



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО РЫБОЛОВСТВУ
«Владивостокский морской рыбопромышленный колледж»

Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования

«Дальневосточный государственный технический
рыбохозяйственный Колледж»

(«ВМРК» ФГБОУ ВО «ДАЛЬРЫБВТУЗ»)

УТВЕРЖДЕНО

Советом колледжа «ВМРК»

ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз»

от «16» апреля 2022 г.

протокол № 4

Председатель Совета

 Пак



ДОКУМЕНТИРОВАННАЯ ПРОЦЕДУРА

МОНИТОРИНГ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ДП-2.1-01-2022

Контролируемые экземпляры – 2
Экземпляр №

Владивосток
2022

ПРЕДИСЛОВИЕ

1 РАЗРАБОТАНА специалистом службы качества «ВМРК» ФГБОУ ВО «ДАЛЬРЫБВТУЗ».

2 УТВЕРЖДЕНА Советом Колледжа протокол № 4, от «16» Апреля 2019 г.

3 ВВЕДЕНА В ДЕЙСТВИЕ приказом начальника колледжа № 38-0 от «27» Апреля 20 22 г.

4 ВЗАМЕН ДП-2.1-01-2019 «Мониторинг удовлетворенности потребителей».

СОДЕРЖАНИЕ

1 НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ	4
2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ.....	4
3 ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	4
4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	5
5 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ	7
6 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ МОНИТОРИНГА, ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ	8
7 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОЛНОМОЧИЯ	9
ЛИСТ ОЗНАКОМЛЕНИЯ.....	10
ЛИСТ УЧЁТА ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПРОВЕРОК	12
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	12

1 НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1 Настоящая документированная процедура (далее—Процедура) устанавливает единые цели, задачи, последовательность и основные требования к организации и проведению исследования удовлетворенности потребителей «Владивостокский морской рыбопромышленный колледж» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный Университет» (далее – Колледж или «ВМРК» ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз») качеством образовательного процесса.

1.2 Требования настоящей документированной процедуры распространяются на все структурные подразделения Колледжа, принимающие участие в организации и проведении мониторинга.

2 НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящей процедуре использованы ссылки на следующие документы:

- МС ИСО 9000:2015 (ГОСТ Р ИСО 9000-2015) Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь;
- МС ISO 9001:2015 (ГОСТ Р ИСО 9001-2015) Системы менеджмента качества. Требования;
- Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- Устав «ВМРК» ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз»;
- РК–05–2022 Руководство по качеству «ВМРК» ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз».

3 ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В настоящей процедуре применены следующие термины с соответствующими определениями, а также обозначения и сокращения:

Анкетирование – метод социологического исследования, предполагающий самостоятельное заполнение анкеты респондентами.

Анкета – средство получения первичной социологической и социально-психологической информации, оформляемое в виде набора вопросов, логически связанных с центральной задачей исследования.

Мониторинг – специально организованное систематическое исследование, осуществляемое в форме наблюдения за состоянием процессов (объектов, явлений) с целью их оценки, контроля, прогноза.

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.

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

Потребитель – организация или лицо, получающие продукцию.
Примечание: В вузе: внешние потребители – работодатели, заказчики, родители,

Министерство образования и науки РФ, общество в целом и др.; внутренние потребители – обучаемые (студенты, аспиранты, слушатели), подразделения вуза, его преподаватели и сотрудники.

Респондент – лицо, отвечающее на вопросы анкеты.

СП – структурное подразделение Колледжа (управление, институт, кафедра, отдел, служба и т.п.)

СК – служба качества

Удовлетворенность потребителя – восприятие потребителем степени выполнения его требований.

«ВМРК» ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз» – Колледж –Владивостокский морской рыбопромышленный колледж федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный Колледж».

4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1 Колледж должен отслеживать информацию об удовлетворенности (или неудовлетворенности) своих потребителей. Такой мониторинг рассматривается как один из важнейших источников информации для оценки работы СМК, ее результативности и эффективности.

4.2 Потребителями образовательных услуг Колледжа являются: абитуриенты, обучающиеся, выпускники, слушатели курсов дополнительного профессионального образования, родители (законные представители) и члены семей абитуриентов и студентов; предприятия-работодатели; государство и общество.

4.3 Информация об удовлетворённости потребителей, получается посредством:

- анализа соответствия законодательным и обязательным требованиям (например, доля аккредитованных программ, соблюдение сроков прохождения лицензирования и аккредитации)

- анализа оттока студентов;

- анализа трудоустройства выпускников;

- анализа жалоб и претензий, ответов на обращения потребителей;

- анализа откликов в СМИ и на сайте Колледжа;

- анализа мнений сотрудников Колледжа;
- анкетного опроса.

4.4 Представитель руководства по качеству, руководители структурных подразделений обеспечивают проведение оценки удовлетворенности, потребностей и ожиданий заинтересованных сторон, проводят анализ результатов мониторинга с целью принятия соответствующих корректирующих и предупреждающих действий по повышению удовлетворенности внешних и внутренних потребителей.

4.5 Показатели, источники информации, формы сбора и представления информации, категории участников мониторинга удовлетворенности потребителей, определяются и устанавливаются заинтересованными руководителями СП.

4.6 Основным методом изучения удовлетворенности потребителей является анкетирование.

Анкетирование проводится по мере возникновения необходимости оценки удовлетворенности основных групп потребителей деятельностью Колледжа в целом или отдельными ее аспектами, но не реже одного раза в год в бланковом или электронном виде.

Методика проведения анкетного опроса предусматривает постановку цели исследования, разработку анкеты, подбор сотрудников для проведения исследований, проведение инструктажа сотрудников по проведению анкетирования, проведение анкетирования каждой группы потребителей по разработанным анкетным листам, обработку результатов и составление отчета о проведенных исследованиях.

К организации и проведению мониторинга могут привлекаться специалисты по УМР, специалисты конкретных практических сфер деятельности, преподаватели, студенты, слушатели и др.

Для каждого исследования определяются критерии оценки – факторы удовлетворенности, составляется анкета и программа её обработки, а также формы отчетов. Участие в исследовании является свободным и добровольным, никто не может быть принужден к выражению своего мнения или отказу от него, проведение исследования осуществляется на анонимной основе.

4.7 В качестве респондентов в анкетировании могут принимать участие:

- обучающиеся по всем реализуемым в Колледже образовательным программам и всем формам обучения;
- преподаватели и сотрудники;
- родители (законные представители) обучающихся;
- абитуриенты;
- выпускники Колледжа;
- представители работодателей и общественных организаций.

4.8 Предметом мониторинга могут являться:

- оценка различных аспектов качества работы преподавателей Колледжа;
- оценка качества подготовки студентов и получаемого ими образования;
- оценка качества образовательных программ;

- оценка возможностей участия обучающихся в воспитательной и внеучебной деятельности Колледжа;
- оценка обучающимися Колледжа материальных, бытовых и организационных условий обучения;
- оценка сотрудниками Колледжа условий труда;
- наличие качественного доступа к специализированным базам данных и информационной инфраструктуре;
- прочие аспекты организации деятельности Колледжа, оказывающие влияние на качество оказываемых основных услуг.

4.9 Первичные данные результатов анкетирования (заполненные бланки анкет и/или электронные базы данных ответов анкетиртуемых) хранятся в подразделении, ответственном за проведение анкетирования, не менее 1 года. Отчеты, сформированные после количественной и качественной обработки первичных данных анкетирования, хранятся в структурных подразделениях Колледжа не менее 3 лет.

4.10 Координацию работ по организации анкетирования через Web-интерфейс, разработку Web-интерфейса и первичную автоматизированную обработку анкет осуществляет отдел информатизации Колледжа.

4.11 Индикаторами оценки удовлетворенности потребителей являются: требования и ожидания потребителей; качество и уровень знаний, навыков, умений обучающихся; учебно-методический ресурс; качество преподавательского и вспомогательного состава; качество инфраструктуры; учебная, внеучебная, инновационная деятельность; конкурентоспособность, востребованность выпускников на рынке труда; взаимодействие Колледжа с потребителями.

4.12 Основными требованиями при анкетировании являются:

- соответствие содержания анкет целям и задачам Колледжа;
- анонимность участия;
- системность и последовательность процедур анкетирования;
- использование стандартизированных процедур и критериев опроса;
- преемственность;
- информативность.

4.13 Данные, полученные в ходе анкетирования, могут публиковаться с разрешения руководства с соблюдением условия анонимности.

5 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

5.1 Цель мониторинга удовлетворенности потребителей – получение объективных достоверных данных о степени удовлетворенности потребителей качеством процессов и продукции (услуг) Колледжа, а также получение сведений о восприятии потребителями соответствия качества процессов и продукции (услуг) установленным требованиям.

5.2 Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- формирование механизма единой системы сбора, обработки и хранения информации о степени удовлетворенности потребителей качеством процессов и продукции (услуг) Колледжа;
- координация деятельности всех участников мониторинга;
- своевременное выявление несоответствий (на основе анализа поступивших претензий) и составление планов их коррекции;
- выявление факторов, действующих на степень удовлетворенности, а также принятие мер по устранению отрицательных последствий;
- построение внутренней системы рейтинговой оценки степени удовлетворенности потребителей качеством процессов и продукции (услуг) Колледжа;
- формулирование на основе анализа полученных данных основных стратегических направлений деятельности по увеличению степени удовлетворенности потребителей.

6 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ МОНИТОРИНГА, ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

6.1 Оценка удовлетворенности потребителей состоит из следующих 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 работы Колледжа по результатам анкетирования;
- сопоставление ожиданий и фактической удовлетворенности потребителей;
- обработка и анализ результатов оценки;
- формирование планов корректирующих и предупреждающих мероприятий для улучшения качества услуг.

6.2 Инициатором мониторинговых исследований могут выступать начальник колледжа, заместитель начальника колледжа по УВР, а также руководители иных заинтересованных подразделений Колледжа.

6.3 Анкетирование студентов, курсантов и сотрудников Колледжа организует и проводит специалист службы качества.

6.3.1 Центр трудоустройства выпускников и профессиональной подготовки организует и проводит анкетирование слушателей ДПО и ПО, а также представителей профессиональных сообществ и работодателей по оценке качества образования.

6.3.2 Учебно-тренажерный центр «ВМРК» ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз» (далее УТЦ) организывает и проводит анкетирование слушателей по программам УТЦ.

6.3.3 Отборочная (приемная) комиссия Колледжа организывает и проводит анкетирование абитуриентов и их родителей (законных представителей) по оценке восприятия имиджа бренда Колледжа.

6.3.4 Отдел кадров организывает и проводит анкетирование по оценке удовлетворенности сотрудников Колледжа.

6.3.5 Учебные отделения совместно с сектором практики организывают и проводят анкетирование обучающихся по вопросам оценки практики.

6.4 Лицо, назначенное ответственным за проведение анкетирования, готовит анкету и методику обработки результатов анкетирования.

При проведении опроса применяются различные виды анкет. Тематические блоки, содержание и формулировки вопросов, включенных в анкеты, определяются руководителями заинтересованных СП и утверждаются заместителем начальника колледжа по учебно-воспитательной работе.

При проведении анкетирования через Web-интерфейс цель анкетирования, порядок анкетирования и просьба об ответственном отношении к процедуре размещается на первой странице анкеты.

6.5 Анкетирование сопровождается разъяснением его целей, содержания вопросов и способа организации в рамках учебного процесса, а также демонстрацией форм анкет, которые будут применяться при опросе.

Анкета заполняется анонимно и самостоятельно. Ответы даются в соответствии с инструкцией по заполнению анкеты.

После проведения анкетирования результаты обрабатываются в соответствии с утвержденной методикой и на их основе формируется отчет с выводами и рекомендациями, отражающими удовлетворенность потребителей результатами процессов.

Результаты анализа удовлетворенности, представленные в отчете, являются входными данными для анализа со стороны руководства и доводятся до всех заинтересованных лиц.

6.6 Информация, полученная в результате проведения мониторинговых исследований предназначена для внутреннего использования. Порядок использования полученной информации определяется руководством.

6.7 Порядок использования результатов исследования вне Колледжа, содержание и объем представляемой информации, публикация результатов, а также их передача в СМИ, определяется руководством.

7 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОЛНОМОЧИЯ

Ответственность за выполнение требований настоящей Процедуры возложена на представителя руководства по качеству, специалиста СК, заведующих отделениями, руководителей структурных подразделений.

РАЗРАБОТАНО:

Специалист СК



Слободюк Е.Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Представитель руководства по качеству-
заместитель начальника колледжа по УВР



Рубанова Г.Л.

Начальник отдела кадров



Санарова Л.В.

ЛИСТ УЧЁТА ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПРОВЕРОК

Дата проверки	ФИО и должность лица, выполнившего периодическую проверку	Результаты проверки	Подпись лица, выполнившего проверку

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ изменения	Номер листа (страницы)				Основание для внесения изменений	Подпись	Расшифровка подписи	Дата введения изменения
	Измененных	Замененных	Новых	Аннулированных				

Пронумеровано прошиито

Скредлено печатљо

На 12 листах

Началник «ВМРК

ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз»

Л.М. Пак

