

Исследование зависимости качества образовательных услуг от степени развитости интеграции в системе управления отраслью образовательных услуг

В статье рассматривается методика исследования зависимости качества образовательных услуг от степени развитости интеграции в системе управления отраслью образовательных услуг. Первая часть статьи знакомит с теоретическими основами понятия качества в отрасли образовательных услуг и методикой его измерения. Вторая часть помогает проанализировать результаты практического исследования методики и выработать управленческие рекомендации.

Качество в отрасли образовательных услуг вовлекает в себя сравнение потребителем своих ожиданий качества перед потреблением услуги с восприятием качества в момент непосредственного потребления услуги. Потребитель, по нашему мнению, воспринимает качество услуги по двум срезам: техническому (что потребитель получает от услуги) и функциональному (как потребитель получает услугу). Эмпирически установлено, что на восприятие потребителем функционального и технического аспектов качества могут влиять, по крайней мере, пять потенциальных проблем – ступеней.

Первая потенциальная проблема – возможный разрыв между ожиданиями потребителя относительно качества обслуживания и ответной реакцией поставщика услуг на эти ожидания. Другими словами, это непонимание, незнание, или игнорирование услугодателем ожиданий своих потребителей.

Вторая потенциальная проблема – возможный разрыв между пониманием поставщиком услуг ожиданий потребителя относительно качества и процессами стандартизации, систематизации, формализации и внедрения системы качества у услугодателя.

Третья потенциальная проблема – возможный разрыв между внедренной у поставщика услуг системой качества обслуживания на основе ожиданий клиентов и нежеланием, невозможностью или неподготовленностью персонала следовать установленным стандартам. В отрасли образовательных услуг, как правило, персонал является основным производителем услуг.

Четвертая потенциальная проблема – возможный разрыв между существующей в фирме системой качества и искаженной внешней информацией об этой системе в средствах массовой информации. Другими словами, это неправдивая реклама, завышающая (занижающая) ожидания потребителей относительно качества.

¹ © Л.И. Ерохина, А.Г. Мозалевский

Наконец, пятая, самая сложная проблема возникает в момент предоставления образовательной услуги. Ожидания потребителей относительно качества либо подтверждаются, либо нет. Неподтверждение ожиданий ведет к уходу потребителей к конкурентам и выдвигает в ряд наиболее приоритетных проблемы интеграции в отрасли образовательных услуг, решение которых оправдывается привлечением новых потребителей. Подтверждение ожиданий ведет к долгосрочной лояльности потребителя к услугодателю, что обеспечивает долгосрочный успех поставщика услуг за счет стабильной прибыльности, основанной на лояльности потребителей и за счет сокращения расходов на привлечение новых потребителей.

Качество образовательной услуги имеет как витальные, так и фатальные последствия для услугодателя. Поэтому необходим систематический мониторинг и контроль качества. Для того, чтобы обеспечить поставщику образовательных услуг конкурентный успех на рынке, менеджерам необходимо знать и контролировать указанные выше четыре потенциальных проблемы подтверждения или неподтверждения ожиданий потребителя относительно функционального и технического качества в процессе пятой ступени, т.е. в момент непосредственного предоставления услуги потребителю.

Исследования показали, что потребители оценивают функциональные и технические аспекты качества обслуживания по пяти основным критериям: материальной оснащенности (оргтехника, интерьеры, внешний вид персонала, информационные материалы); надежности (выполнение обещанной услуги точно, основательно и в срок); отзывчивости (искреннее желание помочь потребителю и быстрое обслуживание); убежденности (компетентность, ответственность, уверенность и вежливость обслуживающего персонала) и, наконец, по критерию сочувствия (выражение заботы, индивидуальный подход к потребителям).

Критерии качества применительно к отрасли образовательных услуг концептуализированы следующим образом. Критерий материальность имеет отношение к материально-технической оснащенности образовательного учреждения и его профессорско-преподавательскому составу.

Критерий надежность имеет отношение к выполнению приказов ректора точно, основательно и последовательно, а также престижу диплома и учебного заведения в целом.

Критерий отзывчивость имеет отношение к профессионализму и дисциплинированности профессорско-преподавательского состава, желанию преподавателей помочь своим студентам и слушателям.

Критерий убежденность имеет отношение к вежливости и тактичности профессорско-преподавательского состава, его компетентности, уверенности и внимательности к студентам и слушателям.

Наконец критерий сочувствие имеет отношение к индивидуальному подходу к студенту и слушателю, пониманию его нужд и выражению заботы о нем.

Методика исследования заключается в следующем. Потребителям предлагается заполнить анкету, состоящую из нескольких частей. Первая часть анкеты, используя пяти бальную шкалу Лайкерта «полностью не согласен – пол-

ностью согласен», фиксирует ожидания потребителя относительно пяти вышеперечисленных критериев качества услуги в отрасли образовательных услуг. Вторая часть – с помощью аналогичной шкалы фиксирует потребительские восприятия качества услуги в конкретном поставщике услуг. По этому же принципу третья часть анкеты фиксирует по пятибалльной шкале Лайкерта «совсем не важно – очень важно» важность или значимость для потребителей каждого из пяти критериев качества услуги.

Единицей измерения качества служит коэффициент качества «К». Этот коэффициент является цифровым выражением состояния качества по пяти критериям. Каждый из пяти критериев качества разбит на 3-4 подкритерия-вопроса. Таким образом, пять критериев качества разбиты в целом на 22 подкритерия-вопроса анкеты.

Коэффициент качества «К» рассчитывается как разница рейтингов восприятия и ожидания по каждому из 22 подкритериев:

$$K_n = V_n - O_n,$$

где: O_n – потребительское ожидание качества по критерию n ; V_n – потребительское восприятие качества по критерию n ; K_n – коэффициент качества по критерию n .

На основе полученных 22 коэффициентов качества можно рассчитать как пять общих коэффициентов качества по каждому из пяти критериев (средние значения суммы подкритериев по каждому из пяти критериев), так и глобальный коэффициент качества (среднее значение суммы всех 22 коэффициентов качества). Затем полученные 22 коэффициента качества взвешиваются против 22 рейтингов возможности с целью анализа.

Нулевое значение какого-либо коэффициента качества означает совпадение уровня ожидания качества и уровня восприятия качества по этому критерию или подкритерию. Негативные значения указывают на то, что уровень ожиданий превышает уровень восприятия. Наконец, положительные значения указывают на то, что восприятие качества выше уровня ожиданий. Удовлетворительным результатом считаются негативные коэффициенты качества, максимально приближающиеся к нулевому значению. Положительные значения коэффициентов указывают на суперкачество и, как правило, в исследованиях подобного рода встречаются редко.

Исследование развития интеграционных процессов в отрасли образовательных услуг Самарской области осуществляется посредством социологического исследования.

Проанализировав развитие интеграционных процессов у поставщиков образовательных услуг Самарской области, проводится социологическое исследование потребителей образовательных услуг.

Анкета состоит из вопросов, сгруппированных вокруг пяти характеристик качества образовательной услуги (материальность, надежность, отзывчивость, убежденность, сочувствие).

Первая часть анкеты (ожидания) используя 5-ти бальную шкалу «полностью не согласен – полностью согласен», предполагает высказывания студентов своих ожиданий относительно идеального учебного заведения по всем позици-

ям. Вторая часть анкеты (восприятие), используя аналогичную шкалу, предполагает оценку студентами степени соответствия обследуемого учебного заведения своим ожиданиям по тем же позициям. Для корректирующего анализа была введена третья часть анкеты (значимость), просившая оценить степень важности для студентов каждого из тех же критериев качества (5 бальная шкала «совсем не важно – очень важно»).

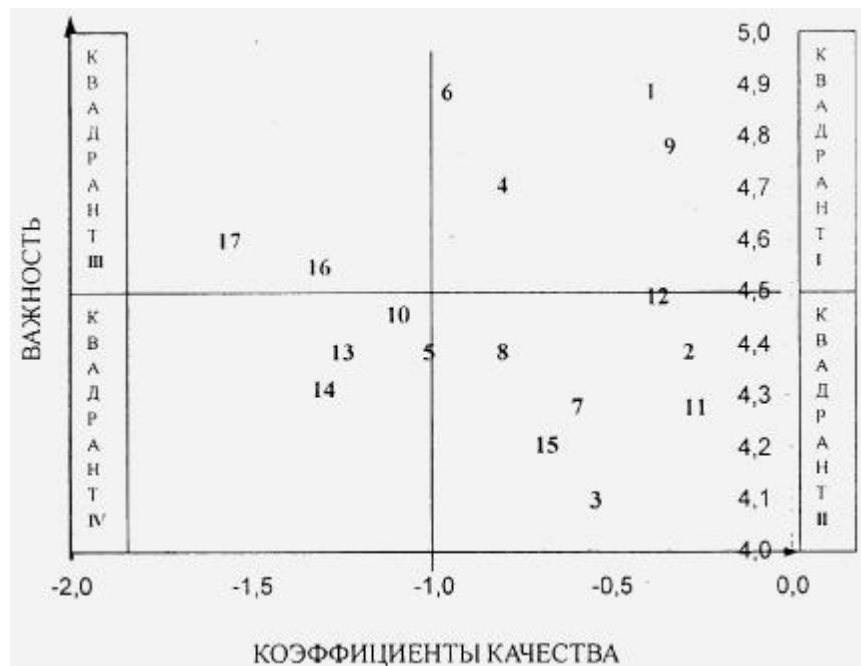
Коэффициенты качества были высчитываются согласно изложенной выше методики (коэффициенты Качества = Восприятие – Ожидания) и с помощью программных средств ЭВМ, например Microsoft Excel.

Для анализа результатов и графической презентации результатов исследования была используется методика анализа «важность-коэффициент качества», позволяющая анализировать результаты исследования как бы в двухмерной форме с использованием двух 5-ти бальных осей координат «важность» и «коэффициент качества».

Согласно методике анализа результаты опроса в виде цифр, букв или любых других знаков наносятся на интерпретационную карту «важность – коэффициенты качества» для анализа. Две оси координат делят результаты опроса на четыре больших кластера или квадранта: I. Высокие коэффициенты качества – высокая важность; II- высокие коэффициенты качества – низкая важность; III. Высокая важность – низкие коэффициенты качества; IV. Низкие коэффициенты качества – низкая важность (рис. 1.).

Квадранты дают необходимую информацию для принятия стратегических решений по совершенствованию качества. Квадрант I идентифицирует положительную ситуацию, описываемую теми из 17 коэффициентов качества, которые по данным исследования попали в этот район. Квадрант III указывает на проблемы, т.к. важность критериев качества, попавших в этот район, очень велика для респондентов, но по их же мнению коэффициенты качества находятся не на адекватном уровне. Задача руководства заключается в том, чтобы срочно поднять эти коэффициенты качества до уровня квадранта I. К коэффициентам качества, попавшим в квадранты II и IV, можно относиться спокойно, т.к. при средних показателях коэффициентов качества они являются маловажными и неприоритетными для респондентов.

Пример результатов исследования представлен на рисунке 1.



ЛЕГЕНДА	
1.	Современная материально-техническая база
2.	Интерьеры помещений
3.	Приятная и опрятная наружность преподавателей
4.	Выполнение руководством своих обещаний
5.	Попытки и руководства и преподавателей решить проблемы студентов и слушателей
6.	Высокий авторитет диплома
7.	Исполнение приказов ректора аккуратно и в срок
8.	Дисциплинированность преподавателей
9.	Профессионализм преподавателей
10.	Помощь преподавателей с решением учебных проблем студентов и слушателей
11.	Атмосфера доверия и взаимопонимания между студентами, слушателями и преподавателями
12.	Вежливость преподавателей по отношению к студентам и слушателям
13.	Оказание руководством всяческой поддержки преподавателям для эффективной работы со студентами и слушателями
14.	Проявление индивидуального подхода к студентам и слушателям
15.	Личное участие преподавателей в решении учебных проблем и проблем трудоустройства студентов и слушателей
16.	Ориентация преподавателей на учебные интересы студентов и слушателей
17.	Удобное для студентов и слушателей расписание занятий

Рис. 1. Пример графических результатов исследования

По примерным результатам исследования можно сделать вывод, что наиболее высокие коэффициенты качества были получены по таким критериям ка-

чества, как: М1 «Современная материально-техническая база», Н4 «Выполнение руководством своих обещаний», Н6 «Высокий авторитет диплома», О9 «Профессионализм преподавателей» и У12 «Вежливость преподавателей по отношению к студентам». Эти критерии получили также высокие рейтинги важности и в результате оказались в квадранте I. Руководству учебного заведения может быть рекомендовано сохранить и закрепить достигнутый успех.

Наиболее низкие коэффициенты качества, как видно из иллюстрации, при очень высоких рейтингах важности были получены по критериям С16 «Ориентация преподавателей на учебные интересы студентов» и С17 «Удобное для студентов расписание занятий». Руководству учебного заведения может быть рекомендовано срочно обратить внимание на тревожное положение дел по этим критериям, которые соответственно оказались в проблемном квадранте III.

Остальные критерии, исходя из иллюстрации, примерно равномерно распределены в квадрантах II и IV.

Проведенное исследование представляет стратегически важную информацию для совершенствования качества образовательных услуг в исследуемом учебном заведении. Вместе с этим следует отметить, что методика имеет потенциал для дальнейшего совершенствования.

Подобное исследование, проведенное на базе основных государственных высших учебных заведений Самарской области, позволило выявить прямо пропорциональную зависимость качества образовательных услуг от степени развитости интеграции в системе управления отраслью образовательных услуг Самарской области.

Таким образом, вывод в число приоритетных интеграционного подхода управлению отраслью образовательных услуг позволяет воспроизводить знания и создавать новые интеллектуально значимые продукты. Тем самым в образовательном процессе реализуются отношения профессионального сотрудничества, результатом чего и становится новый уровень профессиональной компетентности участников.

Список литературы:

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебн. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320с.
2. Бернар И., Колли Ж.-К. Толковый экономический и финансовый словарь: французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология: В 2-х томах / Пер. с фр. – М.: Международные отношения, 1997.
3. Елисеева И. И., Юзбашев М. М. Общая теория статистики: Учебник / Под ред. И. И. Елисеевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001.
4. Коротков А. В. Маркетинговые исследования. – М.: ЮНИТИ, 2005.
5. Коротков А. В., Третьяков Н. В. Сравнительный анализ товарного ассортимента конкурирующих предприятий отрасли. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2002.