

О.В. Коцар<sup>1</sup>, канд. техн. наук, доцент, ORCID 0000-0002-7958-2335О.В. Бориченко<sup>1</sup>, канд. техн. наук, доцент, ORCID 0000-0002-6127-2945В.А. Побігайло<sup>1</sup>, канд. техн. наук, доцент, ORCID 0000-0003-2673-7329<sup>1</sup>Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

## ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ ПІД ЧАС ЗАЛУЧЕННЯ АБІТУРІЄНТІВ ДО ВСТУПУ В УНІВЕРСИТЕТ

*Професійна орієнтація абітурієнтів є невід'ємною частиною маркетингової стратегії університетів і країни в цілому з підготовки якісних фахівців для національної економіки. Потенційними абітурієнтами бакалаврату університетів є випускники середніх шкіл та коледжів. В статті наведено досвід залучення випускників шкіл та коледжів до вступу на бакалаврат кафедри електропостачання КПІ ім. Ігоря Сікорського за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань 14 «Електрична інженерія». Бібл. 3.*

**Ключові слова:** абітурієнт, бакалавр, електроенергетика, електрична інженерія, енергетичний менеджмент, енергоефективні технології, освіта.

### Вступ.

Якісна підготовка професійних кадрів є невід'ємною умовою успішного сталого функціонування та розвитку країни, а основу професійних кадрів утворює інженерний склад, який відіграє провідну роль у формуванні науково-технічної бази держави і до якого висуваються підвищені вимоги. Чи не найбільшою мірою це стосується енергетичної галузі, об'єкти якої від початку повномасштабної російської агресії піддаються майже безперервним руйнівним повітряним атакам. «Нові реалії змусили додати до стратегії розвитку КПІ ще одне важливе завдання: підвищення обороноздатності держави та започаткування базових засад національного супротиву. В лічені місяці університет активізував наукові розробки та підготовку кадрів за військово-промисловими напрямками, став розробником понад 40 новітніх технологій подвійного і воєнного призначення, шість з яких вже поставлено на озброєння... У роки війни КПІ не лише робить усе можливе для перемоги, а й напрацьовує платформу повоєнної інноваційної трансформації країни, виходячи з обставин, що Україна ймовірно ще довго знаходитиметься в недружньому сусідстві», – зазначив ректор Михайло Захарович Згуровський у вітальній промові на ювілейній сесії професорсько-викладацького складу з нагоди 125-річчя КПІ ім. Ігоря Сікорського [1]. Реалізація нових завдань, серед іншого, вимагає нових підходів до відбору і залучення до вступу до університету потенційних абітурієнтів з числа найбільш підготовлених і мотивованих випускників шкіл та коледжів. Це є найактуальнішим, зокрема, для енергетичної сфери, тому підвищену увагу сьогодні приділяється підготовці інженерних і наукових кадрів в галузі знань «Електрична інженерія».

**Метою досліджень** є аналіз умов, визначення напрямів і формування базових принципів популяризації, відбору, попередньої підготовки і залучення до вступу на кафедру електропостачання КПІ ім. Ігоря Сікорського абітурієнтів бакалаврату за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань 14 «Електрична інженерія» в сучасних реаліях.

Для досягнення поставленої мети в статті вивчено попередній досвід кафедри, проведено дослідження серед студентів бакалаврату щодо продуктивності маркетингу вищих навчальних закладів (ВНЗ) серед школярів та випускників коледжів, критично проаналізовано отримані результати з точки зору застосування набутого досвіду у сучасних умовах і розроблено рекомендації кафедри щодо проведення вступної компанії.

**Матеріал досліджень.** Кафедра електропостачання є базуєтворюючою кафедрою навчально-наукового інституту енергозбереження та енергоменеджменту (НН ІЕЕ) Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (КПІ ім. Ігоря Сікорського) і чи не єдиною кафедрою серед ВНЗ України, яка здійснює наскрізну трирівневу підготовку бакалаврів, магістрів (професійних і науковців) та PhD одночасно за освітньо-професійними програмами (ОПП) «Системи забезпечення споживачів електричною енергією» і «Енергетичний менеджмент та енергоефективність» спеціальності 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань 14 «Електрична інженерія». Результатом такого підходу є виховання кваліфікованих фахівців-електроенергетиків, які здатні не лише успішно розв'язувати завдання власної спеціальності, а й ефективно співпрацювати із фахівцями суміжних сфер діяльності, розуміючи їхні потреби та завдання і вмюючи знаходити компроміс під час спільного розв'язання комплексних задач [2]. Зокрема, це є наслідком тривалої кропіткої роботи з популяризації навчання, професійної орієнтації, відбору, попередньої підготовки і залучення до вступу на зазначені ОПП абітурієнтів, яку вже багато років проводять фахівці

кафедри електропостачання серед школярів, учнів позашкільної освіти, зокрема вихованців Київської Малої академії наук (МАН) України та студентів коледжів.

Двостороння співпраця викладачів кафедри електропостачання із учнями-членами МАН України у форматі позашкільної професійно-орієнтованої освіти сприяє формуванню особистості учнів шляхом залучення до наукової діяльності, поєднання у процесі навчання їхніх розумових та творчих здібностей з інструментарієм та освітніми здобутками у різних галузях інженерії. Викладачі кафедри електропостачання організують для учнів заходи, спрямовані на проведення досліджень у різних наукових напрямках за профілем кафедри. Це дозволяє учням поглиблювати свої знання, розвивати аналітичне мислення та навички наукової роботи, а також зрозуміти правильність вибору спеціальності. Слід відзначити такі напрямки двосторонньої співпраці як організація та проведення Днів відкритих дверей НН ІЕЕ, проведення під час шкільних канікул науково-практичних заходів «Інженерні школи ЗВО» (із залученням лабораторної бази кафедри електропостачання), відкриті лекції із залученням стейкхолдерів та роботодавців, участь науково-педагогічних працівників кафедри як членів журі у Всеукраїнських конкурсах-захистах науково-дослідницьких робіт учнів – членів МАН України, що є одним із провідних заходів МАН.

Професійно-орієнтаційні заходи кафедри електропостачання для учнів-членів МАН України охоплюють:

- презентації та демонстрації наукових досягнень і досліджень, що виконуються викладачами;
- можливості брати участь у наукових проєктах або дослідницьких групах як підготовка до участі у Всеукраїнських конкурсах-захистах науково-дослідницьких робіт учнів МАН України;
- інформацію про спеціальності та освітні програми, за якими кафедра готує фахівців;
- організацію екскурсій на різні підприємства, установи та навчально-наукові лабораторії кафедри;
- наукові консультації, підготовчі курси або навіть можливість презентувати свої дослідження перед експертами з університетських наукових колективів.

Науково-педагогічні працівники кафедри електропостачання приймають участь в організації роботи та проведення досліджень у секції екологічно безпечних технологій та ресурсозабезпечення Відділення інженерії та матеріалознавства МАН України. У секції вихованцям МАН України надається унікальна можливість глибоко зануритися в енергетику, екологію та енергозбереження завдяки практичному дослідженню різних напрямків із використанням передового обладнання та ресурсів на базі сучасних лабораторій кафедри. Завдяки активному залученню вихованців МАН України до науково-дослідної роботи, яка передбачає проведення досліджень, написання наукових робіт і участь у конкурсах, учні мають можливість для продовження свого навчання в університетах, включаючи такі етапи та фактори, що сприяють їхньому успішному переходу: підготовка через поглиблене навчання, науково-дослідна робота, співпраця з університетами, участь у конкурсах та олімпіадах, підготовчі курси та програми, отримання стипендій та грантів.

Участь та перемоги в конкурсах і олімпіадах, таких як GENIUS Olympiad, надають учням додаткові переваги при вступі до університетів, оскільки такі досягнення часто враховуються під час зарахування до університету.

Завдяки цим можливостям і підтримці суттєво збільшуються шанси для учнів МАН вступити до університетів і продовжити свою освіту на вищому рівні, використовуючи набуті знання та навички для подальшого наукового і професійного зростання.

Враховуючи те, що професійно-технічна освіта є базовим складником української системи освіти, де здобувач може оволодіти практичними знаннями, уміннями і навичками за певною професією, а саме здобути робітничу кваліфікацію можна в ліцензованих закладах професійної освіти. Серед типів таких закладів, з якими співпрацює кафедра електропостачання НН ІЕЕ, є професійні училища, ліцеї, центри, навчально-курсівні комбінати тощо. Слід відзначити, що важливою перевагою такої співпраці є підготовка майбутніх фахівців за скороченими програмами, які фокусуються виключно на професійній підготовці. Це дозволяє здобувачам швидко набути необхідних компетенцій, умінь і практичних навичок для успішного виходу на ринок праці.

Крім того, така співпраця забезпечує здобувачам можливість навчатися в реальних умовах, що відповідають їхній майбутній професії, наприклад, з проєктування та експлуатації систем забезпечення споживачів електричною енергією або впровадження систем енергетичного менеджменту. Це допомагає підготувати їх до роботи за фахом та збільшує їхні шанси на успішне працевлаштування після завершення навчання.

Таким чином, співпраця кафедри електропостачання з професійними училищами та іншими закладами професійної освіти є важливим кроком у забезпеченні якісної підготовки кадрів для електроенергетики і сприяє успішній інтеграції випускників на ринку праці.

Результати маркетингової активності кафедри електропостачання було проаналізовано під час проведення занять зі студентами обох спеціальностей з дисципліни «Інформація та комунікації на підприємствах електроенергетики». Зазначену дисципліну віднесено до нормативних дисциплін циклу професійної підготовки бакалаврів [3].

В основі підготовки сучасних фахівців-енергетиків лежить формування погляду на електричну мережу в рамках концепції Smart Grid, відповідно до якої одним з головних напрямів розвитку електричної мережі є модернізація бізнес-процесів, що робить розумні мережі рентабельними. Бізнес-рівень архітектурної моделі Smart Grid передбачає вдосконалення інформаційного обміну гравців ринку електричної енергії заради досягнення ними якісно нових бенефітів, зокрема, покращення керованості електроенергетичної системи, підвищення рівня енергоефективності, зменшення витрат на енергетичні ресурси, скорочення використання викопного палива і зниження шкідливого впливу на довкілля тощо. Лібералізація ринків електричної енергії та адаптивне керування процесами її виробітку і споживання на засадах енергоефективності та енергозбереження на тлі широкого інтегрування до електричної мережі розосереджених генерувальних установок на базі альтернативних та відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) є трендами сучасної електроенергетики. За таких умов ефективність ендогенних (зумовлених внутрішніми причинами) та екзогенних (породжених зовнішніми чинниками) комунікацій є невід'ємною умовою результативного функціонування підприємств електроенергетики, що у свою чергу вимагає якісної підготовки фахівців-енергетиків, зокрема, у сфері сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) [3].

Отже, метою навчальної дисципліни «Інформація та комунікації на підприємствах електроенергетики» є формування у бакалаврів сучасного рівня знань, умінь і навичок у галузі електричної інженерії під час організації служби інформації, планування комунікаційних процесів та впровадження ІКТ на підприємствах енергетики, зокрема електроенергетики. Завданням опанування дисципліни є навчання бакалаврів методам і принципам побудови, функціонування та особливостям застосування систем управління базами даних, створення і використання веб-ресурсів, здійснення пошуку в Інтернет, умінню ефективно взаємодіяти на професійному та соціальному рівні з використанням інформаційних технологій, застосовувати інформаційні технології та програмні засоби під час розв'язання конкретних завдань професійної діяльності, організовувати управління інформацією на базі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, працювати в команді, підтримувати ділову комунікацію у професійній сфері, використовувати одержані знання, уміння та навички для подальшого професійного навчання [3].

Предметом навчальної дисципліни є формування теоретичних знань і практичних навичок з розробки, побудови, впровадження та застосування систем управління базами даних (СУБД) і веб-ресурсів, систем автоматизованого проектування (САПР), системи підтримки прийняття рішень (СППР), експертних систем, CRM та ERP-систем. Це дасть змогу бакалаврам у галузі електричної інженерії використовувати набуті знання для розв'язання професійних задач високої складності, зокрема, організовувати відомчі комунікації та налагоджувати комунікації між рівнями та підрозділами, формувати комунікації в кризових ситуаціях, налагоджувати комунікації з органами влади і профспілками, використовувати отримані знання і практичні навички для технічного забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів на підприємствах електроенергетики [3].

Дисципліна розкриває поняття інформаційно-комунікаційних технологій, що спрямовано на досягнення принципово нового рівня організації інформаційних і комунікаційних процесів та їхнього технічного забезпечення на підприємствах електроенергетики. Серед програмних результатів навчання – вміння вибудовувати та налагоджувати ділові комунікації на підприємстві, зокрема, комунікації між рівнями та підрозділами, здійснювати підготовку та організацію комунікації в кризових ситуаціях, вміння організовувати та планувати інформаційні та комунікаційні процеси на сучасному підприємстві, знати і володіти технологіями автоматизації офісу та основами електронного документообігу [3].

В рамках однієї з тем дисципліни, а саме «Комунікації виробничого процесу», студентам було запропоновано поділитися власним досвідом із залучення їх до вступу до КПІ ім. Ігоря Сікорського за вибраною спеціальністю і надати зворотний зв'язок щодо ефективності маркетингу університету. Результати підтвердили правильність вибраної стратегії.

Серед іншого, студенти зазначили:

**1.Цільовою аудиторією маркетингу** із залучення до вступу до університету мають бути в першу чергу учні 8 – 9 класів, оскільки учні 10, а тим більш випускного 11 класу переважно вже визначилися зі спеціальностями, якими вони хотіли б оволодіти і їх важко перепрофілювати. *«Чому я так думаю? Тому що в 11 класі майже кожна дитина знає напрям (технічний або гуманітарний) та знає університет, до якого мріє поступити. В 10 класі теж більшість знає, куди хоче, і дуже малий відсоток тих, хто це вагається. А от учні 8 – 9 класів ще не визначилися, ким вони хочуть бути і на мою думку саме таким учням потрібно розповідати про різні спеціальності, щоб вони починали вибирати ті, які їм ближче до душі. Бо учня чи ученицю 11 класу, які вже все ухвалили рішення, переконати майже неможливо»*, – написала одна зі студенток бакалаврату групи ОЕ-01 Олена Балан. Майже всі студенти, які прийняли участь в дослідженні, цілком погодилися з цим твердженням.

**2.Під час планування зустрічей** зі школярами не варто обмежуватися відвідуваннями шкіл. Це тим більш актуально сьогодні, коли багато учнів тимчасово переїхали або покинули Україну з міркувань безпеки і продовжують навчання дистанційно в українських школах або очно за кордоном. Переважним

місцем зустрічі з потенційними абітурієнтами мають стати соціальні мережі. Окрім того, що такий шлях надає можливість охопити більш широку аудиторію, зробити цей процес майже безперервним, додати креативності і застосувати весь потужний інструментарій ІКТ, такий спосіб спілкування добре збігається з очікуваннями молоді, відповідає їхнім потребам, робить процес професійної орієнтації захоплюючим і продуктивним. *«Для того, щоб більшість дізнались про кафедру, інститут, університет, як на мене, потрібно розвивати сторінки в соціальних мережах. На сьогоднішній день молодь переважно проводить майже весь свій час в Інтернет. Можна розповідати про наш інститут в таких соц. мережах як Instagram, Telegram, Facebook (найпопулярніші мережі). Також можна проводити в цих мережах зустрічі, запрошувати випускників для спілкування з абітурієнтами, щоб вони ставили запитання, що саме їх цікавить. Це доволі весело та інформативно»,* – ділиться досвідом Олена Балан.

**3. Перед влаштуванням зустрічей** варто попередньо провести інформаційну кампанію, зробити розсилку інформаційних матеріалів і здійснити опитування учнів. Таким чином представники ВНЗ зможуть уточнити інформацію про потреби школярів, а школярі матимуть можливість визначитися з тим, які саме зустрічі їм варто відвідати. *«Мені сподобалося, що перед тим, як прийти і надати нам інформацію, спочатку зробили розсилку на email (або письмові листи вже у школі) із заохочувальним опитуванням на тему: "Які напрямки вас цікавлять?" і необов'язковим пунктом було позначення спеціальності, якщо людина вже визначилася. Також були питання на кшталт: "Який напрям навчання у вашому класі?" (у нас у школі були фіз-мат, інфо-тех та хім-біо класи) та "Який предмет вам найбільше подобається?" Таким чином я могла вибрати щось конкретне, що мені подобалося, а не слухати про все»,* – пише студентка групи ОЕ-01 Маргарита Могилат.

Студенти радять креативно підійти до підготовки матеріалів до таких зустрічей, оскільки неякісні інформаційні матеріали або такі, які не відповідають очікуванням учнів, лише зіпсують захід. *«Як все відбувалось? Школярів збирали в актовій залі і розповідали про коледж чи університет близько 2 уроків (1.5 год). Роздавали буклети, дизайн яких був жахливий. Розповідь розпочиналася з того, коли було започатковано коледж або університет і всі дані ніби було взято з вікіпедії. Такі зустрічі за статистикою нічого не давали... А в 11 класі всі мої однокласники приблизно знали куди хочуть вступати, і не думаю, що такою вступною кампанією їх можна було б переконати»,* – ділиться спогадами інша студентка групи ОН-01 Дана Плотник. *«...мені не подобалося, коли більшість виступу займала історія вузу (саме історія, а не відомі випускники). Важливо розповісти, що чекає на молодь попереду, адже питання майбутнього найважливіше для випускника школи»,* – пише студент групи ОН-01 Іван Чечун. На думку теперішніх вже студентів бакалаврату, інформаційні матеріали, які поширюються серед учнів, мають бути лаконічними, привабливими, креативними і обов'язково, про це зазначили майже всі студенти, містити QR-код з посиланням на більш розгорнуту інформацію. Тоді є шанси, що учень після зустрічі, можливо разом із батьками прочитає детальнішу інформацію про університет, інститут, кафедру. *«...Не хотілося б бачити цілу газету замість брошури, вона має бути невеличкою і, напевне, з деякими QR-кодами з посиланнями на більш детальну інформацію. Просто, у разі зацікавленості учень може з легкістю перейти за посиланням і прочитати більше про те, що саме його цікавить»,* – звертає увагу студентка групи ОН-01 Анастасія Євдокимова.

**4. Плануванню зустрічі** варто приділити особливу увагу, оскільки помилки під час влаштування зустрічі, не врахування інтересів не лише школярів, а й вчителів та адміністрації школи просто зведе нанівець усі зусилля залучити школярів до вступу саме до цього університету. *«Я чітко пам'ятаю, як до ліцею, де я навчалася наприкінці десятого – на початку одинадцятого класу приходили представники двох університетів... А потім дві людини, які пропонували навчання та проживання в якомусь маленькому містечку в Польщі. Можливо через небажання поступати саме в ті ВНЗ, які пропонувалися, я не вважаю роботу, яка проводилася з майбутніми абітурієнтами, ефективною. Можливо, я маю таку думку через низку помітних мінусів, які цілком змінили мою загальну уяву. Сьогодні я можу виділити ряд негативних аспектів, які хотіла б виокремити, маючи такий досвід в минулому. По-перше, мене дуже здивувала неорганізованість обох заходів, чи можливо це було просто халатне ставлення адміністрації і тут варто винуватити лише ліцей. У людей, які вже не першу школу обігали в пошуках майбутніх студентів, просто не було часу нормально розповісти про університети і можливості, які відкриваються. Перебивання вчителів, які прагнули скоріше закінчити свій урок і взагалі не знали про те, що на їх урок має хтось прийти, були занадто помітними. У такій справі так важливо зробити все організовано. Тому представник університету має впевнитися у тому, що все обговорено і наданого часу для викладення інформації буде достатньо, бо перехід з одного спектру питань на інший, а потім знову повернення до попереднього неймовірно сильно впливає на увагу слухача. Якби я була представником і мене задалегідь попередили б про певний ліміт в часі, то я б усіма силами намагалася б стисло подати усю необхідну інформацію і нічого не наплутати. Ні від кого я не чула про можливість отримання стипендії та про її розмір, і не розумію чому, бо це ж заохочує майбутнього студента уважніше слухати далі. По-друге, я пам'ятаю, як після того як представники своїми словами намагались щось донести нам, вони залишали на першій парті якісь візитівки з номером телефону або ж флаєри, в надії що хтось після уроку захоче*

підійти і їх взяти. Я б вчинила б по-іншому: стисла презентація, яку приємно дивитись, без води з найголовнішою інформацією – ось варіант набагато кращий. Наразі, майже кожен учень користується смартфоном, який і стане у нагоді. Чому б не зробити QR-код наприкінці презентації з посиланням на відповідні контакти чи подальшу інформацію? Маленькі паперці постійно губляться, тому, на мою думку, такий спосіб поширення подальшої інформації є набагато ефективнішим. Моя сестра наразі навчається у школі і сказала мені те ж саме. Є багато маленьких нюансів, які потім справляють погане враження, тому представник має заздалегідь їх уникнути», – ділиться досвідом студентка групи ОН-01 Олександра Філіппова. «Для кожного, без виключень, стипендія є стимулом навчатися, то ж її сума може зацікавити майбутніх студентів. У студентів нашої спеціальності стипендії більші, то ж цим варто користуватися. Як на мене, це може бути навіть однією з головних переваг нашої спеціальності», – підтверджує слова Олександри Іван Чечун.

5.Звісно, **зустрічатися** зі школярами варто і досвідченим викладачам університету, які здатні доступно пояснити майбутнім абітурієнтам всі переваги і особливості спеціальності, розповісти про навчальний процес, методiku викладання тощо. Втім, також варто розуміти, що школярі довіряють в першу чергу не поважним викладачам, як би це дивно не звучало, а набагато більше студентам, які навчаються зараз, і випускникам університету, які навчалися раніше і отримали диплом кілька років тому. «Коли викладачі приходили і розповідали, вони не викликали великої довіри, тому що це їхня робота агітувати школярів і щоб більше до них поступали. Я дослухалась переважно до студентів 2-4 курсів. Тому що вони навчалися і могли розповісти про перспективу певної спеціальності та працевлаштування», – ділиться досвідом Олена Балан.

Школярів цікавить, як виглядає навчання в університеті очима студентів, як колишні студенти влаштувалися на роботу, які знання, компетентності, уміння і навички, здобуті в університеті, стали в нагоді в професійній діяльності, який попит на випускників саме за цією спеціальністю, цієї кафедри і саме цього університету, які відгуки від роботодавців, чи довго прийшлося поповнювати знання або перенавчатися після закінчення університету, яка якість викладання в університеті, відгуки про викладачів і це на багато багато запитань. І в цих питаннях школярі довіряють радше своїм старшим друзям, ніж викладачам. «Щоб покращити профорієнтаційну роботу в школі, я би порекомендував також залучати студентів до таких заходів. Адже це найкращий спосіб отримати достовірну інформацію про ВНЗ, який сподобався абітурієнту. Окремо можна уточнити, чим їм подобається і не подобається навчання в університеті. Подібне спілкування може розкрити як несподівані плюси, про які навіть не замислювалися майбутні абітурієнти, так і мінуси, про які ніколи не розкажуть ані буклети, ані спікери. Також, до програми профорієнтаційних заходів я долучив би проведення популяризаційних або вступних лекцій, майстер-класів тощо. Це на мою думку дозволить як найкраще прийняти рішення про вибір фаху та подання документів на навчання за вибраною спеціальністю», – радить студент групи ОН-01 Олександр Топало. «Поспілкувався з молодшим товаришем, що зараз навчається у 9 класі. У майбутньому він бачить навчання з практичної точки зору... Молодь цікавить навчання руками, не лише головою. Рекламувати себе можна практичними заняттями. У КПІ ім. Ігоря Сікорського багато лабораторій на будь-який колір та смак. Варто презентувати найсучасніші з них на фото», – пропонує Іван Чечун. «Також мені подобалося, коли приходили активні студенти (старости, студентські куратори, активісти, профорги), які знали відповіді на нюанси вступної кампанії, які могли розповісти, що конкретно вони вивчають і ким після закінчення університету можна стати. Є великий сенс запрошувати випускників, які деякий час назад закінчили університет і працюють за набутою спеціальністю, оскільки вони можуть поділитися особистим досвідом та розповісти багато цікавих історій», – ділиться спогадами Маргарита Могилат. «Я вважаю, що представником університету має бути студент, адже є більше вірогідності, що він насправді розповість, як відбувається навчання. Цей студент має бути соціальним, впевненим і дружжелюбним, бо саме таких людей буде цікаво слухати», – зазначає студентка групи ОН-01 Анастасія Євдокимова. Інша студентка групи ОН-01 Марія Рак буквально підтвердила думку Анастасії: «Наступною проблемою був вибір факультету: ФЕА чи НН ІЕЕ? І тут головну роль відіграв Андрій Горобець (голова студентської ради НН ІЕЕ), наш голова усієї активності факультету. Він одразу ж відповів на моє повідомлення, розпитав про мету вступу, розповів про життя у гуртожитку, про заходи, викладачів та навчальний процес, допоміг проаналізувати усі переваги та недоліки, показав основні проблеми конкурентного факультету. То ж можна сказати, що я надала перевагу НН ІЕЕ лише завдяки Андрію».

Студенти також визначають як позитивний той факт, якщо старший брат, сестра, кузен, друг навчаються або закінчили той самий університет за тією самою спеціальністю. Досвід родичів або близької людини переконує школяра набагато сильніше і скоріше, ніж доводи викладачів. «Чи вплинуло на Ваше рішення поступити до КПІ ім. Ігоря Сікорського? Ні, а ж ніяк не вплинуло, бо давно знала та хотіла саме в КПІ. Адже для мене цей університет схожий на Ватикан у Римі. Має свій медичний заклад, спорткомплекс, бібліотеку, культурний центр, парк, пам'ятники, музеї та інше. Чи вплинуло на вибір Вами спеціальності? Теж ні. На вибір вплинули мої результати ЗНО та рідні. Тому рішення було – енергетика, бо половина родини причетна до неї. З часом і сама переконалася у своєму виборі. Щоб Ви

порадили для підвищення ефективності таких заходів? У сучасному світі не думаю, що саме таке поширення та рекламування навчального закладу або спеціальності є доречним та ефективним. Існує багато інструментів та платформ для цього. Розвиваючи соц. мережі та рівень забезпечення студентів та викладачів збільшиться інтерес абітурієнтів, які прагнуть відвідати день відкритих дверей та в подальшому вступити. Цей інтерес підвищить рейтинг навчального закладу та актуальності серед інших», – стверджує студентка групи ОЕ-01 Анастасія Хоренко. «Щодо навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського, то на мене вплинули мої сестри та брати, які навчались тут, деякі з них на цій спеціальності. Зараз вони дуже успішні, тому я намагаюсь рівнятись на них, адже вважаю їх досвідченими та ґрудованими людьми», – стверджує цю саму думку студентка групи ОН-01 Христина Сіваченко, яка розкрила зворушливу історію власного шляху до НН ІЄЕ: «Я навчалась в маленькій школі на Миколаївщині і до нас інколи не доїжджають автобуси, не те що представники визначних вузів та університетів. Тому з агітацією в моєму навчальному закладі завжди були проблеми... Все розпочалося з дев'ятого класу, коли до нас на перерві зайшли представники районного ліцею з метою провести агітацію серед нас впродовж перерви, а саме за десять хвилин після контрольної роботи з математики. В той момент я прагнула тільки відпочинку, а не слухати незнайомих людей, які давали приміряти спецодяг для різних професій. І як ви вже зрозуміли, він був не в найкращому стані... Вони роздали нам візитівки з календарем і пішли. Згодом у нас проходили подібні заходи, але всі вони були такі ж самі, на перерві з візитівками. Одного разу, в десятому класі нас повезли до Миколаївського аграрного університету. Я була захоплена, адже мені завжди подобалось місто, його краса та ритм життя. Я очікувала креативного та наукового підходу до заохочення нас до навчання в цьому закладі. Але мої сподівання провалились буквально через одну хвилину. Після прибуття до пункту призначення, на вході нас ніхто не зустрів. Мало того, ми були вимушені чекати хвилин двадцять організаторів цього заходу. Після довгої дороги ми були зморені і замість того, щоб запропонувати нам пляшку води, нас повели до величезного задушливого залу, де була ще сотня таких абітурієнтів, таких самих як ми. Нас жодним чином не мотивували, а просто сказали, що ми майбутні аграрії і що крім нас більше нема на кого залишити наші землі. Моєму обуренню не було меж. Такий собі маркетинг. Єдина агітація, до якої я б хотіла повернутись – це поїздка на Південноукраїнську атомну електростанцію. Це було вражаюче. З працею на ПУАЕС пов'язала життя майже вся моя родина. Я була там не один раз і завжди захоплювалась. Чи то там було так красиво з точки зору інженера, чи то моя тітка була дуже освіченою і показувала та розповідала мені все те, що не кожному вдається побачити та почути. Повернемось до нашої поїздки на електростанцію. Спочатку нам показали четвертий енергоблок, не просто збоку, а з середини. Він був недобудований, тому ми отримали дозвіл там побувати. Нас доручили трьом інженерам, які працюють в реальних умовах на діючих енергоблоках. Вони розповідали нам, який це сектор управління та за що він відповідає. Мене вражало кожне слово. Далі нас повезли на гідроелектростанцію. Розповіли та показали всі кроки виробітку електроенергії від напору води. Дуже чудово спонукали до подальшої роботи на станції. Нам розповідали, що кожна людина є дуже важливою на тому чи іншому процесі, що кожен інженер, контролер та електрик – це немов гвинтик у великому механізмі, що від кожного залежить чи буде освітлюватись твоя будинок завтра».

Ще однієї поширеної помилки під час проведення зустрічей з потенційними абітурієнтами студенти радять уникати, а саме, просування під час заходу виключно власної кафедри. Адже в очах школярів викладач або студент перед ними в першу чергу є представником університету і має в першу чергу просувати рідний університет. «На мою думку, значним недоліком таких зустрічей, є те, що у таких випадках представники кафедри розповідають суто про діяльність кафедри, а при появі питань від випускників стосовно інших напрямків підготовки навчального закладу неспроможні кваліфіковано відповісти на запитання. Таким чином, представники залишають поза увагою випускників, потенційних для свого навчального закладу, яких вони не змогли зацікавити під час зустрічі... Найбільшою проблемою проведення маркетингових заходів є те, що вони виконуються в межах одного закладу точково, різними відділами, які не пов'язані між собою, без встановленої єдиної ідеї та єдиної стратегії», – звертає увагу студентка групи ОН-01 Світлана Ярошук.

«Що треба щоб зацікавити людину поступити до себе. Для цього потрібно дотримуватись декількох критеріїв: 1. Представник(агітатор) повинен бути до 40 років. Повинен впевнено розповідати про спеціальність або університет який він представляє, це повинно займати 10-15 хвилин. Він повинен розповісти простими словами про спеціальності та ким людина може бути, якщо вирішить посвятити цьому своє життя (саме може а не буде). Після своєї розповіді він має простими словами відповідати на запитання (але без води) на це 5-10 хвилин залежить від кількості (якщо запитань немає агітатор не впорався). 2. Запрошення та проведення «Днів відкритих дверей», де людина яка зацікавилась може познайомитись зі студентами поспілкуватись та вже буде вирішувати хоче він поступати або ні. 3. Анонімний чат, люди бувають різні, вони можуть вважати що їх питання не ті які повинен ставити. Людина дуже соромиться коли каже від свого лиця. Дайте йому маску і він скаже він правду. В нашому варіанті задасть питання то ж це важливий пункт який всі ігнорують. 4. сторінки в соціальних мережах,

зараз вся молодь сидить в соціальних мережах, то треба це використовувати, створити сторінку в YouTube та викладати життя університету (Правду! Бо абітурієнт буде не задоволений якщо на відео одне в житті інше). Чат абітурієнтів аби люди могли познайомитись та дізнатись один про одного. Та мабуть сторінку в Instagram бо люди сидять там набагато більше.» – підсумовує досвідченіший студент групи ОН-п01, випускник коледжу Даниїл Резніченко.

**6. День відкритих дверей.** «Мене, як абітурієнта, не зацікавив ані один факультет, оскільки я бачив лише місце, де я буду навчатись, а не головну мету набуття освіти – перспективу отримати висококваліфіковану роботу. Було б добре, якщо б власне роботодавці займалися профорієнтацією абітурієнтів. У них більше ресурсів та можливостей для демонстрації сфери діяльності... Замість «Дня відкритих дверей» запросити абітурієнтів на «Ніч відкритих дверей». Залучити компанії, які зацікавлені в кваліфікованих кадрах. Вимикати світло в деяких районах, показати обладнання, спецтранспорт, спецформу, креслення об'єктів та всього того що так не відоме але дуже цікаве. Цим можна показати всю необхідність та красу спеціальностей, за якими здійснюється підготовка студентів в ІЕЕ», – креативить студент групи ОЕ-01 Таха Юсоф Муаяд. «Також ми відвідували навчальний заклад, де нас розмістили у великій аудиторії і розповідали про університет, його спеціальності, умови та етапи вступу, переваги, досягнення. На мою думку, для випускників було б цікавіше, щоб була проведена екскурсія університетом, доречно було б відвідування лабораторій закладу, де можна було б зібрати стенд, поставити досліди», – пропонує Світлана Ярошук.

**7. Довузівська підготовка** безумовно є ефективним ресурсом університетів для залучення і підготовки до вступу потенційних абітурієнтів. «Два роки я відвідував факультет довузівської підготовки від КПІ ім. Ігоря Сікорського, щоб покращити знання з фізики та математики. Досвідченість та професіоналізм викладача спрямували мій вибір в бік інженерних спеціальностей. Склавши ЗНО, я обрав навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського», – розповідає Олександр Топало.

**8. Підвищену увагу школярі приймають web-ресурсам** кафедри і університету та їхньої присутності в соціальних мережах. До того ж відмічають, що інформація має постійно оновлюватися, інакше в цьому немає сенсу. «Написати пост, наприклад, розповіді від випускників та студентів старших курсів, про їхні можливості працевлаштування та фото, чим вони займаються», – радить Олена Балан. Це набагато сильніше і швидше переконає школярів вступати на цю спеціальність, ніж нудні «спічі» професорів про перспективність вибраного напрямку. «Якщо говорити про сайти і студентські гайди в Інтернет – то це дуже гарно, коли вони є, бо коли я тільки-но почала вивчати спеціальність спочатку я натрапила саме на офіційні сайти та гайди від студентів зі статистиками та відгуками, а вже потім на інші. Але є нюанси – сайти і гайди варто було б оновити актуальною інформацією, бо є моменти, де багато що змінилось. Наприклад, інформацією про сам факультет, про спеціальності та виділити те, що на спеціальностях є багато напрямків. Також додати більше відгуків від студентів, які зараз навчаються на спеціальності. Ще на сайтах потрібно правильно подавати інформацію, говорити про всі тонкощі (наприклад, які предмети потрібні для здачі ЗНО саме на ці напрямки, які документи брати при зарахуванні вже на факультет, які документи та довідки брати при заселенні в гуртожиток) і виділяти точні дати всіх подій», – пропонує Маргарита Могилат. «Якби зараз мені довелося проводити агітаційну кампанію для школярів, я, по-перше, не радила б проводити такі агітаційні заходи після уроків – учні хочуть додому, вони стомлені і зовсім не раді таким гостям. Але ж і навчальний час також не можна забирати. Тому мені здається, що тут у нагоді були б соціальні мережі. Це також було великою проблемою, оскільки я не знала куди звернутися зі своїми питаннями: телефон приймальної комісії був увесь час зайнятий, їздити до університету далеко, та й реальних студентів, які розкажуть правду, навряд чи зустрінеш. А от якби я зайшла б, наприклад, в Instagram, і побачила б, наприклад, гарно розвинену сторінку факультету, де були б зафільмовані певні події з життя студентів – мені було б легше. Я знаю, що деякі університети так роблять, так само як і знаю про сайт НН ІЕЕ, але ж це тільки суха офіційна інформація, де зворотній зв'язок бажася кращого (саме під час вступної кампанії; я розумію, що відповідальним особам просто не вистачало часу, тож це не їх провина). Також я би в жодному разі не тиснула б на потенційних абітурієнтів, оскільки вони це не визначилися, і не можна брати на себе відповідальність за їхнє майбутнє. Загалом, треба розуміти реалії школярів, згадати себе в їхньому віці та подумати, що було б актуально для вас. Це і є ключ до успішного зацікавлення абітурієнтів, на мою скромну думку», – стверджує Марія Рак.

Христини Сіваченко ділиться власним баченням ефективної агітаційної кампанії:

«Хороша агітація. Якою ж все ж таки вона має бути?»

Запорукою будь якого успіху в цьому є комунікація. Важливо спілкуватись з представниками цих заходів «віч на віч», а не через візитівки. Цими особами мають бути кваліфіковані студенти або викладачі, які можуть відповідати на провокативні запитання абітурієнтів, а не просто студенти, в яких є вільний час пороздавати флаєри. Ще з шкільних років нам обіцяють, що ті формули, які ми вчимо, знадобляться в нашому подальшому житті. Але ж ніхто не пояснює, як саме. Тому дуже важливо знати про те, чому нас будуть навчати, яку це користь принесе суспільству та нам і яка наша частка в цьому.

*Важливо чітко продумати план спілкування з абітурієнтами та їхнім залученням до розмови. В моєму випадку, розповідали стисло про заклад і запитували в нас, чи маємо ми запитання. А ми навіть не знали що спитати, адже тієї інформації, що вони нам надали, було геть недостатньо, та й часу на запитання було обмаль. І в кращому випадку вони просто йшли, а в гіршому наступала мовчанка, що призводила до зняжковілості. Виникав психологічний бар'єр.*

*Авторитет візитерів також вносить свою частку в запоруку хорошої комунікації. Адже, якщо університет нам буде представляти недисциплінований, незібраний студент, який не розуміє, яким буде його подальше майбутнє після завершення навчання, то абітурієнти не віднесуться серйозно до його промови. Протилежністю цьому має бути розповідь успішного студента, який вже закінчив цей ВНЗ і працює за спеціальністю. Той, хто може розповісти, чому саме цей заклад необхідний нам для будування свого майбутнього життя та подальшої кар'єри.*

*Для нас дуже важливо, як саме відбувається студентське життя, а саме зранку та до вечора. Адже ще сьогодні ходять чутки про погані стани гуртожитків. Якщо цей заклад справді хороший і гуртожиток облаштовано належним чином, то на мою думку приховувати нічого. Я вважаю, необхідно знімати короткі ролики про студентське життя та показувати школярам.*

*Дуже важливе місце займають можливості, а саме практика та робота під час навчання. Підписання контракту університету з провідними організаціями про можливість проходження практики з можливістю отримання належної заробітної плати. Прикладом слугує підписання договору КПІ ім. Ігоря Сікорського з компанією ДТЕК.*

*Зоровий контакт займає чинне місце в агітації. Необхідно показувати корпуси, аудиторії та лабораторії університету. Для того щоб майбутні студенти знали, що буде супроводжувати всі їхні роки навчання в цьому місці».*

Тож, підсумовуючи Дана Плотник рекомендує:

*–чіткі стислі факти, які могли б зацікавити саме школяра, а не науковця чи викладача, використання простих зрозумілих слів;*

*–брошура (буклет) має бути обов'язково, але виконано в сучасному стилі, мінімально тексту, більше фото, яскравих, фото студентів і т.і., де можна було б знайти інформацію не лише про університет, але й інтерактив і університетські гуртки;*

*–лайфхаки (поради), що насправді нас чекатиме в університеті. Приклад: «Так, на вас чекатимуть сесії, але у вас будуть компетентні викладачі, які підтримають завжди, нададуть усі необхідні пояснення та докладуть зусиль, аби ви зрозуміли, також будуть студкуратори, які на власному досвіді розкажуть, як скласти іспит, чого прагне викладач, та як найкращим чином засвоїти матеріал»;*

*–відштовхуючись від спеціальності, про яку хочуть розповісти, обов'язково продумати практичну частину, аби школярі могли наочно усе побачити та зацікавитись. Це може бути ігрова форма але повчального характеру і т.і. Адже технології не стоять на місці і потрібно «йти в ногу з часом» разом з молодим поколінням.*

*–виступ має бути стислим, змістовним (без води), 10-15 хв., а решту часу (30 хв.) відвести на практичну частину, наочну скажімо. І усього це забере лише один урок, але з користю для учнів;*

*–звичайно, відповіді на запитання також стислі, чіткі, лише на поставлене запитання;*

*–має бути правильно вибраний час: з самого ранку учні ще думками в ліжку, а останні уроки, думками вдома. Тому найоптимальніший час – з 10:00 по 12:00 годину;*

*–також не мени важливим є настрій представників: якщо вони втомлені, бо це вже по рахунку п'ята чи шоста школа, то і учні це бачать й інформація вже сприймається не так.*

*Це мої такі поради лише як від школярки в минулому, без якихось складних порад, бо вступна кампанія, я вважаю це також велика робота, і ми не усе можемо знати, що за нею приховується».*

Проведені дослідження доводять, що профорієнтаційна робота університету є важливим елементом у системі вищої освіти і сприяє правильному вибору професії потенційними здобувачами та підвищенню якості підготовки майбутніх фахівців. З метою підвищення ефективності основні аспекти профорієнтаційної роботи університету повинні охоплювати такі напрями:

*–інформаційно-просвітницька діяльність (організація Днів відкритих дверей, інформаційні кампанії, використовуючи соціальні мережі, веб-сайти, рекламні матеріали для поширення інформації про університет, його програми та досягнення);*

*–проведення індивідуальних та групових консультацій для учнів шкіл з метою допомогти їм визначитися з майбутньою професією та обрати відповідну спеціальність;*

*–співпраця з школами, технікумами та коледжами (створення партнерських програм, навчальних проєктів, проведення майстер-класів та лекцій тощо);*

*–проведення підготовчих курсів для старшокласників, які допомагають їм підготуватися до вступних іспитів і національного мультипредметного тесту (НМТ);*

*–залучення до науково-дослідницької роботи учнів МАН України;*



–залучення роботодавців до проведення лекцій та презентацій, які надають вступникам уявлення про ринок праці та їхнє майбутнє працевлаштування.

Завдяки комплексному підходу до профорієнтаційної роботи, університети допомагають вступникам не лише правильно обрати професію, але й мотивують успішно навчатися, щоб в подальшому реалізувати себе на ринку праці після закінчення навчання.

**Висновки.** Наскрізна трирівнева підготовка на кафедрі електропостачання КПІ ім. Ігоря Сікорського бакалаврів, магістрів (професійних і науковців) та PhD упродовж 25 років за освітньо-професійними програмами «Системи забезпечення споживачів електричною енергією» і «Енергетичний менеджмент та енергоефективні технології» спеціальності 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» в галузі знань 14 «Електрична інженерія» дозволила забезпечити промислові, енергетичні, комунальні, комерційні та інші компанії і організації, а також органи влади і місцевого самоврядування України кваліфікованими фахівцями з електропостачання міст, промислових підприємств і об'єктів сільського господарства та енергетичного менеджменту, здатними спільно розв'язувати комплексні завдання з надійного електропостачання споживачів якісною електричною енергією з впровадженням енергоефективних технологій, скорочення використання викопного палива і зменшення шкідливих викидів на засадах сталого розвитку. В основі успішної підготовки та виховання фахівців-електроенергетиків лежить кропітка робота з аналізу умов, визначення напрямів і формування базових принципів популяризації, відбору і залучення до вступу на кафедру електропостачання КПІ ім. Ігоря Сікорського абітурієнтів бакалаврату за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань 14 «Електрична інженерія» з числа найбільш підготовлених та вмотивованих випускників шкіл та коледжів.

**O. Kotsar**<sup>1</sup>, Cand. Sc. (Eng.), Assoc. Prof, ORCID 0000-0002-7958-2335

**O. Borychenko**<sup>1</sup>, Cand. Sc. (Eng.), Assoc. Prof, ORCID 0000-0002-6127-2945

**V. Pobigaylo**<sup>1</sup>, Cand. Sc. (Eng.), Assoc. Prof, ORCID 0000-0003-2673-7329

<sup>1</sup>National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

## **MARKETING PERFORMANCE INCREASING WHILE INVOLVING APPLICANTS TO ADMISSION TO THE UNIVERSITY**

*The professional orientation of applicants is an integral part of the marketing strategy of the universities and the state as a whole to train high-quality specialists for the national economy. The schools and colleges graduates are potential university bachelor's degree applicants. The article presents the experience of involving graduates of schools and colleges for admission to the bachelor's degree at the power supply department of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, specialty 141 "Electrical power engineering, electrical engineering and electromechanics" branch of knowledge 14 "Electrical engineering". References 3.*

**Keywords:** bachelor's degree, education, electrical engineering, electrical energy, electrical engineering, energy management, energy-efficient technologies, graduate student, master's degree, power supply systems.

### **References**

1. Mykhailo Zgurovsky “KPI-125: Thinking about the past, we think about the next!” Welcome speech at the jubilee session of the professors staff on the occasion of the 125th anniversary of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute on September 31, 2023 // *Kyiv Polytechnic*, 2023 – No. 29-30. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MKOx-z24mCY> (accessed at 09.09.2023). (Ukr)

2. Volodymyr Popov, Oleg Kotsar, Vadym Tkachenko and other (2022) The comprehensive training of specialists in the field of electrical engineering at the Power Supply Department of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute // *Energy: economics, technologies, ecology*, No.3, p.p. 31–37. URL: <http://energy.kpi.ua/article/view/271482> (accessed at 09.09.2023). (Ukr)

3. Information and communications at the electric power enterprises. Syllabus // Compiled by the associate professor of the power supply department, candidate. technical of Sciences, by Associate Professor O.V. Kotsar, approved by the Power Supply Department, protocol No.21 of June 7, 2023, approved by the Methodological Council of IEE, protocol No. 9 of June 22, 2023. URL: [https://drive.google.com/file/d/17zoDEooyDds-YQ\\_GfoR-4PV5bvjqQuLh/view](https://drive.google.com/file/d/17zoDEooyDds-YQ_GfoR-4PV5bvjqQuLh/view) (accessed at 09.09.2023). (Ukr)

Надійшла: 31.05.2024

Received: 31.05.2024