

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор исламского университета
Кыргызстана Нарматов А.И.

“ 28 ” 05 2019г.



ПОЛОЖЕНИЕ

об оценке удовлетворенности потребителей

1. НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Настоящее положение регламентирует процесс оценки удовлетворенности внешних и внутренних потребителей качеством предоставляемой ИУК услуг (продукции), применяется во всех структурных подразделениях ИУК, обеспечивающих учебный, научно-исследовательский процесс.

1.2. 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.

1.3. Настоящая процедура системы менеджмента качества разработана в соответствии с требованиями ГОСТ ISO 9001-2011.

1.4. Требования настоящего положения распространяются на все структурные подразделения ИУК, обеспечивающие учебный процесс и внешние связи с целью демонстрации понимания и удовлетворения потребностей и ожиданий заинтересованных сторон.

2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

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

2.2. ГОСТ Р ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества. Требования».

3. ТЕРМИНЫ, ОБОЗНАЧЕНИЯ. СОКРАЩЕНИЯ

3.1. 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

4.1. 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 удовлетворенности 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.

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;
- оценку удовлетворенности аспирантов проводит отдел аспирантуры;
- оценку удовлетворенности студентов, выпускников, слушателей курсов проводят факультеты (колледжеры);
- оценку удовлетворенности работодателей, потребителей проводят факультеты (колледжеры), 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).
- 5.9. Составление отчета по оценке удовлетворенности потребителей.
- 5.9.1. Отчет по оценке удовлетворенности потребителей должен включать:
- определение балльной оценки, процента удовлетворенности потребителя;
 - обобщение замечаний, предложений потребителей различных групп;
 - 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;
 - предложения корректирующих и/или предупреждающих действий;
 - предложения по улучшению.
- 5.9.2. Итоговая оценка удовлетворенности потребителей должна отвечать следующим критериям:
- 40% - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как неудовлетворительное (требуется разработка значительных корректирующих действий);
 - 40% - 60% - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как удовлетворительное (требуется разработка незначительных корректирующих действий);
 - 60% - 80% - качество образовательных услуг (продукции) оценивается как хорошее (требуется разработка поддерживающих действий);
 - 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.) приведен в Приложении 1.

6. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ и полномочия

Распределение ответственности и полномочий приведено в таблице 1.

Таблица 1

Распределения ответственности и полномочий

№	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,					
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).

Разработчик:
И.о. декана факультета
гуманитарных знаний



Ш. Исмаилов

