

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ ДЛЯ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГУ УКРАЇНСЬКИХ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

ДМИТРО КРАКОВИЧ,
директор з консалтингу КМІС (Київський міжнародний інститут соціології)

ВІДМІННІСТЬ ДАНОГО РЕЙТИНГУ ВІД ІНШИХ

Новий рейтинг вищих навчальних закладів України, пілотний етап побудови якого КМІС провів у травні-червні 2008 р., був ініційований компанією “Систем Кепітал Менеджмент” і благодійним фондом “Розвиток України”. Відмінною рисою його від інших рейтингів українських вищих закладів освіти є те, що в основу покладений приблизно такий самий принцип, як і в оцінку задоволеності товаром/послугою в маркетингових дослідженнях. Рейтинг будується за оцінками груп безпосередніх споживачів системи вищої освіти. Це, у першу чергу, роботодавці, яким потрібні кваліфіковані кадри, яких випускає ВУЗ, і випускники цього закладу, які здобувають у процесі навчання знання, уміння, професійні зв’язки, статус, необхідні для успішного працевлаштування.

Протягом пілотного етапу були опитані й інші групи: студенти, адміністрація навчальних закладів, експерти державної системи освіти, фахівці з державних служб зайнятості і комерційних агентств з персоналу. Але для основного рейтингу, яке планується проводити регулярно як підмогу абітурієнтам у виборі майбутньої alma mater, обрано саме перші дві цільові групи “споживачів”.

Різноманітність цільових груп викликала необхідність удатися одночасно до кількох методів опитування, найбільш підходящим для репрезентативного охоплення кожної з аудиторій, а саме: особисте інтерв’ю й анкетування за місцем роботи/навчання, телефонне опитування, поштове опитування, опитування по елек-

тронній пошті та онлайн-опитування. Саме про застосування методу онлайн для опитування роботодавців і фахівців рекрутингових агентств йтиметься далі.

ПІДГОТОВКА ДО ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ РОБОТОДАВЦІВ

За цільову групу основних споживачів якісно підготовлених випускників вищих закладів освіти було взято сукупність провідних підприємств України. Списки підприємств одержано з таких джерел.

1. Найбільш успішні топ-менеджери українських компаній за версією “ИнвестГазеты” 2007 р. (друковане видання, загальнодоступне). Відбиралися не топ-менеджери, а їхні компанії — 450 потенційних компаній-респондентів.
2. Найбільш успішні українські компанії за версією видання “Гвардія” 2007 р. Використовувалася не лише електронна версія, надана “Гвардією”, а й друковане видання, (загальнодоступне) — 450 потенційних компаній-респондентів.
3. “Жовті сторінки” 2007 р. (електронна версія, загальнодоступна). Відбиралися компанії з галузей, що динамічно розвиваються; з рейтингу “Гвардії” (див. вище) — 500 потенційних компаній-респондентів.

Таким чином, загальний сукупний розмір попереднього списку складався з 1400 компаній. Але, оскільки всі три списки частково у чомусь повторювали одне одного, реальний сукупний розмір попереднього списку (без урахування дублюючих компаній з різних списків) дорівнював приблиз-

но 1000 підприємств.

Потенційними респондентами в компаніях були начальники відділів кадрів/менеджери з персоналу. Наші попередні тестові дослідження показували, що переважна частина цієї аудиторії користується послугами мережі Інтернет, тому було прийнято рішення опитувати їх онлайн.

Значну частину адрес електронної пошти HR-менеджерів і керівників відділів кадрів можна було знайти в Інтернеті (у багатьох провідних компаній є сайти з контактною інформацією з питань влаштування на роботу). Але ми не пішли цим шляхом: рівень відмов при такому онлайн-опитуванні був би занадто великим. Замість цього ми провели телефонне обдзвонювання всіх потенційних респондентів, у процесі якого діставали згоду на участь в онлайн-опитуванні безпосередньо від респондентів, після чого брали або уточнювали в них адреси електронної пошти.

У результаті такого попереднього опитування було одержано 610 згод на участь в онлайн-опитуванні. Таким чином, досяжність (response rate) попереднього телефонного обдзвонювання становила 61% (від загальної вибірки 1000 компаній).

ПРОВЕДЕННЯ ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ РОБОТОДАВЦІВ

Анкета російською й українською мовами (з правом вибору мови в першому питанні) була розміщена на сервері, респондентам було надіслано персональне запрошення взяти участь в опитуванні з гіперпосиланням на анкету. Через три дні тим респонден-

там, які не відповіли або недозаповнили анкету, автоматично було надіслане нагадування. Ще через два дні було відправлено друге нагадування, і ще через кілька днів — третє, фінальне.

У результаті було отримано 189 заповнених анкет (точніше, був відразу отриманий масив даних з відповідями 189 респондентів). Таким чином, досяжність в опитуванні роботодавців становила приблизно 19%, що являє собою непоганий показник під час онлайн-опитування юридичних осіб.

Разом з тим відповіло втричі менше людей, ніж попередньо погодилися взяти участь у дослідженні. Ця різниця може бути зумовлена таким:

1. Частина електронних адрес була взята в респондентів (або надана ними) неправильно. (Якщо лист повертався, ми передзвонювали й уточнювали адресу, але листи з неправильними адресами не завжди повертаються.)
2. Частина електронних листів із запитанням взяти участь у проєкті була затримана спам-фільтрами. (У цьому випадку лист не повертається.)
3. Частина респондентів проігнорували запрошення і нагадування — не знайшли часу на заповнення анкети або мотивація була низка, або ще з якихось міркувань не захотіли брати участь у дослідженні.
4. Частина респондентів могли виїхати у тривалі відрядження або піти у відпустку (опитування проводилося наприкінці травня-початку червня).
5. У деяких респондентів онлайн-анкета могла не відкритися/не працювати через застаріле апаратне або програмне забезпечення, або певні налаштування Інтернету (наприклад, був відключений у браузері протокол JavaScript).

Останню з можливих причин ми перевірили, розіславши по всіх адресах, які не відповіли на наш запит, через кілька днів після фінального нагадування про анкету в альтернативному форматі (MS Word). З 421 розісланої анкети заповненими по-

вернулися лише три. Це свідчить на користь того, що неучасть в опитуванні викликана в основному першими чотирма причинами.

Досяжність у разі потреби можна було б підвищити, розпочавши повторне телефонне обдзвонювання респондентів, які не відповіли, і запропонувати їм альтернативні методи опитування: телефонний (поставлені запитання припускали можливість проведення інтерв'ю замість анкетування) або поштовий (традиційною поштою), залежно від того, що було б найбільше зручно респондентів. Але строк, виділений на дослідження, не дозволяв провести "повторний захід". Крім того, отримана досяжність онлайн-опитування перебувала у межах, які й прогнозувалися.

ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ ФАХІВЦІВ РЕКРУТИНГОВИХ АГЕНТСТВ

Провідні спеціалісти комерційних агентств з підбору персоналу (рекрутингові агентства) були однією із груп експертів на пілотному етапі. За специфікою своєї роботи такі фахівці ідентичні менеджерам з персоналу підприємств (й ті, й ті займаються кадрами), але якщо досвід HR-менеджерів обмежений потребами свого підприємства, досвід працівників рекрутингових агентств більше різноплановий, оскільки вони, як правило, працюють на кілька компаній-клієнтів і підбирають персонал за різними напрямками.

Вихідні списки рекрутингових агентств формувалися через кабінетне дослідження в основному з використанням мережі Інтернет. Обсяг вихідного списку склав 518 агентств. Без урахування дублікатів цей список складався приблизно з 466 компаній.

Потенційними респондентами були керівники агентств або фахівці агентства з досвідом роботи не менш двох років. Наші попередні знання про генеральну сукупність дозволяли вважати, що переважна частина цієї цільової групи користується по-

слугами мережі Інтернет. Відповідно опитування проводилося онлайн.

Так як і в опитуванні роботодавців, з метою підвищення досяжності ми пішли шляхом попереднього обдзвонювання потенційних респондентів, у якому діставали згоду на участь у проєкті й брали або уточнювали адресу електронної пошти.

У результаті була отримана 251 згода на участь в онлайн-опитуванні. Таким чином, досяжність попереднього телефонного обдзвонювання становила 54% (від загальної вибірки 466 компаній).

Одержання вищої досяжності на цьому етапі (в опитуванні роботодавців "взяли" 61%) ускладнювалося через нестабільність у цій сфері бізнесу. З урахуванням того, що списки формувалися за відносно свіжою інформацією, на момент обдзвонювання частина агентств встигла передислокуватися, не поновивши свою контактну інформацію, або взагалі "вийти з бізнесу". У ході опитування роботодавців (провідних компаній України) такого звичайно не було.

Технологія проведення онлайн-опитування не відрізнялася від опитування начальників відділів кадрів компаній. Після закінченні даного етапу отримано 103 заповнені анкети. Таким чином, досяжність в опитуванні фахівців агентств з підбору персоналу становила приблизно 22%. Загалом кооперативність цієї аудиторії, як і очікувалося, виявилася вище за кооперативність менеджерів з персоналу підприємств. Більш високої досяжності під час опитування рекрутингових агентств перешкождала зазначена вище відносна нестабільність у цьому секторі бізнесу.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ РЕЙТИНГУ

За напрямом «менеджмент/економіка» кращими вищими закладами освіти визнано:

- ♦ Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана (м. Київ);
- ♦ Національний університет

“Києво-Могилянська академія” (м. Київ).

Друге місце посів:

- ♦ Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (м. Київ).
- Далі йдуть:
- ♦ Київський національний торгово-економічний університет (м. Київ);
- ♦ Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут” (м. Київ);
- ♦ Донецький національний університет (м. Донецьк);
- ♦ Українська академія зовнішньої торгівлі (м. Київ).

За напрямом «правознавство» кращими названо:

- ♦ Національна юридична академія ім. Ярослава Мудрого (м. Харків).

Друге місце:

- ♦ Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (м. Київ).
- Далі йдуть:
- ♦ Київський національний університет внутрішніх справ (м. Київ);
- ♦ Національний університет “Києво-Могилянська Академія” (м. Київ);
- ♦ Академія адвокатур України (м. Київ);
- ♦ Одеська національна юридична академія (м. Одеса);
- ♦ Харківський національний університет внутрішніх справ (м. Харків);
- ♦ Дніпропетровський університет економіки й права (м. Дніпропетровськ);
- ♦ Львівський національний університет ім. Івана Франка (Львів);
- ♦ Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ (м. Дніпропетровськ).

З підготовки фахівців інженерно-технічних спеціальностей кращі такі:

- ♦ Національний гірничий університет України (м. Дніпропетровськ);

- ♦ Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут” (м. Київ).

На другому місці:

- ♦ Донецький національний технічний університет (м. Донецьк).
- Далі йдуть:
- ♦ Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ);
- ♦ Київський національний університет будівництва й архітектури (м. Київ);
- ♦ Національний університет “Львівська політехніка” (м. Львів);
- ♦ Національний транспортний університет (м. Київ);
- ♦ Запорізький національний технічний університет (м. Запоріжжя);
- ♦ Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут” (м. Харків);
- ♦ Національний аерокосмічний університет ім. Жуковського “Харківський авіаційний інститут” (м. Харків);
- ♦ Дніпропетровський національний університет (м. Дніпропетровськ);
- ♦ Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (м. Київ).

У сфері інформаційних технологій кращим визнано:

- ♦ Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут” (м. Київ).
- Друге місце:
- ♦ Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (м. Київ).

Далі йдуть:

- ♦ Державний університет інформатики і штучного інтелекту (м. Донецьк);
- ♦ Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій (м. Київ);
- ♦ Національний університет

“Києво-Могилянська академія” (м. Київ);

- ♦ Харківський національний університет радіоелектроніки (м. Харків);
- ♦ Донецький національний технічний університет (м. Донецьк);
- ♦ Національний авіаційний університет (м. Київ);
- ♦ Національний аерокосмічний університет ім. Жуковського “Харківський авіаційний інститут” (м. Харків);
- ♦ Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут” (м. Харків).

З підготовки фахівців архітектурно-будівельних спеціальностей кращим визнано:

- ♦ Київський національний університет будівництва й архітектури (м. Київ).

На другому місці:

- ♦ Придніпровська державна академія будівництва й архітектури (м. Дніпропетровськ);
- ♦ Донбаська національна академія будівництва й архітектури (м. Макіївка);
- ♦ Харківський державний технічний університет будівництва й архітектури (м. Харків);
- ♦ Одеська державна академія будівництва й архітектури (м. Одеса).

Далі йдуть:

- ♦ Українська державна академія залізничного транспорту (м. Харків);
- ♦ Херсонський державний аграрний університет (м. Херсон);
- ♦ Харківська національна академія міського господарства (м. Харків);
- ♦ Національний університет водного господарства й природокористування (м. Рівне).

Повний і детальний рейтинг вищих закладів освіти, а також докладний опис методики його побудови доступний на сайті проекту: www.yourcompass.org