

“УТВЕРЖДАЮ”

Ректор

КГУ им И.Арабаева

А.Т.Абдраева

24.10 2023г.



ПОЛОЖЕНИЕ об оценке удовлетворенности потребителей

1. Назначение и область применения

Настоящее положение регламентирует процесс оценки удовлетворенности внешних и внутренних потребителей качеством предоставляемой КГУ им. И. Арабаева услуг (продукции), применяется во всех структурных подразделениях КГУ им. И. Арабаева, обеспечивающих учебный, научно-исследовательский процесс. Настоящее положение определяет порядок и ответственность заинтересованных сторон по организации и выполнению работ оценки удовлетворенности потребителей уровнем подготовки выпускников, получивших высшее образование первого и второго уровня, магистрантов и аспирантов. Настоящая процедура системы менеджмента качества разработана в соответствии с требованиями ГОСТ ISO 9001-2011. Требования настоящего положения распространяются на все структурные подразделения КГУ им. И. Арабаева, обеспечивающие учебный процесс и внешние связи с целью демонстрации понимания и удовлетворения потребностей и ожиданий заинтересованных сторон.

2. Нормативные ссылки

ГОСТ Р ISO 9000-2011 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».
ГОСТ Р ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования».

3. Термины, обозначения. Сокращения

В настоящем положении используются термины и определения по ГОСТ Р ISO 9000-2011, а также следующие термины:

- Качество образования - интегральная характеристика системы образования, отражающая степень соответствия реальных достигаемых образовательных результатов, условий образовательного процесса нормативным требованиям, социальным и личностным ожиданиям.
- Оценка качества образования - процесс, в результате которого определяется степень соответствия измеряемых образовательных результатов, условий и их обеспечения зафиксированной в нормативных документах системе требований к качеству образования.
- Мониторинг удовлетворенности потребителей - постоянное отслеживание состояния удовлетворенности потребителей по выполнению их требований в сфере образовательных, научных, хозяйственных и иных услуг, соизмерение полученных результатов с требованиями и ожиданиями, выявление изменений с целью принятия управленческих решений, т.е. непрерывная оценка удовлетворенности потребителей для управления качеством выполняемых процессов.

Обратная связь от потребителей и других заинтересованных сторон - деятельность по получению от потребителей информации о качестве предоставляемой услуги (продукции).

4. Общие положения

Оценка удовлетворенности потребителей осуществляется с целью:

- обеспечения полноты объективных данных для анализа СМК и принятия обоснованных управленческих решений по улучшению;
- повышения качества образовательных, научных, хозяйственных и иных услуг; - расширения рынка экспорта образовательных услуг;
- повышения рейтинга, имиджа университета у потенциальных потребителей, работодателей и партнеров;
- демонстрации постоянного улучшения и соответствия университета требованиям потребителей, надежности и стабильности, а также стремления предвосхитить требования и ожидания потребителей (реальных, потенциальных, внутренних, внешних).

В качестве заинтересованных сторон и потребителей результатов образовательного процесса выступают: абитуриенты, студенты и их родственники, предприятия-работодатели, профессорско-преподавательский состав, административно-управленческий, учебно-вспомогательный и прочий персонал, общество и государство в целом.

Положение по оценке удовлетворенности потребителей качеством образования включает:

- процедуры внутреннего мониторинга - установки и ожидания абитуриентов, студентов, магистрантов, аспирантов по обеспеченности и качеству преподавания, учебно-методических комплексов и вспомогательного оборудования, рейтинг преподавателей по анкетам студентов и т.д., оценка удовлетворенности сотрудников университета;
- процедуры внешнего мониторинга - ожидания и требования работодателей/потребителей обученных специалистов, взаимодействие с потребителями, оценка потребителем компетенций выпускников, оценка рынка труда и т.д.

Мониторинг оценки удовлетворенности потребителей - систематическая и регулярная комплексная процедура, ориентированная на решение основной задачи университета по обеспечению и повышению качества образовательных услуг посредством системы взаимодействия ВУЗа с различными группами потребителей.

Методы исследования удовлетворенности потребителей - анкетирование, тестирование, экспертные оценки, анализ документов и внешней поступающей информации (через СМИ, Internet), наблюдение и др.

Обратная связь с потребителем осуществляется посредством анкетирования, анализа и обработки рекламаций, пожеланий и иной информации, получаемой в установленном порядке, а также использования информационных каналов для обратной связи (СМИ, Internet и др.).

Оценка удовлетворенности потребителей состоит из этапов:

- планирование работ по оценке удовлетворенности потребителей;
- определение показателей/критериев, методов, источников, периодичности оценки удовлетворенности потребителей; - разработка и валидация анкет оценки удовлетворенности соответствующих категорий потребителей; - сбор и анализ информации об удовлетворенности потребителей;
- оценка степени удовлетворенности потребителей различными аспектами работ ВУЗа по результатам анкетирования; - оценка удовлетворенности потребителей по косвенным

показателям, характеризующим степень удовлетворенности;

- обработка и анализ результатов оценки; - формирование планов корректирующих и предупреждающих мероприятий для улучшения качества предоставляемой образовательной услуги.

Косвенные показатели включают информацию, полученную в установленном порядке от контролирующих органов и потребителей о качестве услуги (продукции) в том числе результаты анкетирования, рекламации, пожелания и иные документы.

Индикаторами оценки удовлетворенности потребителей являются: требования и ожидания потребителей; качество и уровень знаний, навыков, умений студентов, учебно-методический ресурс, качество ППС и вспомогательного состава, качество инфраструктуры, научная и инновационная деятельность, конкурентоспособность, востребованность выпускников на рынке труда, взаимодействие ВУЗа с потребителями.

Требования к мониторингу процедуры - достоверность, простота, оперативность, экономичность.

Обратная связь с потребителями с целью определения их удовлетворённости осуществляется в рамках этого же процесса посредством документированной процедуры.

С целью повышения удовлетворенности потребителей учитывается и анализируется следующая информация: требования конкретных потребителей; результаты мониторинга развития системы образования, перспективные требования к образовательной деятельности, потребности рынка труда. Результаты анализа используются при проведении анализа СМК, корректирующих и предупреждающих действий.

Первый проректор-проректор по УР, руководители структурных подразделений обеспечивают проведение оценки удовлетворенности, потребности и ожиданий заинтересованных сторон, проводят анализ результатов оценки с целью принятия соответствующих корректирующих и предупреждающих действий по повышению удовлетворенности внешних и внутренних потребителей.

Показатели, источники информации, формы сбора и представления информации, категории участников мониторинга удовлетворенности потребителей, определяются и устанавливаются руководителями структурных подразделений.

Оценку удовлетворенности потребителей проводят руководители структурных подразделений (не реже 1 раза в год):

- оценку удовлетворенности сотрудников университета проводит отдел мониторинга и качества знаний на основе данных структурных подразделений (не реже 1 раза в год);
- оценку удовлетворенности абитуриентов проводит представитель руководства по качеству (ПРК);
- оценку удовлетворенности магистрантов проводит отдел магистратуры структурных подразделений;
- оценку удовлетворенности аспирантов проводит отдел аспирантуры;
- оценку удовлетворенности студентов, выпускников, слушателей курсов проводят факультеты/институты;
- оценку удовлетворенности работодателей, потребителей проводят факультеты/институты, службы.

5. Описание процедуры

5.1. Планирование, определение периодичности работ, по оценке удовлетворенности.

5.2. Определение и структурирование потребителей.

5.3. Определение системы оцениваемых показателей/критериев.

5.4. Определение методов оценивания.

5.5. Проведение экспертизы (валидацию) анкет, тестов.

5.6. Определение источников информации.

5.7. Анкетирование (получение информации от потребителей).

5.8. Обработка результатов (систематизация и анализ полученных данных).

Результаты балльной оценки обрабатываются по группам потребителей и по каждому критерию в отдельности:

- определяется среднее значение процента удовлетворенности по каждому критерию $U_i = U_i \times 20$
- определяется среднее нормированное значение коэффициента значимости каждого критерия: $Z_i = (Z_i \times 20) / D_i = 1 (Z_i \times 20)$.
- определяется совокупный показатель удовлетворенности потребителей: $U = \sum E_i Z_i \times U_i$

5.9. Составление отчета, по оценке удовлетворенности потребителей.

Отчет по оценке удовлетворенности потребителей должен включать:

- 1) определение балльной оценки, процента удовлетворенности потребителя;
- 2) обобщение замечаний, предложений потребителей различных групп;
- 3) графическое представление результатов обработки; - построение гистограмм по каждому оцениваемому критерию (группе критериев) потребителей различных групп; - построение лучевых диаграмм (диаграмм-радаров) по каждому оцениваемому критерию (группе критериев) потребителей различных групп;
- 4) предложения корректирующих и/или предупреждающих действий;
- 5) предложения по улучшению.

Итоговая оценка удовлетворенности потребителей должна отвечать следующим критериям:

$A < 40\%$ - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как неудовлетворительное (требуется разработка значительных корректирующих действий);

$40\% < A < 60\%$ - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как удовлетворительное (требуется разработка незначительных корректирующих действий);

$60\% < A < 80\%$ - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как хорошее (требуется разработка поддерживающих действий);

$A > 80\%$ - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как отличное (не требуется разработка поддерживающих действий);

5.10. Анализ удовлетворенности потребителей со стороны руководства.

5.11. Разработка и принятие корректирующих и предупреждающих действий по улучшению качества образовательных, научных, хозяйственных и иных услуг.

Алгоритм выполнения работ по оценке удовлетворенности потребителей (по пунктам 5.1. -5.11.)

6. Ответственность и полномочия

Распределение ответственности и полномочий приведено в таблице 1.

Распределения ответственности и полномочий

Таблица 1

№	№ Вид деятельности					
1	2	3	4	5	6	7
1.	Планирование, определение периодичности работ по оценке удовлетворенности					
2.	Определение и структурирование					

	потребностей					
3.	Определение системы оцениваемых показателей/критериев					
4.	Определение методов оценивания					
5.	Проведение экспертизы (валидации) анкет					
6.	Определение источников информации					
7.	Обработка результатов – систематизация и анализ полученных результатов					
8.	Составление отчета по оценке удовлетворенности потребителей					
9.	Анализ удовлетворенности потребителей со стороны руководства					
10.	Разработка и принятие корректирующих и предупреждающих действий по улучшению качества образовательных, научных, хозяйственных и иных услуг					
Обозначения: Р-руководитель, О-ответственный, И-исполнитель						

7. Записи

7.1. В качестве входной документированной информации рассматривают анкеты, отзывы, письма, статьи, жалобы, рекламации, акты приема-сдачи выполненных услуг (работ) и другие материалы, содержащие информацию по удовлетворенности со стороны потребителей.

7.2. Годовые отчеты структурных подразделений, содержащие обобщенный анализ данных по удовлетворенности потребителей, принятые корректирующие и/или предупреждающие действия, план/перечень предложений по улучшению. Обработанные анкеты оценки удовлетворенности потребителей хранятся один год (один отчетный период) в подразделениях, выполнявших оценку.

7.3. Планы работ структурных подразделений (наличие запланированной оценки удовлетворенности потребителей с указанием сроков проведения работ, мероприятий по улучшению), результаты оценки удовлетворенности потребителей (отчеты, протоколы).

7.4. Результаты анализа оценки удовлетворенности потребителей руководством (отчеты, протоколы, приказы, распоряжения).

СХЕМА ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Оценка удовлетворенности потребителей

Входные данные	Операции процесса	Выходные данные	Примечания и ссылки
Контракты, договоры БД потребителей услуг (продукции) Перечни, рассылки, анкет,	Начало 1. Планирование, определение периодичности работ по оценке удовлетворенности 2. Определение и структурирование потребителей 3. Определение системы оцениваемых показателей/критериев 4. Определение методов	Планы СП (с указанием сроков ответственных), БД потребителей БД потребителей, перечень анкетизируемых Форма анкеты (критерии оценки)	

регистрация рассылок	оценивания	удовлетворенности потребителей)	
Анкеты	5. Проведение экспертизы (валидации) анкет Анкета валидирована? Да 6. Определение источника информации 7. Получение информации от потребителей (анкетирование) 8. Обработка результатов, систематизация и анализ полученных данных ПРК, СОКПиА, проректоры, ректор 9. Составление отчета по оценке удовлетворенности потребителей 10. Анализ удовлетворенности потребителей со стороны руководства 11.КД и ПД по улучшению качества образовательных, научных, хозяйственных и иных услуг Окончание	Форма анкеты (критерии оценки удовлетворенности потребителей), форма журнала замечаний и предложение Полученные от потребителей анкеты оценки удовлетворенности Балльная оценка, оценка удовлетворенности потребителей по группам и критериям Отчет оценки удовлетворенности потребителей в целом и по отдельным критериям Отчет по анализу со стороны руководства	

Проректор по УР

Начальник УУ, доцент

Зав. сектор КОПиА

Юрист университета



Курманбек уулу Талантбек



Р.А. Зайниев



К.С.Кыдыкбаева



✓А.Т.Кадырова