



Наталья Валерьевна МУСИНОВА,
к. пед.н., специалист по учебно-методической работе, ЧОУ ДПО «Институт управления качеством» ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена»

Ключевые слова: качество образования, потребности заинтересованных сторон

РЕАЛИЗАЦИЯ ТРЕБОВАНИЯ «ПОНИМАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОЖИДАНИЙ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН»

В статье речь идет об опыте РГПУ им. А. И. Герцена в определении всех заинтересованных в качестве образовательных услуг сторон, их потребностей и ожиданий и установления механизмов обратной связи.

В условиях рыночной экономики важным условием, определяющим преимущество организации в конкурентной борьбе, является качество товара или предоставляемой услуги. Качество образования определяется как «комплексная характеристика образования, выражающая степень его соответствия федеральным государственным стандартам, федеральным государственным требованиям и потребностям заказчика образовательных услуг, социальным и личностным ожиданиям человека» [1]. Поэтому важнейшим элементом системы менеджмента качества является анализ потребностей заинтересованных сторон.

«С учетом влияния, которое заинтересованные стороны могут оказать на способность организации постоянно поставлять продукцию и услуги, отвечающие требованиям потребителей и применимым к ним законодательным и нормативно-правовым требованиям, организация должна определить:

1. Заинтересованные стороны.
2. Требования этих заинтересованных сторон» [2].

В РГПУ им. А. И. Герцена придается важное значение точному определению всех групп

заинтересованных сторон, их потребностей, и установлению механизмов обратной связи. Для этого в университете выстроена действующая система, позволяющая руководству оперативно изучать требования заинтересованных сторон, анализировать их, адекватно планировать и осуществлять их удовлетворение.

В научной литературе на данный момент существует множество классификаций заинтересованных в качестве образовательных услуг сторон. Заинтересованные стороны можно разделить на внутренние и внешние. Внутренние — стороны, которые непосредственно участвуют во внутренних процессах образовательного учреждения. Внешние — стороны, которые могут участвовать в процессах вуза, направленных на внешнее взаимодействие, либо могут быть сторонними наблюдателями или контролирующими органами внутренних процессов. В РГПУ им. А. И. Герцена определены следующие заинтересованные стороны:

Внутренние заинтересованные стороны:

- ♦ учащиеся — студенты, слушатели и аспиранты;
- ♦ персонал и научно-педагогический состав;
- ♦ руководство учебных и структурных подразделений.

Внешние заинтересованные стороны:

- ◆ региональные и российские образовательные учреждения;
- ◆ учредитель вуза в лице Министерства образования и науки Российской Федерации;
- ◆ региональные и муниципальные органы управления образованием;
- ◆ региональная и муниципальная администрация;
- ◆ государственные профессиональные ассоциации и экспертные структуры;
- ◆ общественно-профессиональные ассоциации;
- ◆ российские и международные фонды;
- ◆ представители бизнеса.

Заинтересованные стороны предъявляют к образовательной услуге различные требования, которые должны быть выражены показателями качества, и задача вуза их выполнить в полной мере (таблица).

Как мы видим из приведенных выше данных, основные потребности и ожидания разных групп заинтересованных сторон не повторяют друг друга, но оказываются тесно взаимосвязанными. Для университета, предоставляющего качественные услуги, принципиально важно удовлетворить потребности всех заинтересованных сторон. Возникающие сложности в удовлетворении потребностей всех заинтересованных сторон можно минимизировать за счет правильных методов сбора и обработки информации, организации регулярного взаимодействия с заинтересованными сторонами, представления результатов и демонстрации корректирующих действий. Изучение мнения заинтересованных сторон является важной частью менеджмента качества университета.

На базе университета ежегодно проводятся семинары и совещания профессиональных и общественных ассоциаций и организаций, боль-

Таблица

Основные потребности и ожидания заинтересованных сторон

№ п\п	Заинтересованные стороны	Основные потребности и ожидания
1	Учащиеся	Получение необходимых компетенций для профессиональной деятельности, востребованность на рынке труда, социально-личностное развитие, комфорт и удовольствие от обучения, возможность влиять на процесс обучения
2	Персонал и научно-педагогический состав	Наличие необходимых условий для успешной работы
3	Руководство учебных и структурных подразделений	Четкость и эффективность руководства, помощь со стороны руководителей университета, непрерывное улучшение качества работы, обмен информацией и взаимодействие
4	Региональные и российские образовательные учреждения	Подготовленные выпускники, способные начать работу без дальнейшего обучения
5	Учредитель вуза в лице Министерства образования и науки Российской Федерации	Стабильные показатели, общее понимание законодательных и нормативных требований в области качества образования
6	Региональные и муниципальные органы управления образованием	Соответствие результатов деятельности запросам общества, понимание рынка образовательных услуг, рынка труда
7	Региональная и муниципальная администрация	Участие вуза в развитии региона, российского образования и в становлении гражданского общества; стабильное внимание к социальным проблемам и участие в их решении
8	Государственные профессиональные ассоциации и экспертные структуры	Гарантированное качество, стабильность показателей
9	Общественно-профессиональные ассоциации	Открытость, инновационность, профессиональная активность
10	Российские и международные фонды	Разнообразие и гарантированное качество предлагаемых услуг
11	Бизнес	Актуальные и соответствующие рынку компетентности

шое количество конференций, круглых столов, видеоконференций и других мероприятий по вопросам качества образования, менеджмента качества, экологического менеджмента, социальной ответственности.

Университет в ходе организации и реализации образовательного процесса взаимодействует с предприятиями и образовательными учреждениями, заключая с их руководством договора на прохождение студентами практики на базе данных учреждений.

Для планирования разработки образовательных продуктов и определения стратегических целей в РГПУ им. А.И. Герцена организована система сбора, актуализации и использования маркетинговой информации различными подразделениями. Специальное подразделение — отдел маркетинга — проводит профессиональное исследование рынка образовательных услуг и рынка труда. Также маркетинговые коммуникации осуществляет Приемная комиссия. Центр содействия трудоустройству «Мост» обеспечивает связь с работодателями и выпускниками. Исследования заинтересованных сторон проводит Социологическая лаборатория университета.

Процессы ориентации деятельности университета на требования потребителей регулируются руководством вуза. Отчеты маркетинговых исследований обсуждаются на ректоратах и заседаниях ученого совета университета. На основании исследования рынка определяются долгосрочные цели, стратегия поведения университета в целом, приоритеты, ценовая политика, рамки для планирования конкретных задач и мероприятий. На уровне факультетов и кафедр маркетинговая информация используется для разработки новых, востребованных рынком образовательных программ, в том числе программ дополнительного образования, для печати научной и методической литературы, социально-культурных коммуникаций.

В течение последних лет с целью выявления основных потребностей и ожиданий на днях открытых дверей университета и в период приемной кампании регулярно проводятся опросы абитуриентов, посещающих Герценовский университет. Взаимодействие с рынком организовано также с помощью социальных сетей,

университет официально представлен на сайтах <http://www.facebook.com/herzen.spb>, <http://vk.com/rgpuherzen>.

Также университет проводит исследование мнения работодателей. Работодателями для выпускников университета являются образовательные учреждения различных видов и типов, органы управления образованием, а также учреждения социальной сферы, организации местного и государственного управления, некоммерческие организации. В проводимых в университете исследованиях приняли участие более 500 работодателей, представляющих различные сферы. Комплексные исследования выявили высокий уровень готовности работодателей к сотрудничеству с университетом, а также высокое удовлетворение работодателей качеством подготовки выпускников.

На основе глубокого анализа тенденций развития общества, высшего образования в целом, рынка образовательных и научных услуг и рынка труда в Герценовском университете сформирована Программа Стратегического Развития 2012–2016. Основанием для определения стратегических направлений развития университета являются также приоритеты мировых межгосударственных и общественных институтов, таких как ООН и ЮНЕСКО, Российской академии образования, Правительства и Министерства образования и науки Российской Федерации, которые озабочены тем, как увеличить доступ людей к образованию на любом этапе их жизненного пути при наличии разных стартовых возможностей и потребностей; как сделать образование качественным, отвечающим требованиям, предъявляемым развивающимся обществом и рыночной экономикой; как средствами образования подготовить человека к постоянно изменяющимся условиям жизни и труда.

Литература

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273–ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». — Москва, 2013. — 238 с.
2. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования. Москва, Стандартинформ, 2015.

© Муסיнова Н. В.

Natalya V. MUSINOVA,

The candidate of pedagogical Sciences, specialist in educational and methodical work, non — governmental Educational Institution for additional (vocational) training “Quality Management Institute”, the Herzen State Pedagogical University of Russia

IMPLEMENTATION REQUIREMENTS «UNDERSTANDING OF THE NEEDS AND EXPECTATIONS OF STAKEHOLDERS»

In this article we are talking about the experience of the Herzen State Pedagogical University of Russia in identifying all stakeholders, their needs and expectations, and establishing feedback mechanisms.

Keywords: *the quality of education, the needs of the stakeholders.*