

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ОСВІТНЬОЮ ПОСЛУГОЮ

ОЛЕНА МИРОШНИЧЕНКО,

старший викладач кафедри управління якістю  
Донецького національного технічного університету

У статті досліджується питання задоволеності споживачів (потенційних підприємств-роботодавців) якістю підготовки молодих фахівців (випускників вищого навчального закладу). Виконаний аналіз дозволяє вдосконалити методіку виявлення слабких сторін освітнього процесу, сформулювати заходи для усунення недоліків та контролю з боку керівництва вищої школи.

**Ключові слова:** споживач, задоволеність, ВНЗ, якість, стандарт, підприємство-роботодавець, випускник.

**Постановка проблеми.** Головною метою освітньої політики України є надання високого рівня якості освіти. Кінцевими користувачами освітньої послуги є підприємства-роботодавці, тому що саме вони оцінюють якість та ефективність освіти молодих фахівців - випускників вищого навчального закладу (ВНЗ). Тому їхню думку й вимоги до випускників ВНЗ слід формулювати, аналізувати й реалізовувати.

**Аналіз сучасних досліджень й публікацій.** Дослідженню задоволеності споживача різними аспектами діяльності підприємств згідно зі стандартом ISO 9000:2000 присвячена праця Н. Гілл, Б. Сельф, Г. Роше [1]. Визначають сутність терміна задоволеності стандарти ISO 9001:2008, ДСТУ-П ІВА 2:2007 [2, 3].

**Метою** статті є аналіз рівня задоволеності споживачів освітньої послуги ВНЗ на прикладі Донецького національного технічного університету (ДонНТУ).

**Виклад основного матеріалу.** Вихідним критерієм системи управління якістю (СУЯ) ВНЗ є задоволеність споживача. Отже, найважливішими моментами формування й функціонування СУЯ у ВНЗ є орієнтація на споживачів, тобто:

- виявлення їхніх вимог;
- оцінка ступеня відповідності встановленим вимогам [2, 3].

Для того, щоб освітня установа (ОУ) могла робити висновок про успіх у досягненні головної мети (підвищенні якості освітніх послуг), задоволеність споживача повинна вимірюватися, а аналіз результатів цих вимірювань повинен використовуватися як основа для безперервного поліпшення СУЯ ВНЗ. Цей підхід описаний у стандартах ISO 9001:2008 та ДСТУ-П ІВА 2:2007 [2, 3], де задоволення запитів споживачів має значну вагу. Споживачем послуг ВНЗ виступає потенційне підприємство-роботодавець, яке оцінює кінцевий продукт освіти - молодого фахівця (випускника ВНЗ).

У роботі проведено дослідження задоволеності споживачів освітньою послугою на прикладі ДонНТУ. Респондентами обрані представники структурних підрозділів таких підприємств: ПАТ "Донецький завод гірничорядувального обладнання"; ДП "Донецькстандартметрологія"; ПРАТ "Донецьк-Сталь" - металургійний завод; ПРАТ "ДЕМЗ"; ПАТ

"ДГМ"; ТОВ ІТЦ "ГІРНИЧІ МАШИНИ"; ПАТ "НКМЗ". Інструментарієм дослідження є анкета, де наведені фактори, які представлені на рисунку 1:

1. Професійні знання випускника: (1 - актуальність і відповідність теоретичних знань кваліфікаційним вимогам відповідно до посади; 2 - практичні навички й уміння за фахом; 3 - застосування знань, умінь, навичок; 4 - здатність гідно презентувати себе й результати своєї праці; 5 - націленість на кар'єрне зростання та професійний розвиток).

2. Додаткові знання й навички, окрім професійних (6 - іноземні мови; 7 - інформаційні технології, навички роботи на комп'ютері; 8 - знання нових технологій та участь в інноваційній діяльності; 9 - правові й економічні знання; 10 - ділове спілкування).

3. Особисті якості (11 - комунікативні; 12 - дисципліна; 13 - прагнення до самоосвіти та здатність самостійно засвоювати нові знання; 14 - здатність навчати; 15 - амбіційність, креативність, прагнення до лідерства; 16 - швидкість реакції на виникаючі проблеми, здатність до ризику, здатність приймати рішення самостійно; 17 - корпоративна культура, моральні стандарти й ерудованість; 18 - фізичне й психологічне здоров'я, вік).

На основі аналізу праць [1, 4] запропонована поліпшена методика розрахунку коефіцієнта задоволеності споживачів (роботодавця), яка включає:

1. Розрахунок вагових коефіцієнтів:

$$K_{Ei} = \frac{E_i}{\sum E_i} * 100\%, \quad (1)$$

де  $K_{Ei}$  - ваговий коефіцієнт важливості  $i$ -го фактора;  $E_i$  - важливість  $i$ -го фактора для респондента.

$$K_{Pi} = \frac{P_i}{\sum P_i} * 100\%, \quad (2)$$

де  $K_{Pi}$  - ваговий коефіцієнт задоволеності  $i$ -го фактора;  $P_i$  - задоволеність респондента  $i$ -м фактором.

№ 6 (113) вересень-жовтень 2011 р.

2. Розрахунок зваженої оцінки:

$$3O_{Ei} = \frac{E_i * K_{Ei}}{100\%}, \quad (3)$$

де  $3O_{Ei}$  - зважена оцінка важливості  $i$ -го фактора.

$$3O_{Pi} = \frac{P_i * K_{Pi}}{100\%}, \quad (4)$$

де  $3O_{Pi}$  - зважена оцінка задоволеності  $i$ -го фактора.

3. Розрахунок питомого коефіцієнта задоволеності роботодавця/випускника ВНЗ:

$$S_i = \frac{3O_{Pi}}{3O_{Ei}}, \quad (5)$$

де  $S_i$  - питомий коефіцієнт задоволеності респондента  $i$ -м фактором.

4. Визначення показника значущості кожного фактора ( $b_i$ ), який відповідає місцю, займаному ним в одержаному анкетному листі й обчислюється за формулою:

$$b_i = \frac{z_i}{2^{z_i-1}}, \quad (6)$$

де  $b_i$  - показник значущості  $i$ -го фактора;  $z_i$  - ранг значущості  $i$ -го фактора ( $z_i = 1, 2, 3$ ).

5. Розрахунок інтегрального коефіцієнта задоволеності роботодавця:

$$S = \sqrt[3]{\left(\frac{\sum^{z=1} 3O_{Pi}}{\sum 3O_{Ei}}\right)^{b^1} * \left(\frac{\sum^{z=2} 3O_{Pi}}{\sum 3O_{Ei}}\right)^{b^2} * \left(\frac{\sum^{z=3} 3O_{Pi}}{\sum 3O_{Ei}}\right)^{b^3}}, \quad (7)$$

де  $S$  - інтегральний коефіцієнт задоволеності споживача;  $z_i$  - ранг значущості;  $b^1, b^2, b^3$  - показник високої, середньої і низької значущості відповідно.

За результатами розрахунків побудований графік оцінки задоволеності роботодавця (рис. 1) та виявлені найбільш проблемні фактори. Статистична похибка вимірювань складає 0,45.

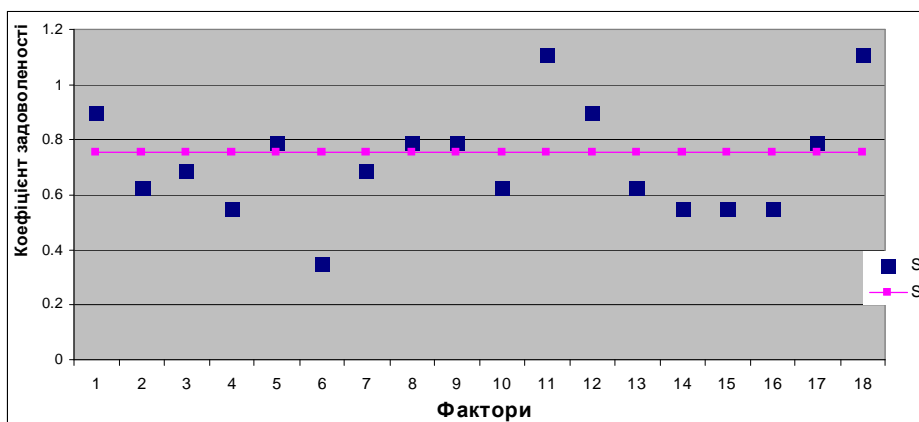


Рис. 1. Графік оцінки задоволеності роботодавця.

По отриманому графіку можна навести рекомендації щодо вдосконалення освітнього процесу, щоб задоволеність роботодавця молодими фахівцями зростала (табл. 1), при цьому виставляємо фактори

за рівнем зростання, тобто від найменшого питомого коефіцієнта задоволеності до найбільшого, ранг проблемності показує, на який фактор треба звернути найбільшу увагу.

Таблиця 1. - Рекомендації ВНЗ для підвищення задоволеності роботодавця

Фактори	Ранг	Рекомендації ВНЗ
Іноземні мови	1	Доповнення навчальної програми уроками з більшим засвоюванням інформації. Збільшення мотивації вивчення іноземної мови.
Здатність гідно презентувати себе і результати своєї праці	2	Розвиток ораторського мистецтва, залучення студентів до виступу на семінарах, конференціях, відкритих лекціях та ін.
Здатність навчати		Впровадження нетрадиційних форм навчання (тренінгів, ділових, рольових ігор та ін.).
Амбіційність, креативність, прагнення до лідерства		Розвиток самостійно і/або проведення курсів, тренінгів для закріплення лідерських якостей у студентів.
Швидкість реакції на виникаючі проблеми, здатність до ризику	3	Розвиток самостійно і/або на курсах, тренінгах, ділових ігор з проблемних ситуацій.
Практичні навички і уміння за фахом, їх актуальність і відповідність кваліфікаційним вимогам згідно з посадою		Доповнення навчального процесу практичними заняттями. Збільшення матеріально-технічної бази університету.

Продовження табл. 1

Фактори	Ранг	Рекомендації ВНЗ
Ділове спілкування	3	Включення в навчальну програму тренінгів з ділового спілкування.
Прагнення до самоосвіти та здатність самостійно засвоювати нові знання		Збільшення мотивації до самоосвіти. Поповнення бібліотечного фонду сучасною літературою та надання в читальних залах вільного доступу до мережі Internet та електронних ресурсів, тобто підписки до сучасних світових журналів.
Застосування знань, умінь, навичок у професійній практичній діяльності		Перегляд навчальної програми щодо відповідності її сьогоднішнім вимогам підприємства-роботодавця.
Інформаційні технології, навички роботи на комп'ютері	4	Доповнення навчальної програми використанням CALS-технологій. Збільшення матеріально-технічної бази.
Націленість на кар'єрне зростання і професійний розвиток		Збільшення мотивації студентів до постійної самоосвіти.
Знання інноваційних методів, технологій та участь в інноваційній діяльності	5	Збільшення мотивації щодо участі студентів в інноваційній діяльності. Надання матеріально-технічних ресурсів для розвитку інноваційної діяльності.
Виховання, корпоративна культура, моральні стандарти і ерудованість		Робота профспілки із залучення студентів до культурно-масових заходів.
Правові, економічні знання		Перегляд навчальної програми з правових та економічних предметів.
Актуальність і відповідність теоретичних знань кваліфікаційним вимогам згідно з посадою	6	Перегляд і доповнення навчальної програми предметами за фахом, згідно сучасного їх стану.
Дисципліна і старанність (виконання посадових обов'язків, дотримання внутрішньої дисципліни)		Контроль за дисципліною та підвищення мотивації студентів до старанного виконання доручених їм справ.
Комунікативні якості	7	Підтримка ситуації на існуючому рівні.
Фізичне і психологічне здоров'я, вік		

Результати дослідження показали:

1. Рівень задоволеності працедавця молодими фахівцями досягає 0,751, який є досить високим згідно з [4].

2. Вибудований графік оцінки задоволеності роботодавця (рис. 1) та рекомендації для ВНЗ (табл. 1) свідчать, що:

- показник актуальності й відповідності теоретичних знань кваліфікаційним вимогам відповідно до посади має високий рівень, тобто ВНЗ надає для навчання в достатньому обсязі сучасну, актуальну та інноваційну навчальну програму, яка дозволяє реалізувати отримані знання в професійній діяльності. Проте практичні навички й уміння за фахом знаходяться на середньому рівні, тому слід приділити увагу максимальному наближенню теоретичних знань до практичних, а також модернізації лабораторного фонду;

- на думку працедавців, молоді фахівці гідно виконують посадові обов'язки й дотримуються внутрішньої дисципліни, володіють комунікативними якостями, культурою спілкування, здатністю підтримувати сприятливу атмосферу в колективі, умінням працювати в команді тощо;

- показник, який має найменшу міру задоволеності працедавця, - це знання іноземних мов, отже, у навчальній програмі не передбачена достатня кількість навчального часу за цим напрямом;

- на середньому рівні знаходиться показник здатності гідно презентувати себе й результати своєї праці, тобто варто приділити увагу залученню сту-

дентів до участі в наукових конференціях, семінарах, виставках, відкритих зборах тощо, урізноманітнити лекційні й практичні заняття діловими іграми, діалогами, виступами, а також організації культурно-масових заходів.

### Висновки

1. У результаті проведеного аналізу виявлено, що інтегральний коефіцієнт задоволеності роботодавця якістю професійної підготовки випускника ДонНТУ дорівнює 0,751.

2. Виявлені показники, які не задовольняють роботодавців або задовольняють не повною мірою, та надані рекомендації щодо їх покращення. Ці рекомендації можна віднести до багатьох освітніх установ України.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000 / Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше. - М. : Издательский Дом "Технологии", 2004. - 192 с.

2. Міжнародний стандарт ISO 9001:2008. Системи менеджменту якості. Вимоги. - Вид. ISO, 2008. - 42 с.

3. ДСТУ-П ІВА 2:2007 "Системи управління якістю. Настанови щодо застосування ISO 9001:2000 у сфері освіти". Чинний від 03 вересня 2007 р. - К. : Держспоживстандарт України, 2008. - 62 с.

4. Миляева Л. Г. Кадровая политика (методический инструментарий) / Л. Миляева, Н. Волкова // Высшее образование в России. - 2006. - № 1. - С. 139-149.

О. Myroshnychenko

## RESEARCH OF SATISFACTION OF USERS BY EDUCATIONAL FAVOUR

In the article the question of satisfaction of users (by potential enterprises - employers) is explored by quality of preparation of young specialists (graduating students of Institute of higher), analysis, which will allow to expose weak sides educations, their improvement and control from the side of guidance of high school.

*Key words:* user, satisfaction, students of Institute of higher, quality, standard, enterprises-employer, graduating student.

© О. Мирошніченко

Надійшла до редакції 03.10.2011

УДК 334:658

## ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА І РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ

ВАЛЕНТИНА ОРЛОВА,

*кандидат економічних наук, доцент Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*

**У статті розглянуто еволюцію концепції підприємництва в сучасній економічній теорії. Виокремлено фактори, які сприяють і перешкоджають розвитку малого бізнесу. Визначено напрями його державної підтримки.**

**Ключові слова:** підприємництво, підприємець, малий бізнес, інституційне середовище, велике підприємство, інновації.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі істотно актуалізувалися проблеми розвитку малого бізнесу (МБ). Це зумовлено низкою взаємопов'язаних причин. По-перше, цей різновид підприємництва онтологічно характеризується деякими обмеженнями у сфері концентрації капіталу, диверсифікації діяльності, технологічного розвитку, використання переваг економії на масштабі та виходу на зовнішні ринки збуту. По-друге, криза світової економіки негативно вплинула на зростання окремих національних економік. Найбільше посткризова рецесія відбивається на МБ. Якщо у великих підприємств є певні внутрішні резерви й можливість структурного маневру, то малі підприємства в разі погіршення кон'юнктури мають пряму перспективу банкрутства або повної переорієнтації, яку в несприятливих економічних умовах здійснити практично неможливо. Тим більше, МБ функціонує переважно в тих галузях, які найдовше відчувають наслідки кризових явищ і у випадку затяжних проблем переходять у стан глибокої депресії. Функціонування МБ більше, ніж у великих підприємств залежить від добробуту домогосподарств, оскільки це визначає не тільки попит на товари й послуги, але й можливості залучення капіталу через неформальний ринок. По-третє, розвиток людської цивілізації призводить до ґрунтовної трансформації економічного устрою. Перехід до постіндустріальної (інформаційної) економіки вимагає від малих підприємств великих адаптаційних

можливостей, які в них онтологічно є дуже обмеженими. Незважаючи на велику гнучкість малих підприємств, їм складно реформувати свою діяльність на основі нових інформаційних технологій (тим більше, це вимагає додаткових знань і часу) й адекватно відповісти на нові виклики. МБ об'єктивно потребує спеціальної державної підтримки, необхідність якої підвищується, якщо враховувати ті важливі функції, які він виконує в сучасній економіці.

В Україні питання розвитку МБ в останні роки стоять особливо гостро. Представлені вище проблеми доповнюються недосконалістю інституційного середовища, деструкції та дисфункції якого успадковані від командно-адміністративної економіки й посилені під час перехідного періоду. Це утворює цілий конгломерат проблем, які важко долаються, тим більше в умовах посткризової рецесії, коли держава не має достатніх ресурсів для вирішення масштабних завдань у сфері розвитку підприємництва, а проведення економічної політики та інституціональних перетворень ускладнюється безліччю кон'юнктурних протиріч. В умовах, що склались, державі, незважаючи на кон'юнктурні труднощі, необхідно реалізувати комплексні заходи з розвитку МБ. Їх наукове обґрунтування вимагає урахування тих сутнісних змін, яких зазнало підприємництво за останні десятиліття. У зв'язку з цим потрібен глибокий аналіз еволюції концепції підприємця, що дозволить доповнити існуючу методологію розвитку МБ.

№ 6 (113) вересень-жовтень 2011 р.