



# **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ**

---

---

**Сборник научных статей по материалам  
Международной научно-практической конференции  
(г. Ставрополь, СтГАУ, 15–16 февраля 2017 г.)**

А.В., Рачков В.Е., Шлаев Д.В. // Информационные системы и технологии. 2015. № 3 (89). С. 119-127.

5. Пат. 68736 Российская Федерация. Модель сигнализации отклонений параметра при допусковом контроле / Будко П.А., Федоренко В.В., Федоренко И.В., Шлаев Д.В.: патент на полезную модель RU 68736 16.07.2007.

6. Сукманов А.В., Федоренко И.В. Выбор оптимальной разрядности кода оцифрованного сообщения при неопределенности канала связи // Экономические и информационные аспекты развития региона: теория и практика: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. / СтГАУ. Ставрополь, 2015. С. 239-241.

7. Федоренко И.В., Колпаков А. Автоматизация сервисного обслуживания // Инновационная наука и современное общество: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. / СтГАУ. Уфа, 2015. С. 18-21.

8. Федоренко В.В., Федоренко И.В., Сукманов А.В. Модели массового обслуживания для систем с параллельной обработкой измерительной информации // Нейрокомпьютеры: разработка, применение. 2014. № 9. С. 61-64.

9. Шлаев Д.В., Юрина М.С. Информационные технологии в образовании // Моделирование производственных процессов и развитие информационных систем: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф. / СтГАУ. Ставрополь, 2012. С. 116-118.

## МЕНЕДЖМЕНТ И УЛУЧШЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ УСЛУГ УНИВЕРСИТЕТА

Ивашова В. А, Хохлова Е. В., Федиско О. Н.

Ставропольский государственный аграрный университет  
г. Ставрополь, Россия

В статье рассмотрены вопросы совершенствования взаимоотношений с потребителями услуг университета.

Ключевые слова: услуги вуза, восприятие потребителей, удовлетворенность потребителей.

**Abstract:** the article considers the issues of improvement of relations with university services by consumers.

**Keywords:** university services, the perception of consumers, consumer satisfaction.

Для обеспечения успешного развития университета необходимо разрабатывать, управлять и улучшать процессы, продукцию и услуги, что позволяет своевременно создавать возрастающие ценности для потребителей и других заинтересованных сторон. Используя данный подход, в соответствии со стратегическими целями по потребителям в СтГАУ разработана и внедрена многоуровневая система удовлетворения потребителей в обеспечении повседневных контактов.

Доступными каналами коммуникации, которыми могут воспользоваться потребители, являются: сайт СтГАУ, телефон горячей линии, ящики обращений для экспресс-анкетирования, ежедневный личный прием топ-менеджеров и менеджеров среднего уровня по установленному графику. Кроме того, в системе

обратной связи задействованы каналы коммуникации: брифинги с ректором и руководителями процессов, анкетирования, форумы на сайте СтГАУ и в группах социальных сетей. Например, сайт СтГАУ, где студенты и слушатели могут обратиться как к топ-менеджерам (ректору, проректорам), менеджерам среднего звена (деканам, зам. деканов, зав. кафедрами), так и к рядовому персоналу через систему личных электронных кабинетов. Системой личного кабинета университета может воспользоваться представитель любой категории потребителей, имеющий доступ к сайту СтГАУ.

Аккаунт Ставропольского ГАУ представлен на разнообразных платформах в сети интернет – «ВКонтакте», «Инстаграм», «Твиттер», «Задай вопрос» и др. Отмечается стабильное увеличение количества участников групп: в 2012 г. – 8324 чел., в 2013 г. 1091 чел., в 2014 г. – 12415 чел., в 2015 г. – 21362 чел., в 2016 г. – 27489 чел. Среди них абитуриенты и их родители, студенты, слушатели, преподаватели. Так, за 2016 г. тематически структура вопросов представлена следующими направлениями: о документах и сроках их подачи для получения стипендий (36%), текущие бытовые вопросы в общежитии и открытии нового общежития (25%), вопросы от абитуриентов (24%), участие в культурно-массовых мероприятиях и студотрядах (13%), спортивных залах (5%) и другие (2%). Кураторы аккаунта от факультетов, утвержденные распоряжениями по деканатам, и профсоюзной организации (председатель ППО студентов СтГАУ) еженедельно докладывают текущее содержание вопросов ректору, руководителям процессов, и по установленной процедуре на заседаниях ректората заслушивается анализ ожиданий потребителей, высказанных в социальных сетях. На платформе ASK.fim СтГАУ ежедневно ведется переписка со студентами и абитуриентами. Наиболее актуальные вопросы абитуриентов о наличии бюджетных мест, направлениях подготовки и их стоимости, о днях открытых дверей, условиях предоставления общежития. Таким образом, обеспечивается максимально широкая география и возможность обращаться в любое время в течение суток.

Еще одним каналом реализации потребности в контакте с организацией выступает возможность личного приема всех категорий потребителей ректором, проректорами, деканами, зам. деканами, зав. кафедрами. Графики личного приема утверждены и зафиксированы в рабочем расписании дня. Для обеспечения возможности анонимно обратиться к руководству вуза с просьбами, замечаниями, предложениями в университете оборудованы специальные места, где установлены ящики для экспресс-анкетирования.

Открытость, доступность руководства для прямых обращений потребителей в режиме on-line через Интернет и локальную сеть вуза, ящики для экспресс-анкетирования достигается посредством стандартизированных процедур работы с информацией, регламентированных в СМК вуза. Так, например, выемка информации, полученной через сайт вуза проводится ежедневно и передается для анализа уполномоченному по качеству СтГАУ, сортируется по направлениям деятельности, передается в соответствующие структурные подразделения для проведения коррекционных мероприятий и по итогам докладывается уполномоченному по качеству СтГАУ; ящики для экспресс-анкетирования (цикл работы с информацией аналогичен предыдущему за исключением периодичности выемки, которая в данном случае производится 1 раз в неделю).

Постоянный мониторинг и анализ опыта и восприятия потребителей проводится отделом социологических исследований и маркетинга (ОСИМ) Центра

управления качеством СтГАУ с 2002 г., что обеспечивает поддержание обратных связей со всеми стейкхолдерами (абитуриентами, студентами, родителями, выпускниками, работодателями, работниками образовательных организаций, государственных и муниципальных органов власти и другими группами ответственности). Мониторинг удовлетворенности потребителей проводится на основе документированной процедуры «Маркетинг» СТУ СМК 04.02/09-01.2015, версия 04, изменения в которую вносятся в соответствие со стратегическими документами СтГАУ.

Показатели мониторинга определены в разработанной ОСиМ модели «Удовлетворенность потребителей СтГАУ», состоящей из 5 модулей: модуль 1 – «Удовлетворенность первокурсников адаптацией в вузе»; модуль 2 – «Удовлетворенность обучающихся качеством образовательного, воспитательного, научного процесса»; модуль 3 – «Удовлетворенность выпускников качеством образовательных и консалтинговых услуг»; модуль 4 – «Удовлетворенность молодых специалистов качеством полученных компетенций»; модуль 5 – «Удовлетворенность работодателей качеством подготовки специалистов». В каждом модуле определены критерии оценки, которые операционализированы в вопросах анкет по направлениям деятельности. В зависимости от динамики изменений в изучаемых процессах, регулярно пересматриваются шкалы, и обеспечивается высокая репрезентативность данных за счет соблюдения соответствия генеральной и выборочной совокупности.

Например, в анкете «Оценка внеучебной работы в вузе» с 2006 г. по 2012 г. показатель общей удовлетворенности студентов процессом обучения имел шкалу: «полностью удовлетворены», «скорее удовлетворены, чем нет», «скорее не удовлетворены, чем удовлетворены», «полностью не удовлетворены». С 2012 г. этот показатель измеряется более точной 10-балльной шкалой. Примером повышения репрезентативности измеряемых показателей является увеличение объема выборки от 1200 чел. – студентов очной формы обучения, сконструированной пропорционально количеству обучающихся на 9 факультетах СтГАУ, до 4000 чел., что составляет около 2/3 от контингента студентов очной формы обучения. Исследование проводится 2 раза в год, для обеспечения оперативности получения информации используется анкета из 9 вопросов, анкетирование электронное через личные кабинеты студентов. Данные из личных кабинетов студентов под цифровыми кодами (для обеспечения анонимности респондентов) выгружаются в базу данных, которая формируется и обрабатывается в программе SPSS 22.0.

Инструментарий исследований разработан с учетом ожиданий основных групп потребителей: для абитуриентов, их родителей и первокурсников – анкеты «Мотивы выбора вуза», «Адаптация первокурсников в вузе»; для студентов – анкеты «Оценка внеучебной работы в вузе», «Оценка качества преподавания», «Оценка качества общественного питания в вузе» и др.; для выпускников вуза – анкета «Социально-профессиональная адаптация молодых специалистов в АПК региона»; для ключевых работодателей региона – анкеты «Работодатели о качестве подготовки, переподготовки и повышения квалификации на базе СтГАУ», «Актуализация профессиональных компетенций по направлениям подготовки в университете» и др. Общий уровень удовлетворенности структурируется по составляющим, разработанным на основе мультиатрибутивной модели Фишбайна. Использование качественных методов исследования позволяет дополнять и изменять перечень вопросов в анкетах, определять степень их зна-

чимости для оценки удовлетворенности потребителей. В структуре анкетирования за последние 5 лет существенно расширены Модули 2, 5 (доказательства на местах).

Результаты опросов регулярно доводятся до сведения всех заинтересованных сторон: руководителей ключевых и вспомогательных процессов, участников опросов. В ходе обсуждения итогов исследований вырабатываются мероприятия по совершенствованию определенных направлений текущей деятельности и стратегических направлений работы для повышения удовлетворенности потребителей.

Примером обеспечения условий для достижения стратегической цели СтГАУ по потребителям (превосходить ожидания наших потребителей), является использование результатов опроса работодателей в 2014–2015 уч. году «Актуализация профессиональных компетенций по направлениям подготовки в университете». По итогам обсуждения рекомендаций и ожиданий работодателей в сегментации по 12 направлениям подготовки: «Экономика», «Экология и природопользование», «Зоотехния», «Ландшафтная архитектура» и др. приняты постановления методических комиссий 9 факультетов. Так, в постановлении методической комиссии ЭФ отмечено, что по предложениям работодателей в установленном порядке внесены изменения в вариативную часть учебных планов по направлениям 35.03.06. – «Агроинженерия» и 13.03.02 – «Электроэнергетика и электротехника».

Базы данных опросов обрабатываются, хранятся, анализируются с использованием специализированного статистического пакета SPSS. Репрезентативная выборка по всем категориям потребителей позволяет проводить сегментирование. Инструментарий исследований разрабатывается сотрудниками отдела и корректируется с учетом результатов предыдущих исследований, проводится верификация данных с использованием качественных методов сбора информации (кейс-стади, глубинные интервью, фокус-группы и др.).

Кроме прямых голосов потребителей в СтГАУ выбраны ключевые показатели, характеризующие эффективность работы с потребителями, что согласуется с миссией и стратегией университета. Основа для выбора показателей: стратегические документы СтГАУ и показатели мониторинга МО РФ, Минсельхоза РФ. Основа целеполагания по приведенным критериям – высокая удовлетворенность потребителей конечным результатом – качеством предоставляемых услуг Университета.

#### Литература:

1. Байдаков А.Н., Кусакина О.Н., Кораблин Н.В. Сезонные индикаторы финансового состояния аграрных предприятий // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2007. № 10. С. 58-60.
2. Байдаков А.Н., Кусакина О.Н. О влиянии сезонных эффектов на конкурентоспособность производственных систем АПК // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2003. № 9. С. 17-18.
3. Кусакина О.Н., Шеховцова С.Р. Состояние и особенности развития предпринимательства в социально-экономической системе региона // Региональная экономика: теория и практика. 2008. № 14. С. 14-20.
4. Микроэкономика / Грузков И.В., Довготько Н.А., Кусакина О.Н., Пономаренко М.В., Скиперская Е.В., Токарева Г.В. Ставрополь, 2013.

5. Перепрофилирование малых форм хозяйствования на альтернативные свиноводству виды животноводства / Трухачев В.И., Селионова М.И., Кусакина О.Н., Ермакова Н.Ю., Епимахова Е.Э., Злыднева Р.М., Ржепаковский В.В. Ставрополь, 2011.

6. Федуро С.И., Хвостова И.П. Особенности, формы и технологии дистанционного обучения // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2013. № 3 (36). С. 39-44.

7. Хвостова И.П., Плетухина А.А., Степанова Е.П. Проблемы интеграции информационных технологий с правовой сферой // Актуальные проблемы современной науки: сб. науч. тр. по материалам V Междунар. науч.-практ. конф. / СтГАУ. Ставрополь, 2015. С. 194-196.

8. Экономика организаций / Кусакина О.Н., Рыбасова Ю.В., Чердниченко О.А., Куренная В.В., Аливанова С.В., Гунько Ю.А., Агаларова Е.Г., Косинова Е.А.: Учебник. Ставрополь, 2015.

### **ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ ВУЗА НА ОСНОВЕ ОЖИДАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Ивашова В. А., Хохлова Е. В., Федиско О. Н.  
Ставропольский государственный аграрный университет  
г. Ставрополь, Россия

Рассмотрены процедуры проектирования и этапы разработки продукции и услуг вуза на примере ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет».

Ключевые слова: образовательная услуга вуза, ожидания потребителей, научно-инновационные проекты.

The design of procedures and stages of development of products and services of the university as an example «Stavropol State Agrarian University».

Keywords: educational institution service expectations of customers, research and innovation projects.

Проектирование и разработка продукции и услуг в вузе проводится в соответствии со стратегическими документами и начинается с исследования регионального рынка образовательных услуг; регионального и федерального рынка научно-инновационных проектов и разработок; регионального рынка труда.

Анализ рынка образовательных услуг и позиции СтГАУ на этом рынке отражается в ежегодных отчетах по самообследованию в установленной форме Министерства образования и науки РФ, Минсельхоза, а также в рамках мониторинга эффективности образовательных организаций высшего образования, утвержденном МО РФ. Данные самообследований и мониторинга всех образовательных организаций высшего образования находятся в открытом доступе и используются для сравнений предложений образовательных услуг по направлениям подготовки в Ставропольском крае и СКФО, ЮФО.

Информация о потребностях в открытии новых направлений подготовки поступает напрямую от работодателей в ходе личных контактов с топ-менеджерами, в рамках предоставления вузом конференц-услуг, проведения event-мероприятий. Отдел социологических исследований и маркетинга осу-

ществляет ежегодные опросы абитуриентов и их родителей, работодателей и определяет ожидания потенциальных потребителей относительно спектра востребованных образовательных услуг. Центр моделирования управленческих технологий СтГАУ проводит ежегодный анализ потребностей рынка труда Ставропольского края на основе тенденций социально-экономического развития, отчетов государственной статистики кадровой обеспеченности предприятий края. Отдел содействия трудоустройству выпускников ФГБОУ ВО «Ставропольский ГАУ» проводит анализ текущих потребностей регионального рынка труда в кадрах с высшим образованием.

В ходе анализа изменений федерального законодательства в части требований наличия профильного образования в новых профессиональных стандартах преподавателей СПО от 01.07.2016 г., сотрудники ИДПО разработали программу профессиональной переподготовки «Педагогика и психология в деятельности учреждений среднего профессионального образования: методология преподавания и реализации ФГОС СПО, программ дополнительного образования» (320 часов). Оформили необходимый пакет документов по установленной процедуре и предложили образовательным организациям СПО СК новую образовательную услугу. В 2016 г. набрана учебная группа из числа преподавателей СПО (278 чел.). Заказчиками выступили государственные бюджетные профессиональные образовательные учреждения «Невинномысский индустриальный колледж», «Государственный агротехнический колледж» с. Московское, «Александровский сельскохозяйственный колледж», преподаватели которых успешно прошли переподготовку.

Проекты управленческих решений с целью открытия новых образовательных программ высшего образования на основе анализа рынка образовательных услуг представляет проректор по учебной и воспитательной работе. Непосредственно процедуры проектирования ОПОП осуществляются на основе «Положения об образовательных программах высшего образования – программах бакалавриата, программах специалитета, программах магистратуры и программах аспирантуры в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ» от 19.10.2016 г. СТУ СМК 02.02/1 – 1.2016. Версия 02. В нем отражена нормативно-правовая основа проектирования ОПОП, порядок разработки, обновления, согласования и утверждения. Изложены требования к структуре и содержанию, оформлению и хранению документации, относящейся к ОПОП. А также даны шаблоны характеристики ОП ВО, рабочей программы дисциплины, программы практики (научно-исследовательской работы), программы государственной итоговой аттестации.

Управление разработкой новых научно-инновационных проектов осуществляется под руководством проректора по научной и инновационной деятельности СтГАУ. Научно-инновационный учебный центр, являющийся подразделением научно-инновационного управления, координирует работу проектных групп научно-педагогических работников, которые непосредственно осуществляют заказы потребителей: органов государственной и муниципальной власти, частных и государственных предприятий и организаций. Для подготовки предложений в части научно-инновационных проектов и разработок проводится анализ информационных источников: отраслевых стратегий инновационного развития регионального и федерального уровня; сайт госзакупки; структура предложений на выставках и ярмарках научно-технических достижений регио-