

Методологія дослідження рейтингу ВНЗ України «Компас - 2009»

Рейтинг ВНЗ України «Компас» формується на основі спеціально розробленої методології, яка враховує дані, отримані в результаті комплексу соціологічних досліджень.

Проведене дослідження було спрямоване на розроблення рейтингу вищих навчальних закладів України III–IV рівня акредитації, які готують бакалаврів, спеціалістів або магістрів за такими напрямками спеціалізації: бізнес/економічні спеціальності; правознавство; інженерні/технічні спеціальності; інформаційні технології (ІТ); архітектура/будівництво.

2.1. Відбір ВНЗ для участі у рейтингу

Перед проведенням дослідження було створено перелік ВНЗ, які відповідають таким критеріям:

- ВНЗ має III–IV рівень акредитації;
- ВНЗ не є філією або підрозділом (наприклад, інститут ВНЗ) іншого навчального закладу;
- ВНЗ здійснює підготовку бакалаврів, спеціалістів або магістрів за п'ятьма вищезазначеними напрямками спеціалізації (має студентів денної форми навчання).

Для формування переліку ВНЗ – учасників рейтингу «Компас» використовувалась загальнодоступна інформація про ліцензійні обсяги підготовки бакалаврів, спеціалістів, магістрів у кожному з ВНЗ 3-4 рівня акредитації. Ця інформація міститься на офіційному сайті Міністерства освіти і науки України (<http://www.mon.gov.ua/main.php?query=nz>).

До переліку включалися ті ВНЗ, які мали ліцензію на підготовку бакалаврів, спеціалістів, магістрів хоча б за одним із таких напрямків:

- бізнес/економічний;
- правознавство;
- інженерний/технічний;
- напрямок інформаційних технологій (ІТ);
- архітектура/будівництво.

Ще одним із критеріїв, який враховувався при формуванні переліку ВНЗ, став сумарний ліцензійний обсяг підготовки бакалаврів, спеціалістів, магістрів одного напрямку у ВНЗ¹. Для участі ВНЗ у рейтингу за напрямками спеціалізації сумарний ліцензійний обсяг мав складати:

- бізнес/економічний – 150 і більше;
- правознавство – 50 і більше;
- інженерний/технічний – 50 і більше;
- напрямок інформаційних технологій (ІТ) – 50 і більше;

¹ Під сумарним ліцензійним об'ємом підготовки бакалаврів, спеціалістів, магістрів певного напрямку у ВНЗ розуміється сума ліцензійних об'ємів підготовки бакалаврів, спеціалістів, магістрів усіх спеціальностей одного напрямку підготовки, які може випускати ВНЗ.

- архітектура/будівництво – 50 і більше.

У результаті відбору ВНЗ було створено перелік, який містив 234 вищих навчальних заклади, що брали участь у рейтингу. Спеціалізовані рейтинги оцінювали:

- бізнес/економічний напрямок– 198 ВНЗ,
- правознавство – 90 ВНЗ,
- інженерний/технічний напрямок - 110 ВНЗ,
- напрямок інформаційних технологій (ІТ) – 103 ВНЗ,
- архітектура/будівництво - 36 ВНЗ.

Застереження

При ознайомленні з результатами загального рейтингу слід враховувати, що цей рейтинг не охоплює усі українські ВНЗ, а лише стосується тих 234 закладів, які увійшли до переліку.

2.2. Методологія збору даних

Польовий етап дослідження “Рейтинг ВНЗ України «Компас»” проводився у лютому – квітні 2009 року із застосуванням методів особистого та телефонного інтерв’ю, опитування за допомогою електронної пошти та онлайн-опитування.

Така дослідницька методологія була обрана з огляду на те, щоб досягнути якомога більше випускників різних ВНЗ та важкодосяжних респондентів (роботодавців, експертів).

Відповідно до мети дослідження методологія передбачала дослідження таких цільових аудиторій:

- Представників компаній-роботодавців.
- Експертів.
- Випускників ВНЗ, що беруть участь у рейтингу.

2.2.1. Всеукраїнське опитування представників компаній-роботодавців

Проведене опитування репрезентативне для великих і середніх компаній-роботодавців, які відносяться до одного з таких видів економічної діяльності² (у відповідності до «Класифікатора видів економічної діяльності»):

- Оптова та роздрібна торгівля; торгівля транспортними засобами; послуги з ремонту;
- Обробна промисловість;
- Виробництво електроенергії, газу та води;
- Транспорт;
- Фінансова діяльність;
- Будівництво;
- Операції з нерухомістю, здавання під найм і послуги юридичним особам;
- Добувна промисловість.

² Згідно з даними Державного комітету статистики України ці 8 видів економічної діяльності забезпечували у 2007 році більше ніж 97% загальнодержавного об’єму реалізованої продукції, послуг, робіт.

Вибірка розроблена таким чином, щоб бути випадковою, стратифікованою за розміром підприємства (розмір підприємства визначався у відповідності до кількості працівників на підприємстві³), виду економічної діяльності, належності до територіально-адміністративних одиниць України.

Вибірка для проведення дослідження була технічно реалізована інформаційно-аналітичною агенцією "СтатІнформКонсалтинг" за технічним завданням Київського міжнародного інституту соціології.

Підприємства випадковим чином відбиралися серед усіх підприємств, які звітуються за формою «№ 1-підприємництво».

У вибірці представлені підприємства різних форм власності.

Опитування проводилося методом особистого інтерв'ю за місцем роботи респондента. У компаніях потенційними респондентами були керівники відділів кадрів і HR-відділів (менеджери з персоналу), а також керівники компаній. У перебігу польового етапу дослідження було опитано представників 953 компаній.

2.2.2. Опитування експертів

В опитуванні експертів брали участь представники провідних компаній, які у свою діяльність постійно залучають фахівців певних напрямків спеціалізації, без яких діяльність цих компаній неможлива (наприклад, будівельна компанія не може функціонувати без фахівців з будівництва, архітекторів).

Вибірка для опитування експертів була створена шляхом попереднього телефонного обдзвонювання потенційних респондентів, під час якого інтерв'юер отримував згоду на участь в онлайн-опитуванні і брав адресу електронної пошти потенційного респондента.

Вибірка для телефонного опитування складалася з інформації, отриманої з таких джерел:

1. База найбільших компаній видання «Гвардія».
2. База Держкомстату України.
3. Сайт Європейської бізнес асоціації (European Business Association, EBA) <http://eba.com.ua/>
4. Сайт Американської торгової палати (American Chamber of Commerce, ACC) www.chamber.ua

Для попереднього телефонного опитування було сформовано 5 баз. До кожної окремої бази увійшли такі категорії компаній, що мали оцінювати наступні напрямки підготовки:

1. Напрямок підготовки: Правознавство

Категорії компаній: Юридичні фірми, адвокатські фірми тощо.

2. Напрямок підготовки: Бізнес/економічний

Категорії компаній: Аудиторські компанії, банки, інвестиційні компанії та банки, страхові компанії, штаб-квартири найбільших компаній тощо.

3. Напрямок підготовки: Інформаційні технології (ІТ)

³ У відповідності до Господарського кодексу України розмір підприємства визначається двома параметрами: 1) середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік; 2) обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік. В цьому дослідженні розмір підприємства визначався за першим показником згідно з яким підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік складає від 51 до 250 осіб є середніми, а якщо більше 250 осіб – великими.

Категорії компаній: Розробники програмного забезпечення, компанії – системні інтегратори, компанії, що займаються інформаційною безпекою, великі студії веб-дизайну тощо.

4. Напрямок підготовки: Інженерний/технічний

Категорії компаній: промислові підприємства.

5. Напрямок підготовки: Архітектура/будівництво

Категорії компаній: Будівельні компанії, архітектурні та проектні організації, компанії, які займаються будівництвом інфраструктурних та промислових об'єктів, тощо.

Опитування проводилося методом онлайн-опитування та, частково, методом опитування за допомогою електронної пошти та особистого інтерв'ю за місцем роботи респондента. Для проведення онлайн-опитування використовувався сайт SurveyMonkey.com. У компаніях потенційними респондентами були керівники відділів кадрів та HR-відділів (менеджери з персоналу), а також керівники компаній.

Загалом у перебігу польового етапу дослідження було опитано представників 331 компанії.

2.2.3. Опитування випускників ВНЗ 2003–2008 рр.

Дослідження проводилося методом особистого, телефонного та он лайн опитування. Така комбінація методів була обрана з огляду на те, щоб отримати якомога більшу кількість випускників ВНЗ, які брали участь у рейтингу, і запропонувати респонденту найбільш зручний для нього варіант участі у дослідженні.

Безпосередньо перед опитуванням проводився попередній скринінг респондента. Для того щоб узяти участь у дослідженні, респондент мав відповідати таким критеріям:

- Бути випускником 2003–2008 рр.;
- Закінчити один із 234 ВНЗ, які брали участь у рейтингу;
- Навчатися за одним із п'яти напрямків спеціалізації;
- Навчатися на стаціонарі;
- Мати диплом бакалавра, спеціаліста або магістра.

Контакти потенційних респондентів були отримані з таких джерел:

1. Адміністрація ВНЗ, які беруть участь у рейтингу.
2. Респонденти, які брали участь у опитуванні (використовувався пошук потенційних респондентів методом «снігової кулі» — у кожного з респондентів запитували контакти інших випускників з його ВНЗ).
3. Сайти соціальних мереж “Однокласники”, “В контакте”.
4. База контактів, отриманих під час попереднього дослідження.

Для проведення особистого опитування використовувалась мережа інтерв'юерів КМІС. Для проведення онлайн-опитування використовувався сайт SurveyMonkey.com.

У результаті реалізації цього компонента дослідження було опитано 1129 випускників з 225 ВНЗ.

2.3. Методологія формування рейтингу ВНЗ

Рейтинг ВНЗ "Компас 2009" ґрунтується на думці випускників, роботодавців і експертів щодо відповідності знань і навичок випускників вітчизняних ВНЗ запитам ринку праці.

Рейтинг формувався на основі інформації, отриманої під час опитувань зазначених цільових груп (випускників, роботодавців і експертів). За отриманими даними, розраховувалися індикатори і критерії рейтингу, які інтегрувалися до підсумкового рейтингового балу, за яким і визначалося місце кожного вищого навчального закладу серед інших ВНЗ України.

2.3.1. Критерії та індикатори

При побудові рейтингу "Компас 2009" враховувалися такі критерії (перелік індикаторів наведено у таблиці 2.3.1.):

- *Думка випускників.* Думка молодих спеціалістів (випускників ВНЗ 2003-2008 рр.) стосовно можливостей отримати затребувану освіту у ВНЗ, де вони проходили навчання. Включає такі аспекти, як оцінка практичної значимості навчання, сприяння ВНЗ працевлаштуванню випускників, досвід трудової діяльності випускників, задоволеність власним ВНЗ і визначення випускниками ВНЗ, які дають найкращу підготовку в цілому.
- *Думка роботодавців.* Визначення роботодавцями українських ВНЗ, які дають випускникам найкращу підготовку для роботи в їхній компанії.
- *Думка експертів.* Визначення компаніями-експертами українських ВНЗ, які дають найкращу підготовку для роботи в їхній компанії.
- *Співпраця між ВНЗ і компаніями-роботодавцями.* Кількість компаній-роботодавців і експертів, які співпрацюють із ВНЗ.

Значення усіх індикаторів і критеріїв рейтингу нормувалися відносно до найбільшого значення: максимальному значенню присвоювалося значення 100, а решта значень розраховувалися як відсоток від максимального.

Таблиця 2.3.1. Рейтинг ВНЗ "Компас-2009" – критерії та індикатори

Критерії	Індикатори	Джерело	Вага
<p>Задоволеність випускників ВНЗ отриманою ними освітою і можливістю застосування її у трудовій діяльності</p>	<p><i>Оцінка практичної значимості навчання:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Можливість отримати практичні навички, застосувати на практиці отримані теоретичні знання; ▪ Придбання досвіду самостійного виконання деяких видів робіт у рамках спеціальності; ▪ Задоволеність організацією практики у ВУЗі (надання бази практики, чітке інструктування викладачами, контроль тощо); ▪ Задоволеність організацією практики на підприємстві (надання робочого місця, його оснащеність, планування роботи, готовність допомогти в придбанні навичок, умінь тощо); ▪ Орієнтованість навчальної програми на запити ринку праці; ▪ Відповідність отриманих знань і навичок потребам роботодавців; ▪ Можливість одержання у ВУЗі додаткових професій, знань (поглиблене вивчення предметів, додаткової іноземної мови, спеціальних комп'ютерних програм); ▪ Якість читання більшості лекцій; ▪ Якість проведення більшості практичних (семінарських) занять. <p><i>Сприяння ВНЗ працевлаштуванню випускників</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Організація конкурсів на одержання стипендій з ініціативи роботодавців; ▪ Робота підрозділу з працевлаштування у ВУЗі; ▪ Організація зустрічей із роботодавцями (презентації компаній, ярмарку вакансій, співбесіди, майстер-класи тощо); ▪ Спільна робота із представниками підприємств регіону (розробка бізнес-плану для замовника, виконання дипломних, курсових робіт на замовлення підприємств, наукові дослідження з проблем підприємства тощо); ▪ Відсоток випускників, які знайшли роботу за сприяння ВНЗ. <p><i>Досвід трудової діяльності випускників</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Відсоток випускників, які працюють за фахом; ▪ Задоволеність можливістю одержати перше робоче місце відповідно до отриманої спеціальності; ▪ Задоволеність можливістю одержати перше робоче місце протягом трьох місяців після отримання диплому. <p><i>Задоволеність випускників власним ВНЗ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Задоволеність престижністю ВНЗ; ▪ Відсоток випускників, які обрали б свій ВНЗ для підвищення кваліфікації; ▪ Відсоток випускників, які порадили б свій ВНЗ роботодавцю. <p><i>Визначення випускниками ВНЗ, які дають найкращу підготовку в цілому</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ВНЗ, які випускники порадили б знайомому незалежно від спеціальності (3 місця, на кожне місце можна було поставити до 3-х ВНЗ). 	<p>Відповіді випускників на запитання анкети</p>	<p>0.10</p>
<p>Сприйняття роботодавцями якості освіти в українських ВНЗ</p>	<p><i>Визначення роботодавцями українських ВНЗ, які дають найкращу підготовку для роботи в їхній компанії</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Випускникам яких ВНЗ роботодавці надали б перевагу при наборі на роботу (3 місця, на кожне місце можна було поставити до 3-х ВНЗ). 	<p>Відповіді роботодавців на запитання анкети</p>	<p>0.31</p>
<p>Сприйняття експертами якості освіти в українських ВНЗ</p>	<p><i>Визначення роботодавцями українських ВНЗ, які дають найкращу підготовку для роботи в їхній компанії</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Відповіді експертів на питання, які ВНЗ, на їхню думку, дають найкращу освіту в цілому (3 місця, на кожне місце можна було поставити до 9-и ВНЗ). 	<p>Відповіді експертів на запитання анкети</p>	<p>0.29</p>
<p>Співпраця між ВНЗ і компаніями-роботодавцями</p>	<p><i>Співпраця між ВНЗ і компаніями-роботодавцями</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Кількість роботодавців і експертів, які зазначили, що їхня компанія співпрацює із певним ВНЗ. 	<p>Відповіді роботодавців та експертів на запитання анкети</p>	<p>0.30</p>

2.3.2. Розрахунок вагових коефіцієнтів критеріїв рейтингу

При інтегруванні критеріїв рейтингу до підсумкового рейтингового балу використовувалися вагові коефіцієнти.

Для обчислення ваги окремих критеріїв рейтингу використовувалась процедура факторного аналізу. У найбільш загальному вигляді, факторний аналіз слугує для вивчення взаємозв'язків між значеннями змінних. За допомогою факторного аналізу можливо виявити латентні змінні (фактори), які обумовлюють існування кореляцій між наявними змінними. У нашому випадку, ми припускаємо, що окремі критерії "думка випускників", "думка роботодавців", "думка експертів" і "співпраця між ВНЗ і компаніями-роботодавцями" є пов'язаними, оскільки усі вони вимірюють латентну змінну "відповідність освіти потребам ринку праці", яка і покладена в основу рейтингу. Коефіцієнти зв'язку між критеріями рейтингу і отриманим фактором (факторні навантаження) виражають, наскільки добре кожна змінна відображує латентний фактор. На підставі отриманих факторних навантажень було розраховано вагові коефіцієнти рейтингу.

Таблиця 2.3.2. Розрахунок вагових коефіцієнтів критеріїв рейтингу

	Коефіцієнти зв'язку між критеріями рейтингу і отриманим фактором (факторні навантаження)*	Вагові коефіцієнти критеріїв рейтингу
Задоволеність випускників ВНЗ отриманою ними освітою і можливістю застосування її у трудовій діяльності	0.30	0.10
Сприйняття роботодавцями якості освіти в українських ВНЗ	0.97	0.31
Сприйняття експертами якості освіти в українських ВНЗ	0.90	0.29
Співпраця між ВНЗ і компаніями-роботодавцями	0.93	0.30

**Факторні навантаження отримані процедурою експлораторного факторного аналізу методом головних компонент із використанням програмного пакету SPSS13. До уваги бралися лише ті фактори, власне значення (eigenvalue) яких не менше 1. У результаті аналізу було отримано однофакторне рішення, яке пояснює 67% загальної дисперсії.*

Оцінки випускників виявилися найменшою мірою пов'язаними із отриманим фактором, через що вони мають найменшу вагу в загальному рейтингу. Як можна припустити, випускники оцінюють свій та інші ВНЗ під дещо іншим кутом зору, аніж роботодавці та експерти. Зокрема, випускники маленьких регіональних вузькоспеціалізованих ВНЗ можуть бути значною мірою задоволеними практичною цінністю отриманих знань, у більшості працювати за фахом і високо оцінювати сприяння ВНЗ працевлаштуванню не через те, що цей ВНЗ дійсно дає найкращу освіту, а через інший рівень вимог до навчання, ситуацію на ринку праці (випускники малопопулярних спеціальностей частіше працюють за фахом) тощо.

2.3.3. Формування рейтингу ВНЗ

Підсумковий рейтинговий бал розраховувався як сума зважених балів, отриманих ВНЗ по кожному критерію рейтингу:

$$\text{Рейтинговий бал} = KP_1 * W_1 + KP_2 * W_2 + KP_3 * W_3 + KP_4 * W_4,$$

де KP – критерій рейтингу, W – вага критерію рейтингу.

Місце ВНЗ у рейтингу визначалося за отриманими значеннями підсумкового рейтингового балу, причому ВНЗ, які мають близькі значення набраних балів, об'єднувалися в одну групу. Загалом у загальному рейтингу було виокремлено 10 місць, за якими розподілилися оцінювані ВНЗ.

Слід зважати на те, що чим більше віддаляємося від перших позицій рейтингу, тим меншою стає різниця між різними вищими навчальними закладами, і тим більш умовною стає межа між позиціями. Наприклад, різниця між останнім ВНЗ на 7-й позиції і першим на 8-й може бути статистично незначущою. Разом із тим, усі рейтингові позиції виокремлювалися таким чином, щоби міжгрупові середні значимо відрізнялися, а різниця між внутрішньогруповими середніми не перевищувала значення статистичної похибки.

Окрім загального рейтингу, було складено рейтинг за напрямками підготовки, а також регіональний рейтинг.

2.3.4. Зауваження і застереження

Порівняно із пілотним проектом («Компас 2007-2008»), методологія розрахунку рейтингу вищих навчальних закладів «Компас-2009» зазнала деяких змін. Було додано два компоненти (думка експертів і співпраця між ВНЗ і компаніями-роботодавцями), змінено принцип розрахунку вагових коефіцієнтів. Тому різниця в позиції ВНЗ за даними пілотного проекту і «Компасу-2009» може обумовлюватися зміною методології, а не зміною ситуації на ринку освітніх послуг.