ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГОЙ И ЕЕ КАЧЕСТВОМ

Белоцерковская Н.В., Писаренко Л.В.

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ,
г. Орск

В современных экономических условиях реформирования высшей школы маркетинг приобретает первостепенное значение для развития вуза.

Маркетинговое управление вузом означает ориентацию на потребителя.

Существует два подхода к определению потребителей образовательных услуг. Согласно маркетинговому подходу к определению потребителей образовательных услуг (А.П. Панкрухин, В.В. Афанасьев), конечным потребителем образовательных услуг является студент. Сбытовой подход (Г.Г. Платошина, Ю.В. Науразбаева) предполагает, что студент является промежуточным потребителем образовательных услуг, а конечным – работодатель. Работодатель использует знания и умения, приобретенные студентом в процессе обучения в вузе, с выгодой для своего производства.

Для принятия вузом маркетинговых решений необходимо понимать запросы конкретных групп потребителей и изучать удовлетворенность потребителей оказанными услугами.

Удовлетворение или неудовлетворение товаром или услугой в маркетинге есть итог сравнения предварительного ожидания от товара или услуги с реально полученными результатами. Если ожидания потребителя не оправдались, то есть воспринимаемая характеристика ниже ожиданий потребителя, то он остается неудовлетворенным. Если воспринимаемое свойство совпало с ожиданиями, то клиент удовлетворен.

В период с 15.06.2015 г по 03.07.2015 г. (приказ от 10.06.2015 г. № 48) в Орском гуманитарно-технологическом институте (филиале) ОГУ было проведено анкетирование выпускников очной формы обучения с использованием программной системы «Выпускник ОГУ», которая разработана отделом по продвижению образовательных услуг и работе с выпускниками совместно с Центром информационных технологий ОГУ (свидетельство о разработке 2010 года).

Цель исследования: разработка рекомендаций по повышению уровня профессиональной подготовленности выпускников вуза и совершенствованию процесса содействия их трудоустройству.

Задачи исследования:

- исследование причин выбора специальности и уровня ожиданий от ее получения;
- оценка уровня полученного образования, перспективы обучения;
- оценка уровня подготовленности выпускника как будущего специалиста;

- анализ направлений и характеристика временной занятости выпускников;
- оценка перспектив и выявление механизмов трудоустройства выпускников.

Анкета «Выпускник ОГУ-2015» содержит 83 вопроса, объединенных в блоки:

- информация о выпускнике (ФИО, дата рождения, факультет, группа, место жительства, место прохождения преддипломной практики, дополнительное образование, опыт работы, изучаемый иностранный язык, уровень владения, форма обучения в вузе);
- причины выбора направления подготовки, специальности;
- оценка организации учебного процесса в целом;
- выявление причин, по которым выпускник заинтересован в получении дальнейшего образования;
- соответствие структуры образовательной программы по полученному направлению подготовки (специальности) ожиданиям выпускника;
- оценка выпускником сформированных у него общекультурных, общепрофессиональных и дополнительных компетенций;
- работа во внеучебное время, влияние трудовой деятельности на учебу;
- оценка выпускником перспективы собственного трудоустройства, соответствие предполагаемой деятельности полученной специальности, направлению подготовки;
- вопросы для отдельных категорий выпускников: относящихся к инвалидам, детям-сиротам или детям, оставшимся без попечения родителей.

В анкетировании приняли участие 564 студента, что составляет 97 процентов выпускников очной формы обучения 2015 года.

С целью более детального исследования отдельных вопросов и обоснованности выводов был проведен анализ ответов респондентов в разрезе факультетов.

Сведения о количестве студентов, принявших участие в анкетировании, приводятся в таблице 1.

Таблица 1

Факультеты	ИФФ	МТФ	ППФ	ФДНО	ФФМENO	ЭФ	Итого
Численность выпускников	111	164	38	23	66	180	582
Приняли участие в анкетировании (отчет на 06.07.2015 г.)	109 (98%)	160 (98%)	37 (97%)	21 (91%)	64 (97%)	173 (96%)	569 (97%)

Проанализируем удовлетворенность выпускников Орского-гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ образовательной услугой и ее качеством.

Ответы на вопрос: «Соответствовала ли структура образовательной программы по полученному направлению подготовки (специальности) Вашим ожиданиям?» распределились следующим образом: да, полностью – 529 человек (93%); не совсем – 23 человека (4%); не соответствовала – 12 человек (2%); затрудняюсь ответить – 5 человек (1%).

Ответы респондентов в разрезе факультетов приводятся в таблице 2.

Таблица 2

	Да, полностью	Не совсем	Не соответствовала	Затрудняюсь ответить
ИФФ (111)	98	8	2	3
МТФ (164)	147	9	6	2
ППФ (37)	36	0	0	1
ФДНО (21)	21	0	0	0
ФФМЕНО (64)	62	1	1	0
ЭФ (173)	165	5	3	0
ИТОГО	529	23	12	5

Ответы выпускников на вопрос «Нравится ли Вам полученная профессия?» (по факультетам) приводятся в таблице 3.

Таблица 3

	Да (нравится, пожалуй, нравится) %	Нет (пожалуй, не нравится, совсем не нравится) %	Затрудняюсь ответить, %
ИФФ	92,7	0,9	5,4
МТФ	93,7	1,4	2,8
ППФ	99,9	0	0
ФДНО	91,2	0	0
ФФМЕНО	80,2	0	0
ЭФ	92,6	1,4	2,2
Итого	92	1,3	4,1

Анализ ответов респондентов на вопрос «Как Вы оцениваете перспективы своего трудоустройства после окончания вуза?» в разрезе факультетов приводится в таблице 4.

Таблица 4

	Твердо знаю, где буду работать (%)	Есть несколько вариантов (%)	Служба в армии, декретный отпуск (%)	Организирую собственное дело (%)	Обучение на следующем уровне (%)	Вероятно, какое-то время буду безработным (%)
ИФФ	12,6	57,7	13,5	6,3	0,9	7,2
МТФ	14,4	45,5	17,7	9,1	0,5	8,2
ППФ	5,3	71,1	5,2	5,3	0	13,2
ФДНО	8,7	34,8	13	8,7	4,3	21,7
ФФМENO	10,6	50	15,2	6,1	4,5	10,6
ЭФ	3,7	48,5	15,4	17,6	4,4	9,6

При ответе на вопрос: «Какие наиболее сильные стороны в деятельности университета Вы видите?» студенты отметили высокую квалификацию профессорско-преподавательского состава, организацию внеучебной деятельности, содержание учебных дисциплин и хорошие информационные ресурсы.

Ответы приводятся в таблице 5.

Таблица 5

	Высокая квалификация ППС (%)	Внеучебная деятельность (%)	Содержание учебных дисциплин (%)	Организация практики (%)	Хорошие информационные ресурсы (%)
ИФФ	75,7	46,8	45,9	45,9	28,8
МТФ	71,6	36,5	37,5	19,2	36,5
ППФ	68,4	44,7	55,3	39,5	39,5
ФДНО	69,6	52,2	34,8	26,1	39,1
ФФМENO	65,2	48,5	42,4	47	31,8
ЭФ	77,9	52,9	35,3	9,6	29

Ответы на вопрос: «Какие у Вас есть предложения по организации учебного процесса?» приводятся в таблице 6. Большое количество предложений студентов связано с увеличением доли практических занятий, совершенствованием организации прохождения практики, развитием материальной базы, введением в расписание большего количества профильных предметов и т.д. Данные предложения можно рассматривать как возможные причины неудовлетворенности потребителей-студентов.

Таблица 6

	Нет предложений	Увеличить долю практических занятий	Предложения по организации практики	Развивать материально- техническую базу вуза (факультета)	Вводить в расписание больше профильных предметов	Использовать современные средства мультимедиа, стенды	Разнообразить средства обучения	Справедливо оценивать знания студентов
ИФФ	16	12	10	11	8	2	1	1
МТФ	42	29	36	11	10	15	3	4
ППФ	16	4	5	1	0	2	3	0
ФДНО	10	3	1	2	1	0	1	1
ФФМЭНО	20	8	7	2	1	0	1	0
ЭФ	27	20	12	4	8	7	1	0
ИТОГО	131	76	71	31	28	26	10	6

Знание того, насколько удовлетворены выпускники предоставляемой образовательной услугой, имеют огромное значение для вуза. В результате, основываясь на уровне удовлетворенности, вуз может определить, какие характеристики образовательной услуги или стороны своей деятельности необходимо улучшить. Однако при оценке уровня удовлетворенности необходимо учитывать, что мнение потребителя формируется под воздействием значительных факторов, как рациональных, так и эмоциональных. Следует также заметить, что качество образовательной услуги потребитель может оценить в лучшем случае после ее исполнения, в процессе осуществления профессиональной деятельности. Данная услуга, как и другие виды услуг, неосвязаема до момента потребления. Кроме того, оценка качества образовательной услуги, может оказаться и вовсе невозможной, если выпускник по каким-либо причинам работает по другой профессии или оказывается в числе безработных. Таким образом, существует отсроченность выявления результативности и зависимость результатов от условий будущей работы и жизни выпускника.[2]

В данном же случае удовлетворенность потребителя определяется как его мнение об услуге, сформированное под воздействием личного опыта взаимодействия с вузом.

Для управления качеством образовательного процесса необходимо непрерывное измерение удовлетворенности потребителей, как студентов, так и работодателей. Это должно способствовать совершенствованию

образовательного процесса и быстрой адаптации выпускников вуза к условиям рынка труда, повышению их конкурентоспособности и востребованности.

Список литературы

- 1. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании : учебное пособие / А.П. Панкрухин. – М. : Фирма «Интерпракс», 1995. – 238 с.*
- 2. Кайдашова, А.К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг : учебное пособие / А.К. Кайдашова. – Орск : Издательство Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, 2014. – 98 с.*