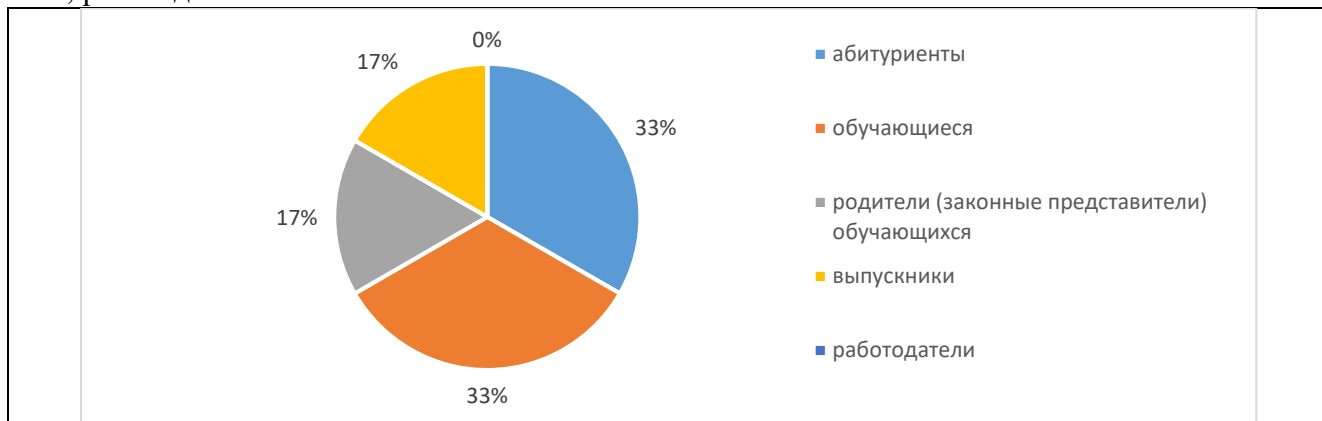


Результаты анкетирования
по оценке потребителями качества условий и организации образовательного процесса
Казанского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
(2025 год)

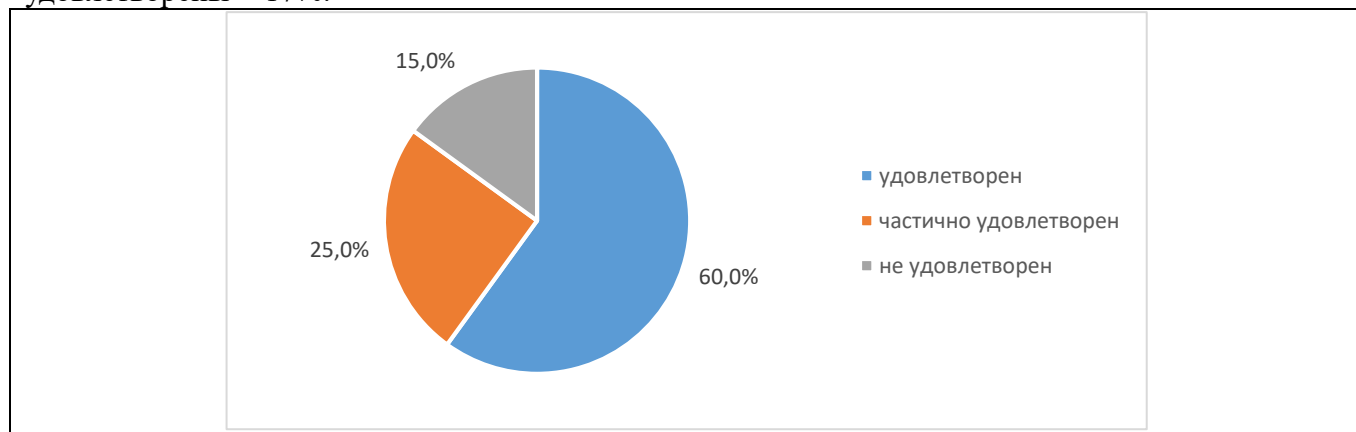
В 2025 году в Российском университете кооперации в рамках реализации внутренней системы оценки качества образования было проведено анкетирование потребителей с целью оценки их удовлетворённости качества условий и организации образовательного процесса.

В результате анкетирования были получены следующие данные:

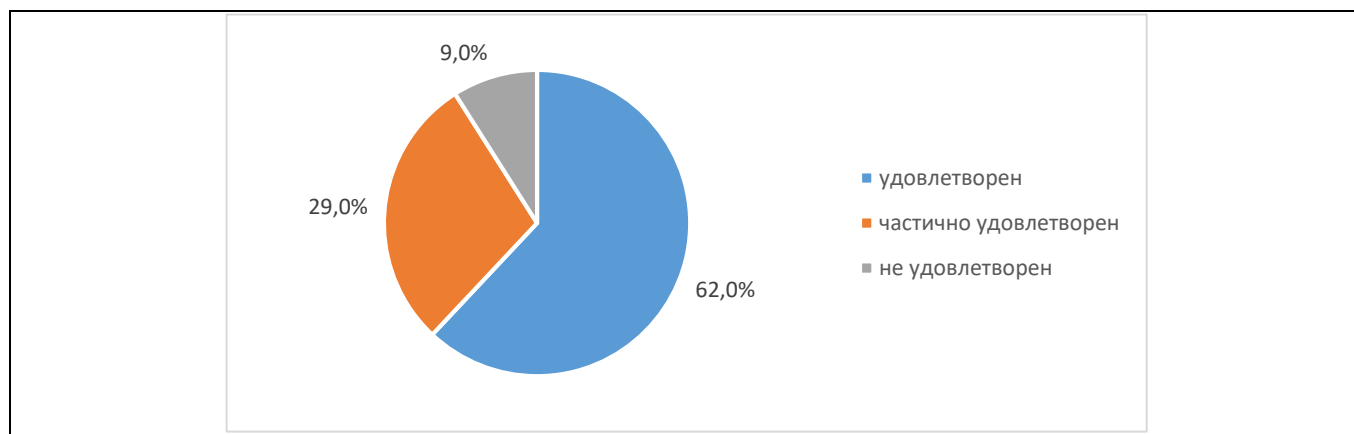
1. Из общего числа респондентов в анкетировании приняли участие: абитуриенты – 33%; обучающиеся – 33%; родители (законные представители) обучающихся – 17%; выпускники – 17%; работодатели – 0%:



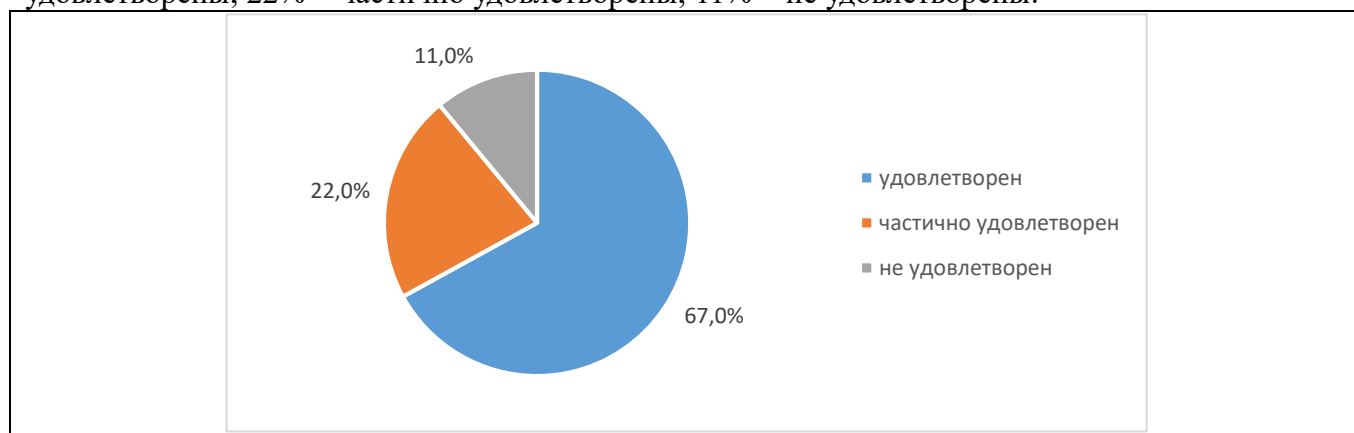
2. Оцените удовлетворённость потребителей открытостью, полнотой и доступностью информации о деятельности Университета, размещенной на сайте и информационных стендах в помещениях Университета: удовлетворены – 60%; частично удовлетворены – 25%; не удовлетворены – 17%:



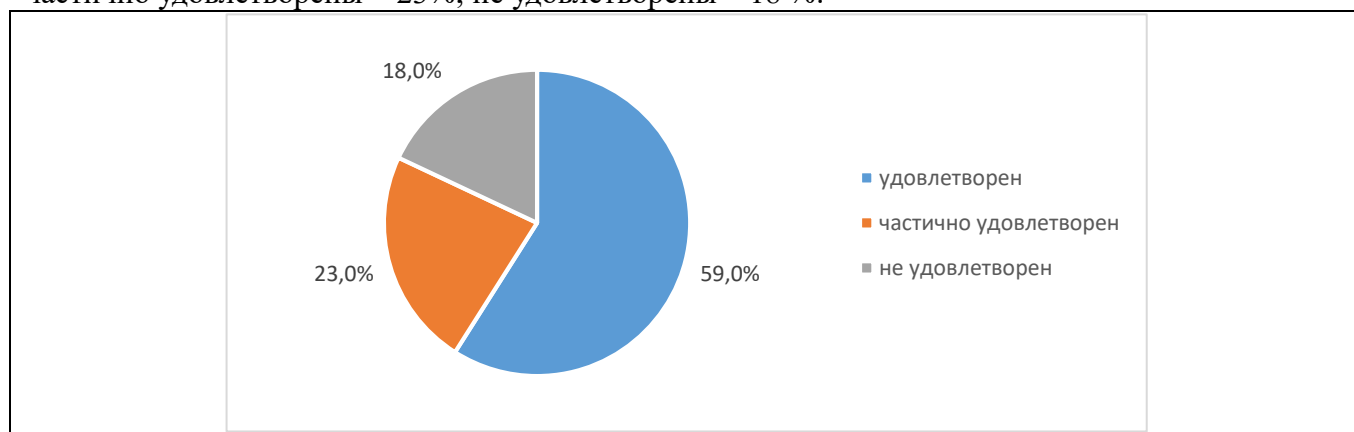
3. Оценка удовлетворённости потребителей комфортностью средой пребывания в Университете (наличие зоны отдыха (ожидания); наличие и понятность навигации внутри учебного корпуса; наличие и доступность питьевой воды; наличие и доступность санитарно-гигиенических помещений; санитарное состояние помещений организации; транспортная доступность) показала: 62 % потребителей удовлетворены; 29% – частично удовлетворены; 9 % – не удовлетворены:



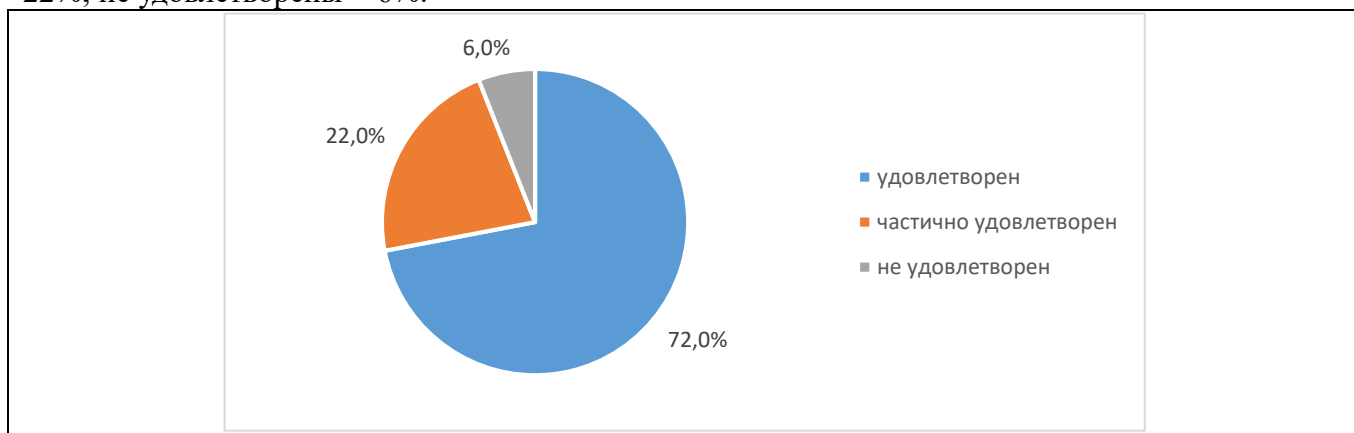
4. Оценка удовлетворённости потребителей оборудованием помещений Университета и прилегающей к нему территории с учетом доступности для лиц с ограниченными возможностями (оборудование входных групп пандусами (подъемными платформами), наличие кнопки вызова персонала; наличие адаптированных лифтов, поручней, расширенных дверных проемов; наличие сменных кресел-колясок; наличие визуальной предупредительной информации о направлении движения и препятствиях, тактильной схемы движения, обозначенной контрастной маркировкой; наличие специально оборудованных санитарно-гигиенических помещений): : 67% потребителей удовлетворены; 22% – частично удовлетворены; 11% – не удовлетворены:



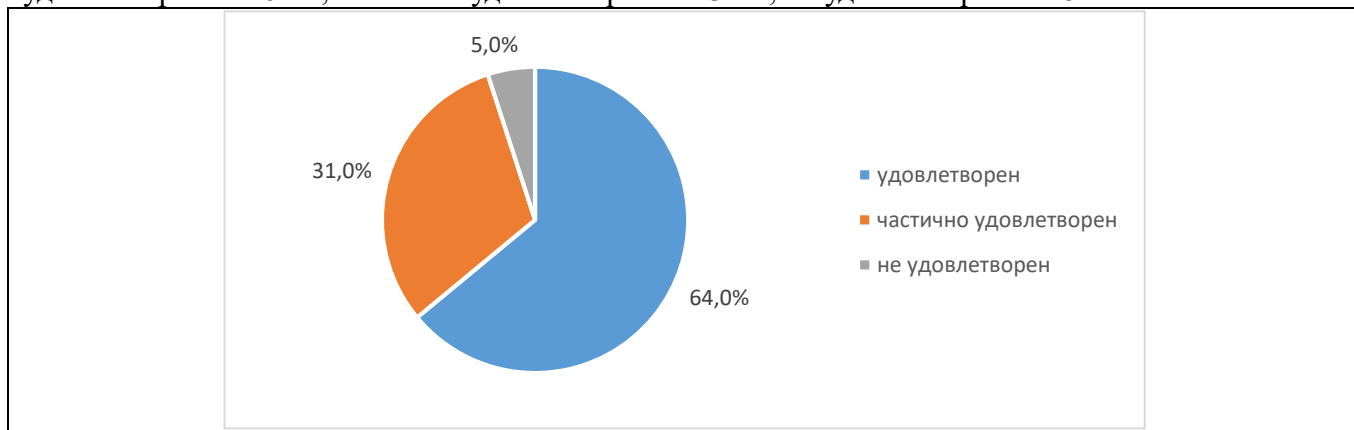
5. Оценка удовлетворённости потребителей условиями доступности в Университете, позволяющими лицам с ограниченными возможностями получать образование наравне с другими (наличие вывески и информации на табличках перед входом в учебные аудитории продублированной рельефно-точечным шрифтом Брайля; дублирование звуковой и зрительной информации; наличие альтернативной версии сайта для слабовидящих; помощь, оказываемая работниками Университета лицам с ограниченными возможностями): удовлетворены – 59%; частично удовлетворены – 23%; не удовлетворены – 18 %:



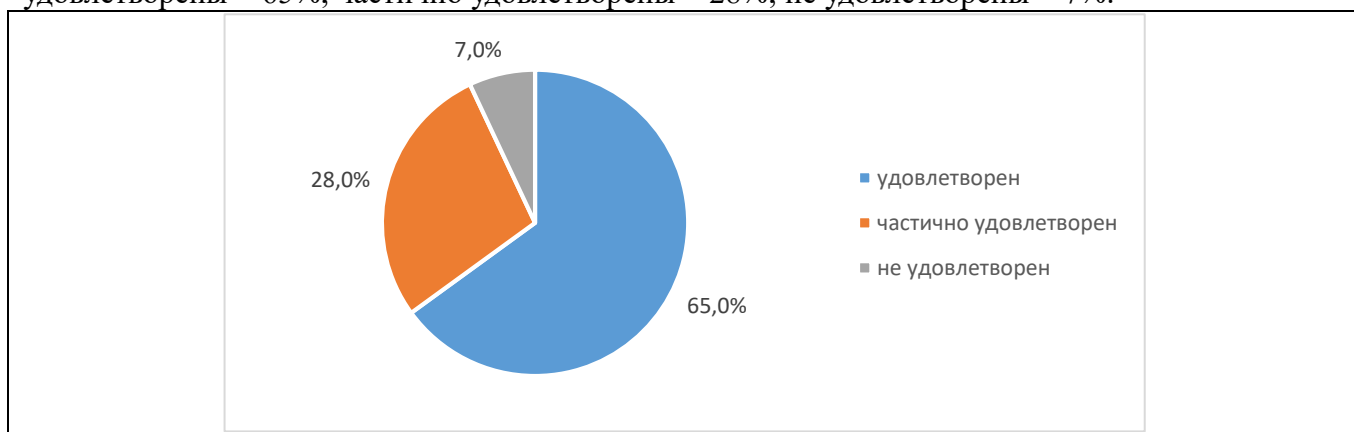
6. Оценка удовлетворённости потребителей доброжелательностью, вежливостью работников Университета, обеспечивающих первичный контакт и информирование при непосредственном обращении в Университет (работники приемной комиссии, секретари руководителей, сотрудники деканатов и т. п.): удовлетворены – 72%; частично удовлетворены – 22%; не удовлетворены – 6%:



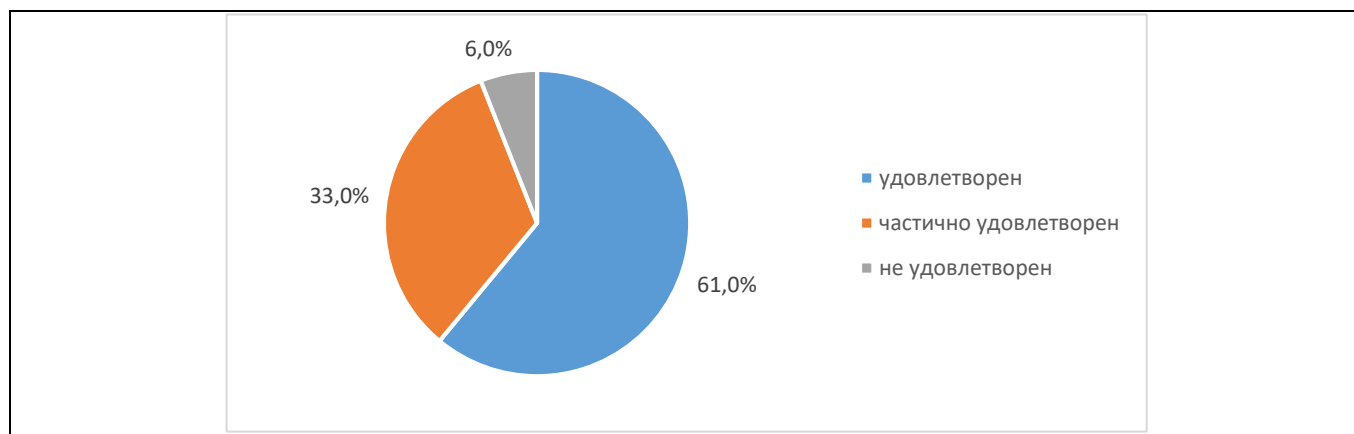
7. Оцените удовлетворённости потребителей доброжелательностью, вежливостью работников организации при использовании дистанционных форм взаимодействия: удовлетворены – 64%; частично удовлетворены – 31%; не удовлетворены – 5%:



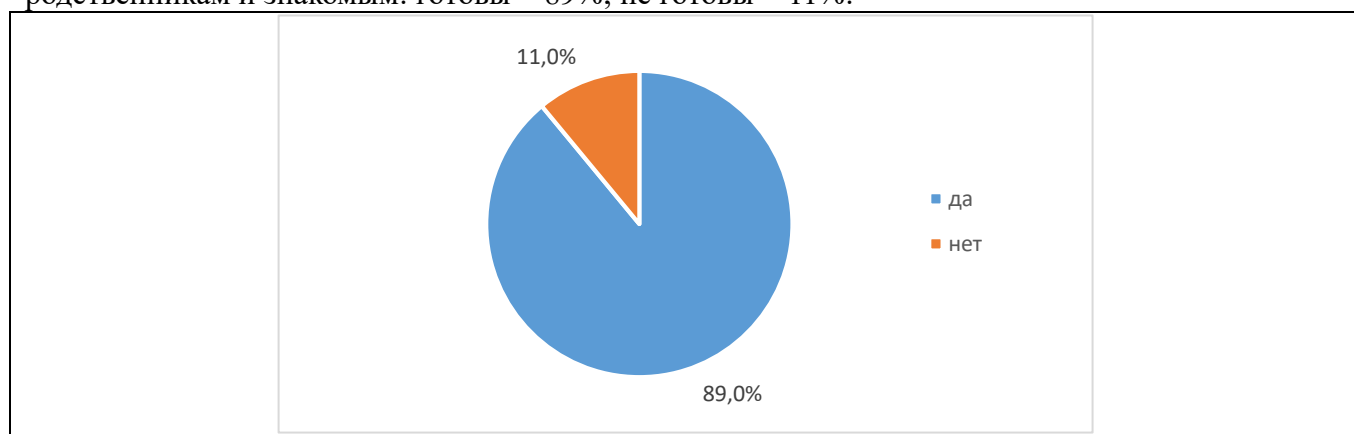
8. Оценка доброжелательности, вежливости преподавателей, которые ведут занятия: удовлетворены – 65%; частично удовлетворены – 28%; не удовлетворены – 7%:



9. Оценка удовлетворённости потребителей организационными условиями получения образования в Университете (организация питания; спортивные залы, площадки; места общественного пользования (коридоры, туалеты, лестницы и т.д.): 61% обучающихся удовлетворены; 33% – частично удовлетворены; 6% – не удовлетворены:



10. Оценка готовности потребителей рекомендовать обучение в Университете родственникам и знакомым: готовы – 89%; не готовы – 11%:



По результатам проведенного в феврале 2024 года анкетирования можно сделать следующие **выводы**:

1. В целом прослеживается положительное восприятие качеством удовлетворенности образовательным процессом подавляющим большинством потребителей.
2. Потребители удовлетворены условиями доступности в Университете, позволяющими лицам с ограниченными возможностями получать образование наравне с другими.
3. Потребители готовы рекомендовать обучение в Университете родственникам и знакомым.

Предложения по улучшению качества образования по данной образовательной программе:

1. Продолжить создавать условия для совершенствования среды для получения образования.
2. Повысить качество образовательного процесса через освоение и применение современных инновационных технологий.

Результаты проведенного анкетирования обучающихся будут использованы для совершенствования качества образования и выработке дальнейших предложений и мероприятий по улучшению качества и условий обучения в Казанском кооперативном институте (филиале) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российского университета кооперации».