

ОЦЕНКА ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ МЕТОДА АНКЕТИРОВАНИЯ

К.А. Кудрявцева, О.И. Пятковский

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова
г. Барнаул

Особенности развития взаимодействий между современным рынком труда и рынком образовательных услуг создают жесткую конкурентную борьбу между вузами. В статье рассматривается описание методики оценки потребностей потребителей ОУ для повышения качества оказываемой услуги и, как следствие, повышение конкурентоспособности вуза.

Ключевые слова: образовательные услуги, системы обработки информации.

При определении потребностей потребителей образовательных услуг следует ориентироваться на мотивы, которыми руководствуются участники рынка труда. Перспектива предстоящего трудоустройства является основным фактором при выборе потребителем образовательной услуги. При этом потребителем будет учитываться способность вуза обеспечить требуемое работодателем качество подготовки выпускников. Ведь для успешного трудоустройства молодого специалиста необходимо иметь хорошее образование, в процессе получения которого не только приобретаются теоретические знания, но и развиваются необходимые умения и навыки. Такая способность вуза обеспечивать требуемое качество определяет его конкурентоспособное положение на рынке образовательных услуг.

В связи с этим сегодня особенно актуальны становятся вопросы управления качеством образовательной услуги, ориентированность на требования потребителей для успешного функционирования вуза при усиливающейся конкурентной борьбе на рынке образовательных услуг.

Цель работы – расчет некоторых узлов в разрабатываемой модели оценки потребностей потребителей образовательных услуг вуза для повышения эффективности управления качеством образовательных процессов вуза.

Примером такой оценки может служить модель, показанная на рисунке 2. Данная методика представлена в виде иерархической структуры – ориентированного графа.

Основные потребители образовательных услуг вуза представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Основные потребители образовательных услуг вуза

В Алтайском государственном техническом университете им. И.И. Ползунова, отделом практик и трудоустройства совместно с кафедрой ИСЭ, в 2013 г. проводились маркетинговые исследования удовлетворенности потребителей образовательными услугами АлтГТУ. В данных исследованиях в роли потребителей выступали выпускники вуза и работодатели. В качестве метода исследования был выбран опрос, проводимый путем заполнения респондентами структурированной анкеты.

Автоматизация процесса обработки данных анкет осуществлялась с помощью автоматизированной информационной системы «Анкетирование», разработанной на кафедре ИСЭ.

В ходе исследований изучалось мнение руководителей профильных предприятий, где выпускники кафедры ИСЭ начали осуществление своей профессиональной деятельности, а также мнение самих выпускников о качестве подготовки молодых специалистов в АлтГТУ. Фрагменты анализа анкет представлены в таблицах 1,2, а также на рисунках 2-3.

Респонденты оценивали степень развития профессиональных и личностных качеств выпускников АлтГТУ по 5-балльной шкале.

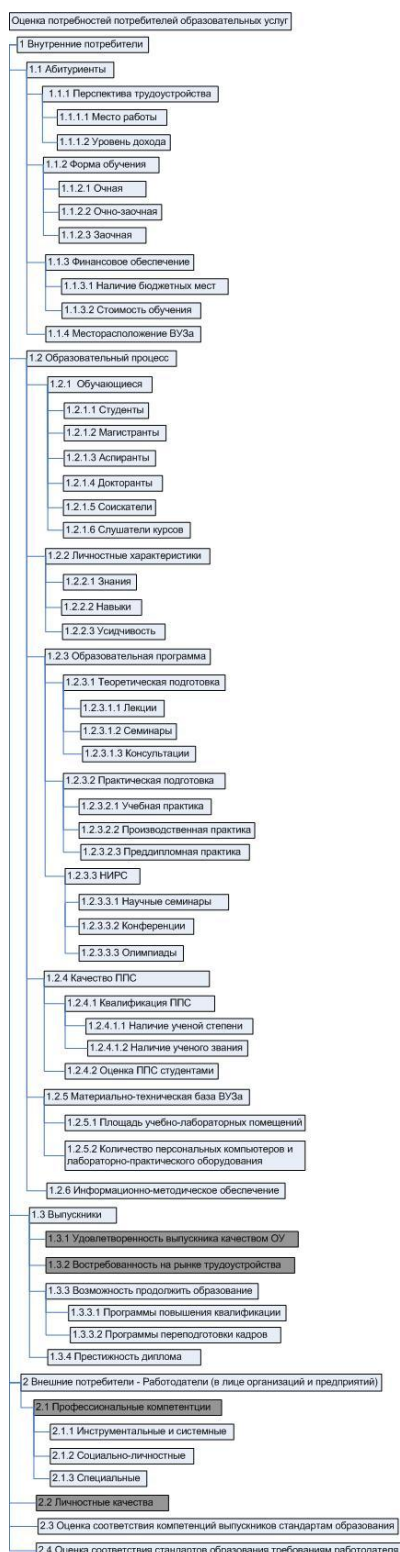


Рисунок 2 – Модель оценки ПП ОУ

Таблица 1 – «Степень развития профессиональных и личностных качеств выпускников специальности ПИЭ»

№	Вопрос	Средний балл
1	Профессиональный рост за время работы	5,0
2	Способность к инновационной деятельности	5,0
3	Способность связно, обоснованно и профессионально вести дискуссию	4,75
4	Способность проявлять оригинальность и творческий подход в работе	4,75
5	Стремление к приобретению новых знаний и навыков	4,75
6	Понимание этической и профессиональной ответственности	4,75
7	Умение работать в команде	4,75
8	Владение современными профессиональными технологиями	4,5

Таблица 2 – «Средний балл по оценке некоторых форм работы, связанных со спецификой профессиональной деятельности выпускников специальности ПИЭ»

№	Вопрос	Средний балл
1	Умение обработать отраслевую информацию	4,75
2	Умение разработать, внедрить и адаптировать программное обеспечение отраслевой направленности	4,5
3	Способность к сопровождению и продвижению программного обеспечения отраслевой направленности	4,5
4	Способность управлять проектной деятельностью	4,5
5	Способность управлять деятельностью подразделения организации	4,33

Результатом исследования мнений работодателей явился анализ их рекомендаций по обучению студентов и требований к выпускникам.

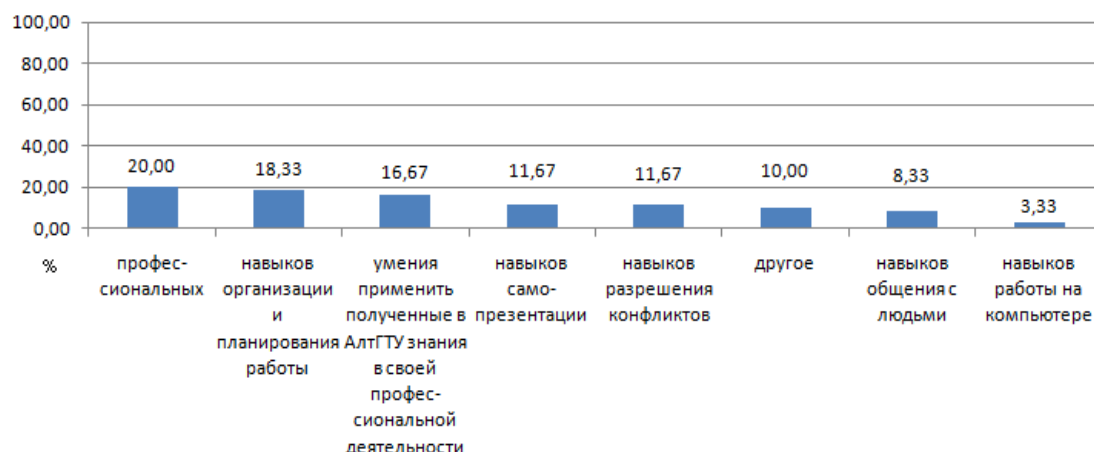


Рисунок 3 – Навыки, недостающие выпускникам в начале трудовой деятельности



Рисунок 4 – Наиболее полезная сторона обучения в АлтГТУ, по мнению выпускников

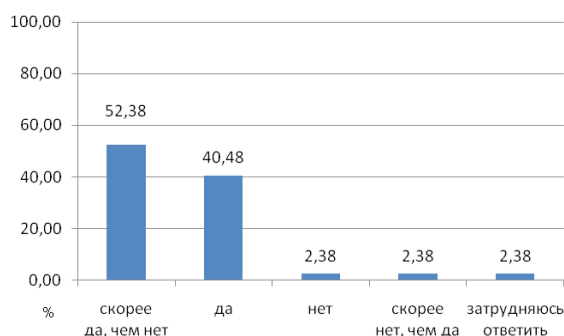


Рисунок 5 – Удовлетворенность выпускников качеством полученного образования

Как видно (рисунок 5), 92,86% респондентов удовлетворены качеством полученного в АлтГТУ образования.

Итогом проведения данных исследований стала разработка рекомендаций и комплекса мер для повышения качества образовательных услуг, предоставляемых вузом.

Полученные результаты исследований будут использоваться при расчетах следующих узлов: 1.3.1 удовлетворенность выпускника качеством ОУ, 1.3.2 востребованность на рынке трудоустройства и 2.2 личные качества, по методике оценки ПП ОУ, представленной на рисунке 1. В будущем предусматривается развитие и доработка предложенной модели, расчет прочих показателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. — М.: Издательство «Финпресс», 1998. — 416 с.
2. Энджел Д. Поведение потребителей. — Санкт-Петербург: Питер ком, 1999. — С. 47.

Кудрявцева Кристина Андреевна – аспирантка, тел.: (3852) 29-09-18, e-mail: chrstar@mail.ru;
Пятковский Олег Иванович – д.т.н, профессор.