




УТВЕРЖДЕНО  
Решением Правления  
От « 18 » 03 2021 г.  
Протокол № 5

## Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей

Срок действия с « 18 » 03 2021 г. по « 18 » 03 2024 г.	Срок продления до « _ » _____ 20 _ г.	Статус: Действующий <input checked="" type="checkbox"/> Устаревший <input type="checkbox"/>
Предыдущий устаревший документ: № приказа ректора От	Подпись ответственного лица за управление документом 	Код № АУТТ-10-06/19 Копия № Экземпляр №



## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Наименование	Наименование структурного подразделения	Ф.И.О., подпись ответственного лица, дата визирования	Должность, Ф.И.О., подпись конкретного исполнителя, дата визирования
РАЗРАБОТКА	Руководитель отдела СМК	Масанова А.А.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Проректор по академической деятельности	Байльдинова К.Ж.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Проректор по корпоративному развитию	Датхаев У.М.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Руководитель аппарата ректора	Аубакиров Б.Ж.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Руководитель департамента стратегического мониторинга и развития	Усатаев М.М.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Руководитель департамента по клинической работе	Тулелбаева Г.С.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Руководитель отдела науки и инновации	Тажиева А.Е.  «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.



## Содержание

1.	Назначение и область применения	4
2.	Нормативные ссылки	4
3.	Термины и определения	4
4.	Обозначения и сокращения	7
5.	Цели, задачи и принципы системы мониторинга удовлетворенности потребителей	7
6.	Общие положения	8
7.	Руководство системой мониторинга, полномочия и распределение ответственности	10
8.	Описание процедуры	12
	Приложение 1 - Примерная программа проведения исследования удовлетворенности	14
	Приложение 2 - Типовая структура анкеты для сбора данных об удовлетворенности потребителя	16
9.	Лист регистрации изменений	17
10.	Лист ознакомления	18



## 1. Назначение и область применения

- 1) Настоящая документированная процедура регламентирует процесс оценки удовлетворенности внешних и внутренних потребителей качеством предоставляемых в НАО «Казахский Национальный Медицинский Университет им. С.Д. Асфендиярова» (далее – КазНМУ) продукции (услуг),
- 2) Настоящая процедура является внутренним нормативным документом для работников всех подразделений КазНМУ.

## 2. Нормативные ссылки

Процедура разработана на основании следующих международных и национальных стандартов ИСО и нормативных документов:

**МС ИСО 9001-2015** - Система менеджмента качества. Требования.

**СТ РК ИСО 10001-2009** - Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителя. Руководящие указания по правилам поведения для организации.

## 3. Термины и определения

**Анкета** – 1) опросный лист для получения каких-либо сведений о том, кто его заполняет; 2) составляемый исследователем список вопросов обследуемому контингенту лиц, ответы на которые служат исходным материалом для обобщений.

**Анкетер** – лицо, проводящее сбор материала анкетированием.

**Анкетирование** – метод сбора первичного материала в социологических, педагогических, психологических и других исследованиях с помощью анкеты.

**Анкетный вопрос** – адресованное непосредственно респондентам речевое сообщение, а также предполагаемые варианты ответов, нацеленные на одну черту, факт, явление.

**Выборочная совокупность** – уменьшенная модель генеральной совокупности, состоящая из людей, которые будут непосредственно опрошены в ходе социологического исследования.

**Генеральная совокупность** – совокупность всех индивидов, которые подлежат изучению, и относительно которых будут разработаны выводы после проведения исследования.

**Данные** – первичная информация, полученная в результате социологического исследования.

**Задачи** – конкретные меры по достижению поставленной цели.

**Качество образования** – интегральная характеристика системы образования, отражающая степень соответствия личностным ожиданиям субъектов образования, условий образовательного процесса нормативным требованиям, критериям, определяемым государственным стандартом и социальным запросам.

**Критерий** – признак, на основании которого производится оценка, классификация оцениваемого объекта.

**Измерение** – метод регистрации состояния качества образования, а также оценка уровня образовательных достижений, которые имеют стандартизированную форму и содержание которых соответствует реализуемым образовательным программам.



**Индикатор** (общественные науки, социология) — доступная наблюдению и измерению характеристика изучаемого объекта, позволяющая судить о других его характеристиках, недоступных непосредственному исследованию.

**Индекс удовлетворённости потребителей (ИУП)** есть индикатор, синтезирующий информацию о восприятии клиентом качества продукции и услуг, предоставляемых вузом. ИУП дает информацию с точки зрения клиента, одновременно замеряя ощущения и ожидания и позволяя определить профили и тенденции в отношении качества, выявить приоритеты среди возможностей улучшения и мотивировать их достижение. Индекс учитывает относительную значимость свойств продукции и услуг, предоставляемых потребителю.

**Инструментарий исследования** – совокупность технических приемов, связанных с выбором методов исследования, включая частные операции, их последовательность и взаимосвязь.

**Интервью** – в социальных исследованиях – беседа лица, проводящего интервью по заранее намеченному плану с лицом или группой лиц, ответы которых служат исходным материалом для исследования и обобщения.

**Интервьюирование** – в социальных исследованиях – процесс сбора первичного материала с помощью интервью.

**Интервьюер** - лицо, которое проводит интервьюирование.

**Исследователь** – лицо, проводящее социологическое исследование.

**Метод исследования** – основной способ сбора, обработки и анализа данных.

**Мониторинг в системе образования** – комплексное аналитическое отслеживание процессов, определяющих количественно – качественные изменения качества образования, результатом которого является установление степени соответствия измеряемых образовательных результатов, условий их достижения и обеспечение общепризнанной, зафиксированной в нормативных документах и локальных актах системе государственно-общественных требований к качеству образования, а также личностным ожиданиям обучающихся.

**Мониторинг удовлетворенности потребителей** - деятельность руководства или уполномоченных ими лиц по постоянному наблюдению за динамикой состояний удовлетворенности лиц, являющихся потребителями результатов процессов и видов деятельности, входящих в область распространения системы качества университета.

Под **системой мониторинга удовлетворенности потребителей** понимается комплекс взаимосвязанных и взаимообусловленных видов деятельности ответственных лиц по нормативному и инструктивному обеспечению, организации, проведению мониторинговых исследований, использованию их результатов для управления качеством процессов и видов деятельности, входящих в область распространения системы качества университета.

**Потребитель** – это сторона, использующая результаты деятельности структурных подразделений, отдельных работников и университета в целом.

**Примечание:**



Внешние потребители – работодатели, заказчики, родители, Министерство образования и науки РК, Министерство здравоохранения РК, общество в целом. Внутренние потребители – обучающиеся (студенты, магистранты, докторанты, интерны, резиденты, слушатели курсов повышения квалификации), преподаватели и другие сотрудники образовательной организации.

**Проблема исследования** – научное отображение проблемной ситуации, формируемое как необходимость разработки практических действий, направленных на выявление причин, вызывающих ее.

**Проблемная ситуация** - явление, характеризующееся несоответствием функционирования потребностей развития университета.

**Программа исследования** – обязательный документ социологического исследования, в котором детально регламентируются все этапы.

**Продукция** – конечный результат образовательного процесса. В качестве конечного результата образовательного процесса являются знания, навыки, умения, компетенции обучающихся.

**Респондент** – тот, кто отвечает на вопросы анкеты; тот у кого берут интервью.

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

**Оценка качества образования** - процесс, в результате которого определяется степень соответствия измеряемых образовательных результатов, условий и обеспечения зафиксированной в нормативных документах системе требований к качеству образования.

**Социологическая анкета** – объединенная единой целью система вопросов, направленных на выявление количественных и качественных характеристик объекта исследования.

**Социологический опрос** – метод получения данных, основанных на непосредственной или опосредованной связи между исследователем и респондентом с целью получения от последнего необходимых данных в форме ответов на поставленные вопросы.

**Экспертиза** – всестороннее изучение и анализ состояния образовательного процесса, условий и результатов образовательной деятельности.

**Цель** – модель ожидаемого конечного результата (решения проблемы), который может быть достигнут только с помощью проведения исследования.

Создатель электронной анкеты – определенный сотрудник структурного подразделения, который сформировал анкету на определенной зарегистрированной электронной почте, доступ к которому имеют только определенные лица.

#### 4. Обозначения и сокращения

**ИСО** - Международная организация по стандартизации;

**СТ РК ИСО** - Государственный стандарт Республики Казахстан, принятый в соответствии с МС ИСО;

**РпК** - Руководство по качеству;

**ДПК** - Документированная процедура качества;



**СМК** - Система менеджмента качества;

**МС** - Международный стандарт;

**ИУП** - Индекс удовлетворенности потребителя;

**ПРК** - Представитель руководства по качеству;

**СМУП** - Система мониторинга удовлетворенности потребителей;

**ОСМК** - Отдел системы менеджмента качества;

## 5. Цели, задачи и принципы системы мониторинга удовлетворенности потребителей

- 1) Основная цель системы мониторинга удовлетворенности потребителей – улучшение показателей деятельности организации и измерение удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг Университета в целом.
- 2) Оценка удовлетворенности потребителей способствует решению следующих задач:
  - обеспечения полноты объективных данных для анализа СМК и принятия обоснованных управленческих решений по улучшению;
  - повышения качества образовательных, научных, медицинских, и иных услуг;
  - повышения степени взаимодействия между университетом и потребителями услуг;
  - повышения рейтинга, имиджа университета у потенциальных потребителей, работодателей и партнеров;
  - демонстрации постоянного улучшения и соответствия университета требованиям потребителей, стремления предупреждать и превосходить требования и ожидания потребителей (реальных, потенциальных, внешних и внутренних).
- 3) Мониторинг оценки удовлетворенности потребителей - это **систематическая и регулярная комплексная процедура**, ориентированная на отслеживание решения основной задачи университета по обеспечению и повышению качества образовательных услуг посредством системы взаимодействия вуза с различными группами потребителей.
- 4) Мониторинг удовлетворенности потребителей **позволяет**:
  - определить, какие составляющие услуги имеют наибольшее значение для потребителей, чтобы сконцентрировать усилия по улучшению основных и вспомогательных процессов.
  - определить, какие составляющие сервиса, основного процесса, вспомогательных процессов находятся в зоне повышенной неудовлетворенности и соответственно требуют корректирующих усилий.
- 5) Решение намеченных задач требует построения системы мониторинга удовлетворенности потребителей и ее подсистем на следующих основных **принципах**:
  - **нацеленность на совершенствование** – использование данных мониторинга для повышения качества результатов процессов и видов деятельности;



- **ориентация на потребителя** – принятие факта, что мнение потребителя деятельности относится к основным критерием ее качества;
- **инициативность** – признание права отдельных подразделений и работников университета на инициацию и проведение собственных исследований удовлетворенности потребителей результатов их деятельности. Это признание прав должно также сопровождаться созданием условий, благоприятных для появления и распространения таких инициатив;
- **регулярность и преемственность** – получение данных о динамике удовлетворенности потребителей за счет установления и неукоснительного соблюдения определенной периодичности проведения ИУП и сопоставимости их программ;
- **конфиденциальность** – ограничение доступа к редактированию во время проведения анкетирования.

## 6. Общие положения

- 1) Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей качеством образования в КазНМУ им. С.Д. Асфендиярова включает:
  - Процедуры мониторинга удовлетворенности внутренних потребителей - изучение мнения преподавателей, сотрудников и студентов о степени удовлетворенности своей работой и учебой в университете;
  - Процедуры мониторинга удовлетворенности внешних потребителей - изучение мнения внешних потребителей о качестве предоставляемых услуг в области образования и научных исследований.
- 2) Система мониторинга удовлетворенности потребителей (далее СМУП) включает следующие элементы:
  - деятельность по планированию и организации исследований удовлетворенности потребителей (далее - ИУП);
  - деятельность по разработке методического обеспечения ИУП;
  - деятельность по проведению ИУП;
  - деятельность по информированию о результатах ИУП;
  - деятельность по использованию результатов ИУП для принятия решений по улучшению деятельности;
  - деятельность по информированию общественности о принятых решениях по повышению удовлетворенности потребителей.
- 3) В системе мониторинга удовлетворенности потребителей выделяются три относительно самостоятельных, находящихся в иерархическом подчинении, подсистемы:

**СМУП на уровне университета** – система мониторинга удовлетворенности потребителей деятельностью университета в целом;

  - **СМУП на уровне структурного подразделения** – система мониторинга удовлетворенности потребителей деятельностью отдельного структурного подразделения, входящего в область распространения СМК университета;





- СМУП на уровне работника – система мониторинга удовлетворенности потребителей индивидуальной деятельностью работника подразделения, входящего в область распространения СМК университета.
- На каждом уровне СМУП может носить либо **комплексный характер**, т.е. охватывать спектр процессов и видов деятельности, входящих в область распространения СМК университета, либо **аспектный характер**, т.е. охватывать лишь отдельные их составляющие по мере необходимости.
- Мониторинг удовлетворенности потребителей может осуществляться посредством анализа претензий потребителей, анкетирования потребителей, личных интервью (face-to-face), опросов через Интернет.
- 5) Мониторинг удовлетворённости следует проводить систематически для получения информации, подтверждающей (или опровергающей) целесообразность и успешность корпоративных программ по повышению качества образования. В большинстве случаев **оптимальным интервал между исследованиями составит 6-12 месяцев**.
- 1) Индикаторами оценки удовлетворенности потребителей КазНМУ являются:
- требования и ожидания внутренних и внешних потребителей;
  - качество и уровень знаний, навыков, умений, компетенций обучающихся;
  - качество и оснащённость учебно-методическими ресурсами;
  - качество профессорско-преподавательского и вспомогательного состава, уровень их профессионализма;
  - качество инфраструктуры;
  - профессиональные компетенции выпускников вуза;
  - качество совместных программ с зарубежными вузами и лекций приглашенных профессоров;
  - инновационная и научная деятельность;
  - востребованность выпускников на рынке труда;
  - качество информационного обеспечения;
  - качество библиотечного обслуживания;
  - взаимодействие вуза с потребителями.
7. **Руководство системой мониторинга, полномочия и распределение ответственности**
- 1) В соответствии с реализацией принципа инициативности непосредственное руководство СМУП на каждом уровне осуществляет руководитель ответственного структурного подразделения:
- на уровне университета руководство СМУП осуществляет руководитель отдела системы менеджмента качества;
  - на уровне структурного подразделения руководство СМУП осуществляет руководитель подразделения.
- 2) Координацию деятельности отдельных подразделений и работников по реализации СМУП осуществляет отдел системы менеджмента качества (далее – ОСМК) университета.
- 3) Руководитель СМУП того или иного уровня обязан:



- пользоваться методическим руководством, Приложении 1;
  - своевременно представлять на рассмотрение вышестоящему руководству программу проведения ИУП (не позднее, чем за 2 недели до начала проведения исследования) с целью корректировки программы проведения СМУП,;
  - представлять отчет вышестоящему руководству при проведении исследования на уровне университета;
- 4) Оценку удовлетворенности потребителей проводят структурные подразделения КазНМУ им. С.Д. Асфендиярова в соответствии с таблицей №1 в которой указаны обязательные исследования.
  - 5) Анкеты оценки удовлетворенности потребителей могут содержать вопросы различных областей оценки качества деятельности, представленные в таблице №1,2.
  - 6) Оценку удовлетворенности потребителей проводят ответственные структурные подразделения на уровне структурного подразделения и на уровне университета периодичностью, указанные в таблице № 1,2.
  - 7) Сведения по удовлетворенности потребителей основных процессов представляют владельцы процессов в отдел СМК один раз по окончанию учебного года.
  - 8) Результаты анализа удовлетворенности всех типов потребителей, деятельностью университета в целом, представляются отделом СМК на заседание Совета по качеству, с периодичностью один раз в год.
  - 9) Процесс проведения мониторинга удовлетворенности потребителей - циклический. Повторный опрос потребителей стоит повторить через 6-12 месяцев, с целью определения динамики изменения результатов деятельности.

**Таблица 1** – Распределение ответственности и периодичности за проведение мониторинга по оценке удовлетворенности потребителей на уровне структурного подразделения

№	Область оценки	Ответственный	Периодичность
1	2	3	4
1	Оценка удовлетворенности обучающихся (студентов, докторантов, магистрантов, интернов, резидентов)	деканаты (отделы) соответствующих уровней обучения	2 раза в год
	относительно: качества и уровня знаний, навыков, умений, компетенций обучающихся, оснащения учебно-методическими	кафедры, модули, симуляционный центр	после прохождения каждого цикла обучения*

	ресурсами; оценка качества преподавания		
2	Оценка удовлетворенности слушателей курсами повышения квалификации	Структурные подразделения, проводящие семинары, курсы	после прохождения каждого цикла обучения*
3	Оценка качества научного процесса (ППС вовлеченные в научные проекты)	НИИФПМ им. Б.Атчабарова	1 раз в год
4	Оценка качества клинического процесса (анкетирование обучающихся)	Департамент по клинической работе	1 раз в год

\*Примечание – анкетирование проводится в конце изучения курса дисциплины, объем выборки - не менее 80% от общего количества обучающихся

**Таблица 2 – Распределение ответственности и периодичности за проведение мониторинга по оценки удовлетворенности потребителей на уровне университета**

№	Область оценки	Ответственный	Периодичность
1	2	3	4
1	Оценка удовлетворенности обучающихся (студентов, докторантов, магистрантов, интернов, резидентов) относительно: качества и уровня знаний, навыков, умений, компетенций обучающихся, оснащения учебно-методическими ресурсами; оценка качества преподавания	Отдел академического качества	по мере необходимости, <b>НО НЕ РЕЖЕ 1 РАЗА В ГОД</b>
2	Оценка удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускников	Центр карьеры	1 раз в год
	Оценка удовлетворенности обучающихся уровнем организации воспитательной и	Управление	1 раз в год



3	внеучебной работы в университете	молодежной политики	
4	Индекс удовлетворенности научных сотрудников и ППС научной и инновационной деятельностью в КазНМУ	Отдел науки и инновации	1 раз в год
5	Оценка качества клинического процесса	Департамент по клинической работе	1 раз в год
6	Оценка удовлетворенности преподавателей, сотрудников деятельностью вуза	ОСМК	1 раз в год

## 8. Описание процедуры

- 1) Планирование, определение работ по оценке удовлетворенности потребителей.
- 2) Определение и структурирование потребителей. В соответствии с законами социологии, необходимо сформировать репрезентативную выборку, в которую войдут представители ключевых категорий потребителей по данному исследованию. Расчет объема выборки, ошибки выборки можно производить в он-лайн режиме на доступных сайтах интернет ресурсов (пример: <https://allcalc.ru/node/100>) с помощью электронных калькуляторов выборки:
  - Вводится значение доверительной вероятности – 95%;
  - Доверительный интервал (погрешность) - 5%;
  - Объем генеральной совокупности;
  - Рассчитать объем выборки.
- 3) Проведение, анализ анкет.
- 4) Определение источников информации. Выбор оптимальной формы опроса (бумажное/ электронное анкетирование), предоставление платформы для его проведения.
- 5) Администрирование процесса проведение опроса. Получение информации по потребителям (анкетирование).
- 6) Обработка результатов – систематизация и анализ полученной информации.
- 7) Составление отчета. Отчет по оценке удовлетворенности должен содержать:
  - Определение балльной оценки, процента удовлетворенности потребителя;
  - Построение гистограмм по каждому критерию индекса удовлетворенности потребителей;
  - Анализ и сравнительную динамику;
  - Предложения по улучшению и корректирующие действия деятельности.
- 8) Сроки проведения мониторинга определяются в соответствии с таблицей №1,2.



## Приложение 1

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О. руководителя с/п  
«\_\_» \_\_\_\_ 2020 г.

### Примерная программа проведения исследования удовлетворенности

потребителей \_\_\_\_\_ результатами \_\_\_\_\_ деятельности

\_\_\_\_\_ указать: университета или название подразделения,  
или ФИО работника

сроки: \_\_\_\_\_

#### 1. Пояснительная записка

##### 1.1. Цель исследования

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

вида деятельности (процесса), входящего в область распространения СМК,  
осуществляется сбор данных

1.2. Объект исследования \_\_\_\_\_

указать, какая категория потребителей подлежит изучению

1.3.

Этапы исследования	Ответственный	Примечания (сроки, материально- техническое обеспечение и др.)
1. Организация сбора		



данных		
2. Обработка данных		
3. Подготовка отчета		

## 2. Методика сбора, обработки и представления данных

2.1. Исходные данные об обследуемой категории потребителей (указать, если возможно общую численность всей категории; указать типические группы и, если возможно, их численность)

2.2. Объем и способ формирования выборки испытуемых: \_\_\_\_\_

(указать: «сплошная», если опрашиваются все потребители; указать: «выборочная», если опрашиваются не все потребители, описать какая доля и как отобранных потребителей будет опрошена)

2.3. Метод сбора данных: \_\_\_\_\_

(указать: «анкетирование» или «интервьюирование»; если разрабатывается самостоятельно, то описать кратко способ разработки анкет или вопросника интервью; **бланк анкеты (вопросника) приложить к программе**)

2.4. Метод обработки данных: \_\_\_\_\_

(сослаться на используемое методическое руководство и/или программное обеспечение обработки)

2.5. Структура отчета:

- Сроки проведения
- Цель исследования
- Объект исследования
- Общая характеристика выборки респондентов
- Основные результаты исследования

	<b>«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ</b> <b>НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»</b>	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей
		Редакция: 1 Страница 15 из 17

## Приложение 2

### Типовая структура анкеты для сбора данных об удовлетворенности потребителя

1. Заглавие (титульный лист) анкеты.
2. Обращение к респонденту с объяснением цели опроса, способа фиксации выбранных ответов, гарантиями конфиденциальности.
3. Перечень вопросов об удовлетворенности характеристиками качества процессов (услуг) с указанием вариантов возможных ответов.
4. Перечень персональных вопросов, если они необходимы для обработки данных.
5. Блок для предложений по анкетированию по улучшению качества продукции (услуг).
6. Благодарность респонденту за выделенное время и внимание .
7. Дата анкетирования и/или код респондента.





