

1 (967) 2018 / ИЗДАЕТСЯ С 1927 ГОДА

СТАНДАРТЫ ВСЕГДА ПЕРВЫЙ! WWW.RIA-STK.RU И КАЧЕСТВО



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ СТАНДАРТИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

1
2018

КЛАСТЕРЫ И ТЕХНОПАРКИ НА ПУТИ К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР
«БЮРО ВЕРИТАС»

РАСТЕТ ЧИСЛО БЕСПОЛЕЗНЫХ
НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ
АКТОВ

8

УЧЕТ РИСКОВ В СИСТЕМАХ
МЕНЕДЖМЕНТА
КАЧЕСТВА

48

МОДЕЛЬ
СОВЕРШЕНСТВА
EFQM

88



ISSN 0038-9692

9 770038 969006 >

Владимир ТРУХАЧЕВ, Елена ХОХЛОВА, Валентина ИВАШОВА, Ольга ФЕДИСКО
 Vladimir TRUKHACHEV, Elena KHOKHLOVA, Valentina IVASHOVA, Olga FEDISKO

МЕНЕДЖМЕНТ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ УСЛУГ УНИВЕРСИТЕТА

MANAGING RELATIONSHIP WITH CUSTOMERS OF UNIVERSITY SERVICES

The article considers the issues of improvement of relations with university services by consumers.

- Какие каналы коммуникации могут использоваться университетом?
- Как инструментальный исследований взаимосвязан с ожиданиями основных групп потребителей?
- Почему важно регулярно пересматривать шкалы оценки деятельности вуза?

В целях создания возрастающей ценности для потребителей и других заинтересованных сторон и обеспечения успешного развития университета необходимо разрабатывать, управлять и улучшать процессы, продукцию и услуги. В соответствии с данным подходом и на основании стратегических целей в Ставропольском государственном аграрном университете (СтГАУ) разработана и внедрена многоуровневая система удовлетворения потребности стейкхолдеров в обеспечении повседневных контактов.

В университете действуют разнообразные каналы коммуникации: 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 брифинги с ректором и руководителями процессов, анкетирование, форумы на сайте СтГАУ и в группах социальных сетей. Через систему личных электронных кабинетов на сайте университета можно обратиться с вопросами к топ-менеджерам (ректору, проректорам), менеджерам среднего звена (деканам, заместителям деканов, заведующим кафедрами), к рядовому персоналу. Система университета «Личный кабинет» доступна всем потребителям, имеющим доступ к сайту СтГАУ.

Аккаунт СтГАУ представлен на разнообразных интернет-платформах: «ВКонтакте», «Инстаграм», «Твиттер», «Задай вопрос» и др. Число участников групп стабильно растет: если в 2012 г. их было 8324 человека, то в 2016 г. — уже 27489. Это абитуриенты, родители, студенты, слушатели, преподаватели. Кураторы аккаунта от факультетов и профсоюзной организации еженедельно докладывают содержание вопросов ректору и руководителям процессов. На заседаниях ректората заслушивается анализ ожиданий потребителей, высказанных в социальных сетях.

На платформе ASK.fm университет ежедневно ведет переписку со студентами и абитуриентами. Таким образом, обеспечиваются максимально широкая география участников и возможность обращаться в любое время в течение суток.

Еще один канал реализации потребности в контакте с организацией — личный прием всех категорий потребителей ректором, прорек-

торами, деканами, заместителями деканов, заведующими 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.

Все процедуры работы с информацией стандартизированы и регламентированы в системе менеджмента качества (СМК) университета. Так, например, обращения, полученные через сайт вуза, ежедневно поступают для анализа уполномоченному по качеству СтГАУ, сортируются по направлениям деятельности и передаются в соответствующие структурные подразделения для проведения коррекционных мероприятий (о результатах докладывают уполномоченному по качеству). Работа с информацией, поступающей в ящики для экспресс-анкетирования, осуществляется аналогичным образом (за исключением периодичности выемки, которая в данном случае производится раз в неделю).

С 2002 г. отделом социологических исследований и маркетинга (ОСиМ) Центра управления качеством СтГАУ проводятся постоянный мониторинг и анализ форм взаимодействия с потребителями и их восприятия деятельности университета. Это обеспечивает поддержание обратных связей со всеми стейкхолдерами (абитуриентами, студентами, родителями, выпускниками, работодателями, работниками образовательных организаций, государственных и муниципальных органов власти и другими группами общественности). Мониторинг удовлетворенности потребителей проводится на основе



Ключевые слова: услуги вуза, восприятие потребителей, удовлетворенность потребителей.
Keywords: university services, the perception of consumers, consumer satisfaction.

документированной процедуры «Маркетинг» СТУ СМК 04.02/09-01.2015, версия 04, изменения в которую вносятся в соответствии со стратегическими документами СтГАУ.

Показатели мониторинга определены в разработанной ОСиМ модели «Удовлетворенность потребителей СтГАУ», состоящей из пяти модулей:

- 1) «Удовлетворенность первокурсников адаптацией в вузе»;
- 2) «Удовлетворенность обучающихся качеством образовательного, воспитательного, научного процесса»;
- 3) «Удовлетворенность выпускников качеством образовательных и консалтинговых услуг»;
- 4) «Удовлетворенность молодых специалистов качеством полученных компетенций»;
- 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 оценки и обеспечивается высокая репрезентативность данных за счет соблюдения соответствия генеральной и выборочной совокупности. Например, в анкете «Оценка внеучебной работы в вузе» с 2006 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 по более точной 10-балльной шкале. Примером повышения репрезентативности измеряемых показателей является увеличение объема выборки от 1,2 тыс. человек, сконструированной пропорционально количеству студентов очной формы обучения, обучаемых на девяти факультетах СтГАУ, до 4 тыс. человек, что составляет примерно две трети студентов очной формы обучения. Исследование проводится два раза в год, для обеспечения оперативности получения информации используется анкета из девяти вопросов, заполняемая студентами в электронной форме в личных кабинетах. Анкеты 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 — «Оценка внеучебной работы в вузе», «Оценка качества преподавания», «Оценка качества общественного питания в вузе» и др.;
- для выпускников университета — «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 Фишбейна. Использование качественных методов исследования позволяет дополнять и изменять перечень вопросов в анкетах, определять степень их значимости для оценки удовлетворенности потребителей. В структуре анкетирования за последние пять лет существенно расширены модули 2 и 5 (доказательства на местах).

Результаты опросов регулярно доводятся до сведения всех заинтересованных сторон: руководителей ключевых и вспомога-

тельных процессов, участников опросов. В ходе обсуждения определяются мероприятия по совершенствованию конкретных направлений текущей деятельности и стратегические направления 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 учебном году «Актуализация профессиональных компетенций по направлениям подготовки в университете». По итогам обсуждения рекомендаций и ожиданий работодателей были приняты постановления методических комиссий 9 факультетов по 12 направлениям подготовки.

Базы данных опросов обрабатываются, хранятся и 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 (метод кейсов, глубинные интервью, фокус-группы и др.).

Для достижения целей университета по качеству, кроме прямых голосов потребителей, в СтГАУ используются ключевые показатели, характеризующие эффективность работы с потребителями. Основа для выбора показателей — стратегические документы СтГАУ и показатели мониторинга Минобрнауки России, Минсельхоза России. Основа целеполагания по приведенным критериям — высокая удовлетворенность потребителей конечным результатом — качеством предоставляемых услуг университета.

ГРАМОТНО ВЫСТРОЕННАЯ СИСТЕМА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ УНИВЕРСИТЕТА СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ, РЕГУЛЯРНАЯ ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ ПОЗВОЛЯЮТ ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА.



Владимир Иванович ТРУХАЧЕВ — доктор сельскохозяйственных наук, профессор, доктор экономических наук, профессор, академик РАН, ректор ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»;

Елена Васильевна ХОХЛОВА — кандидат педагогических наук, доцент, руководитель центра управления качеством образования ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»;

Валентина Анатольевна ИВАШОВА — кандидат социологических наук, доцент, начальник отдела центра управления качеством образования ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»;

Ольга Николаевна ФЕДИСКО — кандидат педагогических наук, начальник отдела центра управления качеством образования ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Vladimir Ivanovich TRUKHACHEV — Doctor of Agricultural Sciences, Professor, Doctor of Economic Sciences, Professor, Member of RAS, Rector of FSBEI HE «Stavropol State Agrarian University»;

Elena Vasil'evna KHOKHLOVA — Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Centre for Quality Management in Education at FSBEI HE «Stavropol State Agrarian University»;

Valentina Anatol'evna IVASHOVA — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Head of the Department at the Centre for Quality Management in Education at FSBEI HE «Stavropol State Agrarian University»;

Olga Nilkolaevna FEDISKO — Candidate of Pedagogical Sciences, Head of the Department at the Centre for Quality Management in Education at FSBEI HE «Stavropol State Agrarian University»