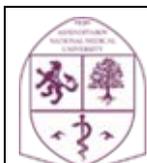


	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей

Утверждена
 Решением Правления
 от «__» _____ 2024 г.
 Протокол №

Документированная процедура «Оценка удовлетворенности потребителей»

Срок действия с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	Срок продления до «__» _____ 20__ г.	Статус: Действующий <input type="checkbox"/> Устаревший <input type="checkbox"/>
Предыдущий устаревший документ: Приказ ректора От 18.03.2021 г. № 5	Подпись ответственного лица за управление документом	Код № 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	Жангирбаев М.Т. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Проректор	Калматаева Ж.А. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Проректор	Датхаев У.М. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Исполнительный директор	Лахов С.В. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Проректор	Давлетов К.К. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Проректор	Султангазиева С.Е. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.
	Финансовый директор	Искаков С.С. «__»__ 20__ г.	«__»__ 20__ г.

Лица, оказавшие консультативную помощь: члены Совета по качеству.

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей

Содержание

Глава 1. Назначение и область применения.....	4
Глава 2. Нормативные ссылки	4
Глава 3. Термины и определения.....	4
Глава 4. Обозначения и сокращения	6
Глава 5. Цель, задачи и принципы системы мониторинга удовлетворенности потребителей.....	6
Глава 6. Общие положения.....	8
Глава 7. Руководство системой мониторинга, полномочия и распределение ответственности.....	9
Таблица 1	10
Таблица 2.....	11
Глава 8. Описание процедуры.....	11
Приложение 1	13
Приложение 2	15
Лист регистрации изменений__.....	18
Лист ознакомления__.....	19



Глава 1. Назначение и область применения

1. Настоящая документированная процедура регламентирует процесс оценки удовлетворенности внешних и внутренних потребителей качеством предоставляемых в НАО «Казахский Национальный Медицинский КазНМУ Университет им. С.Д. Асфендиярова» (далее – КазНМУ) услуг (продукции).

2. Настоящая процедура является внутренним нормативным документом для работников всех подразделений КазНМУ.

Глава 2. Нормативные ссылки

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

- 1) **МС ИСО 9001-2015** - Система менеджмента качества. Требования.
- 2) **СТ РК ИСО 10001-2009** - Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителя. Руководящие указания по правилам поведения для организации.

Глава 3. Термины и определения

1) **Анкета** – это структурированный инструмент для сбора данных, состоящий из заранее подготовленных вопросов, на которые респондент должен ответить.

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

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

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

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

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

7) **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.

8) **Качество медицинских услуг** – это совокупность характеристик и свойств медицинской помощи, которые соответствуют установленным стандартам и требованиям, удовлетворяют потребности пациентов и обеспечивают высокую эффективность лечения и профилактики заболеваний.

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

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



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

12) **Индекс удовлетворённости потребителей (ИУП)** - индикатор, синтезирующий информацию о восприятии клиентом качества продукции и услуг, предоставляемых КазНМУ. 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.

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

14) **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.

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

16) **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.

17) **Система мониторинга удовлетворенности потребителей** - 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 КазНМУ.

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

Примечание:

Внешние потребители – работодатели, заказчики, родители, Министерство науки и высшего образования РК, Министерство здравоохранения РК, местные исполнительные органы, неправительственные организации, общество в целом.

Внутренние потребители – обучающиеся (бакалавры, магистранты, докторанты, интерны, резиденты, слушатели циклов повышения квалификации, сертификационных курсов, семинаров. мастер-классов), преподаватели, административно-управленческий персонал и другие сотрудники КазНМУ.

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТИ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей
		Редакция: 1 Страница 6 из 18

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

20) **Проблемная ситуация** - явление, характеризующееся несоответствием функционирования потребностей развития КазНМУ.

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

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

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

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

25) **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.

26) **Оценка качества медицинской помощи** - оценка уровня соответствия оказываемой медицинской помощи стандартам оказания медицинской помощи;

27) **Экспертиза** – всестороннее изучение и анализ состояния процессов КазНМУ, условий и результатов деятельности.

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

Глава 4. Обозначения и сокращения

- 1) **ИСО** - Международная организация по стандартизации;
- 2) **СТ РК ИСО** - Государственный стандарт Республики Казахстан, принятый в соответствии с МС ИСО;
- 3) **РпК** - Руководство по качеству;
- 4) **ДПК** - Документированная процедура качества;
- 5) **СМК** - Система менеджмента качества;
- 6) **МС** - Международный стандарт;
- 7) **ИУП** - Индекс удовлетворенности потребителя;
- 8) **ПРК** - Представитель руководства по качеству;
- 9) **СМУП** - Система мониторинга удовлетворенности потребителей;
- 10) **ОСМК** - Отдел системы менеджмента качества;

Глава 5. Цель, задачи и принципы системы мониторинга удовлетворенности потребителей

4. Основная цель системы мониторинга удовлетворенности потребителей – улучшение показателей деятельности организации и измерение удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг КазНМУ в целом.



5. Оценка удовлетворенности потребителей способствует решению следующих задач:

- 1) обеспечения полноты объективных данных для анализа СМК и принятия обоснованных управленческих решений по улучшению;
- 2) повышения качества образовательных, научных, медицинских и иных услуг;
- 3) повышения степени взаимодействия между КазНМУ и потребителями услуг;
- 4) повышения рейтинга, имиджа КазНМУ у потенциальных стейкхолдеров;
- 5) демонстрации постоянного улучшения и соответствия КазНМУ требованиям потребителей, стремления предупредить и превосходить требования и ожидания стейкхолдеров (реальных, потенциальных, внешних и внутренних).

6. Мониторинг оценки удовлетворенности потребителей — это систематическая и регулярная комплексная процедура, ориентированная на отслеживание решения основной задачи КазНМУ по обеспечению и повышению качества образовательных, научных медицинских и иных услуг посредством системы взаимодействия КазНМУ с различными группами потребителей.

7. Мониторинг удовлетворенности потребителей позволяет:

- 1) определить, какие составляющие услуги имеют наибольшее значение для потребителей, чтобы сконцентрировать усилия по улучшению основных и вспомогательных процессов.
- 2) определить, какие составляющие сервиса, основного процесса, вспомогательных процессов находятся в зоне повышенной неудовлетворенности и соответственно требуют корректирующих усилий.

8. Решение намеченных задач требует построения системы мониторинга удовлетворенности потребителей и ее подсистем на следующих основных принципах:

- 1) нацеленность на совершенствование – использование данных мониторинга для повышения качества результатов процессов и видов деятельности;
- 2) ориентация на потребителя – принятие факта, что мнение потребителя деятельности относится к основным критерием ее качества;
- 3) инициативность – признание права отдельных подразделений и работников КазНМУ на инициацию и проведение собственных исследований по изучению удовлетворенности потребителей результатами их деятельности. Это признание прав должно также сопровождаться созданием условий, благоприятных для появления и распространения таких инициатив;
- 4) регулярность и преемственность – получение данных о динамике удовлетворенности потребителей за счет установления и неукоснительного соблюдения определенной периодичности проведения ИУП и сопоставимости их программ;
- 5) конфиденциальность – сохранение целостности информации, ограничение доступа и редактирования, защита от утечки сведений, которые не предназначены для общего пользования и несут различную ценность для обладателя.



Глава 6. Общие положения

9. Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей в НАО «КазНМУ им. С.Д. Асфендиярова» включает:

1) Процедуры мониторинга удовлетворенности внутренних потребителей - изучение мнения преподавателей, сотрудников и обучающихся о степени удовлетворенности своей работой и(или) учебой в КазНМУ;

2) Процедуры мониторинга удовлетворенности внешних потребителей - изучение мнения внешних потребителей о качестве предоставляемых услуг в области образования, науки и клинической деятельности.

10. Система мониторинга удовлетворенности потребителей (далее СМУП) включает следующие элементы:

1) деятельность по планированию и организации исследований удовлетворенности потребителей (далее - ИУП);

2) деятельность по разработке методического обеспечения ИУП;

3) деятельность по проведению ИУП;

4) деятельность по обработке полученных данных;

5) анализ полученных данных;

6) деятельность по информированию о результатах ИУП;

7) деятельность по использованию результатов ИУП для принятия решений по улучшению деятельности;

8) деятельность по информированию общественности о принятых решениях по повышению удовлетворенности потребителей.

11. В системе мониторинга удовлетворенности потребителей выделяются три относительно самостоятельных, находящихся в иерархическом подчинении, подсистемы:

1) СМУП на уровне КазНМУ – система мониторинга удовлетворенности потребителей деятельностью КазНМУ в целом;

2) СМУП на уровне структурного подразделения – система мониторинга удовлетворенности потребителей деятельностью отдельного структурного подразделения, входящего в область распространения СМК КазНМУ;

3) СМУП на уровне работника – система мониторинга удовлетворенности потребителей индивидуальной деятельностью работника подразделения, входящего в область распространения СМК КазНМУ.

12. На каждом уровне СМУП может носить либо комплексный характер, т.е. охватывать спектр процессов и видов деятельности, входящих в область распространения СМК КазНМУ, либо аспектный характер, т.е. охватывать лишь отдельные их составляющие по мере необходимости.

13. Мониторинг удовлетворенности потребителей может осуществляться посредством анализа претензий потребителей, анкетирования потребителей, личных интервью (face-to-face), опросов через Интернет (онлайн).

14. Мониторинг удовлетворенности следует проводить систематически для получения информации, подтверждающей (или опровергающей) целесообразность и успешность корпоративных программ по повышению качества образования и других

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей
		Редакция: 1 Страница 9 из 18

услуг предоставляемых КазНМУ. В большинстве случаев оптимальный интервал между исследованиями составляет 6-12 месяцев.

15. Индикаторами оценки удовлетворенности потребителей КазНМУ являются:

- 1) требования и ожидания внутренних и внешних потребителей;
- 2) качество и уровень знаний, навыков, умений, компетенций обучающихся;
- 3) качество и оснащенность учебно-методическими ресурсами;
- 4) качество профессорско-преподавательского и вспомогательного состава, уровень их профессионализма;
- 5) качество инфраструктуры;
- 6) профессиональные компетенции выпускников вуза;
- 7) качество совместных программ с зарубежными вузами и деятельности приглашенных профессоров, и преподавателей в рамках входящей академической мобильности;
- 8) качество инновационной и научной деятельности;
- 9) востребованность выпускников на рынке труда;
- 10) качество информационного обеспечения;
- 11) качество библиотечного обслуживания;
- 12) качество оказываемых медицинских услуг;
- 13) взаимодействие вуза с потребителями.

Глава 7. Руководство системой мониторинга, полномочия и распределение ответственности

16. В соответствии с реализацией принципа инициативности непосредственное руководство СМУП на каждом уровне осуществляет руководитель ответственного структурного подразделения:

- 1) на уровне КазНМУ - руководство СМУП осуществляет руководитель отдела системы менеджмента качества;
- 2) на уровне структурного подразделения - руководство СМУП осуществляет руководитель подразделения.

17. Координацию деятельности отдельных подразделений и работников по реализации СМУП осуществляет отдел системы менеджмента качества (далее – ОСМК) КазНМУ.

18. Руководитель СМУП того или иного уровня обязан:

- 1) при осуществлении ИУП пользоваться методическим руководством (Приложение 1);
- 2) своевременно представлять на рассмотрение вышестоящему руководству программу проведения ИУП (не позднее, чем за 2 недели до начала проведения исследования) с целью согласования программы проведения СМУП;
- 3) представлять отчет вышестоящему руководству при проведении исследования на уровне КазНМУ.

19. Оценку удовлетворенности потребителей проводят структурные подразделения НАО «КазНМУ им. С.Д. Асфендиярова» в соответствии с Приложением №2, в котором представлен примерный шаблон проведения



исследования удовлетворенности потребителя. Каждое СП разрабатывает свой список вопросов в соответствии со спецификой того или иного процесса.

20. Анкеты оценки удовлетворенности потребителей могут содержать вопросы различных областей оценки качества деятельности, представленные в таблицах №1, 2.

21. Оценку удовлетворенности потребителей проводят ответственные структурные подразделения на уровне структурного подразделения и на уровне КазНМУ, с периодичностью, указанной в таблицах № 1, 2.

22. Сведения по удовлетворенности потребителей основных процессов - представляют владельцы процессов в ОСМК в соответствии с периодичностью проведения опросов, указанных в таблице 1, 2.

23. Результаты анализа удовлетворенности всех стейкхолдеров деятельностью КазНМУ в целом, представляются ОСМК на заседании Совета по качеству, с той же периодичностью, указанной в таблицах 1, 2.

Таблица 1 – Распределение ответственности и периодичности при проведении мониторинга по оценке удовлетворенности потребителей на уровне структурного подразделения

№	Область оценки	Ответственный исполнитель	Периодичность проведения
1	2	3	4
1	Оценка удовлетворенности обучающихся (бакалавров, докторантов, магистрантов, интернов, резидентов) качеством преподавания, оснащения учебно-методическими ресурсами; аудиториями, лабораториями, симуляционным центром, информационными технологиями, обеспечением интернета и пр., общая оценка качества обучения	Деканы и(или) руководитель ДАР Зав. кафедрой, руководитель лаборатории, руководитель симуляционного центра	2 раза в год после прохождения каждой дисциплины ОП *
2	Оценка удовлетворенности слушателей образовательных программ дополнительного профессионального образования	Структурные подразделения, проводящие дополнительное профессиональное образование	после прохождения каждого цикла повышения квалификации, сертификационного курса*
3	Оценка качества научного процесса: ППС и обучающиеся (по отдельности) вовлеченные в научные проекты и исследования	НИИФПМ им. Б.Атчабарова	2 раза в год
4	Оценка качества клинического процесса (анкетирование обучающихся, врачей-клиницистов и резидентов)	Департамент по клинической работе	2 раза в год
5	Оценка эффективности деятельности зарубежных специалистов (визитинг-	Управление международного сотрудничества	2 раза в год

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»		
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей	Редакция: 1 Страница 11 из 18

	профессоров) и преподавателей в рамках входящей академической мобильности		
6	Оценка удовлетворенности обучающихся воспитательной и социальной работой	ДСВР	2 раза в год по каждому виду работ

*Примечание – анкетирование проводится после завершения изучения дисциплины, ОП, объем выборки – от 80% и более % от общего количества обучающихся/слушателей.

Таблица 2 – Распределение ответственности и периодичности при проведении мониторинга по оценке удовлетворенности потребителей на уровне КазНМУ

№	Область оценки	Ответственный исполнитель	Периодичность проведения
1	2	3	4
1	Оценка удовлетворенности обучающихся (бакалавров, докторантов, магистрантов, интернов, резидентов) качеством преподавания, оснащения учебно-методическими ресурсами; аудиториями, лабораториями, симуляционным центром, информационными технологиями, обеспечением Интернета и пр., общая оценка качества обучения	Отдел академического качества	2 раза в год и в случае необходимости
2	Оценка удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускников	Центр карьеры выпускников	Не менее 1 раза в год
3	Оценка удовлетворенности обучающихся уровнем организации социальной, воспитательной и внеучебной работы в КазНМУ	ДСВР	2 раза в год
4	Оценка удовлетворенности научных сотрудников и ППС научной и инновационной деятельностью КазНМУ	ДН	2раза в год
5	Оценка качества клинической деятельности	Департамент по клинической работе	2 раза в год
6	Оценка удовлетворенности преподавателей (ППС), сотрудников (АУП) деятельностью КазНМУ	ОСМК	1 раз в год
7	Оценка эффективности деятельности зарубежных специалистов (визитинг-профессоров) и преподавателей в рамках входящей академической мобильности	Управление международного сотрудничества	2 раза в год

Глава 8. Описание процедуры

24. Планирование, определение работ по оценке удовлетворенности потребителей.

25. 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

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей

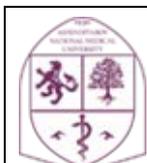
доступных сайтах интернет ресурсов (пример: <https://allcalc.ru/node/100>) с помощью электронных калькуляторов выборки:

- 1) Вводится значение доверительной вероятности – 95%;
- 2) Доверительный интервал (погрешность) - 5%;
- 3) Объем генеральной совокупности;
- 4) Рассчитать объем выборки.

26. Определение источников информации. Выбор оптимальной формы опроса (бумажное/ электронное анкетирование), предоставление платформы для его проведения.

- 1) Администрирование процесса проведения опроса. Получение информации по потребителям (анкетирование).
- 2) Обработка результатов – систематизация и анализ полученной информации.
- 3) Составление отчета. Определение балльной оценки, процента удовлетворенности потребителя;
- 4) Построение гистограмм по каждому критерию индекса удовлетворенности потребителей;
- 5) Анализ и сравнительную динамику;
- 6) Предложения по улучшению и корректирующие действия деятельности.

Шаблон процедуры проведения анкетирования – Приложение 2.



Приложение 1

Утверждаю

наименование должности
руководителя с/п

_____Расшифровка подписи

Подпись

«__» _____ 202__ г.

Примерная программа проведения исследования удовлетворенности потребителей результатами деятельности _____

указать: КазНМУ или название подразделения, или ФИО работника

Сроки: _____

1. Пояснительная записка

1.1. Цель исследования

1.2. Объект исследования

указать, какая категория потребителей подлежит изучению

1.3. Примерный шаблон анкеты

№	Аспект удовлетворенности	Вопросы	Шкала оценки	Примечания
1	Качество преподавания	Насколько вы удовлетворены качеством преподавания на ваших курсах?	1 (очень неудовлетворен) – 5 (очень удовлетворен)	Оцените каждого преподавателя
2	Учебные материалы	Насколько вам удобны и полезны предоставленные учебные материалы?	1 (очень неудовлетворен) – 5 (очень удовлетворен)	Учебники, пособия, лекционные материалы
3	Организация учебного процесса	Как вы оцениваете организацию учебного процесса (расписание,	1 (очень неудовлетворен) – 5 (очень удовлетворен)	Расписание, доступ к материалам

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей
		Редакция: 1 Страница 14 из 18

		доступность материалов)		
--	--	-------------------------	--	--

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: «генеральная», если опрашиваются все потребители; указать: «выборочная», если опрашиваются не все потребители, описать какая доля и как отобранные потребители будут опрошены)

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:

- 1) Введение
- 2) Цель исследования;
- 3) Объект исследования;
- 4) Сроки проведения;
- 5) Общая характеристика выборки респондентов;
- 6) Основные результаты исследования.



Приложение 2

Шаблон процедуры проведения анкетирования:

1. Цель и область применения

Процедура проведения анкетирования предназначена для получения обратной связи от студентов, преподавателей, сотрудников и пациентов медицинского вуза с целью оценки качества предоставляемых услуг и выявления направлений для их улучшения.

2. Ответственные лица

1) **Координатор анкетирования:** Ответственный за организацию и проведение анкетирования.

2) **Ответственные за подразделения:** Лица, назначенные для сбора и обработки анкет в своих подразделениях.

3) **Аналитическая группа:** Ответственная за анализ результатов анкетирования и подготовку отчетов.

3. Процесс проведения анкетирования

3.1. Планирование

1) **Определение целей и задач анкетирования:** Цели должны быть четко сформулированы, например, оценка удовлетворенности учебным процессом, клиническими услугами и т.д.

2) **Разработка анкет:** Подготовка анкетных вопросов, охватывающих ключевые аспекты удовлетворенности (качество преподавания, условия в клиниках, административные услуги и т.д.).

3) **Выбор целевой аудитории:** Определение группы респондентов (студенты, преподаватели, сотрудники, пациенты).

4) **Определение сроков анкетирования:** Установление конкретных сроков для проведения анкетирования и анализа результатов.

3.2. Организация анкетирования

1) **Уведомление участников:** Разослать уведомления целевой аудитории о предстоящем анкетировании, его целях и важности участия.

2) **Распространение анкет:** Размещение анкет в электронном виде (через e-mail, внутренний портал) или печатных копий (в местах общего пользования, на ресепшенах).

3.3. Сбор анкет

1) **Сбор заполненных анкет:** Обеспечить возможность для респондентов анонимно заполнять и сдавать анкеты.

2) **Проверка полноты заполнения:** Убедиться, что все вопросы анкеты заполнены корректно.

	«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.АСФЕНДИЯРОВА»	
	Отдел системы менеджмента качества	Документированная процедура оценки удовлетворенности потребителей
		Редакция: 1 Страница 16 из 18

3.4. Анализ данных

1) **Ввод данных:** Ввести данные из анкет в электронную таблицу или специализированное ПО для обработки данных.

2) **Обработка данных:** Провести статистический анализ данных, включая расчет средних оценок, выявление тенденций и значимых отклонений.

3) **Подготовка отчетов:** Составить отчеты с результатами анализа, включая графики, диаграммы и таблицы.

3.5. Действия по результатам

1) **Презентация результатов:** Представить результаты анкетирования на заседании Совета по качеству и заинтересованным подразделениям.

2) **Разработка корректирующих мероприятий:** На основе результатов анкетирования разработать и утвердить план действий по улучшению качества предоставляемых услуг.

3) **Мониторинг выполнения:** Контролировать выполнение корректирующих мероприятий и повторно анкетировать для оценки их эффективности.

4. Контроль и документирование

1) **Хранение данных:** Все данные анкетирования и результаты анализа должны храниться в электронном архиве не менее 5 лет.

2) **Отчеты:** Ежегодно подготавливать отчет по результатам анкетирования для Совета по качеству.

5. Заключительные положения

1) Процедура подлежит пересмотру и обновлению не реже одного раза в два года.

2) Ответственные лица должны быть ознакомлены с процедурой и следовать установленным требованиям.

Заключение: Процедура проведения анкетирования позволяет систематизировать процесс сбора и анализа данных об удовлетворенности потребителей, что способствует повышению качества предоставляемых услуг и улучшению деятельности медицинского вуза в целом.



Лист регистрации изменений

Изд №	Цель	Изменения	Дата	Ответственный	Утверждающий
1	Издан для использования	Заменены ФИО предыдущих руководителей на действующих согласно новой орг. структуры и штатного расписания	13.02.2024	Жангирбаев М.Т.	Правление
2	Пересмотр / Продление действия	Гл.3 Термины и определения. Удалены п.п. 2, 4, 18, 19, 20, 22, 33, 34, 37, как дублирующие. 1) заменили дефиницию термина "Анкета" 2) 10) добавили термин "Качество медицинских услуг" 3) 32) добавили термин "оценка качества медицинской помощи" 4) 35) расширили охват термина Экспертиза, не ограничиваясь лишь процессом образования Гл. 7. п.19. Перефразировали п. 22. Конкретизировали требование п. 23. Конкретизировали требование таблица 1, колонка 1 перефразировали предложение таблица 2, колонка 1 перефразировали предложение Гл. 8. добавили новое приложение "шаблон процедуры проведения анкетирования" предыдущую информацию на стр. 14 удалили как дублирующую Приложение 2	28.06.2024	Жангирбаев М.Т.	Правление

