


ТЕМА 11.5 «УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ»

Составитель: Трифионов А.М.
Студент 54 группы ГАПОУ СО
«Красноуфимский педагогический
колледж»



Влияние качества, продукции
и услуг на основные сферы
деятельности государства

Роль качества продукции в развитии государственной сферы

- **Оборонная промышленность:** Надежность и безопасность продукции напрямую влияют на обороноспособность государства.
- **Здравоохранение:** Высокое качество медицинского оборудования и лекарств спасает жизни и снижает расходы на лечение.
- **Образование:** Качественные учебные материалы и оборудование повышают уровень знаний и навыков у будущих поколений.
- **Инфраструктура:** Продукция для строительства дорог, мостов, энергетики должна соответствовать стандартам для обеспечения безопасности и долговечности.

Роль качества услуг в эффективности государственного управления

- **Социальные услуги:** Своевременные и качественные услуги для граждан (медицина, образование, социальная помощь).
- **Государственные сервисы:** Эффективное предоставление государственных услуг (налоги, регистрация документов) повышает доверие граждан.
- **Транспорт и инфраструктура:** Обеспечение регулярности и качества транспортных услуг (государственные компании, общественный транспорт).
- **Правоохранительные органы:** Качественное обеспечение правопорядка и безопасности способствует росту доверия населения.

Актуальность проблемы
качества для образовательных
организаций

Значение качества для образовательных учреждений:

- Влияние на репутацию
- Привлечение студентов
- Успех выпускников

Ключевые аспекты, определяющие качество:

- **Квалификация педагогов:** Компетентность и профессиональный рост преподавателей – важный элемент.
- **Учебные программы:** Современность и актуальность содержания, соответствие мировым стандартам.
- **Инфраструктура и ресурсы:** Оснащённость учебными материалами, доступ к инновационным технологиям и информационным ресурсам.
- **Методы обучения:** Введение инновационных методов преподавания, интерактивных форм обучения.
- **Оценка и контроль качества:** Регулярная проверка качества учебного процесса и результатов.

Ключевые проблемы, образовательные организации сегодня:

- **Цифровизация образования:** Внедрение технологий требует от учебных заведений адаптации учебных программ и повышения квалификации персонала.
- **Глобальная конкуренция:** В условиях глобализации возрастает необходимость соответствовать международным стандартам качества.
- **Изменения в запросах рынка труда:** Образовательные программы должны гибко адаптироваться под изменяющиеся требования к навыкам и знаниям.

Стратегии для повышения уровня образования и ключевые проблемы, образовательные организации:

- **Инвестиции в профессиональное развитие педагогов:** Организация курсов повышения квалификации, участие в конференциях и семинарах.
- **Модернизация учебных программ:** Регулярное обновление содержания и использование современных методик обучения.
- **Техническое оснащение и инфраструктура:** Внедрение новых технологий, улучшение доступности образовательных ресурсов.
- **Оценка качества:** Внедрение системы регулярной оценки качества обучения и обратной связи от студентов.

Основные понятия и определения в области управления качеством

- **Управление качеством** - это установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества продукции при ее разработке, производстве, обращении, эксплуатации и потреблении, осуществляемые путем систематического контроля качества и целенаправленного воздействия на условия и факторы, влияющие на него (ГОСТ 15467-79).
Управлять качеством - значит проводить экономические, организационные, технические и другие мероприятия, направленные на обеспечение высокого качества продукции на всех стадиях жизненного цикла товара (внедрение, рост, зрелость, поддержание спроса).
- В стандарте ИСО 8402 приведено определение термина: «**управление качеством** - это методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для выполнения требований к качеству».

Управление качеством строится на следующих принципах:

- **Целенаправленность** - необходимо иметь четкую цель в отношении качества;
- **Плановость** - планируется совокупность мероприятий в области качества, которые подлежат осуществлению;
- **Интенсивность** - повышение качества относится к факторам развития экономики;
- **Комплексность** - решение проблем качества с учетом всех аспектов, от которых оно зависит;
- **Оптимальность** - стремление к точному соответствию качества запросам потребителей;
- **Постоянное совершенствование** - способствует конкурентоспособности предприятия.

- **Цели управления** - это желаемое, возможное и необходимое состояние объекта управления в планируемом будущем (увеличение прибыли, рост доли на рынке);
- **Принципы управления** - это соблюдаемые субъектами правила осуществления управления ;
- **Функции управления** - это разновидности специализированной управленческой деятельности;
- **Законы управления** - это общие, существенные, объективные и необходимые связи явлений
- **Методы управления** - это способы воздействия на объект управления

Различные подходы к содержанию понятия «качество»

Выделяют следующие подходы к понятию качества:

- Классический подход к понятию «качество»
- Потребительский подход к понятию «качество»
- Процессный подход к понятию «качество»
- Продуктовый подход к понятию «качество»
- Ценностный подход к понятию «качество»

Классический подход

- **Качество как соответствие стандартам:** В классическом подходе качество определяется как степень, в которой продукция или услуги соответствуют установленным требованиям и стандартам.
- **Показатели качества:** Стандарты определяют параметры, которым продукция или услуги должны соответствовать (например, технические характеристики, безопасность, надёжность).
- **Контроль качества:** Система проверок и измерений, которая оценивает соответствие продукции заданным нормам и стандартам.

Потребительский подход

- **Качество как удовлетворение потребностей потребителя:** В этом подходе качество определяется степенью удовлетворенности потребителя от использования продукции или услуг.
- **Ключевые элементы:** Соответствие ожиданиям клиента. Надёжность и долговечность продукции с точки зрения пользователя.
- **Гибкость в определении качества:** Ожидания и потребности различных потребителей могут различаться, что делает понятие качества более субъективным.

Процессный подход

- **Качество как результат эффективных процессов:** В процессном подходе внимание уделяется не только конечному продукту, но и всем процессам, участвующим в его создании.
- **Ключевые моменты:**
 - Контроль качества на каждом этапе производственного процесса.
 - Постоянное улучшение процессов для повышения эффективности и уменьшения числа дефектов.
- **Цикл PDCA (Plan-Do-Check-Act):** Популярная методология процессного управления качеством, включающая планирование, реализацию, проверку и корректировку процессов.

Продуктовый подход

- **Качество как набор характеристик продукции:** Продуктовый подход фокусируется на измеримых характеристиках продукции, которые можно сравнить с установленными требованиями или стандартами.
- **Примеры характеристик качества:**
 - Функциональность (продукт выполняет свои задачи).
 - Надёжность (продукт работает без сбоев на протяжении определённого времени).
 - Эстетика (внешний вид и восприятие продукта потребителями).
- **Качество как объективная величина:** Этот подход ориентирован на измеримые параметры, которые можно контролировать и улучшать.

Ценностный подход

- **Качество как соответствие цене:** В этом подходе качество оценивается через призму стоимости продукции или услуг.
- **Соотношение "цена-качество":** Качество должно соответствовать затраченным ресурсам (время, деньги, усилия). Продукт или услуга считаются качественными, если они оправдывают свою стоимость.
- **Субъективная оценка:** Потребители могут по-разному оценивать качество продукции, исходя из того, насколько оно соответствует их ожиданиям в контексте стоимости.

Классификация услуг и организаций

- В системе маркетинга услуги поддаются множественной классификации по различным основаниям. Основными классификационными критериями считаются степень материальности и стандартизации услуг, регулярность их предоставления, массовость клиентуры, характер воздействия на потребителей, а также взаимосвязь с другими товарами.
- По критерию материальности все услуги принято условно делить на два базовых вида – **нематериальные** и **частично материальные**. В первом случае полезный результат достигается исключительно благодаря действиям производителей услуг. Во втором случае услуги доставляются через материальные товары.

В зависимости от степени стандартизации в системе маркетинга выделяют пять видов услуг:

- строго стандартизируемые услуги (порядок оказания услуг строго регламентирован);
- стандартизируемые услуги (основаны на выполнении заранее определенных действий, связанных с предоставлением услуг);
- частично стандартизируемые услуги (опосредованы наличием стандартов при выполнении определенных процедур, входящих в состав технологического процесса предоставления услуги);
- нестандартизируемые услуги (при повторном выполнении каждый раз пусть незначительно, но все же отличаются друг от друга);
- уникальные услуги (не могут быть повторены).

Организации можно разделить по следующим критериям:

По предоставляемым услугам:

- Коммерческие организации: Ориентированы на получение прибыли от оказания услуг (например, частные клиники, банки, консалтинговые компании).
- Некоммерческие организации: Основная цель – социальное обслуживание, поддержка граждан или решение общественно важных задач (например, государственные образовательные учреждения, благотворительные организации).

По форме собственности:

- Государственные: Финансируемые за счёт бюджетных средств и предоставляющие социально важные услуги (например, школы, больницы).
- Частные: Управляемые частными лицами или компаниями и работающие с целью получения прибыли (например, частные вузы, клиники).

По масштабу деятельности:

- Местные: Организации, работающие в рамках одной территории или региона (например, региональные учебные центры).
- Международные: Организации, предоставляющие услуги на международном уровне (например, транснациональные корпорации).

Особенности образовательных услуг как объекта управления качеством

Образовательные услуги имеют ряд уникальных особенностей, которые влияют на процессы управления качеством.

- **Нематериальность:** Образовательные услуги нельзя потрогать или хранить. Их качество воспринимается через знания и навыки, получаемые студентами.
- **Процессуальная природа:** Образование является длительным процессом, а не одномоментной услугой. Качество образования оценивается в динамике и по результатам, которые могут проявиться спустя время.

Трудность стандартизации образовательных услуг

- **Индивидуальный подход:** У каждого студента разные способности, интересы и потребности, что делает трудным полное стандартизирование образовательных услуг.
- **Разнообразие программ:** Образовательные программы и методы обучения могут сильно отличаться даже внутри одного учебного заведения, что усложняет контроль качества.
- **Зависимость от человеческого фактора:** Качество образовательных услуг во многом зависит от квалификации педагогов и уровня их подготовки.

Трудности оценки качества образовательных услуг

- **Субъективность оценки:** Студенты и преподаватели могут по-разному оценивать процесс обучения, что делает измерение качества **субъективным**.
- **Долгосрочный результат:** Качество образования оценивается не только во время учебы, но и по долгосрочным результатам, таким как трудоустройство выпускников, их профессиональные достижения.
- **Неоднозначность критериев:** Трудно выработать универсальные критерии оценки образовательных услуг, которые одинаково подходили бы для разных программ и дисциплин.

Образовательный продукт и его структура

Образовательный продукт — ключевой термин концепции человекообразного образования, а также её отдельных теорий и моделей.

Образовательный продукт включает в себя:

- **Внешние продукты** — материализованные продукты деятельности ученика в виде суждений, текстов, рисунков, поделок и т.п.
- **Внутренние продукты** — изменения личностных качеств ученика, которые развиваются в учебном процессе.
- Обе составляющие — материальная и личностная — создаются учеником одновременно в ходе осуществления образовательного процесса.

Образовательный продукт – это результат образовательной деятельности, который включает:

- Знания.
- Навыки.
- Компетенции.

Продукт ориентирован на потребности: Образовательные продукты разрабатываются с учетом потребностей рынка труда и конкретных запросов со стороны работодателей.

Долгосрочные цели: Качественный образовательный продукт способствует успешному трудоустройству и профессиональному развитию выпускников.

Образовательный продукт включает в себя следующие основные элементы:

- **Учебные программы:** Структурированный набор дисциплин и тем, обеспечивающих комплексное освоение теоретических и практических знаний.
- **Методы преподавания:** Преподавательские методики и инструменты, используемые для передачи знаний и развития навыков.
- **Практическая подготовка:** Лабораторные работы, стажировки, проекты, которые позволяют студентам применять полученные знания на практике.
- **Оценка и контроль знаний:** Системы тестирования и проверки успеваемости, обеспечивающие объективную оценку результатов обучения.

Структура образовательного продукта

- **Теоретический блок:** Обеспечивает фундаментальные знания по профильным дисциплинам.
- **Практический блок:** Направлен на развитие прикладных навыков через практику, стажировки и проекты.
- **Методический блок:** Включает учебные пособия, методические материалы и технические средства, используемые для обеспечения учебного процесса.
- **Дополнительное обучение:** Курсы, семинары, тренинги для расширения профессиональных знаний и компетенций студентов.
- **Внеучебная деятельность:** Спортивные, культурные и научные мероприятия, которые способствуют всестороннему развитию студентов.

Система обслуживания в области образования

- **Система обслуживания** – это совокупность процессов и механизмов, обеспечивающих предоставление образовательных услуг на всех уровнях взаимодействия с потребителями (студентами, родителями, преподавателями).
- **Система обслуживания в области образования** — это комплекс услуг, предоставляемых в электронном виде Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки.
- **Основная цель системы обслуживания** – создание комфортных условий для обучения, работы и взаимодействия всех участников образовательного процесса.

Ключевые компоненты системы обслуживания:

- **Административное обслуживание:** Организация и управление процессами обучения, работа с документами, расписаниями и информационными системами.
- **Образовательное обслуживание:** Предоставление учебных услуг, консультации, индивидуальная поддержка студентов.
- **Техническое обслуживание:** Обеспечение инфраструктуры и технической поддержки для учебного процесса (IT-системы, библиотека, оборудование).
- **Социально-психологическая поддержка:** Службы, оказывающие психологическую и социальную помощь студентам и сотрудникам (службы поддержки, тренинги).