

## ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ОБЩЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООО «ДОМОУПРАВЛЕНИЕ № 25»

**И. С. Морарь**, студентка 3 курса экономического факультета специальности ГОУВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева»

*В статье раскрыты теоретические и методические аспекты оценки удовлетворенности общества. Проанализированы результаты практического исследования уровня удовлетворенности сегментов общества деятельностью ООО «Домоуправление № 25». Разработана методика оценки удовлетворенности общества для данной организации.*

Ключевые слова: удовлетворенность, заинтересованная сторона, социальная ответственность.

Общество – это система связанных друг с другом людей. Однако для деятельности конкретной организации всегда существует лишь узкий круг сегментов общества (заинтересованных сторон), которые оказывают или могут оказать реальное влияние на его деятельность.

В соответствии с МС ИСО серии 9000:2008 заинтересованная сторона – это лицо или группа лиц, заинтересованных в деятельности или успехе организации.

В настоящее время отсутствуют единые подходы и официальные методики по определению удовлетворенности общества, поэтому организациям самим приходится разрабатывать и внедрять эти документы, адаптированные под конкретную стратегию.

Итак, для решения поставленной задачи на первом этапе необходимо идентифицировать то общество, те социальные страты (слои), чьи потребности организация предполагает удовлетворить. Круг заинтересованных деятельностью ООО «Домоуправление № 25» достаточно обширен, он включает в себя как непосредственных потребителей продукции, сотрудников организации, а так же поставщиков. Среди потребителей представлены все возрастные группы населения, потребители имеют разный уровень дохода, образования. Среди по-

требителей достаточно большое количество пенсионеров, инвалидов и других социально ущемленных слоев населения, все это необходимо учитывать при проведении оценки.

На втором этапе необходимо определить потребности общества. При этом важно учитывать насколько многолико и разнообразно общество как социальная система, насколько разнообразны потребности той или иной общественной прослойки.

Взаимоотношения с заинтересованными сторонами подробно описывается в стандартах на социальную ответственность, которых разработано в последнее время достаточно большое количество. Мы остановили свое внимание на стандарте ИСО 26000:2010, в соответствии с которым выделяем круг внешней и внутренней социальной ответственности организации перед обществом.

Внутренняя социальная ответственность напрямую связана с персоналом ООО «Домоуправление № 25», организацией рабочих мест, оплатой труда и прочими компенсациями, выплачиваемые работникам, и прочими социальными гарантиями.

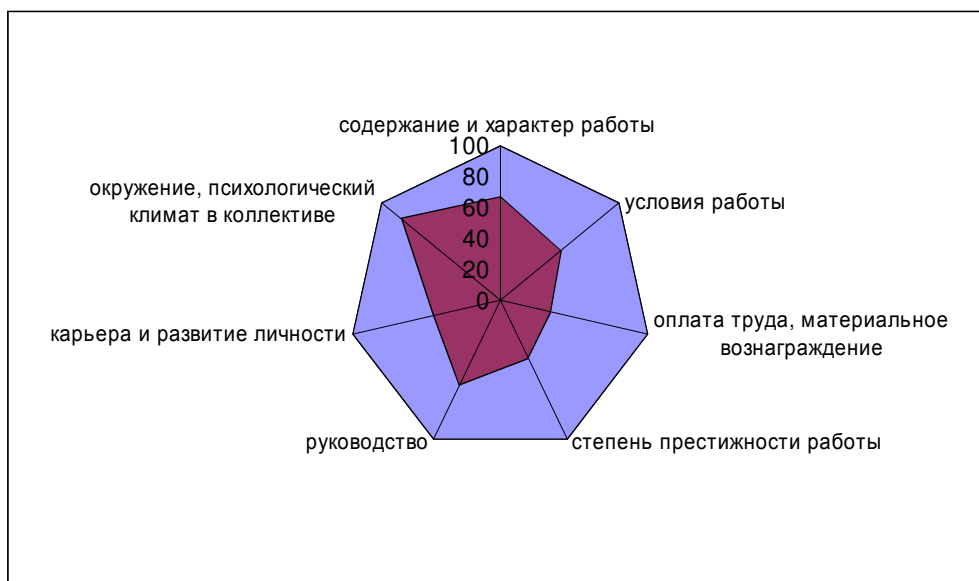
Понимание и удовлетворение текущих и будущих ожиданий и потребностей работников является залогом долгосрочного успеха и процветания организации. В то же время внимание оценке удовлетворенности персонала уделяется недостаточно. Между тем актуальность и важность решения указанной проблемы обусловлена целым рядом факторов. Учет в рамках управления персоналом потребностей и ожиданий своих работников в признании их деятельности, удовлетворенности работой, а также в их развитии способствует обеспечению наиболее сильной их мотивации, а, следовательно, удержанию квалифицированных сотрудников и привлечению новых. Высокая удовлетворенность персонала позволяет организации не только снизить текучесть кадров, но также противостоять проблеме дефицита трудовых ресурсов, которая на сегодняшний день особенно остро проявляется в отношении высококвалифицированных специалистов, обеспечивающих ключевые направления деятельности организации.

С помощью проведенного среди сотрудников организации анкетирования было проведено исследование удовлетворенности персонала деятельностью ООО «Домоуправление № 25». Анкета состояла из 17 вопросов, опрошено было 20 человек, что составляет 21,5 % от общей численности сотрудников организации.

Было выделено 7 элементов или блоков показателей удовлетворенности работой, на основании которых было составлено исследование:

1. содержание и характер работы (ее интенсивность, значимость, результаты);
2. условия работы;
3. оплата труда, материальное вознаграждение;
4. степень престижности работы;
5. руководство (стиль управления, оценка труда, моральное стимулирование, система отбора и расстановка кадров);
6. карьера и развитие личности, перспективы повышения разряда, квалификации и т. п.;
7. окружение, психологический климат в коллективе.

Результаты проведенного исследования представлены в виде диаграммы на рисунке 1, где внешняя сторона сегмента обозначает идеальное состояние, а средняя реальное положение дел в организации.



Р и с у н о к 1 Удовлетворенность персонала деятельностью организации

А теперь перейдем к внешней социальной ответственности ООО «Домоуправление № 25», к которой относится ответственность перед непосредственными потребителями и обществом в целом.

Следует отметить, что в последние годы коммерческие структуры обращают повышенное внимание на оценку удовлетворенности клиентов. Интерес к этой проблеме связан с формированием в данных структурах клиентоориентированного подхода и созданием системы менеджмента качества, являющейся неременным атрибутом повышения конкурентоспособности компании.

Было проведено анкетирование, в ходе которого потребителям предлагалось оценить степень своей удовлетворенности и степень важности по нескольким показателям, относительно предоставляемых услуг. Таких показателей было исследовано 12, опрошено 80 респондентов. Результаты исследования приведены в таблице.

Т а б л и ц а 1

**Оценка удовлетворенности потребителей деятельностью организации**

	Относительно низкая важность	Средняя важность	Относительно высокая важность
1	2	3	4
удовлетво ренность Высокая			
удовлетво ренность Средняя		<ul style="list-style-type: none"> <li>– Соотношение цена-качество предоставляемых услуг</li> <li>– Ассортимент предоставляемых услуг</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Своевременность информирования об изменении тарифов на предоставляемые услуги</li> <li>– Оперативность и полнота ответов на замечания и претензии по качеству предоставляемых услуг</li> <li>– Возможность получить техническую поддержку или рекомендации посредством телефонного или личного обращения</li> <li>– Вежливость, внимательность сотрудников организации</li> <li>– Сроки выполнения услуг</li> <li>– Оперативность обработки ваших заявок</li> </ul>

1	2	3	4
удовлетворенность Низкая			<ul style="list-style-type: none"> <li>– Доступность и полнота информации о всех видах предоставляемых услуг</li> <li>– Считаете ли вы, что организация дорожит вами как своим клиентом</li> <li>– Оперативность и полнота ответов на замечания и претензии по срокам предоставления услуг</li> <li>– Соответствие качества услуг предъявляемым требованиям</li> </ul>

60 % респондентов считают качество предоставляемых в ООО «Домоуправление № 25» удовлетворительным по сравнению с подобными организациями, а 30 % респондентов считают, что качество предоставляемых услуг ниже по сравнению с подобными организациями.

Третий этап – непосредственно мероприятия, направленные на удовлетворение установленных требований. Начнем с внутренней социальной ответственности. На предприятии наблюдается высокая текучесть кадров, а также достаточно низкая удовлетворенности практически по всем аспектам проведенного исследования. Это говорит о необходимости применения решительных мер для улучшения сложившейся ситуации. Наиболее низкая удовлетворенность сотрудников связана с уровнем оплаты труда, а так же степенью престижности работы, карьерой и развитием личности.

Известно, что повысить уровень заработной платы всем сотрудникам невозможно, поэтому мы предлагаем развивать систему нематериального стимулирования. Также проводить премирование сотрудников за успехи в работе, однако следует обратить внимание на то, что принятая система вознаграждений должна быть понятна и доступна всем сотрудникам. Также возможно установление недостижимых бонусов (создание системы стимулирования с завышенными требованиями).

Чтобы добиться профессионализма в любой работе, сотрудник должен стремиться стать лучшим в своей специальности. Увлеченный учебой человек обязательно вырастет в должности и разовьет в себе дополнительные навыки. Поэтому можно использовать знания и обучение в качестве награды и мотивирующего фактора; сделать дополнительные знания преимуществом, чтобы вдохновить работников продолжать обучение; предложить подчиненному самому выбрать учебный курс и предоставить ему возможность бесплатного обучения. Знание – это мощный мотивирующий фактор; оно обходится удивительно дешево по сравнению со своей истинной ценой

Необходимо узнать у подчиненных, чего бы им хотелось. У различных работников разные цели и желания, а значит, им необходимо предоставить разные возможности для работы и профессионального роста. Невозможно мотивировать конкретных людей общими программами. Чтобы повысить мотивацию, необходимо найти индивидуальный подход к каждому подчиненному.

Престижность места работы можно повысить, если сотрудник будет считать свое место работы полезным и интересным, для этого нужно выяснить что вкладывает каждый сотрудник в понятие «полезная и интересная», и действовать в этом направлении.

Необходимо усилить взаимоотношения между руководителем и подчиненными. Для увеличения интенсивности контактов между руководством организации и персоналом можно, к примеру, составить план собраний и мероприятий так, чтобы руководители оказывались в одно время и в одном месте с подчиненными.

Так же мы предлагаем повысить уровень удовлетворенности потребителей услуг организации, то есть обратить внимание на внешнюю социальную ответственность. Для этого нужно в первую очередь повысить удовлетворенность по тем аспектам, которые потребители считают наиболее важными и по которым наблюдается наименьшая удовлетворенность. Для этого нужен целый спектр мероприятий, охватывающий все аспекты деятельности. Во многом удовлетворенность внешних и внутренних потребителей взаимосвязана. Если

будут в полной мере проведены мероприятия, касающиеся повышения удовлетворенности сотрудников, то повысится качество предоставляемых услуг, персонал будет более вежливым и внимательным, что также позволит потребителям считать, что организация дорожит ими как своими клиентами. Необходимо руководителю наладить систему обработки заявок, обеспечить быстрое реагирование на поступающие требования. Следить за тем, что бы качество предоставляемых услуг соответствовало предъявляемым требованиям, наладить процесс коммуникаций, то есть должна быть доступна информация о деятельности «Домоуправления», о ценах и ассортименте предоставляемых услуг. Также обратить внимание на соотношение цена-качество предоставляемых услуг, расширить возможности ассортимента предоставляемой продукции.

И наконец, на четвертом этапе ставится ключевая задача – оценить уровень удовлетворенности общественных слоев, организаций, объектов социальной значимости и общества в целом деятельностью организации.

Исследование в этом направлении было проведено при использовании прямых и косвенных оценок.

При прямой оценке используются методы, направленные на прямое выявление мнений, реакций, суждений о деятельности организации, что достигается посредством опросов конкретных социальных и общественных образований, с которыми взаимодействует организация. Данное исследование было проведено, результаты его описаны выше в данной статье.

В основе косвенной оценки лежит деятельность организации, направленная на наиболее полное удовлетворение потребностей идентифицированного социума, ответную реакцию которого трудно определить. Критериями такой оценки для данного предприятия стали:

1. отсутствие кредиторских задолженностей по отчислениям в фонды социального, медицинского страхования и другим налогам;
2. прием на работу инвалидов и представителей других социально ущемленных групп граждан.

Так как не существует единой методики для оценки удовлетворенности общества, мы предлагаем для данной организации дополнить данную методику работой, основанной на принципах менеджмента качества. Также проводить исследование как на основе прямых, так и на основе косвенных оценок, сделать эти исследования периодическими. Всего этих принципов 8, значит, и разработанная мною методика будет состоять из 8 этапов, которые будут рассматриваться комплексно.

Первый принцип – ориентации на потребителя; известно, что организация зависит от своих потребителей, поэтому необходимо понимать их текущие и будущие потребности, выполнять их требования и стремиться превзойти ожидания, для этого нужно проводить периодические исследования потребностей потребителей. При этом важно задействовать в этом исследовании все группы и слои внешних потребителей, а так же выяснить интересы и потребности со стороны внутренних потребителей.

Второй принцип связан с лидерством руководителя, который должен создавать и поддерживать внутреннюю среду организации, в которой работники будут вовлечены в процесс решения ключевых задач организации. Руководитель должен лично следить за проведением исследований, относящихся к выявлению уровня удовлетворенности, а также контролировать процесс обработки полученных результатов и внедрение на их основе программ по улучшению взаимоотношения с социальными группами.

Вовлечение работников означает, что работники всех уровней составляют основу организации, поэтому выявление их требований крайне необходимо. Однако помимо этого необходимо вовлекать сотрудников в процесс исследования удовлетворенности других заинтересованных сторон.

Для реализации принципа процессного подхода относительно изучения удовлетворенности общества следует рассматривать весь процесс исследования в совокупности, по такому же принципу следует делать выводы по проведенному исследованию



Системный подход позволит увеличить результативность и эффективность организации, помочь в достижении ее основных целей.

Постоянное улучшение. Необходимо постоянно проводить мероприятия, направленные на улучшение качества предоставляемых услуг. Улучшать условия труда сотрудников

Принятие решений, основанное на фактах. Реализация этого принципа необходима для того, что бы принимаемые решения были эффективными и результативными.

Взаимовыгодные отношения с поставщиками. Организация зависима по многим аспектам от своих поставщиков, поэтому необходимо также выявлять их уровень удовлетворенности, как одной из заинтересованных сторон.

Общественное признание сможет наполнить деятельность организации конкретным смыслом, создать систему мотивации и экономической активности, сформировать представление о собственной социальной значимости и востребованности.

#### **Библиографические ссылки**

1. Международный стандарт ИСО 9004:2009 «Управление с целью обеспечения устойчивого успеха организации – подход на основе менеджмента качества»
2. Международный стандарт ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности»
3. Молодов М. В. Оценка удовлетворенности общества / М. В. Молодов// Методы менеджмента качества. – 2002. – № 4. – С. 22-24.
4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 9001:2008 «Системы менеджмента качества. Требования»
5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 9000:2008 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»