

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА МЕДИЧНА АКАДЕМІЯ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ
ОСВІТИ ІМЕНІ П. Л. ШУПИКА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради
НМАПО імені П. Л. Шупика
Протокол від 11.09.2019 № 7

Уведено в дію
Наказ НМАПО імені П. Л. Шупика
№ _____

**ПОБУДОВА ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ ІЗ ОСНОВНИМИ
СПОЖИВАЧАМИ З МЕТОЮ ВИВЧЕННЯ ПОТРЕБ У КОМПЕТЕНЦІЯХ
І МОНІТОРИНГУ ЇХ ЗАДОВОЛЕНОСТІ**
(методичні рекомендації)

Київ - 2019

Установа-розробник: Національна медична академія післядипломної освіти імені П. Л. Шупика

Укладачі:

д. мед. н., професор Горачук В. В.	(044) 205-49-93
д. мед. н., професор Краснов В. В.	(044) 205-49-86
д. мед. н., професор Толстанов О. К.	(044) 205-48-62
д. мед. н., доцент Тріщинська М.А.	(044) 206-73-23

Рецензенти:

Проректор з міжнародних зв'язків та науково-педагогічної роботи з іноземними громадянами НМАПО імені П. Л. Шупика, д.мед.н., професор **Гульчій О.П.**
Завідувач кафедри судової медицини НМАПО імені П. Л. Шупика, д.мед.н., професор **Мішалов В. Д.**

ЗМІСТ

I. Вступ.	4
II. Загальні положення	5
III. Методика організації соціологічних опитувань споживачів освітніх (та інших) послуг у НМАПО імені П. Л. Шупика	7
IV. Перелік рекомендованої літератури	12

I. ВСТУП

Сучасне розуміння безперервного професійного розвитку медичного працівника передбачає спрямованість на підвищення якості надання послуг, постійне зростання рівня компетентності, ділової ініціативи, сучасного мислення, оволодіння новими методами лікування, діагностики, профілактики.

Методичні рекомендації розроблено відповідно до окремих положень Стратегії розвитку НМАПО імені П. Л. Шупика на 2016-2020 рр., Політики в області якості НМАПО імені П.Л. Шупика, Програми розвитку НМАПО імені П. Л. Шупика на період до 2022 р. та у світлі розробки механізмів реалізації положень Кабінету Міністрів України (КМУ) № 302 «Про затвердження Положення про систему безперервного професійного розвитку фахівців у сфері охорони здоров'я» та наказу МОЗ України № 446 «Деякі питання безперервного професійного розвитку лікарів».

Безперервний професійний розвиток у сучасних умовах має носити системний і, разом з тим, персоніфікований характер, здійснюватися постійно упродовж усієї професійної кар'єри, з урахуванням враховуючи потреб споживача освітніх послуг. Зворотній зв'язок із зацікавленими сторонами щодо їх очікувань та задоволеності освітньою, науково-дослідницькою та медичною діяльністю має стати одним з головних завдань провайдерів освітніх послуг з метою постійного удосконалення і розвитку самого провайдера і технологій навчання, що він застосовує. Це створить гнучку систему управління змістом та забезпечить якість освітнього процесу із урахуванням рівня задоволеності та побажань осіб, які навчаються, професійних співтовариств та роботодавців змістом та якістю формування професійних компетенцій.

Представлені матеріали містять методикку організації соціологічних опитувань споживачів освітніх послуг (слухачі, роботодавці, пацієнти тощо) з метою вивчення потреб у компетенціях і моніторингу задоволеності результатами навчання в НМАПО імені П. Л. Шупика. Основними складовими освітніх послуг Академії є науково-дослідницька діяльність та медична допомога.

II. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Визначення очікувань та оцінка задоволеності споживачів освітніх послуг з використанням методу соціологічного опитування проводиться у НМАПО імені П. Л. Шупика з метою удосконалення діяльності структурних підрозділів академії за освітнім, науковим та лікувально-діагностичним напрямками.

Задоволеність споживачів – це сприйняття ними того, як, якою мірою виконуються їхні вимоги, це їхні судження, думка. Сприйняття споживачем результатів навчання та взаємодії з академією під час перебування на навчанні у НМАПО імені П. Л. Шупика є найважливішою мірою ефективності системи менеджменту якості діяльності, якості освіти та освітніх послуг.

Претензії споживачів служать загальноприйнятим індикатором низької задоволеності, але відсутність таких претензій не обов'язково говорить про високу задоволеність. Навіть якщо вимоги споживача узгоджені з ним і виконані, це не обов'язково гарантує високий рівень задоволеності.

Важливо, щоб можливість досягнення мети з удосконалення системи забезпечення якості вищої освіти дійсно розглядалась, зокрема через взаємодію споживачів та надавачів послуг, інакше здійснення оцінки задоволеності буде лише дратувати усіх учасників процесу опитування, займаючи час на збір інформації, яка в подальшому не буде використовуватись.

Оцінку задоволеності споживачів доцільно проводити з використанням стандарту ISO 10004 «Управління якістю. Задоволеність замовників. Настанови щодо моніторингу та оцінювання». Як зазначено в стандарті, задоволеність споживачів потрібно оцінювати не лише у певний момент часу, але й піддавати моніторингу та оцінювати зміни показника. Для НМАПО імені П. Л. Шупика це обумовлено тим, що запити й очікування споживачів освітніх послуг постійно змінюються, тому й оцінка задоволеності споживачів отриманими послугами має

бути постійною/періодичною, а не епізодичною складовою діяльності структурних підрозділів академії.

Моніторинг, як інструмент управлінської діяльності, характеризує статус системи, процесу, продукції, послуги чи роботи на різних стадіях або в різний час.

Оцінка – це систематичне вивчення впливу на досліджуваний об'єкт / процес, а також дослідження процесу реалізації заходів або їх наслідків для розробки рекомендацій з подальшої оптимізації діяльності, підвищення її ефективності та результативності.

Оцінка задоволеності споживачів освітніх послуг може бути якісною і кількісною, та визначатися: шляхом особистого або телефонного інтерв'ювання, обговорення в дискусійних групах, заповнення анкет, використання електронної пошти або інших електронних технологій.

Кількісна оцінка задоволеності передбачає процес вимірювання – сукупності операцій для встановлення значення величин.

Отримані результати опитувань споживачів слід піддавати динамічному аналізу, що дозволить вчасно реагувати на зміни потреб ринку освітніх послуг.

Згідно зі стандартом, моніторинг сприйняття споживачами якості послуг може охоплювати не лише соціологічне опитування споживачів, але й також:

- відгуки споживачів стосовно наданих послуг;
- зустрічі зі споживачами;
- аналізування частки ринку;
- схвальні відгуки;
- претензії, які виникли протягом року після завершення циклу.

ІІІ. МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІОЛОГІЧНИХ ОПИТУВАНЬ СПОЖИВАЧІВ ОСВІТНІХ (ТА ІНШИХ) ПОСЛУГ У НМАПО ІМЕНІ П. Л. ШУПИКА

Основними вимогами до методики проведення соціологічних опитувань є запровадження системного та процесного підходів до моніторингу й оцінки задоволеності споживачів, що передбачає діяльність з досягнення визначеної мети у логічній послідовності з розподілом відповідальності і наділенням повноважень виконавців та раціональним використанням ресурсів системи.

Процес організації проведення соціологічних опитувань можна представити наступним чином:

- 1) планування проведення соціологічних опитувань (розробка програми і плану, анкет соціологічних опитувань; визначення методів моніторингу і оцінки очікувань споживачів та їх задоволеності освітніми послугами; розподіл ресурсів);
- 2) виконання (збір і аналіз даних щодо очікувань і задоволеності, використання виділених ресурсів);
- 3) підтримування і поліпшування (критичний аналіз даних, оцінка та удосконалення процесів організації проведення соціологічних опитувань і моніторингу).

Першим кроком в організації проведення соціологічних опитувань необхідно визначити розробку програми та робочого плану соціологічного опитування (СО).

Програма СО містить *формулювання проблеми* (наприклад, невідповідність між очікуваною і реально отриманою задоволеністю осіб, які навчаються, професійних товариств та роботодавців – змістом та якістю підготовки спеціалістів в НМАПО імені П. Л. Шупика, пацієнтів – якістю медичної послуги), *мети* (поліпшення якості надання освітньої послуги), *об'єкта* (слухачі, роботодавці, пацієнти) і *завдань* (визначення очікувань і рівня задоволеності споживачів).

Робочий план СО містить інформацію про терміни і місце проведення, відповідальних осіб, принципи інструктажу щодо порядку проведення, терміни представлення результатів, відповідальних за аналіз даних.

Планування процесу опитування включає наступні кроки:

1. Визначення правил відбору респондентів (формування контингентів, обсяг вибірки).

У НМАПО імені П. Л. Шупика визначення очікувань та оцінка задоволеності проводиться серед усіх контингентів споживачів освітніх послуг академії, до яких належать:

- 1) інтерни;
- 2) клінічні ординатори;
- 3) аспіранти / докторанти та інші здобувачі наукових ступенів;
- 4) слухачі навчальних циклів;
- 5) науково-педагогічні працівники;
- 6) керівники закладів охорони здоров'я, лікарі та провізори яких проходили навчання в академії (в інтернатурі, на циклах стажування, спеціалізації, тематичного удосконалення тощо);
- 7) пацієнти, які отримали консультативно-діагностичну і лікувальну допомогу, надану науково-педагогічними працівниками кафедр;
- 8) учасники наукових форумів, що проходять за підтримки академії.

Опитування проводяться серед споживачів, які отримали освітню (та/або іншу) послугу у структурному підрозділі академії, - з метою оцінки їх задоволеності, або перед наданням послуги - з метою визначення потреб у знаннях і компетенціях.

Контингент керівників закладів охорони здоров'я, який підлягає опитуванню, визначається шляхом використання даних про місце роботи слухача, який навчався у НМАПО імені П. Л. Шупика.

2. Розробка анкет соціологічних опитувань, їх тиражування та поширення, зокрема, за допомогою електронних технологій.

Анкета соціологічного опитування є безпосереднім інструментом дослідження. Структура анкети містить мінімум три складових:

– вступна частина: звернення до респондента з поясненням мети дослідження, гарантіями анонімності та використання результатів опитування для покращення подальшої діяльності, з поінформованою згодою на участь у опитуванні;

- основна частина: запитання (закриті – «так-ні», відкриті – опис відповіді, альтернативні – одна відповідь з декількох). Питання мають бути однозначними, конкретними, чіткими, лаконічними (стислими, короткими), поступово ускладнюватися та закінчувати прикінцевими запитаннями;
- паспортна частина, подяка за участь у опитуванні.

При формуванні питань анкети СО слід враховувати основні складові якості отриманої послуги, сконцентровані навколо встановлених і передбачуваних запитів (потреб) споживача визначеного контингенту, що можуть бути оцінені як характеристики її якості (набуті теоретичні знання, практичні навички і компетенції; характеристики процесу навчання; характеристики структурного підрозділу, клінічної бази, де проходило навчання; умови перебування під час навчання, ставлення працівників, ділова етика, корумпованість тощо).

Отримання кількісних вимірювань забезпечується застосуванням цифрової шкали в 5 поділок, оскільки роздрібненість метрики – чутливість шкали – прямо пов'язана з точністю вимірювань. Саме такі підходи – з визначенням відповідних характеристик якості освітньої послуги та із застосуванням роздрібненої метричної шкали – забезпечать точність і надійність вимірів та отримання валідних і достовірних кількісних результатів.

Шкала оцінки: бажано застосовувати бальну цифрову шкалу в 5 поділок, з обробкою даних статичними методами (середнє значення, стандартне відхилення, аналіз тенденцій тощо):

1	2	3	4	5
дуже незадоволений	незадоволений	частково задоволений	задоволений	дуже задоволений

Можливо застосовувати більш точний показник - індекс задоволеності споживачів - Customer satisfaction Index (CSI) = середнє значення задоволеності (в балах) x середнє значення вагового коефіцієнту важливості по кожній складовій якості (у відсотках).

3. Розробка робочого плану проведення СО (терміни і місце проведення, відповідальні особи, інструктаж щодо порядку проведення, терміни представлення результатів, відповідальні за аналіз даних).

Робочий план є органічною складовою програми та включає терміни проведення опитування, розподіл повноважень і відповідальності осіб, які залучені до організації та проведення опитування, розрахунки кількості необхідних інформаційно-методичних матеріалів і примірників анкет, порядок проведення опитування (інструктаж), терміни представлення попередніх та заключних результатів опитування.

Другим кроком організації соціологічних опитувань слід вважати безпосереднє опитування споживачів.

При безпосередньому проведенні соціологічного опитування слід віддавати перевагу електронним технологіям з використанням:

- електронної пошти;
- додатків до смартфонів;
- соціальних мереж;
- терміналів;
- google-форм тощо.

Результати опитувань мають концентруватися у відповідному підрозділі та піддаватись обробці з використанням статистичних програм.

Керівник відповідного структурного підрозділу здійснює аналіз результатів опитування визначеного контингенту та надає результати аналізу керівництву для використання при прийнятті управлінських рішень.

Останній крок організації соціологічних опитувань передбачає використання аналізу отриманих даних керівництвом для прийняття управлінських рішень, які повинні містити коригувальні або попереджувальні дії для усунення / недопущення незадоволеності споживачів якістю отриманих послуг за визначеними напрямками. В подальшому отриману міру (встановлений рівень) задоволеності можливо контролювати у динаміці (впродовж багатьох років), навіть за умови, що анкетні питання будуть змінюватись у відповідності до вимог (потреб) споживачів.

Проведення анкетування сприяє забезпеченню системного підходу до моніторингу потреб; дозволяє охопити опитуванням усіх категорій зацікавлених щодо освітньої, науково-дослідної та медичної діяльності, проаналізувати і узагальнити отримані дані.

З урахуванням зауважень і побажань споживачів потрібно розробляти розклади занять, удосконалювати систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації науково-педагогічних кадрів, оновлювати навчальний процес, спрямований на оволодіння слухачами вміннями, необхідними для виконання посадових обов'язків, прийняття ефективних рішень в умовах змін і реформ.

IV. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брайченко О. Д. Моніторинг особистісних потреб управлінських кадрів як один із шляхів забезпечення ефективності їх професійного розвитку / Брайченко О. Д., Саченко Т. А., Коняшина Н. А. / Навчально-методичні матеріали. Київ. 2013. – 56 с.
http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Navch_Posybniky/551c7907-3d0e-43e8-84f1-59fd902b43d8.pdf
2. Опыт использования анкетирования пациентов для оценки качества медицинской помощи / В.К. Юрьев, Н.Е. Арефьева, Т.А. Волкова [и др.] // Социология медицины. – 2007. – №2. – С. 28–30.
3. Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій / Паніна Н.В. – К., 2007. – 320 с.
4. Решетников А.В. Основы построения медико-социологического мониторинга в системе обязательного медицинского страхования / А.В. Решетников // Социология медицины. – 2009. – №1. – С. 3–11.
5. Смехнова Г.П. Основы прикладной социологии: Учебное пособие. / Смехнова Г.П. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 240 с.