

THỎA MÃN NHU CẦU KHÁCH HÀNG CỦA CÁC CƠ SỞ BỒI DƯỠNG CÁN BỘ QUẢN LÝ GIÁO DỤC THEO QUAN ĐIỂM QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG TỔNG THỂ

*SATISFYING CUSTOMER'S NEEDS OF EDUCATIONAL MANAGERS TRAINING
INSTITUTIONS FROM THE PERSPECTIVE OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT*

NGÔ PHAN ANH TUẤN^(*), NGUYỄN VĂN HUỆ^(**)

^(*)Trưởng Cán bộ quản lý giáo dục Thành phố Hồ Chí Minh, *npatuan.edu.vn*,

^(**)*nvhue@iemh.edu.vn*

THÔNG TIN

Ngày nhận: 06/02/2020

Ngày nhận lại: 04/3/2020

Duyệt đăng: 24/3/2020

Mã số: TCKH-S01T3-B04-2020

ISSN: 2354 – 0788

TÓM TẮT

Trong nền kinh tế thị trường việc xác định đúng đối tượng khách hàng và nhu cầu của khách hàng có ý nghĩa rất quan trọng. Bài viết này đề cập đến việc xác định khách hàng và nhu cầu khách hàng của cơ sở đào tạo bồi dưỡng theo quan điểm quản lý chất lượng tổng thể và các biện pháp để thỏa mãn nhu cầu của họ.

Từ khóa:

nhu cầu khách hàng, cơ sở đào tạo bồi dưỡng.

Key words:

customer needs, fostering and training institutions.

ABSTRACTS

In a market economy, identifying right customers and their needs is very important. This article addresses identifying customers and their of training and fortering institutions from perspective of total quality management and measures to satisfy their needs.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS) do Tổ chức Thương mại thế giới WTO ban hành năm 1995 đã công nhận: Giáo dục được coi là một dịch vụ và dịch vụ này cần được tự do hóa trong thương mại. Trong cơ chế thị trường nói chung và thị trường giáo dục nói riêng, vấn đề chất lượng và cải tiến chất lượng đáp ứng nhu cầu khách hàng luôn là vấn đề quan tâm sống còn của các tổ chức cung cấp dịch vụ. Bài viết này đề cập đến việc xác định khách hàng và nhu cầu khách hàng của cơ sở bồi dưỡng theo quan điểm quản lý chất lượng tổng thể (viết tắt là TQM) và làm thế nào để thỏa mãn nhu cầu của các khách hàng này.

2. KHÁCH HÀNG VÀ NHU CẦU KHÁCH HÀNG THEO TIẾP CẬN MÔ HÌNH QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG TỔNG THỂ Ở CÁC CƠ SỞ BỒI DƯỠNG

2.1. Khách hàng và nhu cầu khách hàng

2.1.1. Khách hàng

Từ điển tiếng Anh Cambridge định nghĩa: “Khách hàng là người mua hàng hóa hoặc dịch vụ” (dictionary.cambridge.org/dictionary/customer). Tiêu chuẩn ISO 9000:2015, mục 3.2.4 định nghĩa khách hàng (Customer) là cá nhân hoặc tổ chức có thể được nhận hay tiếp nhận sản phẩm hoặc dịch vụ nhằm cho mình hoặc theo yêu cầu của cá nhân hay tổ chức đó (Tiêu chuẩn ISO 9000, 2015).

Từ các định nghĩa trên, *khách hàng của các cơ sở bồi dưỡng có thể được hiểu là người được nhận hay tiếp nhận các dịch vụ của các cơ sở bồi dưỡng.*

2.1.2. Nhu cầu khách hàng

Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia: Nhu cầu của khách hàng có thể hiểu là sự mong muốn của họ về một điều gì đó của khách hàng. Nó xuất phát từ chính bên trong đặc điểm tâm lý của mỗi khách hàng. Đó là khoảng cách giữa họ có và muốn có. Nhu cầu của khách hàng là những gì khách hàng cần thiết để thỏa mãn bản thân. Đó là cảm giác thiếu hụt một cái gì đó.

Theo Ramees Rahman nhu cầu khách hàng có thể được định nghĩa là các vấn đề mà khách hàng có ý định giải quyết khi mua hàng hóa hoặc dịch vụ (Ramees Rahman .M* and Safeena P.K, 2007, tr.259).

Từ các định nghĩa trên, nhu cầu khách hàng của các cơ sở bồi dưỡng được hiểu là các vấn đề mà khách hàng có ý định nhận hay tiếp nhận các dịch vụ từ cơ sở bồi dưỡng nhằm thỏa mãn sự mong muốn của bản thân họ.

2.1.3. Quan điểm quản lý chất lượng tổng thể

Quản lý chất lượng tổng thể luôn luôn được các nhà nghiên cứu về khoa học quản lý giáo dục quan tâm và đã một số tác giả đưa ra định nghĩa về TQM như sau: Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO) đã đưa ra định nghĩa: "TQM là một phương pháp quản lý của một tổ chức, tập trung về chất lượng, dựa trên sự tham gia của tất cả các thành viên của mình và nhằm đến thành công lâu dài thông qua sự hài lòng của khách hàng và lợi ích cho tất cả thành viên của tổ chức và cho xã hội" (ISO 8402:1994); Theo Kaizen "TQM là một quy trình quản lý. Quy trình này chú trọng đến những yêu cầu đòi hỏi của khách hàng, ngăn ngừa rủi ro, xây dựng những cam kết về đảm bảo chất lượng trong nội bộ lực lượng lao động và xây dựng thể chế cho phép mọi người cùng tham gia quyết định";

Tác giả Phạm Thành Nghị lại cho rằng: "TQM là việc tạo ra nền văn hóa chất lượng nơi

mà mục đích của mọi thành viên tổ chức làm hài lòng khách hàng và nơi mà cấu trúc của tổ chức không cho phép họ cung cấp dịch vụ chất lượng thấp" (Phạm Thành Nghị, 2000).

Từ những định nghĩa nêu trên: *TQM ở các cơ sở bồi dưỡng được hiểu là: một mô hình quản lý chất lượng theo quá trình, chú trọng đến những yêu cầu, đòi hỏi của khách hàng, dựa trên sự tham gia của tất cả các thành viên của cơ sở bồi dưỡng, nhằm cải tiến chất lượng sản phẩm và thỏa mãn khách hàng ở mức tốt nhất cho phép.*

Tinh thần hay quan điểm cơ bản của TQM ở các cơ sở bồi dưỡng là: Tập trung tăng cường quản lý chất lượng của cả cơ sở bồi dưỡng; Phương châm rất quan trọng là "*làm tốt ngay từ đầu*", ngăn ngừa rủi ro, tránh sai sót ngay từ khâu đầu tiên của quá trình tổ chức bồi dưỡng; Cải tiến liên tục nhằm không ngừng nâng cao chất lượng bồi dưỡng; Mỗi cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên hoàn thành tốt trách nhiệm vụ một cách hiệu quả nhất, hướng mục tiêu tới sự thỏa mãn nhu cầu các loại đối tượng khách hàng; Từng bước hình thành được văn hóa chất lượng trong cơ sở bồi dưỡng. Có thể vận dụng vào quản lý bất kỳ một hoạt động nào trong công tác bồi dưỡng như: Quản lý một chương trình bồi dưỡng hay một khóa học, khóa bồi dưỡng....

2.2. Khách hàng và nhu cầu khách hàng theo tiếp cận mô hình quản lý chất lượng tổng thể ở các cơ sở bồi dưỡng

Theo tiếp cận quan điểm TQM, trong cơ sở bồi dưỡng có 2 loại khách hàng là *khách hàng bên trong và khách hàng bên ngoài* (Võ Ngọc Vĩnh, 2013, tr.6).

Khách hàng bên trong: Học viên cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên là khách hàng bên trong của hiệu trưởng. Với vai trò là khách hàng bên trong của hiệu trưởng, đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên của nhà trường có nhu cầu được làm việc trong một môi trường thân thiện, hợp tác, được bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và được hiệu trưởng quan tâm đãi ngộ xứng đáng theo qui định của

nhà nước và hiệu quả hoạt động của cơ sở bồi dưỡng. Riêng đội ngũ giảng viên là một loại khách hàng bên trong đặc biệt còn có nhu cầu được cung cấp đầy đủ cơ sở vật chất, kế hoạch, trang thiết bị, tài liệu giảng dạy vì hoạt động của thầy và trò trong quá trình bồi dưỡng là khách hàng của bộ phận phục vụ. Nét đặc thù khác của người giảng viên đó là họ người cũng chính là khách hàng của chính họ vì việc học của học viên là khách hàng của việc dạy của người giảng viên; hoạt động dạy và học trên lớp là khách hàng của công đoạn chuẩn bị bài, học bài ở nhà của người giảng viên.

Tuy là khách hàng bên trong của hiệu trưởng nhưng đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên, cũng đồng thời là thành viên của cơ sở bồi dưỡng, đặc biệt là đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên phòng đào tạo và các khoa chuyên môn phải luôn xác định mình là bên cung ứng cho khách hàng bên ngoài của cơ sở bồi dưỡng. Đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên phòng đào tạo và các khoa chuyên môn phải nhận rõ nhu cầu và có trách nhiệm làm tốt công tác tiếp thị, lập kế hoạch, xây dựng, cải tiến chương trình bồi dưỡng, chuẩn bị tốt bài giảng và đổi mới phương pháp giảng dạy để cùng với hiệu trưởng cơ sở bồi dưỡng thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng bên ngoài.

Khách hàng bên ngoài: Khách hàng bên ngoài của hiệu trưởng là các cấp lãnh đạo chính quyền, ngành giáo dục địa phương, các cơ sở bồi dưỡng khác, các tổ chức xã hội bên ngoài và học viên của cơ sở bồi dưỡng. Các khách hàng là lãnh đạo chính quyền, ngành giáo dục địa phương, các cơ sở bồi dưỡng khác, các tổ chức xã hội có nhu cầu có một đội ngũ cán bộ quản lý giáo dục có kiến thức, kỹ năng và thái độ quản lý đáp ứng sự ổn định, phát triển và đổi mới của sự nghiệp giáo dục của địa phương và đơn vị. Muốn vậy, họ rất cần hợp tác, liên kết bồi dưỡng cán bộ quản lý giáo dục với các cơ sở bồi dưỡng cán bộ quản lý giáo dục có uy tín, chất lượng và tất nhiên là với mức giá cả học phí hợp lý. Cần

lưu ý rằng mỗi chủ thể quản lý giáo dục ở mỗi địa phương đều có cách nhìn nhận đánh giá khác nhau về uy tín, chất lượng bồi dưỡng và điều hết sức lưu ý là họ rất chú tâm đến mối quan hệ thân thiện, hợp tác bình đẳng đối với các đối tác là cơ sở bồi dưỡng cán bộ quản lý giáo dục.

Khách hàng đặc biệt: học viên của cơ sở bồi dưỡng là một loại khách hàng đặc biệt vì họ vừa đóng vai trò là khách hàng bên trong vừa là khách hàng bên ngoài của cơ sở bồi dưỡng. Với vai trò là khách hàng bên trong, các học viên có nhu cầu được cung cấp nội dung kiến thức, kỹ năng về quản lý với các phương pháp, hình thức tổ chức giảng dạy của giảng viên thích hợp dễ hiểu, dễ tiếp thu và dễ vận dụng vào thực tiễn quản lý nhà trường và được các cán bộ quản lý trong cơ sở bồi dưỡng và cơ sở liên kết phục vụ đầy đủ cơ sở vật chất trang thiết bị, tài liệu học tập; đồng thời họ cũng là người cung cấp những kinh nghiệm và tình huống quản lý phong phú, đa dạng bổ sung cho khách hàng là giảng viên của cơ sở bồi dưỡng.

Với vai trò là khách hàng bên ngoài (người đứng đầu cơ sở giáo dục phổ thông) học viên có quyền đề xuất nhu cầu bồi dưỡng về các kiến thức, kỹ năng cần học tập. Đồng thời, họ cũng có quyền đề xuất với cơ quan quản lý nhà nước về giáo dục ở địa phương cử hay không cử đội ngũ cán bộ quản lý của trường họ tham gia các lớp bồi dưỡng tiếp theo do cơ sở bồi dưỡng chiêu sinh. Với quan điểm xác định học viên vừa là khách hàng bên trong vừa là khách hàng bên ngoài các cơ sở bồi dưỡng cần đổi mới mục tiêu, nội dung, chương trình, phương thức và phương pháp tổ chức bồi dưỡng; phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả và tổ chức quản lý các lớp bồi dưỡng cán bộ quản lý giáo dục theo hướng tiếp cận nhu cầu, phát triển và năng lực, đồng thời tăng cường thiết bị phục vụ cho việc dạy và học của giảng viên và học viên nhằm nâng cao chất lượng bồi dưỡng, giữ vững và không ngừng củng cố uy tín, thương hiệu của cơ sở bồi dưỡng.

3. MỘT SỐ BIỆN PHÁP THỎA MÃN NHU CẦU KHÁCH HÀNG CỦA CÁC CƠ SỞ BỒI DƯỠNG CÁN BỘ QUẢN LÝ GIÁO DỤC

3.1. Đối với khách hàng bên trong

Cần làm cho cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên và học viên trong cơ sở bồi dưỡng thấy được vai trò vị trí của mình trong quá trình tham gia quản lý chất lượng bồi dưỡng và luôn có thói quen thực hiện công việc của mình một cách kỷ lưỡng, chu đáo ngay từ đầu; Khuyến khích, động viên mọi cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên, học viên luôn cải tiến công việc của mình và xem đó là văn hóa chất lượng trong cơ sở bồi dưỡng. Tăng cường đoàn kết trong tập thể lãnh đạo cơ sở bồi dưỡng, giữ đúng lời hứa với cán bộ, giảng viên, nhân viên, học viên để tạo ra môi trường làm việc lành mạnh, xây dựng bầu không khí thân thiện, hợp tác, tạo điều kiện cho mọi người chủ động, tự giác, sáng tạo, tự chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm mà mình cung ứng, đảm bảo thông tin thông suốt, chính xác, khách quan và kịp thời đối với cả khách hàng bên trong và bên ngoài.

Cần chú trọng bồi dưỡng các năng lực đặc thù cho giảng viên của cơ sở, bao gồm: Tham gia tư vấn thực hiện các dịch vụ ứng dụng quản lý giáo dục; tham gia vào các Hội đồng chuyên môn; tổ chức quản lý các trường mầm non, phổ thông; Năng lực chuyên môn theo ngành về khoa học quản lý giáo dục và năng lực hỗ trợ trên các lĩnh vực kinh tế, luật pháp, quản lý xã hội, quản lý văn hóa, quản lý công... Thông qua các hình thức bồi dưỡng phù hợp. Rà soát lại một số định mức chi phí trong qui chế chi tiêu nội bộ theo hướng có lợi cho giảng viên; Bổ sung các kiến thức và kỹ năng xử lý các tình huống quản lý trong thực tiễn để có những cải tiến chất lượng giảng dạy của giảng viên; Năng định mức chi phí giờ giảng vượt định mức để tăng thêm thu nhập cho giảng viên; Có chế độ khuyến khích, nhất là những giảng viên có trình độ và kinh nghiệm giảng dạy viết chương trình và tài liệu giảng dạy

mới đáp ứng nhu cầu bồi dưỡng thường xuyên thay đổi của khách hàng.

Hiện nay Chính phủ đang đẩy mạnh thực hiện cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, chính vì thế, nhà trường cần năng động tìm ra cách thức phù hợp để trang bị thêm phương tiện dạy học, đồng thời quan tâm liên hệ với các địa phương liên kết bồi dưỡng trang bị máy móc, thiết bị phục vụ dạy học theo hướng hiện đại, nhằm giúp giảng viên thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng tích cực hóa người học.

3.2. Đối với khách hàng bên ngoài

Chủ động cập nhật, xây dựng và đề xuất một số chương trình và kỹ năng quản lý mới của cán bộ quản lý giáo dục cần bồi dưỡng để khảo sát nhu cầu bồi dưỡng ở các địa phương thông qua phiếu khảo sát trên website của trường hoặc thông qua trao đổi trong các chuyến đi công tác, các buổi sơ, tổng kết các lớp học và tổ chức khai, bế giảng ở các địa phương; hoặc một đề tài nghiên cứu khoa học về nhu cầu bồi dưỡng của đội ngũ cán bộ quản lý giáo dục. Trên website trường cần có thêm phần giới thiệu tóm tắt các chương trình và kỹ năng quản lý mới của trường.

Chủ động tổ chức tiếp cận với các lãnh đạo địa phương, nhất là lãnh đạo các sở và phòng giáo dục thông qua các chuyến đi làm việc thực tế ở các địa phương. Chú ý lắng nghe ý kiến góp ý, phản ánh của các địa phương về kết quả và và những vấn đề cần cải thiện trong chất lượng bồi dưỡng của trường. Đặc biệt là phải giữ đúng lời hứa và cam kết với các địa phương về kinh phí và chất lượng bồi dưỡng cán bộ quản lý giáo dục. Có như vậy nhà trường mới tạo lập và giữ được quan hệ thân thiện, hợp tác bình đẳng với các địa phương và tạo được nguồn tuyển sinh học viên một cách ổn định, lâu dài.

Với quan điểm xác định học viên vừa là khách hàng bên trong vừa là khách hàng bên ngoài nhà trường cần đổi mới mục tiêu, nội dung, chương trình phương thức và phương pháp tổ chức bồi dưỡng; phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả và tổ chức quản lý các lớp bồi

dưỡng cán bộ quản lý giáo dục theo hướng tiếp cận năng lực, đồng thời tăng cường thiết bị phục vụ cho việc dạy và học của giảng viên và học viên nhằm nâng cao chất lượng bồi dưỡng, giữ vững và không ngừng củng cố uy tín, thương hiệu của nhà trường.

Ngoài ra, từng giảng viên nên có phiếu thăm dò ý kiến góp ý của học viên về nội dung, phương pháp giảng dạy khi kết thúc chuyên đề giảng dạy của mình. Kết thúc từng khóa học, phòng đào tạo và bộ phận khảo thí và đảm bảo chất lượng nên có phiếu thăm dò ý kiến góp ý của học viên về chất lượng chương trình, giáo trình, tài liệu học tập cách thức tổ chức lớp học, kiểm tra đánh giá kết quả học tập của học viên, hình thức tổ chức, nội dung, phương pháp giảng dạy của giảng viên và thái độ phục vụ của cán bộ quản lý và nhân viên nhà trường.

4. KẾT LUẬN

Công tác tuyển sinh, bồi dưỡng cán bộ quản lý giáo dục hiện nay rất khó khăn, phức tạp, trước yêu cầu đổi mới giáo dục cũng như trước sự cạnh tranh ngày càng quyết liệt giữa các cơ sở bồi dưỡng. Điều này tạo động lực để các cơ sở bồi dưỡng phải không ngừng cạnh tranh, nâng cao chất lượng bồi dưỡng nhằm đáp ứng, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức cho các cơ sở bồi dưỡng. Hiệu trưởng các cơ sở bồi dưỡng cần phải có những biện pháp vừa mang tính khoa học, vừa mang tính nghệ thuật và khả thi để thỏa mãn ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng bên trong lẫn khách hàng bên ngoài, góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả bồi dưỡng để khẳng định sự tồn tại và phát triển nhà trường một cách vững chắc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ramees Rahman .M* and Safeena P.K (2007), *Customer Needs and Customer Satisfaction*, Senior Research Fellow, SEETTD, CMFRI.
2. Tiêu chuẩn ISO 9000 (2015), *Hệ thống quản lý chất lượng – Cơ sở và từ vựng*.
3. Võ Ngọc Vĩnh (2013), *Quản lý chất lượng dạy học ở trường trung học phổ thông theo tiếp cận quản lý chất lượng tổng thể*, Luận án tiến sĩ chuyên ngành quản lý giáo dục Trường Đại học Giáo dục – Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. <https://dictionary.cambridge.org> > dictionary > customer.