



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.

Важный 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.

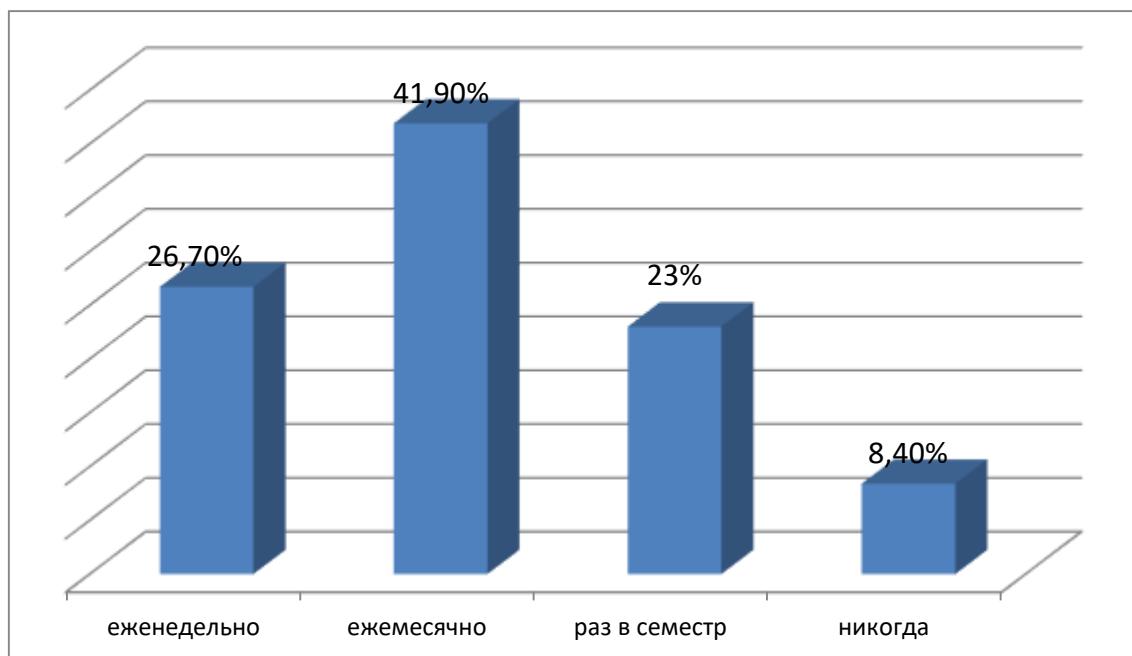


Рис.1 - Как часто вы пользуетесь существующими каналами обратной связи (анкеты, опросы, электронная почта, встречи с преподавателями/администрацией, блог ректора, обращения через сайт университета)

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.

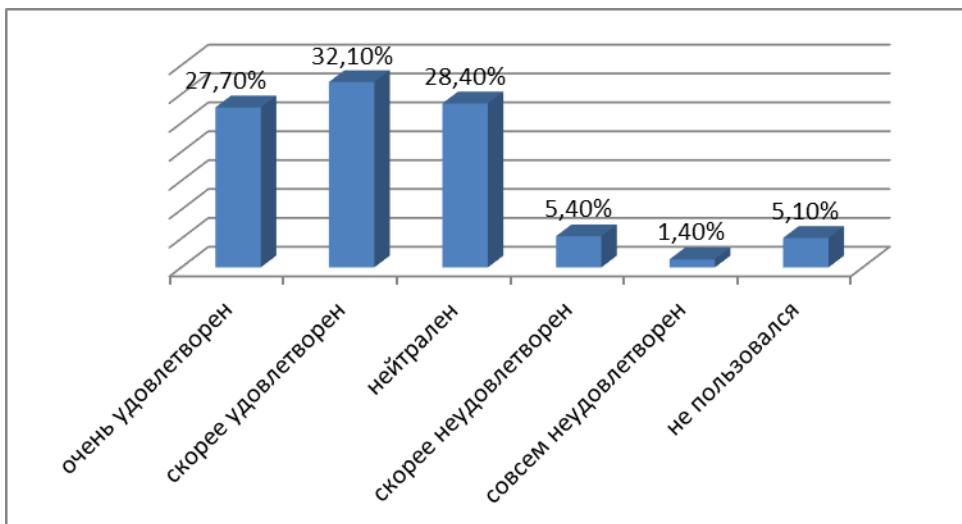


Рис.2 - Насколько вы удовлетворены качеством обратной связи, которую получаете от университета по вашим обращениям?

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.

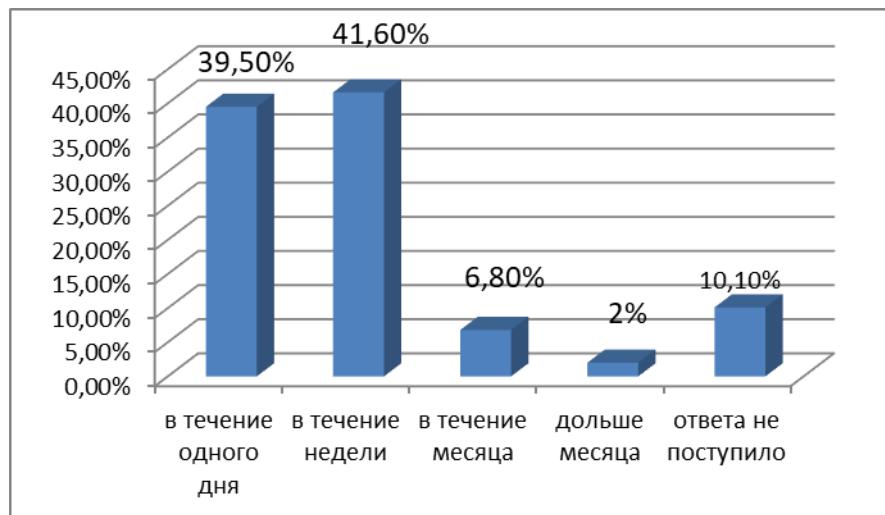


Рис.4 - Насколько оперативно университет реагирует на ваши запросы и предложения?

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%.

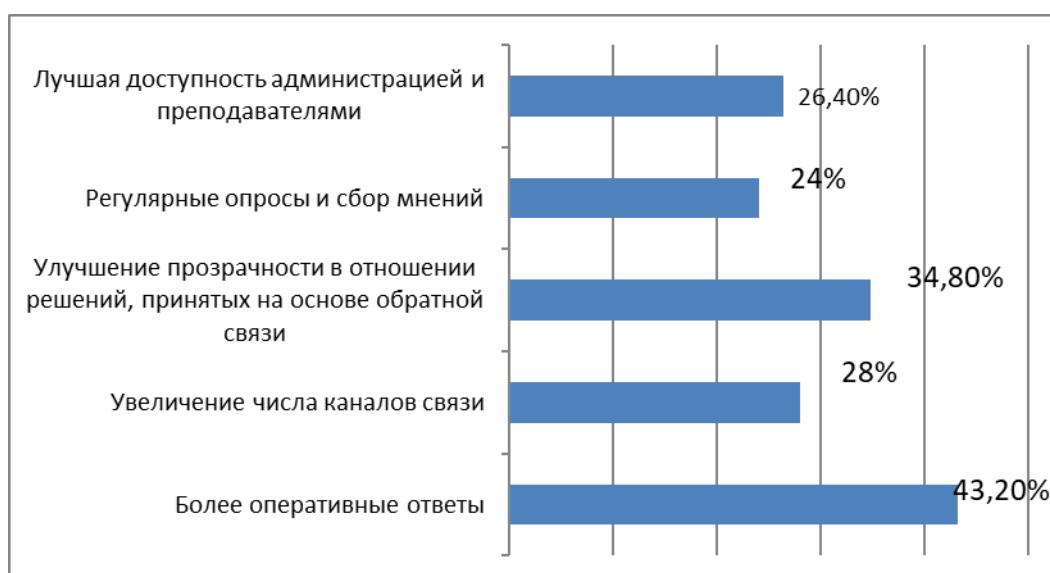


Рис. 5 - «Какого рода улучшения, по вашему мнению, необходимы для повышения эффективности обратной связи? (Можно выбрать несколько вариантов)»

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 новый 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

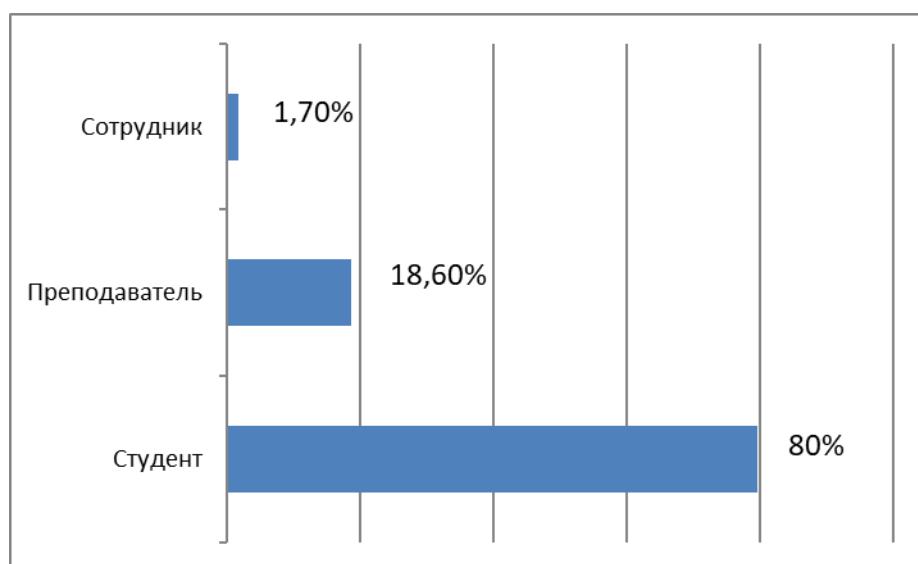


Рис. 10 – Ваш статус

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