

SYSTEM BADAŃ SATYSFAKCJI KLIENTÓW SZKÓŁ W DZIERŻONIOWIE

Marta Szalińska, Marzenna Lasota-Darowska



Spis treści

Wstęp.....	3
1. Historia wprowadzenia systemu analiz opinii społecznej o szkołach	3
2. Powiązanie systemu badań satysfakcji klientów szkół ze strategią oświaty	7
3. Szczegółowy opis procesu zbierania i opracowania satysfakcji klientów, trendy wyników, korelacje.....	9
4. Korzyści wynikające dla szkół i miasta ze zbierania opinii rodziców, napotkane trudności i problemy.	18
5. Rekomendacje dla samorządów, które rozważają rozpoznawanie opinii rodziców: co warto robić, czego unikać, czego można oczekiwać, ile to kosztuje.	21



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wstęp

Celem raportu jest omówienie procesu wykorzystania systemu ISO w Dzierżoniowie. System ISO został wykorzystany, jako sposób do poprawy swoich usług publicznych w ogóle, a systemu edukacji w szczególności (jak wspomniano w poprzednim raporcie) musiał rozpocząć ciągłe gromadzenie i analizy opinii rodziców i uczniów. Niniejszy raport omawia sposób zorganizowania i wykorzystania analizy opinii rodziców i uczniów o szkołach do poprawy jakości szkół.

1. Historia wprowadzenia systemu analiz opinii społecznej o szkołach

Historia wprowadzenia badań satysfakcji klientów – szkół i przedszkoli ma swój początek w dążeniach Urzędu Miasta w Dzierżoniowie do zdobycia Europejskiej Nagrody Jakości.

Po uzyskaniu w 2007 r. trzeciego poziomu Europejskiej Nagrody Jakości „Uznanie za Doskonalenie”, jednym z – działań doskonalących jakie w 2008 r. podjęliśmy było wprowadzenie systemu badań satysfakcji klientów zewnętrznych, w tym rodziców uczniów szkół i przedszkoli¹. Badanie zadowolenia klientów – rodziców uczniów jest podstawowym elementem systemu ISO zapewniającym ocenę jakości.

Burmistrz Dzierżoniowa powołał Zespół ds. badań satysfakcji klientów UMD i klientów jednostek podległych w celu przeprowadzenia corocznych badań satysfakcji. Do zadań zespołu należało: przeprowadzenie badań ankietowych, przygotowanie raportów z każdego z badań i analiza zmian w porównaniu z wynikami badań w ubiegłym roku. W piśmie ogólnym powołującym zespół ds. badań satysfakcji określone były wytyczne, m.in. ustalenie celu badania, jak również badanej grupy i próby, założeń do oceny i wskaźników (które chcemy osiągnąć w danym roku), miejsca ekspozycji ankiet (czasookresu trwania badania), czasu objęcia badaniem oraz analiz jak również opracowywanie wyników w formie raportu.

1 Należy podkreślić, iż oprócz klientów szkół i przedszkoli mechanizmowi badań satysfakcji klienta na obszarze miasta - są poddani klienci Urzędu, jednostek podległych: Dzierżoniowski Ośrodek Kultury, Ośrodek Sportu i Rekreacji, Miejsko - Powiatowa Biblioteka Publiczna, Ośrodek Pomocy Społecznej, Dzierżoniowski Zarząd Budynków Mieszkalnych, Gminne Centrum Informacji, Fundusz Poręczeń Kredytowych Powiatu Dzierżoniowskiego, Dzierżoniowskie Centrum Biznesu, Dzierżoniowski Inkubator Przedsiębiorczości, Podstrefy Dzierżoniów oraz organizacje pozarządowe.

Od 2008 r. niezmiennie Administratorem badań satysfakcji rodziców uczniów szkół i przedszkoli jest Pani Marzena Lasota-Darowska – Naczelnik Wydziału Infrastruktury Społecznej Urzędu Miasta w Dzierżoniowie. W 2008 r. Administrator badania opracował zestaw pytań do ankiety, który na przełomie lat uległ niewielkiej zmianie.

Pierwsze badanie satysfakcji klientów szkół (rodziców uczniów) odbyło się zimą 2008 i trwało miesiąc. Ankietowanych było 222 rodziców uczniów z siedmiu szkół. Dokonano podziału ilości przekazywanych ankiet proporcjonalnie do ilości uczniów w poszczególnych szkołach.

Celem głównym ankietowania było zbadanie poziomu ogólnej satysfakcji rodziców uczniów ze sposobu funkcjonowania szkoły, i uzyskanie ich opinii na temat stopnia zadowolenia w obszarach takich jak: uprzejmość kadry, fachowość nauczycieli, dostępność, warunki lokalowe, wyposażenie obiektów, bezpieczeństwo i poziom nauczania.

1.1 Zmieniający się sposób administrowania i instrumenty zbierania opinii rodziców

UMD w 2012 r. przeprowadził piąte badanie satysfakcji klientów szkół i przedszkoli. Przez pięć lat, przy ciągłym doskonaleniu procesu ankietowania, następowały zmiany instrumentu zbierania opinii rodziców.

Po każdym przeprowadzonym badaniu były wyciągane wnioski i identyfikowany był obszar do poprawy. Po badaniu satysfakcji w 2008 r. Wnioskiem doskonalącym system ankietowania było **zapewnienie w 2009 r. pełnej anonimowości** rodziców przy wypełnianiu ankiet. W 2008 r. każda placówka otrzymała komplet ankiet i miała za zadanie rozdać je rodzicom m.in na wywiadówkach szkolnych. Szybkie wypełnianie ankiety w szkole mogło rzutować na rzetelność odpowiedzi udzielanych przez rodziców. Ankiety po uzupełnieniu trafiały od razu do rąk nauczyciela, wychowawcy. Domniemywaliśmy, iż przez rodziców mogą być podawane nie do końca prawdziwe dane, z obawy, aby nie narazić się nauczycielowi ich dziecka. W celu zapewnienia rodzicom anonimowości w 2009 r. zostały przygotowane przez UMD – Wydział Infrastruktury Społecznej opieczętowane, specjalne urny (papierowe – żeby nie generować kosztów), do których rodzice mogli wrzucać wypełnione ankiety. Sposób ten

zapewnił pełną anonimowość rodzicom, nie czuli się skrępowani, że nauczyciel – wychowawca odczyta wypełnioną ankietę.

W 2009 r. po badaniu satysfakcji klientów szkół – obszarem do poprawy była **zmiana pytań w ankietach**. Na spotkaniu z dyrektorami szkół omówiono poziom zrozumienia pytań przez rodziców i **doprecyzowano pytania ankiety. Zmodyfikowano dwa pytania**: Pytanie „Czy jest Pan/Pani zadowolony/a z poziomu usług gastronomicznych w stołówce szkolnej?” zastąpiono pytaniem „Czy korzysta Pani/Pana dziecko z wyżywienia w szkole? Jeżeli tak, to czy jest Pani/Pan zadowolony z poziomu usług gastronomicznych?” oraz pytanie „Czy jest Pan/Pani zadowolony/a z poziomu opieki pedagogicznej i psychologicznej?” zostało zastąpione pytaniem „Czy korzysta Pani/Pan lub dziecko w szkole z porad pedagoga, psychologa lub logopedy? Jeśli tak to czy jest Pani/Pan zadowolony z fachowości pedagoga*, psychologa*, logopedy* szkolnego?* *niepotrzebne skreślić*”. Tak zadane respondentom pytania dały (od 2010 r.) pełny obraz obszaru poddanego badaniom.

W kolejnym etapie zmianie uległy proponowane formy odpowiedzi. Rodzice wypełniający ankietę mieli możliwość udzielenia odpowiedzi na pięciostopniowej skali Liktera: bardzo niezadowolony, niezadowolony, trudno powiedzieć, zadowolony, bardzo zadowolony. Ponieważ w ankiecie rodzice zaznaczali coraz częściej odpowiedź „trudno powiedzieć”, co nie do końca pokazywało nam obraz zadowolenia bądź niezadowolenia ankietowanych, w 2010 r. odpowiedź trudno powiedzieć zastąpiono zwrotem „ani zadowolony ani niezadowolony”.

W 2010 r. zwiększono liczbę osób objętych badaniem. W 2008 i 2009 poddano badaniu łącznie 222 rodziców z siedmiu szkół w Dzierżoniowie, czyli 8 % ogólnej liczby uczniów). Po otrzymaniu wyników badań Administrator badania podjął decyzję, aby w 2010 r. zwiększyć liczbę respondentów chcąc otrzymać bardziej miarodajne wyniki. W 2010 r. badaniem objęto 407 rodziców z 7 szkół, czyli 15% ogólnej liczby uczniów w szkołach. W 2010 r. po badaniu satysfakcji szkoły osiągnęły bardzo dobre wyniki pomimo dwukrotnie większej liczby ankietowanych i oscylowały wokół bardzo wysokiego stopnia zadowolenia. Liczba ankiet została ustalona proporcjonalnie do ilości uczniów w szkole.

W 2012 r. zwiększono wiarygodność badań. Po badaniu satysfakcji w 2011 r. Administrator badania uznał, iż mimo że ankiety przekazywane do placówek zostały wyliczone oraz opieczetowane przez Urząd Miasta w Dzierżoniowie, a następnie zwracano je w takiej samej ilości jak zostały przekazane, to i tak nie ma całkowitej gwarancji ich wiarygodności. Mogły bowiem zachodzić różne okoliczności mające wpływ na wiarygodność ankiety jak np. ankiety mogły być uzupełnianie przez pracowników szkoły lub samych nauczycieli, a następnie wrzucane do urny. W związku z powyższym **w 2012 r. zostało przeprowadzone piąte badanie satysfakcji klientów szkół – rodziców przez studentów** (na umowę zlecenie UMD). W 2012 r. dyrektorzy szkół przekazali informacje dot. planowanych wywiadówek z rodzicami, celem dostosowania godzin pracy ankietatorów. Ankieteryzy zostali przeszkoleni przez Administratora badań. UMD nie dopuścił do sytuacji, w której pracownicy lub nauczyciele szkoły mogliby uzupełnić ankietę. Po przeprowadzonym badaniu satysfakcji w 2012 r. nie odnotowano spadku zadowolenia rodziców w poszczególnych szkołach, co skłoniło nas do refleksji, iż nasze placówki oświatowe – oraz zatrudnieni pracownicy – nauczyciele w latach 2008-2011 byli już na tyle dojrzały w procesie doskonalenia swojej pracy i zdawali sobie sprawę, że przeprowadzone badania satysfakcji przez Urząd miały na celu jedynie wskazanie obszarów do poprawy w danej szkole oraz dalszego udoskonalenia jej pracy, a nie wytykanie błędów, bądź też krytykowanie. UMD planuje, że w latach następnych badania będą prowadzone przez ankietatorów zewnętrznych (praktykantów lub stażystów).

W 2012 r. w celu dokonania dokładniejszej analizy danych zastosowano korelację r-Pearsona.² W 2012 r. w raporcie opracowanym po badaniu satysfakcji Rodziców uczniów zbadano po raz pierwszy korelację wszystkich pytań w stosunku do pytania pierwszego, czyli do ogólnego zadowolenia ze sposobu funkcjonowania szkoły. Po zastosowaniu korelacji **r-Pearsona** w obliczeniach okazało się, iż **największą korelację z ogólnym poziomem zadowolenia ze sposobu funkcjonowania szkoły ma fachowość i wiedza nauczycieli (0,72)**, a następnie na tym samym poziomie (0,62) kształtuje się: uprzejmość kadry, dostępność dyrektora, oferta edukacyjna szkoły, bezpieczeństwo w szkole. Jednakże wyniki satysfakcji

2 <http://www.pomocstatystyczna.pl>. **Korelacja r - Pearsona** „Jeżeli związek jest istotny statystycznie to możemy powiedzieć, że zachodzi związek pomiędzy dwiema cechami, zmiennymi. Współczynnik korelacji mówi nam o sile związku. Siła związku określana jest jako wartość w przedziale od – 1 do 1. Im dalej od 0 (zarówno na plus jak i na minus) tym siła związku jest większa. Jeżeli współczynnik korelacji jest dodatni to można powiedzieć, że gdy wzrastają wartości jednej zmiennej to wzrastają wartości drugiej zmiennej (i na odwrót, maleją jednej zmiennej – maleją również drugiej)”.

w tych obszarach przedstawiają się następująco: **fachowość i wiedza nauczycieli (93%)**, uprzejmość kadry (94%), dostępność dyrektora (84%), oferta edukacyjna szkoły (93%), bezpieczeństwo w szkole (84%).

1.2 Koszty przeprowadzenia badań satysfakcji

Temat pieniędzy jest bardzo ważny w każdej Gminie, jednakże w UMD koszty badań satysfakcji w początkowej fazie prawie nie istniały, gdyż całym kosztem był zakup papieru i druk ankiet. Bardziej skupiliśmy się wówczas na wymiernym efekcie przeprowadzenia tego typu badań – zakładając, iż nie będziemy w to angażować środków finansowych, wykorzystamy to, co posiadamy – rzeczowo i kadrowo. Administrator badania – Pani Marzenna Lasota-Darowska – Naczelnik Wydziału Infrastruktury Społecznej w 2008 r. opracowała pytania do ankiety i już od pięciu lat nadzoruje proces przeprowadzanych badań satysfakcji klientów szkół. Następnie pracownik merytoryczny w/w wydziału UMD przygotowuje ankiety (kseruje, pieczętuje, przelicza na szkoły), następnie zbiera uzupełnione ankiety i zlicza oraz opracowuje zbiorczy raport. Wszystko odbywa się bez dodatkowego nakładu finansowego w ramach realizowanych obowiązków służbowych.

W ramach nadzoru nad placówkami – dyrektorzy zostali poinformowani, w jakim celu tego typu badania będą prowadzone. Zostali poproszeni o włączenie się w działania i wspólnie z UMD je przeprowadzili. Kosztami może być jedynie zakup papieru ksero i skserowanie ankiet, czyli zakup tonera.

2. Powiązanie systemu badań satysfakcji klientów szkół ze strategią oświaty

Poniżej prezentuję ścieżkę umiejscowienia wskaźników – badań satysfakcji klientów szkół – rodziców uczniów w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Lokalnego Dzierżoniowa.

Badania satysfakcji rodziców uczniów szkół znajdują się w **Obszarze II. Dzierżoniów – centrum regionu**. Do tego obszaru w Strategii zostały określone cele strategiczne. Badania satysfakcji klientów szkół są powiązane z **celem strategicznym II – Tworzenie miasta przyjaznego**. Do każdego z celów strategicznych zostały określone **cele operacyjne**. W celu operacyjnym **II.3 rozwój infrastruktury społecznej**, można znaleźć powiązanie z badaniami

satysfakcji klientów szkół. Cele strategiczne i operacyjne UMD ustalone są w Strategii w perspektywie do 2016 r. Na tej podstawie rok rocznie określone są zadania dla właścicieli procesów i komórek organizacyjnych.

Cel II.3 rozwój infrastruktury społecznej (wskaźniki – badania satysfakcji klientów szkół) jest powiązany z programami sektorowymi takimi jak: Miejski Program Samorządowa Szkoła Środowiskowa – II (omówiony w poprzednim raporcie), Miejski Program Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, Miejski Program Przeciwdziałania Przemocy w Rodzinie na lata 2011 – 2015.

Dla celu II.3 rozwój infrastruktury społecznej zostały określone **Kluczowe procesy**. Kluczowym procesem dot. m.in. badań satysfakcji klientów szkół jest **Zarządzanie systemem gminnej oświaty**.

Celem tego procesu jest zarządzanie systemem gminnej oświaty poprzez zapewnienie warunków organizacyjnych, technicznych, kadrowych i finansowych oraz efektywne wykorzystanie zasobów, w sposób zapewniający osiągnięcie celów Programu Rozwoju Oświaty, tak aby uczniowie osiągnęli dobre wyniki w nauce a rodzice byli zadowoleni z poziomu usług oświatowych. Na każdy rok do poszczególnych procesów zostają określone wartości wskaźników. Poniżej przedstawiam tylko ten wskaźnik dot. badań satysfakcji klientów szkół (W3):

Tabela 1. Wskaźniki procesu „Zarządzanie systemem gminnej oświaty (część dot. badań satysfakcji klienta)

Nazwa wskaźnika	Opis/definicja wskaźnika i źródło informacji	Wartość docelowa	Terminarz zbierania wskaźnika	Odpowiedzialny za zbieranie wskaźnika
W 3 poziom satysfakcji rodziców	W 3 - wskaźnik ilości odpowiedzi zadowolony i bardzo zadowolony do ilości wszystkich odpowiedzi, ankieta	W3 > 90 %	30 kwietnia każdego roku za rok ubiegły	Marta Szalińska

Raz w roku przeprowadzany jest monitoring Strategii zgodnie z procedurą planowania, ewaluacji i monitoringu Strategii. Procedura obejmuje działania związane z corocznym



monitorowaniem realizacji Strategii oraz jej okresową ewaluację. W załączniku do procedury zostały wskazane dla wydziałów merytorycznych Urzędu Miasta, zadania oraz wskaźniki/mierniki, których wykonanie ma się przyczynić do realizacji celów strategicznych i operacyjnych. Wydział odpowiedzialny za dany wskaźnik uzupełnia kartę zrównoważonych wyników. Monitoring polega na podsumowaniu i rozliczeniu zaplanowanych na dany rok zadań/wskaźników/mierników.

Tabela 2. Karta zrównoważonych wyników UMD (część dotycząca badań satysfakcji klientów szkół)

Strategia Zrównoważonego Rozwoju Lokalnego	Procesy	Nazwa wskaźników	Cele 2011 rok	Osiągnięte kluczowe wyniki za 2011 r.	Cele dla kluczowych wyników na 2012 r.	Właściciel
Tworzenie miasta przyjaznego	Zarządzanie system gminnej oświaty	Poziom satysfakcji rodziców uczniów w (% zadowolonych)	>90 %	90,00%	>90%	Wydział Infrastruktury Społecznej/ Zastępca Burmistrza ds. społecznych

Poprzez przeprowadzane badania satysfakcji budujemy i utrzymujemy dialog z klientami. Wprowadzamy innowacje poprzez: podejmowanie działania doskonalącego po badaniach satysfakcji. Monitorujemy oraz przeglądamy za pomocą sporządzania raportów z badań satysfakcji. Włączamy klientów w projektowanie usług przez: konsultacje społeczne, wnioski do Wieloletniego Planu Inwestycyjnego. A następnie porównujemy się z innymi samorządami na grupach wymiany doświadczeń.

3. Szczegółowy opis procesu zbierania i opracowania satysfakcji klientów, trendy wyników, korelacje

W dalszej części opisanych jest osiem odrębnych etapów przy przeprowadzaniu badań satysfakcji i przygotowywaniu raportów analitycznych na temat trendów i korelacji:

3.1. Powołanie zespołu ds. badań satysfakcji, określenie wytycznych do badań satysfakcji

Każdego roku powoływany jest pismem okólnym Burmistrza Dzierżoniowa, Zespół ds. badań satysfakcji klientów. W skład zespołu wchodzi – Główny Administrator badania oraz poszczególni Administratorzy badań. W piśmie okólnym powołującym zespół ds. badań satysfakcji określa się wytyczne do przeprowadzenia badań satysfakcji na dany rok.

3.2. Informowanie szkół (uzgadnianie terminów i metodologii ankietowania)

Administrator badania przekazuje informację poszczególnym szkołom o rozpoczętym procesie badań satysfakcji klientów. Ustalany jest harmonogram przeprowadzenia ankietowania w poszczególnych placówkach.

3.3. Przygotowanie ankiet

Administrator badania w 2008 r. opracował pierwotną treść ankiety, w 2010 r. dokonano zmiany formy zapytania w dwóch pytaniach i od tamtej pory pozostaje ona bez zmiany.

Treść ankiety – pytania dotyczące satysfakcji rodziców

1. ze sposobu funkcjonowania szkoły?
2. z fachowości i wiedzy nauczycieli?
3. z uprzejmości kadry?
4. z dostępności nauczycieli?
5. z dostępności Dyrektora szkoły?
6. z godzin pracy sekretariatu szkoły?
7. z warunków lokalowych szkoły?
8. z wyposażenia/estetyki klas i pracowni?
9. z wyposażenia obiektów sportowych?
10. Czy korzysta Pani/Pana dziecko z wyżywienia w szkole? Jeżeli tak to czy jest Pani/Pan zadowolony z poziomu usług gastronomicznych ?
11. z lokalizacji szkoły?
12. z oferty edukacyjnej szkoły?



13. z oferty zajęć pozalekcyjnych?
14. z poziomu nauczania?
15. z poziomu bezpieczeństwa w szkole?
16. Czy korzysta Pani/Pan lub dziecko w szkole z porad pedagoga, psychologa lub logopedy? Jeśli tak to czy jest Pani/Pan zadowolony z fachowości pedagoga*, psychologa*, logopedy* szkolnego? * *niepotrzebne skreślić*
17. Jakie ma Pan/Pani uwagi dotyczące pracy szkoły i co Pani/Pana zdaniem można by zmienić w jej funkcjonowaniu?.

Pracownik merytoryczny Wydziału Infrastruktury Społecznej UMD przygotowuje ankiety kseruje i dzieli na poszczególne szkoły wg ilości zawartych w wytycznych do badań. Skala ocen w ankiecie: bardzo zadowolony (5), zadowolony (4), ani zadowolony/ani niezadowolony (3), niezadowolony (2) i bardzo niezadowolony (1). Urząd do pomiaru poziomu satysfakcji klientów stosuje miernik TOP2 – czyli sumę ocen zadowolony i bardzo zadowolony – jest to odzwierciedleniem najlepszych uzyskanych ocen w poszczególnych obszarach. Natomiast BOTTOM to kolejny miernik, czyli suma ocen niezadowolony i bardzo niezadowolony. Treść ankiety nie powinna bardzo się zmieniać, gdyż nie będzie można prowadzić analizy porównawczej i trendów.

3.4. Przeprowadzenie badań

Od 2012 r. badanie satysfakcji klientów szkół – rodziców zostało przeprowadzone przez studentów (na umowę zlecenie z UMD). Każdy ankietę został przeszkolony przez Administratora badania, otrzymywał komplet ankiet do danej szkoły, wskazywano mu, w której szkole, o której godzinie i w której sali odbywają się wywiady, najczęściej pod koniec wywiadu wchodził do klasy i informował rodziców o przeprowadzanym badaniu satysfakcji klientów szkół – rodziców i prosił o uzupełnienie ankiety przez rodziców. Następnie zbierał ankiety i przekazywał do UMD – Administratorowi badania. Badania satysfakcji klientów prowadzone są metodą ankietowania bezpośredniego. Oczywiście temat przeprowadzanych badań satysfakcji jest nagłośniony w lokalnych mediach.

3.5. Wykonanie raportu wraz z analizą danych

Aby móc wykonać raport z badań satysfakcji klientów szkół, pracownik merytoryczny UMD – Wydziału Infrastruktury Społecznej zakłada specjalny arkusz kalkulacyjny, do którego wprowadzane są dane z każdej ankiety w podziale na poszczególne pytania. Zakładane są specjalne formuły, które zliczają zaznaczone odpowiedzi przez każdego z rodziców. Najpierw obliczamy dane w podziale na poszczególne szkoły, potem dopiero możemy zliczyć łącznie szkoły podstawowe publiczne, następnie niepubliczne, kolejno gimnazja publiczne, następnie niepubliczne. Zliczamy oddzielnie szkoły podstawowe, potem gimnazja, aby móc w ostatecznym podliczeniu zsumować je wszystkie razem. Oczywiście proces zliczania danych w arkuszu kalkulacyjnym nie nastąpił od razu – w 2008 i 2009 r. dane te były zliczane ręcznie, co wiązało się z dłuższym okresem sporządzania raportu. Większe było również prawdopodobieństwo popełnienia błędu oraz mniejsze możliwości wykorzystania tak zebranych danych w przyszłości.

Tabela 3. Zbiorcze zestawienie zliczenia ankiet przeprowadzonych w SP i gimnazjach w 2012 r.

Lp	Czy jest Pan/Pani zadowolony z:	1 (bardzo niezadowolony)	%	2 (niezadowolony)	%	3 (ani zadowolony/ani niezadowolony)	%	4 (zadowolony)	%	5 (bardzo zadowolony)	%	Razem ilość ankiet	TOP 2 (4i5)	% TOP 2	BOTTOM (pyt1i2)	% BOTTOM	KORELACJA
1	Z fachowości i wiedzy nauczycieli	3	0,74	3	0,74	21	5,16	249	61,18	131	32,19	407	380	93	6	1	0,72
2	Z uprzejmości kadry	3	0,74	2	0,49	20	4,94	233	57,53	147	36,3	405	380	94	5	1	0,62

Ogólne zasady sporządzenia raportu są określane przez Zespół ds. badań satysfakcji. Wszyscy Administratorzy badań posługują się jednym schematem raportu. Raport zawiera wstęp, w którym określamy grupę badawczą, w tym wypadku – klienci szkół (rodzice uczniów), którzy zostali objęci badaniem satysfakcji i w jakiej ilości. Kiedy, w jaki sposób było przeprowadzone badanie satysfakcji? Następnie omawiane jest każde pytanie z ankiety.

Poniżej przedstawiam dla przykładu omówione jedno z pytań ankiety: *Pytanie Nr 1 „Czy jest Pan/i zadowolony ze sposobu funkcjonowania szkoły?”*. 26% rodziców odpowiedziało, że są bardzo zadowoleni, 65% rodziców odpowiedziało, że są zadowoleni, 6% osób zaznaczyło odpowiedzieć „ani zadowolony ani niezadowolony”. 3% rodziców odpowiedziało, że są niezadowoleni.

Wniosek: Rodzice w przeważającej większości (91%) są zadowoleni z funkcjonowania szkół. Szkoły osiągnęły bardzo dobry wynik w tym zakresie. Do każdego z omawianych pytań jest sporządzany wykres, który również jest przygotowywany za pomocą arkusza kalkulacyjnego.

Prezentujemy wszystkie opinie negatywne i pozytywne z podziałem na szkoły.

Przygotujemy zbiorczą tabelę z podziałem na poszczególne pytania, ze wskazaniem ilości odpowiedzi 4 (zadowolony) i 5 (bardzo zadowolony) – czyli TOP 2 i całkowitej ilości ankiet/odpowiedzi wraz z przeliczeniem TOP 2 w %.

Tabela 4. Przykład kilku pytań IN TOP 2 FORM

Lp.	Czy jest Pan/i zadowolony:	Ilość odpowiedzi 4 i 5	Całkowita ilość ankiet/odpowiedzi	TOP 2 w % (kol. 1/2)
		Kol. 1	Kol. 2	Kol. 3
1	ze sposobu funkcjonowania szkoły	374	409	91,00%
2	z fachowości i wiedzy nauczycieli	380	407	93,00%
3	z uprzejmości kadry	380	405	94,00%

Przygotowujemy i umieszczamy wykres zbiorczy – porównanie badań satysfakcji poszczególnych lat, które przedstawiam poniżej.

UMD w 2012 r. zderzył wyniki badań satysfakcji z korelacją i zdecydował, iż działania doskonalące zostaną skupione na poprawie obszarów – dostępność dyrektora (84%) oraz bezpieczeństwo w szkole (84%). Ze względu na wysoką satysfakcję ankietowanych z fachowości i wiedzy nauczycieli (93%) uprzejmości kadry (94%), oferty edukacyjnej szkoły

(93%), nie dokonywaliśmy głębszej analizy w tych obszarach. Jak pokazała nam korelacja, najmniejsze oddziaływanie na ogólny poziom zadowolenia ze sposobu funkcjonowania szkoły, ma poziom usług gastronomicznych, lokalizacja szkoły oraz fachowość pedagoga, psychologa i logopedy szkolnego. Jednakże biorąc pod uwagę, że te dwa obszary: poziom usług gastronomicznych i fachowość pedagoga, psychologa i logopedy szkolnego miały najniższy poziom zadowolenia (83% ze wszystkich zagadnień poruszanych w badaniu), zdecydowano, że w tych obszarach również należy podjąć działania doskonalące.

Następnie opracowane raporty są przekazywane Głównemu Administratorowi badań w Urzędzie. Naczelnik Wydziału Infrastruktury Społecznej UMD po zakończonych badaniach satysfakcji, co roku organizuje spotkania z dyrektorami jednostek oświatowych i prezentuje wyniki badań satysfakcji. Podczas spotkania omawia się nie tylko wyniki badań, ale wskazuje szkołom główne obszary do poprawy. Ponadto UMD kieruje pismo do każdej szkoły, przesyłając raport wraz ze zbiorczymi danymi dotyczącymi danej szkoły, z prośbą o przeanalizowanie swoich wyników i wskazanie działań doskonalących do podjęcia w danym roku celem poprawy satysfakcji rodziców tej szkoły. Ponadto, co roku Urząd kieruje pismo do szkół, w którym zwraca się z prośbą o przekazanie sprawozdania z podjętych działań doskonalących w poprzednim roku. Z tak zebranych danych powstają zbiorcze zestawienia tego, co planujemy do realizacji na rok następny oraz co już zostało zrobione w roku poprzednim.

Raz do roku Burmistrz Dzierżoniowa przeprowadzając ocenę pracy danego dyrektora porusza również temat uzyskanych wyników satysfakcji rodziców danej szkoły. Na przełomie lat możemy zauważyć, iż przeprowadzane badania satysfakcji szkół zwiększają zaangażowanie w pracę wszystkich pracowników, tj. nauczycieli i pracowników obsługi, a co za tym idzie zadowolenie z jakości pracy rośnie. Różnice pomiędzy wynikami satysfakcji w poszczególnych szkołach pomagają formułować politykę UMD.

W sytuacji, gdy powiążemy wyniki badań satysfakcji z wynikami testów sprawdzianów po VI kl. szkoły podstawowej i egzaminie po kl. III gimnazjum (EWD) okazuje się, przynajmniej w naszym przypadku, że szkoły, które osiągają bardzo dobre wyniki w sprawdzianach

i egzaminach cieszą się nieco niższą satysfakcją rodziców od tych, które osiągają przeciętne wyniki. Coraz wyższa jakość świadczonych usług wpływa na wzrost oczekiwań klientów.

3.6. Umieszczenie wyników w Qsystemie

W ramach Programu „Dokształcania jakości usług publicznych w urzędach Dolnego Śląska i Małopolski z wykorzystaniem doświadczeń Urzędu Miasta w Dzierżoniowie” m.in. w UMD wprowadzono Qsystem – program elektroniczny, w którym umieszczane są dokumenty zintegrowanego systemu zarządzania. W Qsystemie pracownik merytoryczny odpowiedzialny jest za wprowadzenie wskaźnika – poziomu satysfakcji klientów szkół – rodziców uczniów.

3.7. Określenie działań doskonalących

W raporcie z badań wyznaczone są działania doskonalące w skali makro. Pomocna jest tabela jednakowa dla wszystkich Administratorów badań. Dla zobrazowania Państwu w jaki sposób określamy działania doskonalące, poniżej wskazuję dwa przykładowe obszary do poprawy.

Tabela 5. Przykłady obszarów określających działania doskonalące

Lp.	Obszar do poprawy	Cel	Zadanie	Zakładany rezultat	Termin	Osoba odpowiedzialna
1	Usługi gastronomiczne	Wzrost jakości świadczonych usług gastronomicznych	Zwiększenie nadzoru nad agentami w zakresie usług gastronomicznych.	Bardziej urozmaicony jadłospis.	2012/2013	Dyrektorzy szkół w których funkcjonują stołówki/ catering.
2	Poziom opieki pedagogicznej i psychologicznej w szkole.	Wzrost poziomu świadczonych usług pomocy pedagogicznej psychologicznej logopedycznej.	Zwiększyć ilość szkoleń zewnętrznych dla pedagogów, psychologów, logopedów.	Wzrost umiejętności kadry.	2012/2013	Dyrektorzy szkół

Ponadto, po przeprowadzonych badaniach satysfakcji, każdy dyrektor określa dla swojej placówki działania doskonalące. Dyrektorzy sami dokonują wskazania obszarów do poprawy poprzez uzupełnienie powyższej tabeli.

3.9. Uzupełnianie karty zrównoważonych wyników

Raz w roku każdy Wydział odpowiedzialny za realizację Strategii Zrównoważonego Rozwoju Lokalnego Dzierżoniowa jest zobowiązany do uzupełniania karty zrównoważonych wyników i wyznaczenia (Karta została omówiona szerzej w punkcie 6) trendów wyników. Poniżej

przedstawiam Państwu zestawienie wyników badań satysfakcji klientów szkół w Dzierżoniowie w latach 2008-2012.

„Trend – składnik w modelu zależności badanej cechy statystycznej od czasu. Kierunki trendu:

- **trend rosnący** (wzrost wartości zmiennej w czasie),
- **trend malejący** (spadek wartości zmiennej w czasie)”³.

Tabela 6. Zestawienie trendów wyników badań satysfakcji na przełomie pięciu lat

lp	Pytanie o	2008 w %	2009 w %	2010 w %	2011 w %	2012 w %	2012 r. do 2008 r. w %	2012 r. do 2011 r. w %	średnia z 5 lat
1	Ogólny poziom usług	95	93	89	90	91	-4	1	91,6
2	Fachowość i wiedza	95	92	90	94	93	-2	-1	92,8
3	Uprzejmość kadry	98	95	91	95	94	-4	-1	94,6
4	Dostępność nauczycieli	96	91	90	92	91	-5	-1	92
5	Dostępność dyrektora	89	81	85	84	84	-5	0	84,6
6	Godziny pracy sekretariatu	91	85	89	90	86	-5	-4	88,2
7	Warunki lokalowe	96	88	87	88	90	-6	2	89,8
8	Wyposażenie/ estetyka klas	89	86	85	80	90	1	10	86
9	Wyposażenia obiektów sportowych	75	74	74	67	84	9	17	74,8
10	Usługi gastronomiczne	60	56	73	77	83	23	6	69,8
11	Lokalizacja	93	88	85	84	92	-1	8	88,4
12	Oferta edukacyjna	94	87	93	94	93	-1	-1	92,2
13	Zajęcia pozalekcyjne	86	74	87	87	84	-2	-3	83,6
14	Poziom nauczania	95	88	89	93	92	-3	-1	91,4
15	Bezpieczeństwo	83	81	82	85	84	1	-1	83
16	Opieka pedagogiczna	85	71	79	83	83	-2	0	80,2

Dokonując analizy trendów na przełomie pięciu lat porównano wyniki badań satysfakcji z 2012 r. z wynikami badań satysfakcji z 2008 r. oraz z wynikami badań z 2011 r. Tabela 8 przedstawia podsumowanie informacji zawartych w tabeli 7, dzięki czemu możemy dostrzec główne trendy: trend rosnący utrzymuje się przy obszarach, które były nisko oceniane (70-75%) – usługi gastronomiczne i wyposażenie obiektów sportowych, natomiast trend malejący

3 http://pl.wikipedia.org/wiki/Tendencja_rozwojowa

przy obszarach, które były wysoko oceniane (ok. 90%) – warunki lokalowe, dostępność nauczycieli.

Tabela 7. Podsumowanie trendów i opinii na temat szkół

PORÓWNANIE WYNIKÓW BADAŃ SATYSFKACJI I POKAZANIE TRENDÓW			
Trend rosnący - wzrost satysfakcji klientów szkół rodziców uczniów z:	PORÓWNANIE WYNIKÓW BADAŃ Z 2012 R. Z 2008 R.	PORÓWNANIE WYNIKÓW BADAŃ Z 2012 R. Z 2011 R.	Średnia zadowolenia rodziców z 5 lat
Usług gastronomicznych	Wzrost o 23,00%	Wzrost o 6 %	70,00%
Wypożyczenia obiektów sportowych	Wzrost o 9,00%	Wzrost o 17 %	75,00%
Wypożyczenia, estetyki klas	Wzrost o 1 %	Wzrost o 10 %	86,00%
Lokalizacja	Spadek o 1 %	Wzrost o 8 %	88,00%
Trend malejący spadek zadowolenia klientów szkół - rodziców z:			
Warunków lokalowych	Spadek o 6 %	Wzrost o 2 %	90,00%
Dostępności nauczycieli	Spadek o 5 %	Spadek o 1 %	92,00%
Dostępności dyrektora	Spadek o 5 %	Bez zmian (84 % zadowolonych)	85,00%
Godzin pracy sekretariatu	Spadek o 5 %	Spadek o 4 %	88,00%

Godnym uwagi jest **trend rosnący** – wzrost zadowolenia z usług gastronomicznych w szkołach – wzrost zadowolenia o 23%, świadczy o tym, iż jakość wydawanych posiłków na stołówkach szkolnych wzrosła oraz o tym, iż działania doskonalące, które w dzierżoniowskich szkołach były podejmowane miały znaczący wpływ na wzrost zadowolenia. Obszar ten w 2008 r. został oceniony przez Rodziców na poziomie 60% zadowolonych – wynik niezadowalający, w 2009 r. poziom ten wyniósł 56%, a w kolejnych latach zadowolenie rośnie.

Trend rosnący zauważyć można również przy wzroście zadowolenia rodziców o 9% z wyposażenia obiektów sportowych. W 2008 r. satysfakcja rodziców kształtowała się na poziomie 75% – jeden z najniżej ocenionych obszarów w 2008 r. Widoczny jest wysoki wzrost zadowolenia rodziców w 2012 r. Od 2010 r. GMD podejmowała kroki celem doinwestowania obiektów sportowych w szkołach. Poprawa bazy obiektów sportowych została ujęta w Wieloletnim Planie Inwestycyjnym Dzierżoniowa: Modernizacja obiektów sportowych

w Gminie. Możemy wywnioskować, iż podjęte działania naprawcze zostały docenione przez rodziców.

Trend malejący – można zauważyć przy spadku o 6% zadowolenia klientów szkół – rodziców uczniów z warunków lokalowych. Warunki lokalowe są bardzo wysoko oceniane średnio na poziomie 90%. W 2008 r. obszar ten został oceniony na poziomie 96%. Oczywiście w ramach WPI – GMD podejmuje działania celem polepszenia warunków lokalowych w szkołach. Jednakże z naszych obserwacji wynika, iż wymagania stawiane przez rodziców z biegiem lat coraz bardziej rosną.

W obszarach: dostępność nauczycieli, dostępność dyrektora, godziny pracy sekretariatu – odnotowano również spadek zadowolenia o 5%. Średnie zadowolenie w tych obszarach na przełomie lat kształtuje się na poziomie – dostępność nauczycieli – 92%, dostępność dyrektora – 85%, godziny pracy sekretariatu – 88%. W związku z niskim poziomem zadowolenia w 2012 r. Dyrektorzy szkół podejmują działania doskonalące – wypracowują model godzin pracy sekretariatu dogodny dla rodziców np. od godz. 7.30. do 15.30. oraz zwiększają dostępność dyrektora poprzez analizę swoich grafików pracy. Ponadto na tablicach ogłoszeń szkół zostają umieszczone informacje o terminach i godzinach spotkań dyrektorów z rodzicami.

4. Korzyści wynikające dla szkół i miasta ze zbierania opinii rodziców, napotkane trudności i problemy

Korzyści wynikające z prowadzonych cyklicznie badań satysfakcji klientów szkół dla miasta:

- obrazuje poziom zadowolenia rodziców z pracy dzierżoniowskich szkół w GMD;
- obrazuje poziom satysfakcji rodziców z pracy każdej szkole;
- pozwalają wskazać obszary, które wymagają poprawy – doskonalenia w zakresie podnoszenia jakości usług edukacyjnych;
- motywują placówki do ciągłego doskonalenia;

- powodują zwiększony nadzór nad placówkami oświaty;
- zwiększają jakość pracy placówek oświatowych w Gminie.

Rodzice uczniów dzierżoniowskich szkół to bardzo istotna część społeczności Dzierżoniowa. GMD poprzez przeprowadzane badania satysfakcji chce znać zdanie rodziców na temat szkoły, do której uczęszczają ich dzieci. Celem badań jest również podjęcie działań doskonalących, służących poprawie wskazanych przez rodziców obszarów. Rodzice powinni mieć znaczący wpływ na to, jak funkcjonuje dana placówka i jak jest postrzegana w środowisku lokalnym.

Cykliczne badania są stałym elementem pomiarowym stanowiącym źródło informacji dotyczących zmieniających się oczekiwań rodziców. Podjęte działania doskonalące, pozwalają, na realizację Strategii Zrównoważonego Rozwoju Lokalnego Dzierżoniowa w zakresie oświaty.

Jedną z korzyści płynących dla Miasta z przeprowadzanych badań satysfakcji rodziców jest m.in. uświadomienie rodzicom poprzez ankietowanie, iż mają wpływ na wprowadzanie zmian w szkole i na poprawę warunków w szkole. Mogą przekazać GMD swoje uwagi dotyczące pracy danej szkoły i co ich zdaniem może wpłynąć na jej lepsze funkcjonowanie.

Korzyści wynikające z prowadzonych badań satysfakcji dla szkół:

- dają szkole informację o poziomie zadowolenia rodziców z pracy placówki;
- wskazują obszary do poprawy;
- powodują zwiększoną kontrolę dyrektora dot. pracy nauczyciela, pracowników szkoły;
- zwiększają jakość pracy świadczonych usług przez szkołę;
- zwiększają współpracę szkoły z rodzicami;
- dają poczucie rodzicom, iż mogą coś w szkole zmienić.

Na pytanie „Jakie korzyści dla szkoły dają badania satysfakcji rodziców?” dyrektorzy odpowiedzieli:

- „Rodzice wskazują obszary, które należy usprawnić, czy poprawić, a tym samym współdecydują o wprowadzanych zmianach”..., chętnie uczestniczą w tego typu badaniach.”
- „Badania dają rodzicom możliwość wypowiedzenia się na temat szkoły, a mnie jako dyrektorowi – obraz, jak szkoła widziana jest przez rodziców oraz podpowiedź co chcieliby rodzice zmienić w szkole. O wynikach badań rozmawiam z pracownikami i Radą Rodziców, wspólnie podejmujemy decyzję – jakie działania podjąć, aby klienci byli zadowoleni.”
- „Dyrekcja jest zainteresowana opinią rodziców o działalności dydaktyczno-wychowawczej szkoły. Wszelkie uwagi o nieprawidłowościach dotyczących sfery oddziaływań na klienta są prezentowane na Radzie Pedagogicznej, a następnie wnikliwie omawiane. Raport z badań satysfakcji rodziców uczniów przedstawiony zostaje również na spotkaniu z Prezydium Rady Rodziców, który jest szczegółowo dyskutowany. Działania zapobiegawcze zmierzające do doskonalenia w zakresie zadowolenia rodzica ujmowane są w wewnętrznych planach naszej placówki”.

Napotkanymi trudnościami dot. badań satysfakcji klientów szkół – rodziców uczniów jest z pewnością wątek finansowy. Wiadomo, że po każdym przeprowadzonym badaniu rodzice wskazują obszary, które oceniają najślabiej i np. w przypadku GMD wyposażenie obiektów sportowych w placówkach oświatowych. Każdej Gminie, każdemu Burmistrzowi/Prezydentowi miasta zależy na tym, aby mieszkańcy jego miasta byli zadowoleni m.in. z placówek oświatowych, przedstawianej oferty edukacyjnej, pozalekcyjnej itp. Z pewnością każdy z nich chce spełnić życzenia, oczekiwania mieszkańców, jednakże nie wszystko jest możliwe od razu. Zdając sobie z tego sprawę należy, w ramach posianych środków w budżecie, stopniowo wprowadzać zmiany, ulepszać, modernizować i wyposażać placówki oświatowe..

Kolejną napotkaną trudnością przy pierwszym badaniu była nie chęć dyrektorów do poddania się badaniom, (prawdopodobnie podyktowana obawą o to, żeby wyniki badań nie były wykorzystane przeciwko nim). Oczywiście nie wszyscy dyrektorzy mieli takie obawy. W takich

sytuacjach przeprowadzana była indywidualna rozmowa celem uświadomienia, w jakim celu są badania przeprowadzane.

5. Rekomendacje dla samorządów, które rozważają rozpoznawanie opinii rodziców: co warto robić, czego unikać, czego można oczekiwać, ile to kosztuje

Gminy, którym zależy na poznaniu opinii na temat funkcjonowania oświaty, powinny pokusić się o przeprowadzenie badań satysfakcji klientów szkół – rodziców uczniów. Często organ prowadzący sam potrafi wskazać wady i zalety funkcjonowania danej placówki oświatowej, jak również wskazać, co powinno zostać zmienione, jednakże może to być odmienne z potrzebami rodziców i uczniów. Uzyskanie opinii rodziców powinno być ważne zarówno dla samorządu jak i dyrektorów szkół, aby ciągle podejmować działania doskonalące w zakresie oświaty.

Udział w badaniu satysfakcji klientów szkół, daje rodzicom poczucie przynależności i uczestniczenia w życiu szkoły, do której uczęszcza ich dziecko. Z tego względu, nie bez znaczenia jest ocena przez rodziców funkcjonowania oświaty na danym terenie np. w kontekście wyborów samorządowych. Samorządy kształtują politykę oświatową na swoim terenie dostosowując ją do potrzeb społeczności lokalnej i swoich możliwości finansowych w gminie.

Warto jest połączyć badania satysfakcji ze Strategią oświatową mającą wpływ na rozwój JST. Samorząd powinien się zdecydować, czy uruchamiane zostaną badania satysfakcji tylko dla klientów oświaty (rodziców uczniów), czy też posunąć się one nieco dalej – o badanie klientów innych jednostek podległych np. ośrodki kultury, sportu, organizacje pozarządowe.

Ankieta do przeprowadzenia badań satysfakcji klientów szkół, powinna być możliwie jak najkrótsza i najprostsza, ale zarazem zawierać główne obszary dotyczące wpływu rodziców na szkołę.

Nie należy przekazywać kompletu ankiet szkołom do rozdania rodzicom – zebrania i oddania do Urzędu. Takie praktyki mogą wpływać na rzetelność odpowiedzi. Po drugie, nie uzupełnione ankiety nie powinny być przeliczane przez pracowników szkół. Ankiety powinny być liczone w jednostce samorządu, za pomocą arkusza kalkulacyjnego, w celu uniknięcia błędów. Ilość prowadzonych spraw przez organy prowadzące szkoły jest ogromna i ciągle pojawiają się nowe, warto jednak jest wygospodarować siły i środki, aby takie badania satysfakcji klientów szkół przeprowadzać.





Interdyscyplinarne Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego

Uniwersytet Warszawski, ul. Pawińskiego 5a, 02-106 Warszawa

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

