

# **Разработка системы оценки удовлетворённости внутренних потребителей сервисными услугами ВУЗа**

Таттимбекова Б.О.

Магистрант

Карагандинского Государственного

Технического Университета

Республика Казахстан

---

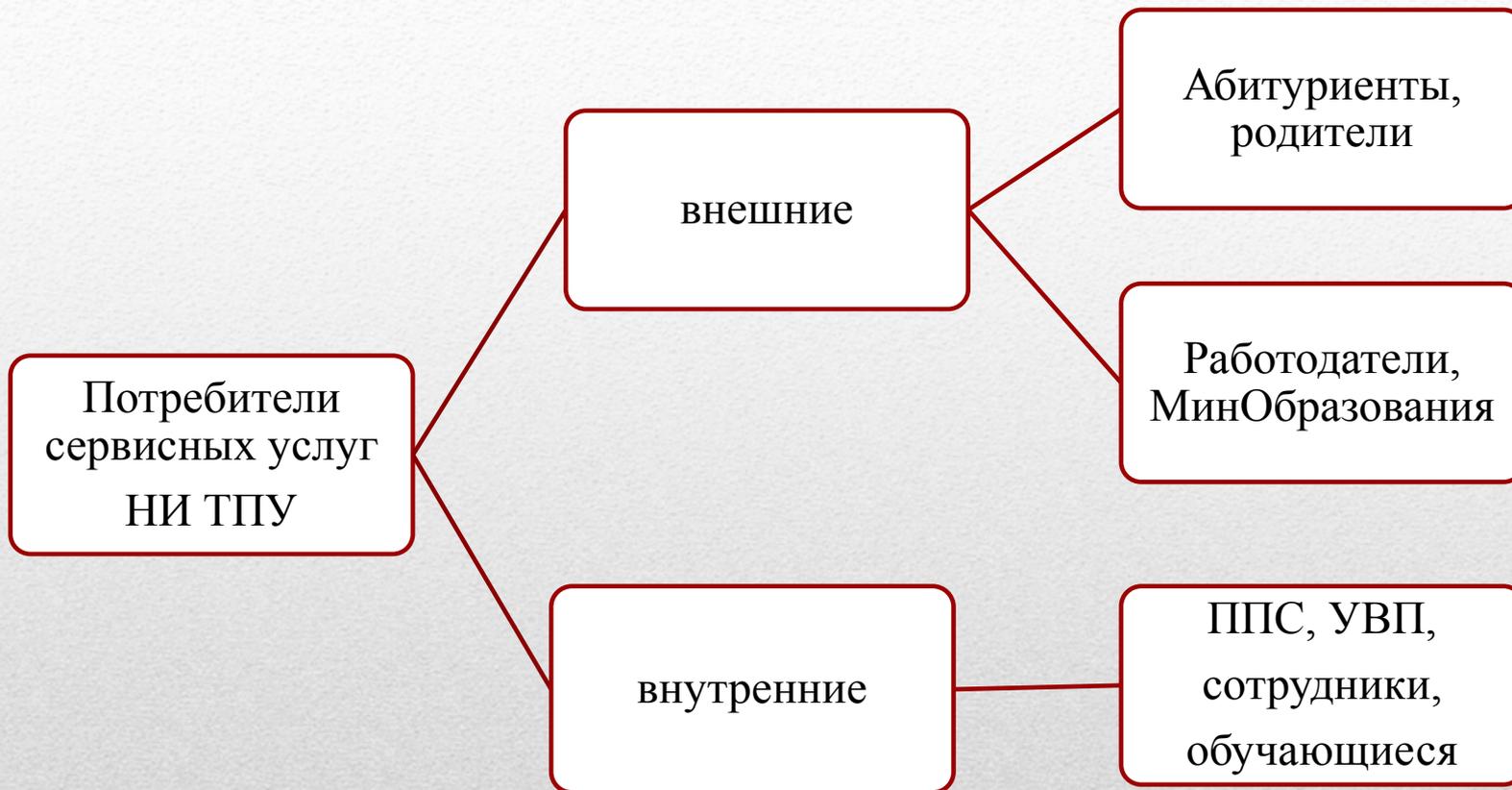
*Потребитель – это неудовлетворённый покупатель.....*

*Американская пословица*

---

## Методы измерения и оценки качества на производстве:

- причинно-следственная диаграмма и диаграмма разброса;
  - контрольные листки, карты;
  - гистограммы;
  - анализ Парето;
  - стратификация и др.
-







## Комбинат питания

- Организация горячего питания в учебных корпусах;
- Организация работы буфетов.



## Общежитие гостиничного типа №15

- Гостиничные услуги



## Санаторий – профилакторий

- Медицинские услуги



## Международный культурный центр

- Культурно-массовые мероприятия



## Издательство

- Полиграфические услуги



## Транспортный отдел

- Транспортное обслуживание подразделений

# Проблема

Процесс оценки удовлетворённости внутренних и внешних потребителей в основном проводится руководством ВУЗа для общей оценки деятельности, но структурные подразделения не проводят оценки удовлетворённости именно внутренних потребителей.

---

# Цель

Разработка единой методики оценки удовлетворённости для структурных подразделений ВУЗа, оказывающих услуги внутренним потребителям с целью вовлечения подразделений в процесс постоянного улучшения оказания сервисных услуг

---

Внедрение нормативно-методической базы оценки удовлетворённости позволит оценить:

- выявить запросы внутренних потребителей к качеству оказываемых услуг
  - уровень удовлетворённости\неудовлетворённости качеством сервисных услуг в ВУЗе и;
  - на их основе разработать содержательные рекомендации по совершенствованию процесса оказания услуг, как составляющей деятельности ВУЗа в целом.
-

Принятие решения о  
проведении процесса  
оценки



Определение групп  
потребителей



Определение  
критериев (запросов)  
потребителей

---

Составление  
анкеты



Рассылка  
анкет



Сбор и  
обработка  
данных

---



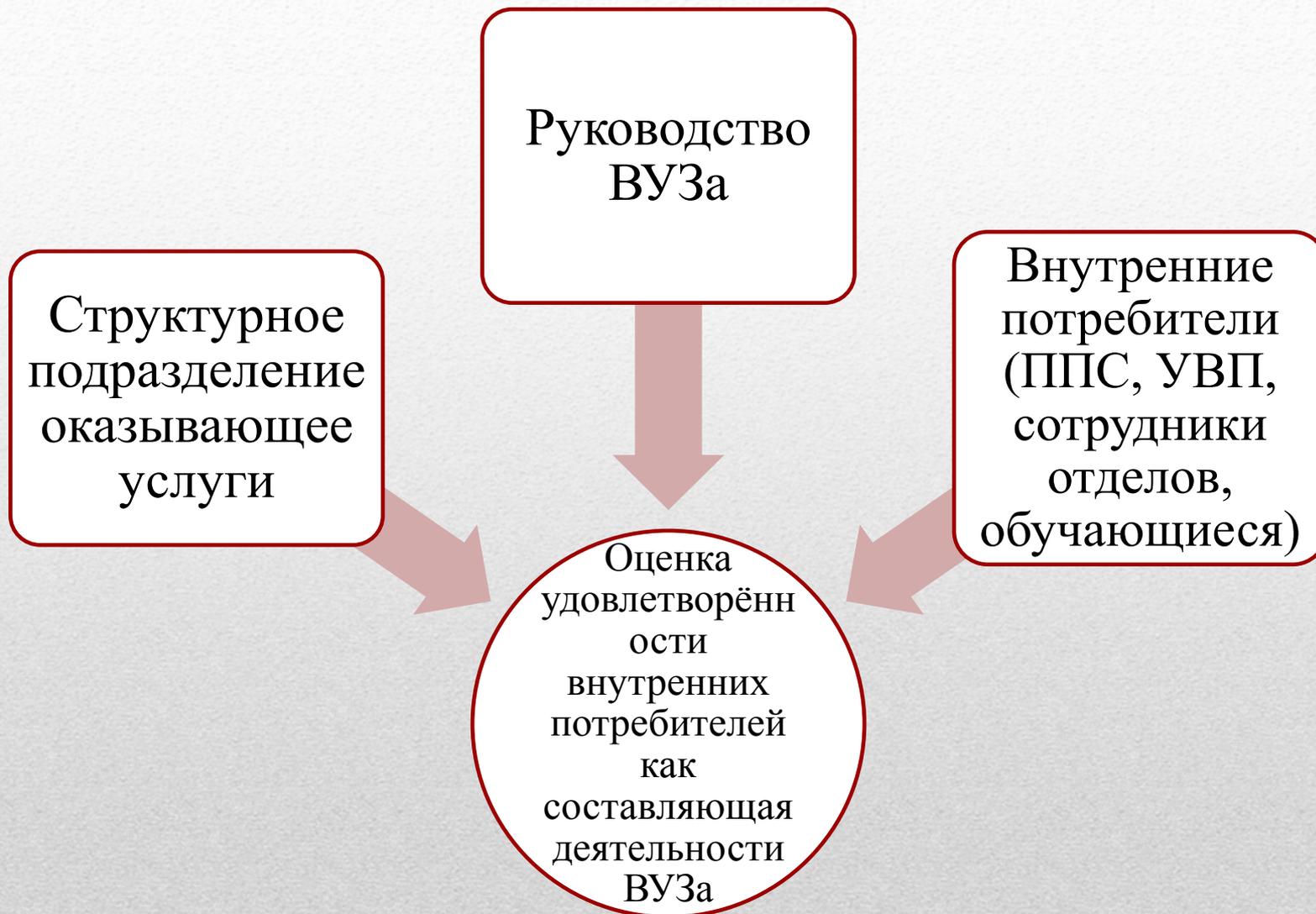
```
graph TD; A[Составление отчёта] --> B[Мониторинг]; B --> C[Постоянное улучшение];
```

Составление  
отчёта

Мониторинг

Постоянное  
улучшение

---



## Проблемы реализации методики:

- Низкий уровень поддержки руководства инициативы по оценке удовлетворённости *внутренних* потребителей, так как основная деятельность ВУЗа направлена на *внешних* потребителей;
  - Неготовность, отсутствие интереса и желания в оценке удовлетворённости сервисными услугами структурных подразделений, оказывающих услуги;
  - Недостаточное участие самих внутренних потребителей в процедуре сбора данных по причинам отсутствия желания, интереса, времени и т.д.
-

*Возможные подходы к внедрению системы  
оценки удовлетворённости внутренних  
потребителей*

---

## Для руководства:

- 1) Подходить к удовлетворённости потребностей внутреннего потребителя также как и к внешнему;
  - 2) Создание условий для проведения процедуры оценки (чёткое распределение ответственности, предоставление информационных ресурсов, выделение материальных средств, поощрение сотрудников и подразделений по итогам проведения оценки и т.д.)
  - 3) Использование точной методологии оценки удовлетворённости;
  - 4) Быстрое принятие решений по итогам оценки и их реализация;
  - 5) В промежутках между исследованиями поддерживать внимание подразделений, оказывающих услуги, на внутренних потребителях, путём обучения руководителей подразделений процессному подходу по удовлетворению потребностей внутренних потребителей также как и внешних.
  - 6) Формировать у внутренних потребителей осознание его статуса потребителя.
-

## Для внутренних потребителей:

1) В ВУЗе должна быть хорошо налажена и действовать внутренняя обратная связь между руководством, сотрудниками и обучающимися для информирования о стратегии по качеству, т.е. сотрудникам должны быть ясны цели и задачи.

2) Правильное составление анкеты (небольшое количество корректно составленных вопросов, без двойных вопросов, чёткая инструкция к анкете, сохранение анонимности и т.д.)

3) Ознакомление с итогами, результатами оценки, мерами по повышению удовлетворённости.

---

## Для подразделений, оказывающих услуги:

- 1) Рассматривать важность внутренних потребителей также как и внешних;
  - 2) Понимание необходимости оценки, учёта и мониторинга степени удовлетворённости\неудовлетворённости качеством оказания сервисных услуг внутренних потребителей.
  - 3) Использовать те же процессный и системный подходы при удовлетворении запросов внутренних потребителей, что и для внешних потребителей.
-

*Спасибо за внимание!*

---