 <b>SATBAYEV UNIVERSITY</b>	<b>«НЕКОММЕРЧЕСКОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ К.И. САТПАЕВА»</b>	
Документ SMK 2 уровня	Документированная процедура	ДП КазНИТУ 714
	Редакция №4 от « <u>03</u> » <u>08</u> 2023г.	

**АНКЕТНЫЙ ОПРОС  
ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ  
ДП КазНИТУ 714**

Алматы 2023

**ПРЕДИСЛОВИЕ:**

**1 РАЗРАБОТАНО** отделом оценки и качества Департамента корпоративного развития НАО «Казахский национальный исследовательский технический университет имени К.И.Сатпаева»

Начальник отдела оценки и качества  
«28» 07 2023г.

 А. Сауранбаева

**2 СОГЛАСОВАНО**

Член Правления – Проректор по науке и  
корпоративному развитию  
«01» 08 2023 г.

  
Е. Кульдеев

  
А. Симонов

Директор Института  
Цифровых технологий и ПР  
«31» 07 2023г.

И.о.начальника Управления  
юридического обеспечения и  
государственных закупок  
«31» 07 2023г.

  
Т. Абуkenов

Начальник отдела документационного  
обеспечения и развития  
государственного языка  
«28» 07 2023г.

  
Ж. Оракбаева

**3 УТВЕРЖДЕНО** решением Правления от «02» 08 2023г. № 12

**4 ВВЕДЕНО** взамен редакции №3 от 03.02.2020г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ .....	4
2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ .....	4
3 ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ .....	4
4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	5
5 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ.....	6
6 УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ .....	7
7 ОЦЕНКА, АНАЛИЗ И УЛУЧШЕНИЯ .....	7
Приложение 1 .....	9
Блок-схема.....	9
Лист регистрации изменений .....	10

## АНКЕТНЫЙ ОПРОС ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### Документированная процедура КазННТУ 714

#### 1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

---

1.1 Настоящая процедура в рамках повышения результативности и совершенствования системы качества регламентирует порядок и ответственность за процесс мониторинга удовлетворенности внешних и внутренних потребителей и взаимодействия с ними.

1.2 Требования настоящей процедуры обязательны для применения во всех структурных подразделениях Университета.

1.3 Все работы по настоящей процедуре **контролирует** курирующий проректор.

#### 2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

---

Настоящая процедура содержит ссылки на следующие правовые и нормативные документы:

- Закон РК от 27 июля 2007 года № 319-III «Об образовании»;
- Закон Республики Казахстан от 27 июля 2007 года № 319-III «Об образовании» ;
- Закон Республики Казахстан об аккредитации в области оценки соответствия;
- Международные стандарты качества ISO серии 9000;
- Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area. ESG report. 2015. (Стандарты и Директивы для гарантии качества Высшего образования в Европейском пространстве);
- «Международный кодекс ICC/ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных».

#### 3 ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

---

**Анализ** – определение пригодности, адекватности или результативности объекта для достижения заданных целей;

**Анкетирование** – получение достоверной информации путем заполнения предварительно разработанных анкет;

**Анкета** – основной инструмент опроса, представляющий собой социологический документ, содержащий набор вопросов, связанных с задачами проводимого исследования, что выражается в необходимости получения

информации, отражающей характеристики изучаемого объекта. Анкета состоит из вводной части, «паспортички», основной части.

**Выборка или выборочная совокупность** – часть генеральной совокупности, непосредственно подлежащая изучению.

**Маркетинг** – деятельность, направленная на изучение, формирование и удовлетворение требований потребителей, оценку их удовлетворенности оказываемыми услугами Университета;

**Мониторинг** – определение состояния системы процесса, услуги или задачи;

**ПРИМЕЧАНИЕ 1:** Для определения состояния необходимо проверять, контролировать и критически изучать.

**Обратная связь с потребителем** – деятельность по сбору и обработке информации, полученной от потребителей, о качестве образовательных услуг, научной исследовательской деятельности и оценке вуза в целом;

**Программа социологического исследования** – научный документ, в котором содержатся методологические, методические и процедурные основы исследования, охватывающие актуальность темы (проблемная ситуация), цели и задачи, объект, предмет и гипотезы, выборку и методы исследования.

**Процедура анкетирования** – процесс, состоящий из следующих операций: разработка анкет; экспертиза анкет; согласование анкет; утверждение анкет; проведение анкетирования; обработка анкет (табуляция, расчёт многомерных распределений признаков, классификация).

**Удовлетворенность потребителей** – восприятие потребителем степени выполнения его ожиданий;

ISO (ИСО) – Международная организация образования;

ДСР – департамент стратегического развития;

ДП – документированная процедура;

ИАО – информационно-аналитический отдел.

## 4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1 Мониторинг удовлетворенности потребителей – систематическая и регулярная комплексная процедура, ориентированная на обеспечение и повышение качества образовательных услуг, посредством системы взаимодействия вуза с различными группами потребителей.

4.2 Оценка удовлетворенности потребителей предоставляемых услуг направлена на реализацию принципа ориентация на потребителя.

4.3 Процедура оценки удовлетворенности потребителей включает:

– процедуру внутреннего мониторинга – мониторинга удовлетворенности обучающихся качеством преподавания и обеспеченностью учебного процесса образовательными, материально-техническими и информационными ресурсами, мониторинга удовлетворенности сотрудников КазННТУ имени К.И. Сатпаева.

– процедуру внешнего мониторинга – мониторинга ожиданий и требований работодателей / потребителей выпускников, оценка компетенции выпускника КазННТУ имени К.И. Сатпаева.

4.4 В ходе мониторинга удовлетворенности потребителей анализируется следующая информация:

- требования конкретных потребителей;
- результаты мониторинга развития системы образования;
- перспективные требования к образовательной деятельности;
- потребности рынка труда.

4.5 Обратная связь с потребителем осуществляется посредством анкетирования, анализа и обработки рекламаций, пожеланий и иной информации, получаемой в установленном порядке с использованием информационных технологий.

4.6 Оценка удовлетворенности потребителей проводится с целью:

- получения информации об удовлетворенности потребителей и доведения ее до руководства;
- определение рисков, влияющих на качество оказываемых образовательных услуг;
- улучшения качества предоставляемых образовательных услуг с учетом требований потребителей;
- повышение конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынке;
- разработка корректирующих действий по устранению явных и потенциально возможных несоответствий.

## 5 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

### 5.1 Планирование

Оценка и анализ удовлетворенности внутренних и внешних потребителей проводится систематически согласно утвержденного Плана анкетирования.

Работы по мониторингу включаются в план работы отдела оценки и качества, Департамента корпоративного развития с учетом рекомендаций Высшего руководства и предложений институтов, кафедр, структурных подразделений и других заинтересованных сторон.

В качестве внутренних потребителей выступают обучающиеся, ППС, АУП, УВП и обслуживающий персонал. К внешним потребителям относятся абитуриенты, работодатели, государство и общество в целом.

### 5.2 Определение системы показателей

Индикаторами оценки удовлетворенности потребителей являются:

- изучение вопросов социально-психологической адаптации первокурсников и социализации студентов к условиям обучения;
- исследования по вопросам эффективного саморазвития личности студента в процессе воспитательных мероприятий, студенческого самоуправления и удовлетворенность культурно досуговой деятельностью (ценностные ориентации, досуг студентов, социальное самочувствие, взаимоотношения в группе и пр.);
- исследования по вопросам, касающимся взаимоотношений преподавателей и обучающихся (стиль педагогического общения, ориентация на сотрудничество, оценка знаний, проблема взяточничества и пр.);

– исследования по изучению степени удовлетворенности качеством получаемых знаний, освоения квалификационных компетенций (удовлетворенность условиями обучения, результатами обучения, оценка качества элементов образовательного процесса, в том числе баз практики, материально-технического оснащения и пр.), выявление развивающихся образовательных запросов;

– исследования по вопросам удовлетворенности научной деятельностью.

### 5.3 Разработка и экспертиза анкет

Сотрудники ООК ДСР разрабатывают анкеты, которые подлежат обязательной экспертизе со стороны руководства. Материалы анкетирования должны соответствовать целям и задачам мониторинга удовлетворенности потребителей, содержать корректные и недвусмысленные формулировки, не выходящие за пределы компетентности опрашиваемых.

В анкете должны быть предусмотрены графы для предложений по повышению качества предоставляемых услуг.

### 5.4 Анкетирование

Анкетирование проводится в электронной форме как портале SSO так и в приложении Microsoft Forms. Для проведения онлайн-анкетирования нужно:

- создать в Интернете анкету;

- создать в учетной системе результат посещения и указать ссылку на анкету.

Участие в анкетировании анонимно и добровольно.

Результаты полученных данных используются при проведении анализа со стороны руководства, корректирующих и предупреждающих действий.

## 6 УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

Риск	Причины появления	Последствия	Мероприятия по снижению и предотвращению рисков
Некорректные ответы потребителей	– нежелание отвечать; – непонимание вопросов анкеты.	– недостоверность результатов исследования; – неадекватность оценки деятельности ППС.	– «повторное проведение анкетирования, устранение некорректных ответов»

## 7 ОЦЕНКА, АНАЛИЗ И УЛУЧШЕНИЯ

Оценка результативности процесса анализа удовлетворенности потребителей осуществляется высшим руководством университета. Для данных целей предлагается проведение опроса или анкетирования владельцев рисков или других ответственных работников. Критериями для оценки процесса могут служить следующие показатели:

- выполнение мероприятий процесса в установленные сроки;
- соответствие материалов исследования поставленным целям;
- количество отзывов со стороны потребителей результатов процесса.
- улучшив ситуацию, организация может повысить результаты деятельности организации и уровень эффективности работников;
- опросы мнения персонала помогают выявить причины, которые препятствуют эффективной работе персонала и организации в целом, а потом устранить их;

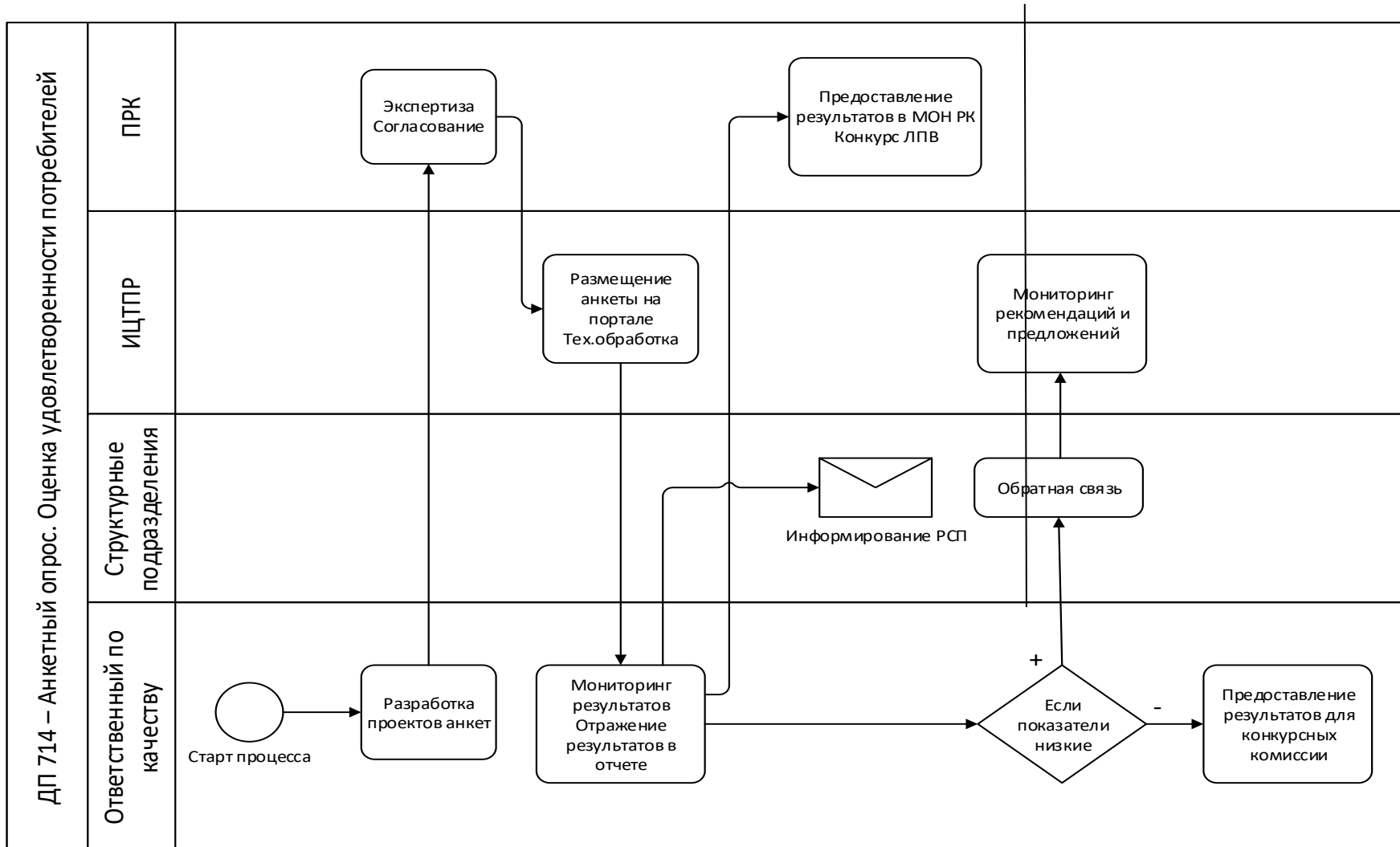
С помощью анкетирования определяется мнение персонала организации об её деятельности, будущем, имидже, удовлетворенность персонала зарплатой, социальным пакетом, отношением с руководством и коллективом.

### Перечень форм ДП КазНИТУ 714

№	Название документа	Форма	Место хранения	Срок хранения
1	План анкетирования	Ф КазНИТУ 714-01.	ДСР	постоянно
2	Аналитическая записка	Ф КазНИТУ 714-03.	ДСР	постоянно



Блок-схема



Лист регистрации изменений

Порядковый номер изменения	Раздел, пункт документа	Вид изменения (заменить, аннулировать, добавить)	Номер и дата извещения	Изменение внесено	
				Дата	Фамилия и инициалы, подпись, должность
а1.	р 5. п 53	заменить	а 1 от	19.01	теукабаева Д
а2	р 2	добавить	18.01.2024	2024	В.С.Саяр ООК
а3	р3	дополнить	а 2 от		ТЮ
а4	р 3	заменить	06.09.2024		Артамбаева Т.Н.
а5	р6.	заменить			И.А.Саматкер УАО ТН