szkoły
Marka (jakość) szkoły (<i>dobra opinia uczniów; dobra opinia – marka szkoły; klimat szkoły; poziom, metody nauczania; dodatkowa oferta szkoły</i>)	32,3%	
Zawód, perspektywa pracy (<i>zainteresowania – zawód/proponowane kierunki; perspektywa pracy; przyszłe zarobki</i>)	27,8%	
Lokalizacja, dojazd (<i>dobra lokalizacja szkoły; dobry dojazd</i>)	16,1%	
Działania szkoły skierowane do kandydatów (<i>Otwarte drzwi; spotkania promujące w gimnazjum; targi edukacyjne; ulotka – informator</i>)	10,2%	
Rodzina (<i>tradycja rodzinna; presja rodziny</i>)	5,1%	
Źródła internetowe (<i>strona internetowa szkoły; portale społecznościowe</i>)	2,7%	
Pozostałe (<i>dobra opinia uczniów; przypadkowy wybór szkoły; moda na szkołę</i>)	5,7%	

Wykres 16. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły



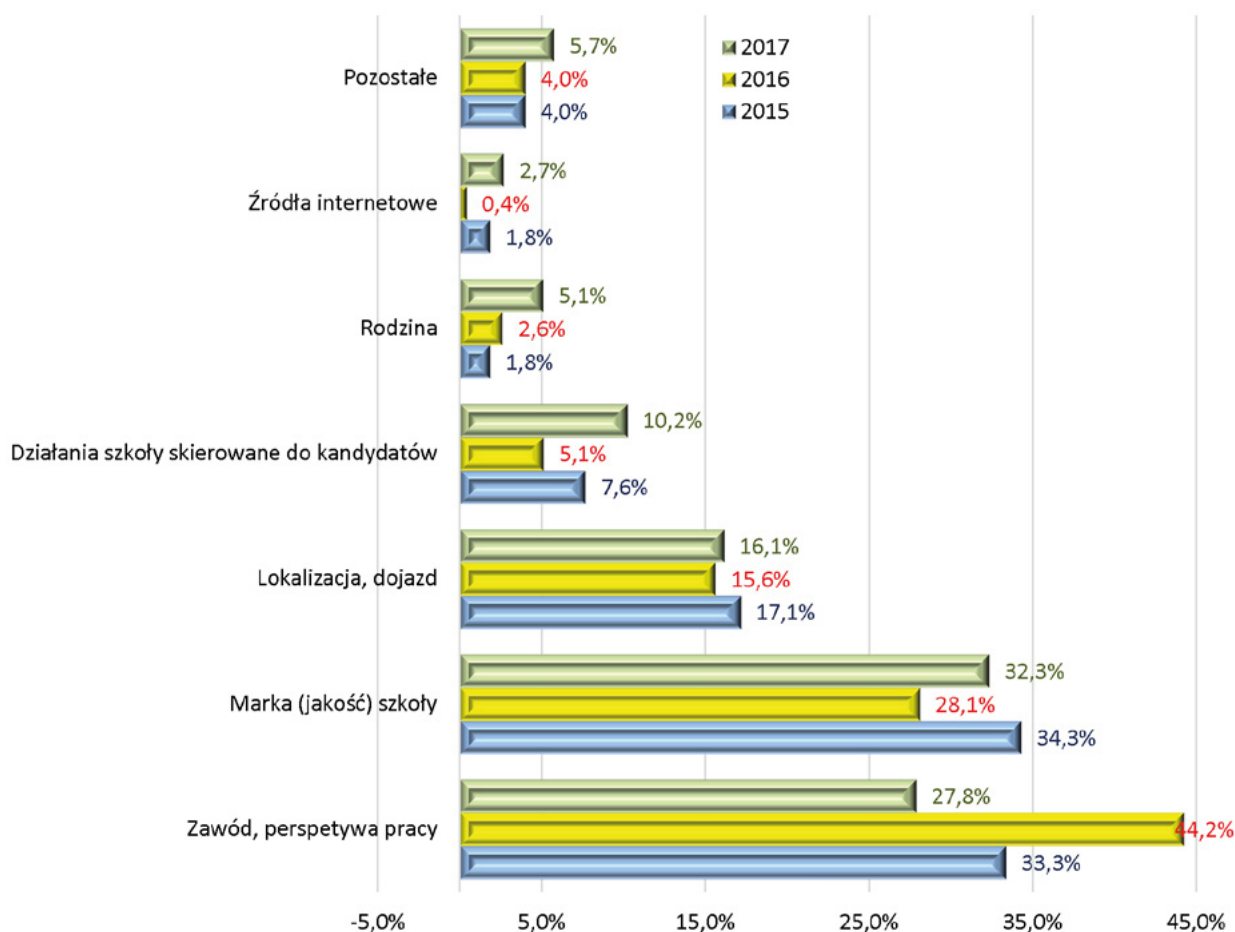
Czynnik decydujący o wyborze szkoły – zestawienie wyników ankiet z lat 2015–2017

Pogrupowane czynniki decydujące o wyborze szkoły zostały przedstawione w kontekście wyników ankiet *Ważne decyzje – wybór szkoły* przeprowadzonych roku 2015, 2016, 2017.

Tabela 10. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły w latach 2015, 2016, 2017

	2015	2016	2017
Marka (jakość) szkoły	34,3%	28,1%	32,3%
Zawód, perspektywa pracy	33,3%	44,2%	27,8%
Lokalizacja, dojazd	17,1%	15,6%	16,1%
Zbiorcze zestawienie	7,6%	5,1%	10,2%
Rodzina	1,8%	2,6%	5,1%
Źródła internetowe	1,8%	0,4%	2,7%
Pozostałe	4,0%	4,0%	5,7%

Wykres 17. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły (ankiety z lat 2015, 2016, 2017)



6. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły w latach 2016–2017

6. W jaki sposób została podjęta decyzja o wyborze szkoły?

Tabela 11. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły

	Liczba	Udział procentowy
6.1 Uczeń/słuchacz samodzielnie	1126	66,8%
6.2 Uczeń/słuchacz wspólnie z rodzicami	500	29,7%
6.3. Sami rodzice	60	3,6%

Wykres 18. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły

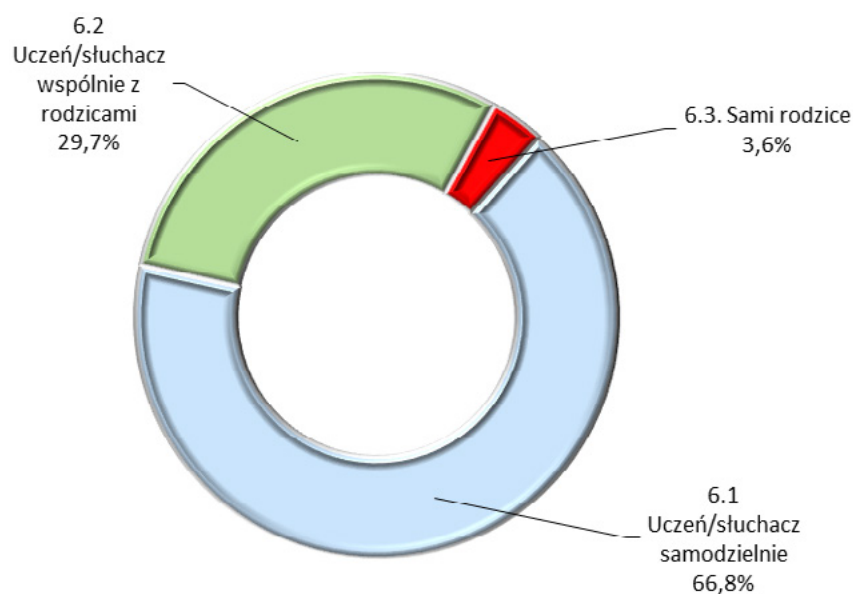
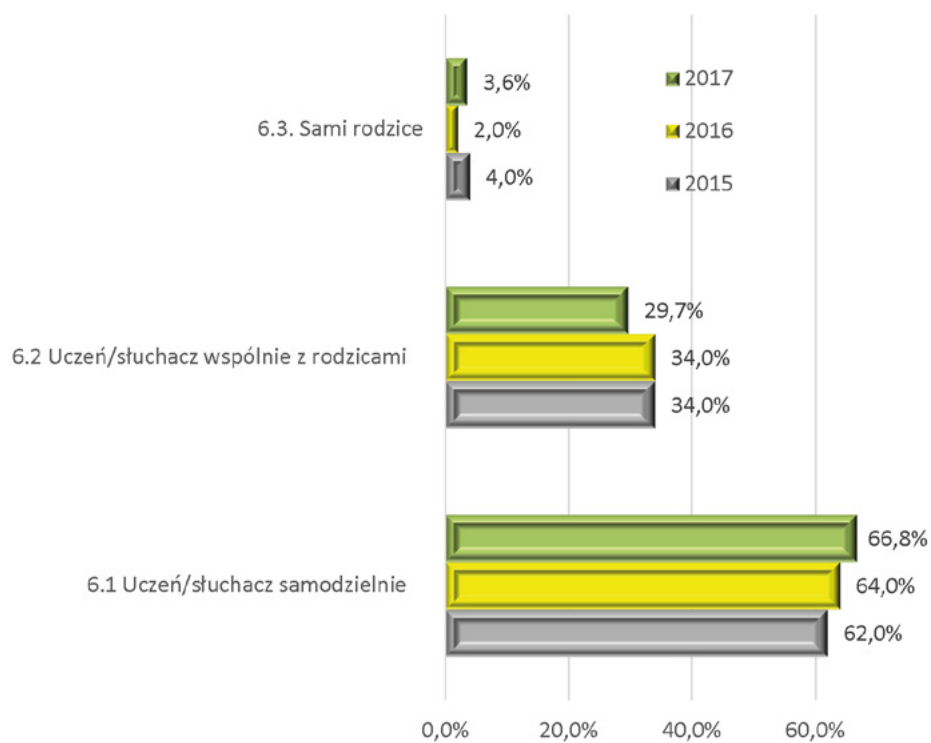


Tabela 12. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły – porównanie wyników ankiet z lat 2015, 2016, 2017

	2015	2016	2017
6.1 Uczeń/słuchacz samodzielnie	62,0%	64,0%	66,8%
6.2 Uczeń/słuchacz wspólnie z rodzicami	34,0%	34,0%	29,7%
6.3. Sami rodzice	4,0%	2,0%	3,6%

Wykres 19. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły – porównanie wyników z ankiet z lat 2015–2017



III. Podsumowanie



W podjęciu decyzji należy kierować się głównie „informacjami z przyszłości”, czyli wiarygodnymi prognozami.

W planowaniu działań marketingowych placówki oświatowej istotne jest poznanie zasad funkcjonowania rynku edukacyjnego. Ankieta *Ważne decyzje – wybór szkoły* była próbą poznania tych zasad w aspekcie dokonywania przez uczniów wyboru ścieżki zawodowej.

W opracowaniu zamieszczono narzędzie – formularz ankiety umożliwiającej przeprowadzenie badania według tych samych założeń lub po dostosowaniu jej do potrzeb szkoły.

Celowo zrezygnowano z komentowania wyników badań, pozostawiając ich ocenę czytelnikom i uczestnikom kolejnych edycji kursu *Marketing edukacyjny*. W zestawieniach tabelarycznych przygotowano dodatkową kolumnę, którą szkoły uzupełniają wynikami własnych badań. Wyniki te mogą być analizowane i wykorzystywane w planowaniu działań marketingowych.

Do oceny wyników ankiety i przekazywania własnych refleksji zapraszany na:

Forum dyskusyjne Narzędziownia nauki zawodu

<http://moodle.ore.edu.pl/mod/forum/view.php?id=54>



**ZAPRASZAMY DO CZWARTEJ EDYCJI ANKIETY
WAŻNE DECYZJE – WYBÓR SZKOŁY 2017/2018**



Ankieta *Ważne decyzje – wybór szkoły* będzie kontynuowana i dostępna jako 4. edycja w sieci wsparcia NAUKA ZAWODU. Zachęcamy do zapoznania się z nią i uczestnictwa w jej prowadzeniu.



Ważne decyzje – wybór szkoły, edycja 4. 2017

<http://moodle.ore.edu.pl/mod/questionnaire/view.php?id=26494>

Kwestionariusz *Ważne decyzje – wybór szkoły* Edukacyjne Przestrzenie Wirtualne – NAUKA ZAWODU

W planowaniu działań marketingowych placówki oświatowej istotne jest poznanie zasad funkcjonowania rynku edukacyjnego – dlatego, podejmując decyzję, należy kierować się głównie „informacjami z przyszłości”, czyli wiarygodnymi prognozami. Informacje można uzyskać, stosując różne metody badawcze. Proponujemy zapoznanie się ze stanem obecnym, wykorzystanie informacji z lat poprzednich i na tej podstawie określenie występujących trendów.

Wypełniając ankietę *Ważne decyzje – wybór szkoły*, edycja 3. 2016/2017, podejmiemy próbę uzyskania wybranych informacji na temat preferencji potencjalnych kandydatów do naszych szkół.

Proponujemy przeprowadzenie sondażu, na podstawie którego poznamy nie tylko tendencje, ale również przyczyny, dla których zainteresowane osoby podejmują decyzję o wyborze szkoły, formy kształcenia, zawodu/kwalifikacji.

Każdy z uczestników naszej sieci wsparcia i współpracy NAUKA ZAWODU może przeprowadzić z uczniami szkoły ponadgimnazjalnej lub jej absolwentami ankietę *Ważne decyzje – wybór szkoły*.

Jak przeprowadzić ankietę?

Zachęcamy do przeprowadzenia ankiety wśród możliwie największej liczby uczniów/słuchaczy/absolwentów. Dzięki ankiecie uzyskamy odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jakie czynniki wpływają na wybór szkoły?
- W jaki sposób podejmowane są decyzje o wyborze szkoły?
- Jakie są źródła informacji o szkole średniej (ponadgimnazjalnej)?
- Jaki czynnik jest najważniejszy przy podejmowaniu decyzji o wyborze szkoły średniej (ponadgimnazjalnej)?
- Jaka to była szkoła?

Przeprowadzenie sondażu będzie bardzo pomocne w podejmowaniu strategicznych decyzji dotyczących planowania organizacji szkoły oraz bieżących działań marketingowych.

Załącznik

ANKIETA WAŻNE DECYZJE – WYBÓR SZKOŁY 2017

Uwaga! W formularzu pola oznaczone gwiazdką * są wymagane.

1. Jestem uczniem/słuchaczem/absolwentem:*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.1. zasadniczej szkoły zawodowej | <input type="checkbox"/> 1.5. liceum ogólnokształcącego |
| <input type="checkbox"/> 1.2. zasadniczej szkoły zawodowej (pracownik młodociany) | <input type="checkbox"/> 1.6. szkoły specjalnej przysposabiającej do pracy |
| <input type="checkbox"/> 1.3. technikum | <input type="checkbox"/> 1.7. KKZ |
| <input type="checkbox"/> 1.4. szkoły policealnej | |

1 A. Jestem uczniem/słuchaczem/absolwentem *

Klasy 1	Klasy 2	Klasy 3	Klasy 4	KKZ	Absolwent

2. Województwo:*

- | | | | |
|--|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> 2.1. dolnośląskie | <input type="checkbox"/> 2.5. łódzkie | <input type="checkbox"/> 2.10. podlaskie | <input type="checkbox"/> 2.14. warmińsko-mazurskie |
| <input type="checkbox"/> 2.2. kujawsko-pomorskie | <input type="checkbox"/> 2.6. małopolskie | <input type="checkbox"/> 2.11. pomorskie | <input type="checkbox"/> 2.15. wielkopolskie |
| <input type="checkbox"/> 2.3. lubelskie | <input type="checkbox"/> 2.7. mazowieckie | <input type="checkbox"/> 2.12. śląskie | <input type="checkbox"/> 2.16. zachodniopomorskie |
| <input type="checkbox"/> 2.4. lubuskie | <input type="checkbox"/> 2.8. opolskie | <input type="checkbox"/> 2.13. świętokrzyskie | |
| | <input type="checkbox"/> 2.9. podkarpackie | | |

3. Proszę podać, z jakich źródeł Pan/Pani uzyskała/a informację o szkole średniej/ponadgimnazjalnej.

(można wybrać dowolną liczbę odpowiedzi):*

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 3.1. Doradca zawodowy | <input type="checkbox"/> 3.11. Strona internetowa szkoły |
| <input type="checkbox"/> 3.2. Nauczyciele | <input type="checkbox"/> 3.12. Targi edukacyjne |
| <input type="checkbox"/> 3.3. Opinia uczniów uczących się w szkole | <input type="checkbox"/> 3.13. Ulotka - informator |
| <input type="checkbox"/> 3.4. Otwarte drzwi | <input type="checkbox"/> 3.14. Internet |
| <input type="checkbox"/> 3.5. Pedagog szkolny | <input type="checkbox"/> 3.15. Koledzy |
| <input type="checkbox"/> 3.6. Portale społecznościowe | <input type="checkbox"/> 3.16. Absolwenci |
| <input type="checkbox"/> 3.7. Pracownik kuratorium oświaty | <input type="checkbox"/> 3.17. Marketing bezpośredni |
| <input type="checkbox"/> 3.8. Reklama w mediach | <input type="checkbox"/> 3.18. Informator o zawodach KOWEziU |
| <input type="checkbox"/> 3.9. Rodzina | <input type="checkbox"/> 3.19. Inne proszę podać w 3-A |
| <input type="checkbox"/> 3.10. Spotkania promujące szkołę w gimnazjum | |

3-A. Proszę podać, z jakich źródeł Pan/Pani uzyskała/a informację o szkole średniej/ponadgimnazjalnej (proszę wymienić czynniki nieumieszczone w poprzednim pytaniu):

4. Jakie czynniki w Pana/Pani przypadku zadecydowały o podjęciu decyzji o wyborze szkoły średniej/ponadgimnazjalnej (można wybrać dowolną liczbę odpowiedzi):*

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 4.1. Bliskość miejsca zamieszkania | <input type="checkbox"/> 4.7. Dodatkowa oferta szkoły |
| <input type="checkbox"/> 4.2. Dobry dojazd | <input type="checkbox"/> 4.8. Klimat szkoły |
| <input type="checkbox"/> 4.3. Dobra lokalizacja szkoły | <input type="checkbox"/> 4.9. Moda na tę szkołę |
| <input type="checkbox"/> 4.4. Dobra opinia uczniów | <input type="checkbox"/> 4.10. Organizacja imprez szkolnych |
| <input type="checkbox"/> 4.5. Dobra opinia – marka szkoły | <input type="checkbox"/> 4.11. Otwarte drzwi |
| <input type="checkbox"/> 4.6. Dobra zdawalność na studia | <input type="checkbox"/> 4.12. Perspektywa pracy |

- 4.13. Ponieważ tu przyszli koledzy/koleżanki
- 4.14. Portale społecznościowe
- 4.15. Poziom nauczania
- 4.16. Presja rodziny
- 4.17. Przypadek
- 4.18. Przyszłe zarobki
- 4.19. Spotkania promujące w gimnazjum
- 4.20. Strona internetowa szkoły
- 4.21. Targi edukacyjne

- 4.22. Tradycja rodzinna
- 4.23. Tylko tu się dostałem/przypadek
- 4.24. Ulotka - informator
- 4.25. Zainteresowania - zawód/proponowane kierunki
- 4.26. Możliwość łączenia nauki z pracą
- 4.27. Możliwość pracy, jako pracownik młodociany
- 4.28. Inne proszę podać w 4-A

4- A. Jakie czynniki w Pana/Pani przypadku zdecydowały o podjęciu decyzji o wyborze szkoły średniej/ponadgimnazjalnej (proszę wymienić czynniki nieumieszczone w poprzednim pytaniu):

5. Jaki u Pani/Pana czynnik, okazał się decydujący podczas wyboru szkoły (można zaznaczyć tylko jedną odpowiedź):

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 5.1. Bliskość miejsca zamieszkania <input type="checkbox"/> 5.2. Dobra lokalizacja szkoły <input type="checkbox"/> 5.3. Dobra opinia uczniów <input type="checkbox"/> 5.4. Dobra opinia-marka szkoły <input type="checkbox"/> 5.5. Dobry dojazd <input type="checkbox"/> 5.6. Dodatkowa oferta szkoły <input type="checkbox"/> 5.7. Klimat szkoły <input type="checkbox"/> 5.8. Moda na tę szkołę <input type="checkbox"/> 5.9. Organizacja imprez szkolnych <input type="checkbox"/> 5.10. Otwarte drzwi <input type="checkbox"/> 5.11. Perspektywa pracy <input type="checkbox"/> 5.12. Ponieważ tu przyszli koledzy/koleżanki <input type="checkbox"/> 5.13. Portale społecznościowe | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 5.14. Poziom nauczania <input type="checkbox"/> 5.15. Presja rodziny <input type="checkbox"/> 5.16. Przyszłe zarobki <input type="checkbox"/> 5.17. Spotkania promujące w gimnazjum <input type="checkbox"/> 5.18. Strona internetowa szkoły <input type="checkbox"/> 5.19. Targi edukacyjne <input type="checkbox"/> 5.20. Tradycja rodzinna <input type="checkbox"/> 5.21. Tylko tu się dostałem/przypadek <input type="checkbox"/> 5.22. Ulotka - informator <input type="checkbox"/> 5.23. Zainteresowania - zawód/proponowane kierunki <input type="checkbox"/> 5.24. Możliwość pracy, jako pracownik młodociany <input type="checkbox"/> 5.25. Inne – proszę wymienić w 5-A |
|--|---|

5-A. Jaki czynnik okazał się dla Pani/Pana decydujący podczas wyboru szkoły (można zaznaczyć tylko jedną odpowiedź):

6. W jaki sposób została podjęta decyzja o wyborze szkoły:*

- 6.1. Uczeń/słuchacz samodzielnie
- 6.2. Uczeń/słuchacz wspólnie z rodzicami
- 6.3. Sami rodzice

7. Inne spostrzeżenia i refleksje dotyczące wyboru szkoły:

Dziękuję za poświęcony czas. Podsumowanie ankiety będzie zamieszczone na EPW NAUKA ZAWODU



NAUKA ZAWODU

Spis wykresów

Wykres 1. Województwa, z których pochodziły osoby ankietowane (marzec 2017)	7
Wykres 2. Reprezentowana forma kształcenia (procentowo)	8
Wykres 3. Reprezentowana forma kształcenia (procentowo)	9
Wykres 4. Charakterystyka uczestników ankiety ze względu na wiek (klasę) w ujęciu ilościowym.....	10
Wykres 5. Charakterystyka uczestników ankiety ze względu na wiek (klasę) w ujęciu procentowym ..	10
Wykres 6. Źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej (udział procentowy).....	12
Wykres 7. Źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej (liczba osób wskazujących źródło)	13
Wykres 8. Pogrupowane źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej w roku 2017	14
Wykres 9. Porównanie pogrupowanych źródeł informacji o szkole ponadgimnazjalnej w latach 2015, 2016, 2017.....	15
Wykres 10. Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły – procent wskazań wielokrotnych (marzec 2017)	18
Wykres 11. Przyczyny wpływające na podjęcie decyzji o wyborze szkoły – liczba wskazań wielokrotnych (marzec 2017).....	19
Wykres 12. Grupy szkół oraz czynników pokrewnych wpływających na decyzje o wyborze szkoły	20
Wykres 13. Grupy przyczyn wpływających na podjęcie decyzji o wyborze szkoły według ankiet z lat 2015–2017.....	21
Wykres 14. Czynniki decydujący o wyborze szkoły (liczba osób wskazujących dany czynnik).....	24
Wykres 15. Czynniki decydujący o wyborze szkoły (procentowo)	25
Wykres 16. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły	26
Wykres 17. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły (ankiety z lat 2015, 2016, 2017).....	27
Wykres 18. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły	28
Wykres 19. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły – porównanie wyników z ankiet z lat 2015–2017	29

Spis tabel

Tabela 1. Typy szkół, z których pochodzili respondenci.....	8
Tabela 2. Charakterystyka respondentów zgodnie z wiekiem uczniów	9
Tabela 3. Źródła informacji o szkole ponadgimnazjalnej	11
Tabela 4. Pogrupowane źródła informacji o szkole.....	14
Tabela 5. Wskazywane przyczyny podjęcia decyzji o wyborze szkoły	16
Tabela 6. Grupy przyczyn decydujących o wyborze szkoły	20
Tabela 7. Grupy przyczyn decydujących o wyborze szkoły w latach 2015–2017	21
Tabela 8. Pojedynczy czynnik decydujący o wyborze szkoły.....	22
Tabela 9. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły	26
Tabela 10. Grupy czynników decydujących o wyborze szkoły w latach 2015, 2016, 2017	27
Tabela 11. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły.....	28
Tabela 12. Osoby podejmujące decyzję o wyborze szkoły – porównanie wyników ankiet z lat 2015, 2016, 2017.....	28

Bibliografia i netografia



Bogdan Kruszakin
Raport z ankiety w roku szkolnym 2014/2015
Ważne decyzje – wybór szkoły
KOWEZIU 2015



Bogdan Kruszakin
Raport z ankiety w roku szkolnym 2015/2016
Ważne decyzje – wybór szkoły
KOWEZIU 2016



Sieć wsparcia NAUKA ZAWODU
<http://moodle.ore.edu.pl/course/view.php?id=5>

NAUKA ZAWODU



ZAPRASZAMY DO CZWARTEJ EDYCJI ANKIETY
WAŻNE DECYZJE – WYBÓR SZKOŁY 2017/2018



Ankieta *Ważne decyzje – wybór szkoły* będzie kontynuowana i dostępna jako 4. edycja w sieci wsparcia NAUKA ZAWODU. Zachęcamy do zapoznania się z nią i uczestnictwa w jej prowadzeniu.



Ważne decyzje – wybór szkoły, edycja 4. 2017

<http://moodle.ore.edu.pl/mod/questionnaire/view.php?id=26494>

Ośrodek Rozwoju Edukacji
Aleje Ujazdowskie 28
00-478 Warszawa
www.ore.edu.pl