

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Карагандинского  
Университета Казпотребсоюза  
д-н., профессор



Е.Б. Аймагамбетов

2024 г.

**Эмпирико-аналитический отчет социологического исследования:**  
**«Повышение эффективности механизмов обратной связи»**

В Карагандинском университете Казпотребсоюза придают большое значение обратной связи со студентами и ППС, как очень важному элементу коммуникации с ними. Обратная связь нужна не только с этической, и с практической точки зрения. Ведь обратная связь дает ту информацию, которую трудно переоценить для оценки качества работы и нахождения новых путей для развития университета.

Важным критерием развитости практики обратной связи является ее систематичность. На таком уровне обратной связи, получаемая информация дает возможность руководству университета проводить мониторинг учебных и научных процессов, делать необходимые сравнения и выводы. Кроме того, системный подход к обратной связи позволяет повысить не только качество анализа рабочих процессов университета, но и обеспечить превращение обратной связи в часть культуры нашей организации. Как следствие, системность создает привычку у студентов и ППС давать обратную связь, так как они понимают, что их мнение важно для повышения качества общего для всех дела – повышения качества работы своего университета.

В период с 20.11.2024 по 30.11.2024 было проведено интервьюирование студентов и ППС университета с целью выявления их удовлетворенности обратной связи в вузе.

**Объект исследования:** студенты и ППС.

**Предмет исследования:** удовлетворенность механизмами обратной связи.

**Ожидаемые результаты:**

- выявление степени удовлетворенности обратной связи в вузе;

**Метод исследования:** анкетный опрос (анкетирование)

**Инструментарий исследования:** маршрутный лист, анкета, инструкция

**Выборка:** С учетом практических целей и задач исследования, а также возможности использовать статистические данные о респондентах, была применена квотная модель выборки. Данный тип выборки предполагает соответствие процентного соотношения квот в генеральной и выборочной совокупностях.

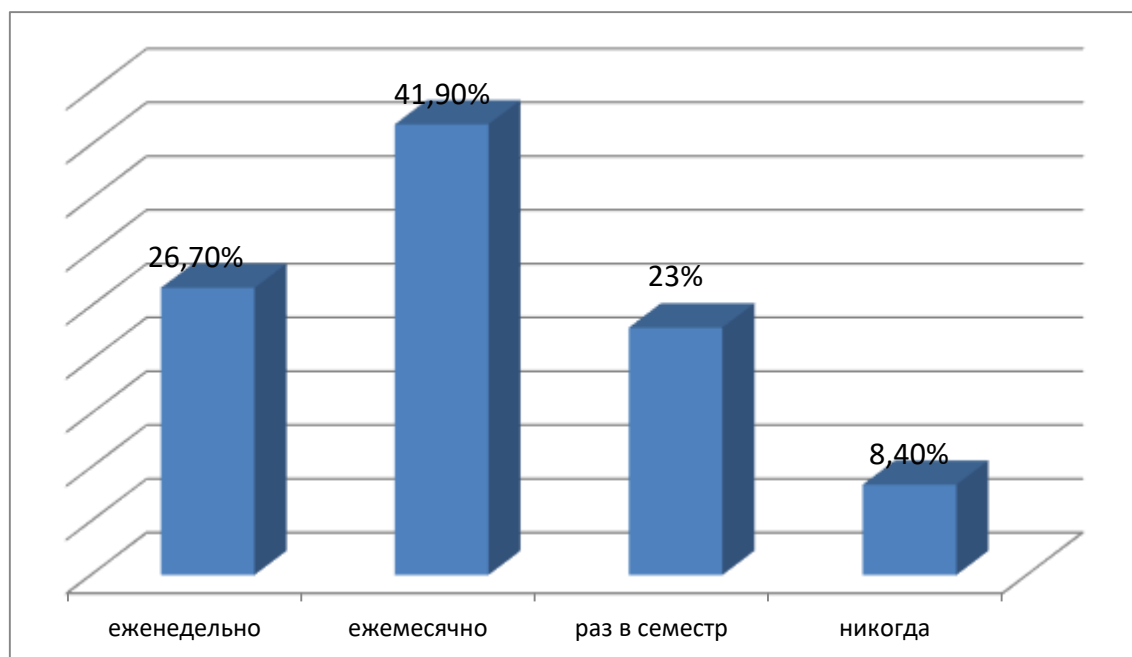
**Выборка составил:** n=296 человек.

Примечание: при подсчете показателя по варианту «другое» все указанные респондентами ответы были сгруппированы по смыслу.

Что касается подсчета показателей, то в тех вопросах, где респондентам предлагалось сделать один выбор, он производился исходя из ста процентов. В седьмом вопросе анкеты, который имеет табличную форму и предполагал переход, суммарные показатели дают как более, так и менее ста процентов, так как ответы респондентов распределялись по пяти вариантам, выборы по каждому из которых были разделены на общий объем выборки по каждой отдельной квоте.

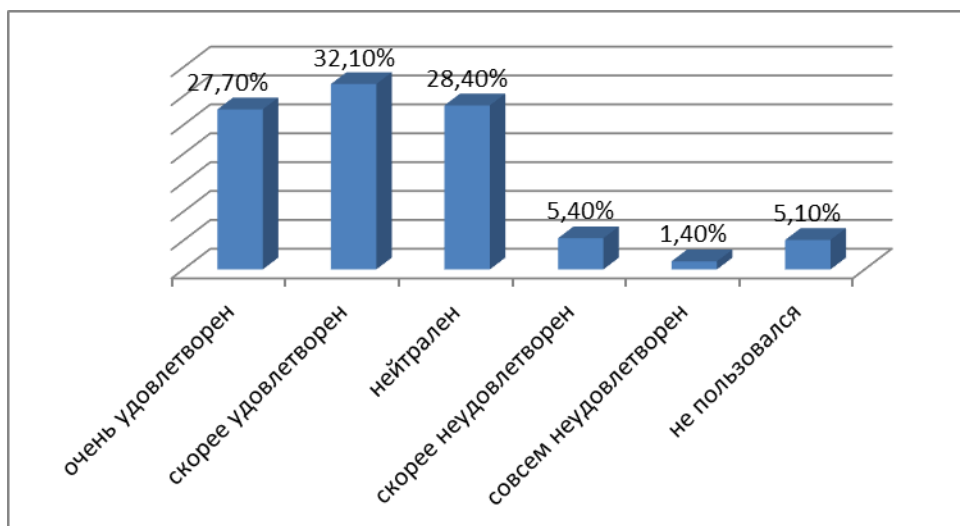
**Подводя общие итоги по результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы и обобщения:**

Ответы респондентов на вопрос о частоте пользования ими существующими каналами обратной связи распределились следующим образом: ежемесячно – 41,9%, еженедельно – 26,7%, раз в семестр – 23%. И 8,4 респондентов ответили, что они не пользуются обратной связью.



**Рис.1 - Как часто вы пользуетесь существующими каналами обратной связи (анкеты, опросы, электронная почта, встречи с преподавателями/администрацией, блог ректора, обращения через сайт университета)**

Ответы на второй вопрос «Насколько вы удовлетворены качеством обратной связи, которую получаете от университета по вашим обращениям?» распределились следующим образом: скорее удовлетворены – 32,1% респондентов, нейтрально отнеслись – 28,4 %, очень удовлетворены – 27,7%. Около семи процентов респондентов в той или иной степени не удовлетворены существующими каналами обратной связи.



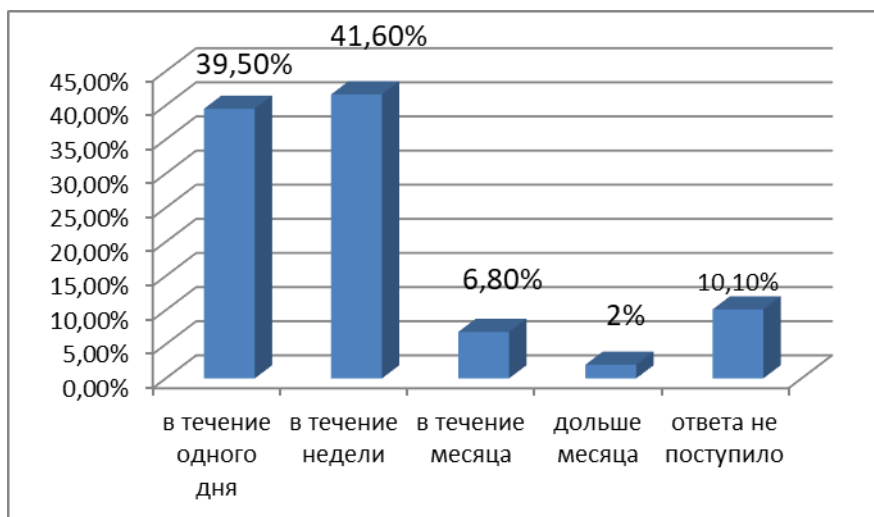
**Рис.2 - Насколько вы удовлетворены качеством обратной связи, которую получаете от университета по вашим обращениям?**

Ответы на вопрос: «Какие каналы обратной связи вы используете чаще всего, позволяющие выбрать несколько вариантов ответа, позволили выяснить, что респонденты чаще предпочитают опросы и анкетирование, личные встречи, электронную почту и университетские социальные сети



**Рис.3 - Какие каналы обратной связи вы используете чаще всего? (Можно выбрать несколько вариантов)**

Ответы респондентов на очень важный вопрос: «Насколько оперативно университет реагирует на ваши запросы и предложения?» показали, что обратная связь в университете работает оперативно. Так, 39,5 % респондентов ответили, что обратную связь они получают в течении дня, а 41,6% в течение недели. Но при этом 10,1% респондентов не получили ответа на свои вопросы.



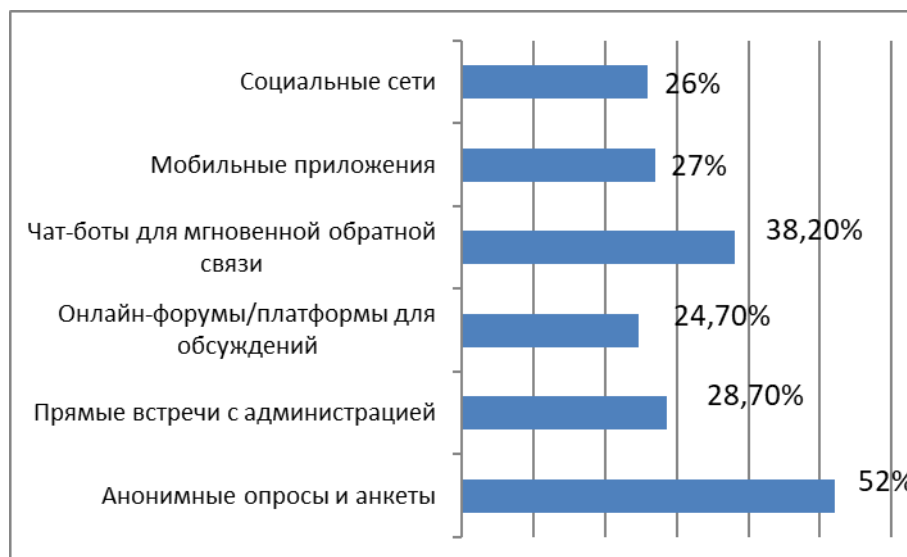
**Рис.4 - Насколько оперативно университет реагирует на ваши запросы и предложения?**

На вопрос, связанный с необходимостью улучшения обратной связи, респонденты выбрали следующие варианты: более оперативные ответы – 43,2%, улучшение прозрачности в отношении решений, принятых на основе обратной связи – 34,8%, увеличение каналов связи – 28%.



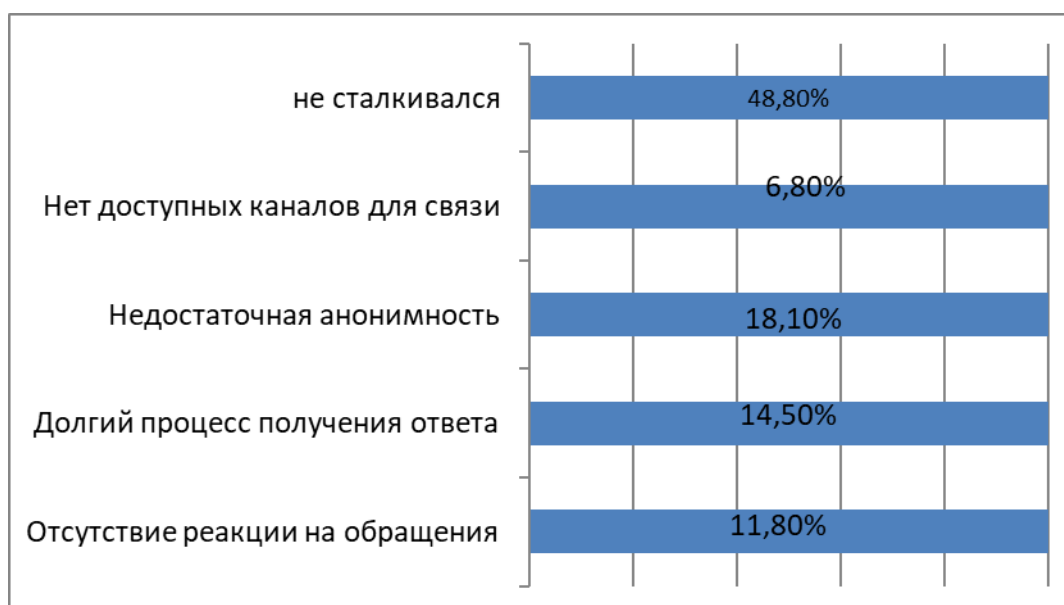
**Рис. 5 - «Какого рода улучшения, по вашему мнению, необходимы для повышения эффективности обратной связи? (Можно выбрать несколько вариантов)»**

На вопрос о новых форматах обратной связи респонденты больше отдали предпочтение таким ее видам: анонимные опросы и анкеты – 52%, прямые встречи с администрацией – 28,7%. - чат-боты – 38,2%,



**Рис.6 - Какие форматы обратной связи вы бы предпочли видеть в будущем?**

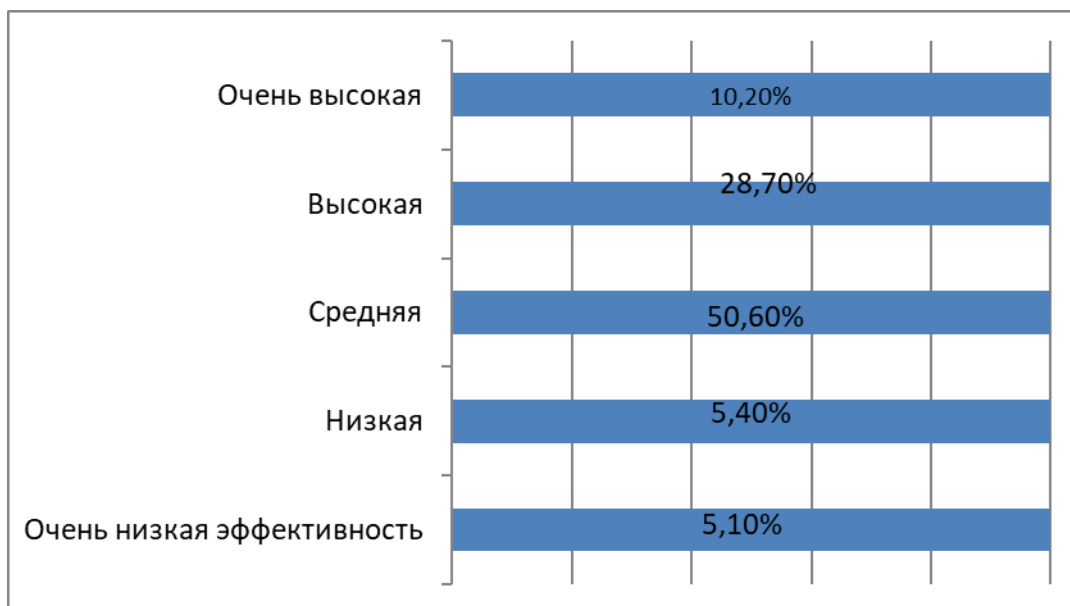
К основным проблемам и трудностям при попытке выразить свои предложения или жалобы, респонденты указали: недостаточная анонимность – 18,1%, долгий процесс получения ответа – 14,5% отсутствие реакции на обращение – 11,8%. При этом 48,8% респондентов в процессе обратной связи не сталкивались с проблемами и трудностями.



**Рис. 7 - С какими проблемами или трудностями вы столкнулись при попытке выразить свои предложения или жалобы?**

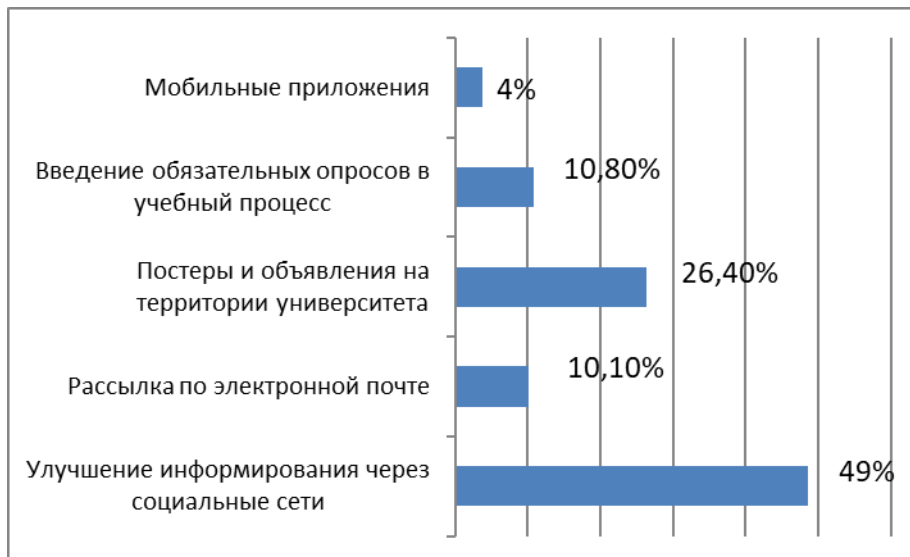
При оценке эффективности существующих каналов обратной связи по шкале от 1 до 5 респонденты больше всего выбрали вариант средняя – 50,6%, высокая – 28,7%, очень высокая 10,2%.





**Рис. 8 - Какую оценку по шкале от 1 до 5 вы бы поставили эффективности существующих каналов обратной связи?**

По мнению респондентов университет может лучше информировать студентов о существующих каналах обратной связи через социальные сети – 49%, постеры и объявления на территории университета – 6,4%, введение обязательных опросов в учебный процесс – 10,8%, рассылки через электронную почту – 10,1% .



**Рис. 9 - Как, по вашему мнению, университет может лучше информировать студентов о существующих каналах обратной связи?**

Респондентами были предложены следующие способы улучшения обратной связи в университете:

- 1) Расширение каналов, прозрачность, максимально возможная анонимность;
- 2) Прозрачность принятых решений после обращений;

- 3) Узнать какие интересы более привлекательны для студентов;
- 4) Разработать мобильное предложение;
- 5) Реагирование администрации на предложения и рекомендации ППС;
- 6) Разработать новое приложение для связи со студентами и ВУЗом
- 7) Анкетирование и постеры на территории университета
- 8) Внедрение анонимных опросов для студентов после лекции или семинаров

Вопрос: Ваш статус

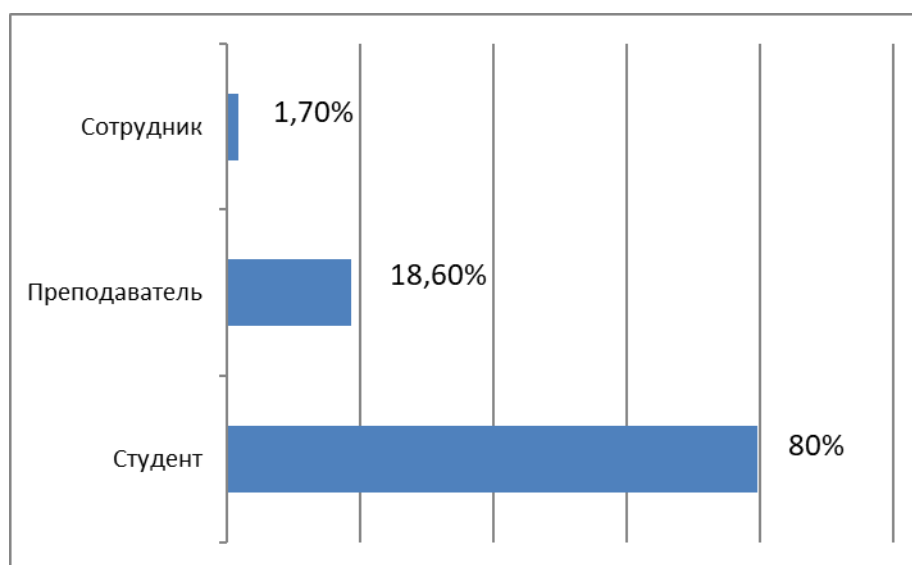


Рис. 10 – Ваш статус

### **Общие выводы:**

1. Респонденты пользуются существующими каналами обратной связи в основном ежемесячно – 41,9%.

2. Скорее удовлетворены обратной связью – 32,1% респондентов, нейтрально отнеслись – 28,4 %, очень удовлетворены – 27,7%. Около семи процентов респондентов в той или иной степени не удовлетворены существующими каналами обратной связи.

3. Респонденты для обратной связи чаще предпочитают опросы и анкетирование, личные встречи, электронную почту и университетские социальные сети.

4. Ответы респондентов на очень важный вопрос: «Насколько оперативно университет реагирует на ваши запросы и предложения?» показали, что обратная связь в университете работает оперативно. Так, 39,5 % респондентов ответили, что обратную связь они получают в течении дня, а 41,6% в течение недели. Но при этом 10,1% респондентов не получили ответа на свои вопросы.

5. Для улучшения обратной связи респонденты выбрали следующие варианты: более оперативные ответы – 43,2%, улучшение прозрачности в отношении решений, принятых на основе обратной связи – 34,8%, увеличение каналов связи – 28%.

6. Респонденты больше отдали предпочтение таким ее форматам обратной связи: анонимные опросы и анкеты – 52%, прямые встречи с администрацией – 28,7%. - чат-боты – 38,2%,

7. К основным проблемам и трудностями при попытке выразить свои предложения или жалобы, респонденты указали: недостаточная анонимность – 18,1%, долгий процесс получения ответа – 14,5% отсутствие реакции на обращение – 11,8%. При этом 48,8% респондентов в процессе обратной связи не сталкивались с проблемами и трудностями.

8. При оценке эффективности существующих каналов обратной связи по шкале от 1 до 5 респонденты больше всего выбрали вариант средняя – 50,6%, высокая – 28,7%, очень высокая 10,2%.

9. По мнению респондентов университет может лучше информировать студентов о существующих каналах обратной связи через социальные сети – 49%, постеры и объявления на территории университета – 6,4%, введение обязательных опросов в учебный процесс – 10,8%, рассылки через электронную почту – 10,1% .



### **Общие рекомендации:**

1. Необходимо проанализировать причины неполучения ответов на вопросы и предложения студентов и ППС.
2. Необходимо проанализировать причины, приводящие к задержке ответов на вопросы, жалобы и предложения в рамках обратной связи.

Социолог



Е.Ж.Есенгараев

### **СОГЛАСОВАНО:**

Директор ДСР



С.Б. Глазунова