

ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ УСЛУГ ВУЗА

Т. В. Гришко

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»,
сектор менеджмента качества*

В связи с внедрением системы менеджмента качества в сферу высшего образования основной задачей вуза, стремящегося улучшить свою деятельность, должно стать принятие и применение на практике принципов менеджмента качества, положенных в основу стандартов ISO серии 9001.

Одним из принципов менеджмента качества является ориентация на потребителя, который гласит: «Организации зависят от своих потребителей и поэтому должны принимать настоящие и будущие потребности потребителя, выполнять требования потребителя и стремиться превзойти ожидания потребителя». Для реализации данного принципа, а также выполнения требования СТБ ISO 9001-2009 п. 8.2. «Мониторинг и измерение», одной из задач вузов является организация измерения и оценка степени удовлетворенности потребителей.

Актуальность исследования удовлетворенности потребителей образовательных и научно-технических услуг заключается в том, что полученные результаты позволяют не только диагностировать процессы, но и эффективно управлять ими, путем принятия решений на основе фактов. Оценка степени удовлетворенности потребителей максимально ориентирована на решение основных задач вуза – обеспечение и повышение качества образовательных и научно-технических услуг.

В рамках системы менеджмента качества университета выделены такие основные категории потребителей, как внутренние и внешние. К внутренним потребителям относятся: студенты (магистранты, аспиранты); слушатели довузовской подго-

товки (ученики старших классов школ и выпускники ссузов); слушатели факультета повышения квалификации и переподготовки кадров; персонал университета.

Внешние потребители: родители студентов (магистрантов, аспирантов) и слушателей факультета довузовской подготовки; выпускники школ и ссузов (абитуриенты); организации (организации-работодатели, организации-заказчики); организации, заинтересованные в повышении квалификации и переподготовке кадров; органы государственного управления (Министерство образования Республики Беларусь и другие).

В мировой практике существует множество методов получения информации от потребителей, например: опрос, наблюдение, эксперимент, имитационное моделирование и др.

В результате анализа различных методов сбора информации для измерения уровня удовлетворенности потребителей образовательных и научно-технических услуг оказываемых УО «ГГТУ им. П. О. Сухого», как наиболее приемлемый, выбран метод количественного сбора информации – опрос. В качестве формы опроса используется анкетирование, т. к. скорость получения информации по всем группам потребителей, кроме организаций-работодателей, в сравнении с другими методами является наиболее высокой, что позволяет оперативно обработать полученные данные и получить результат.

Наряду с достоинствами у выбранного метода существуют следующие недостатки: 1) невозвратность анкет, а также несвоевременность получения информации от организаций-работодателей, так как анкетирование осуществляется путем рассылки анкет по почте; 2) трудоемкость, в связи с привлечением работников университета для раздачи и сбора анкетных листов, при необходимости, оказанием помощи при заполнении анкеты, а также обработкой полученной информации.

Методика оценки удовлетворенности потребителей, применяемая в УО «ГГТУ им. П. О. Сухого», основана на:

- выборе критериев оценки для отдельных групп потребителей;
- установлении для каждого критерия его вклада (доли) в общую оценку удовлетворенности потребителей по процессам, охваченным СМК университета;
- выборе шкалы оценок по критериям удовлетворенности;
- расчете коэффициентов оценок удовлетворенности по критериям;
- расчете значения удовлетворенности по критериям;
- определении фактического уровня удовлетворенности по критериям и группам потребителей.

Анкеты составлены по принципу разбиения на блоки в соответствии с критериями удовлетворенности. Каждый из критериев разбит на компоненты (факторы), позволяющие получить наиболее полную оценку по критерию. Также в анкетах предусмотрен раздел для внесения предложения и пожеланий по совершенствованию деятельности вуза.

В качестве шкалы оценок по критериям принята четырехбалльная: неудовлетворительно (абсолютная неудовлетворенность); удовлетворительно, хорошо, отлично (удовлетворенность различного уровня – от частичной до абсолютной). Оценка удовлетворенности потребителей проводится отдельно по каждому критерию, по группе потребителей и по всем группам потребителей в целом.

Фактический уровень удовлетворенности по критериям и группам потребителей образовательных и научно-технических услуг вуза измеряется по шкале от 0 до 100 %.

Оценочная классификация представлена в таблице.

Оценочная классификация удовлетворенности потребителей

Оценка	%	Классификация действий
Отлично	83–100	Необходимо работать на перспективу
Хорошо	50–82	Нужно стремиться к улучшению деятельности
Удовлетворительно	18–49	Необходимо проводить корректирующие и предупреждающие действия
Неудовлетворительно	Менее 17	Необходимо срочно проводить корректирующие действия

Для контроля состояния уровня удовлетворенности потребителей в разрезе групп и общего уровня удовлетворенности в университете, являющихся одними из целевых показателей в области качества, ежеквартально осуществляется их мониторинг. С точки зрения экономичности и трудоемкости процедуры анкетирования проводить ежеквартальные опросы всех групп потребителей не целесообразно. В связи с этим при расчете общего уровня удовлетворенности потребителей фактические значения уровня удовлетворенности по группам, опрос которых не осуществлялся в текущем квартале, учитываются по результатам последнего опроса.

Таким образом, анкетирование потребителей и расчет уровня их удовлетворенности по рассмотренной методике позволяет реализовать один из принципов менеджмента качества, выполняя требования СТБ ISO 9001-2009, и выделить области, требующие улучшения, в первую очередь, своевременно предпринимать корректирующие и предупреждающие действия с целью улучшения качества предоставляемых услуг и деятельности университета в целом.