

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ  
«КІЦМАНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішенням педагогічної ради

ВСП «КФК ЗВО «ПДУ»

від «29» 02 2024 р. протокол № 5

Введено в дію наказом в.о. директора

ВСП «КФК ЗВО «ПДУ»

від «02» 03 2024 р. № 31-з

В.о. директора

Іван БІЛЯР



**ПОЛОЖЕННЯ ПРО ПРОВЕДЕННЯ ОПИТУВАНЬ  
ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ  
ЩОДО ЯКОСТІ ОСВІТИ ТА ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
У ВІДОКРЕМЛЕНОМУ СТРУКТУРНОМУ ПІДРОЗДІЛІ  
«КІЦМАНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

м. Кіцмань

2024 рік

## I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. «Положення про опитування зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів щодо якості освіти та освітньої діяльності у Відокремленому структурному підрозділі «Кіцманський фаховий коледж закладу вищої освіти «Подільський державний університет» (далі – Положення) є нормативним документом, що регламентує процедуру проведення опитувань учасників освітнього процесу та зовнішніх стейкхолдерів у Відокремленому структурному підрозділі «Кіцманський фаховий коледж закладу вищої освіти «Подільський державний університет» (далі – Коледж) .

1.2. Положення розроблене відповідно до Законів України «Про освіту» від 5 вересня 2017 року № 2145-VIII, «Про фахову передвищу освіту» від 6 червня 2019 року № 2745-VIII, «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 року № 2297-VI.

1.3. Опитування у Коледжі проводяться з метою дослідження думок та поглядів внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів щодо освітніх й управлінських процесів Коледжу, а також оцінки якості надання освітніх послуг та забезпечення зворотного зв'язку з усіма зацікавленими сторонами.

1.4. У цьому Положенні терміни вживаються у такому значенні:

1) анкета – оформлений у паперовій або електронній формі перелік запитань з варіантами відповідей на них;

2) анкетування – метод отримання інформації шляхом відповідей респондентів на запитання попередньо підготовлених анкет;

3) звіт – узагальнена форма висновків за результатами опитування;

4) опитування – метод збору інформації про досліджуваний об'єкт під час безпосереднього (бесіда, інтерв'ю) чи опосередкованого (анкетування) спілкування дослідника та респондента через реєстрацію відповідей респондентів на сформульовані запитання;

5) інтерв'ю – метод збору інформації, що ґрунтується на вербальній соціально-психологічній взаємодії між інтерв'юером і респондентом з метою одержання даних, які цікавлять дослідника;

б) респондент – учасник опитування, який виступає в ролі джерела первинної інформації про явища і процеси, що досліджуються.

1.5. Проведення опитувань передбачає аналіз результатів опитувань, вироблення рекомендацій та їх врахування для подальшого удосконалення організації освітнього процесу в Коледжі.

1.6. Регулярні опитування є складовою моніторингу системи внутрішнього забезпечення якості освіти Коледжу.

1.7. Опитування в Коледжі проводяться регулярно та систематично на засадах добровільності, анонімності (якщо інше не передбачене метою опитування), конфіденційності.

## **II. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПРОВЕДЕННЯ ОПИТУВАНЬ**

2.1. Основними принципами проведення опитування є:

1) репрезентативність – полягає в залученні учасників, що забезпечує отримання найбільш правдивого результату;

2) добровільність – полягає в тому, що ніхто не може бути примушений до участі в опитуванні;

3) неупередженість – передбачає формування питань в анкеті за змістом та у формі, які дають вибір учаснику відобразити власну думку (позицію);

4) анонімність та конфіденційність – передбачають, що анкета не містить даних, які дозволяють ідентифікувати особу респондента, а інформація, отримана від нього, не передається третім особам;

5) валідність, що означає відповідність опитування певному предмету дослідження.

### III. УЧАСНИКИ ТА ЗАВДАННЯ ОПИТУВАНЬ

3.1. Основними учасниками опитувань у Коледжі є здобувачі освіти, педагогічні працівники, представники потенційних роботодавців, випускники, інші зацікавлені особи (зокрема адміністративний та технічний персонал Коледжу, батьки та інші законні представники здобувачів освіти, партнери Коледжу або ширший громадський сектор).

3.2. Опитування здобувачів освіти передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

- 1) якості та змісту освітньо-професійної програми;
- 2) якості кадрового, методичного, інформаційного та матеріально-технічного забезпечення;
- 3) якості викладання;
- 4) організації та забезпечення самостійної роботи здобувачів освіти;
- 5) дотримання принципів студентоорієнтованого навчання;
- 6) дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу;
- 7) якості проведення контрольних заходів, об'єктивності оцінювання та наявності / відсутності інформування про критерії й методи оцінювання заздалегідь, зрозумілості та прозорості критеріїв оцінювання з навчальної дисципліни;
- 8) рівня задоволеності системою дистанційного та змішаного навчання;
- 9) інших питань.

3.3. Опитування педагогічних працівників передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

- 1) якості інфраструктури Коледжу;

2) якості знань здобувачів освіти;

3) можливостей підвищення кваліфікації та розвитку педагогічної майстерності;

4) інших питань.

3.4. Опитування зовнішніх стейкхолдерів передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

1) відповідності компетентностей, набутих здобувачами освіти, очікуванням і потребам роботодавців;

2) задоволення роботодавців якістю підготовки фахівців у Коледжі; 3) потреби ринку праці у випускниках за відповідною спеціальністю (освітньо-професійною програмою);

4) рівня конкурентоспроможності випускників Коледжу;

5) напрямів взаємодії та залучення роботодавців до освітнього процесу;

6) інших питань.

3.5. Опитування випускників передбачає отримання та аналіз інформації щодо:

1) актуальності та відповідності змісту освітньо-професійної програми вимогам ринку праці;

2) відповідності запланованих в освітньо-професійній програмі та отримуваних в процесі навчання компетентностей і результатів навчання вимогам та запитам сучасного ринку праці;

3) якості складових освітньо-професійної програми;

4) можливостей продовження навчання на наступних рівнях освіти;

5) рівня задоволеності отриманими знаннями та уміннями, вирішальними для працевлаштування та подальшої професійної діяльності;

- 6) форм та методів викладання;
- 7) прозорості та зрозумілості оцінювання;
- 8) організації освітнього процесу;
- 9) відсутності дискримінації та дотримання принципів академічної доброчесності;
- 10) інших питань.

#### **IV. ПОРЯДОК ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ОПИТУВАНЬ**

4.1. Опитування у Коледжі проводяться відповідно до плану, розробленого перед початком навчального року методичним кабінетом за поданням структурних підрозділів Коледжу та затвердженого методичною радою.

4.2. За необхідності можуть бути проведені додаткові опитування (дослідження) із будь-якої теми, яка є актуальною, викликає зацікавлення учасників освітнього процесу, потребує змістовного вивчення для швидкого реагування.

4.3. За організацію та проведення опитувань у Коледжі відповідають: методичний кабінет, психологічна служба, завідувачі відділень, голови циклових комісій, куратори академічних груп.

4.4. Термін проведення опитувань узгоджується з графіком освітнього процесу і закінчується до завершення навчального року.

4.5. Опитування проводяться, як правило, з використанням електронних форм, розміщених у відповідній рубриці офіційного вебсайту Коледжу.

4.6. Після завершення опитування особи, відповідальні за його проведення, опрацьовують результати опитування та складають підсумковий звіт.

4.7. Звіти за результатами опитувань розглядаються на засіданні методичної або/та педагогічної ради Коледжу, циклових комісій, Студентської ради та оприлюднюються на офіційному вебсайті Коледжу.

4.8. Проведення опитування передбачає такі основні етапи:

4.8.1. Підготовчий етап: визначення мети опитування, розроблення інструментарію (анкет, бланків інтерв'ювання тощо).

4.8.2. Організація опитування.

4.8.3. Обробка результатів опитування:

1) аналіз отриманих даних;

2) формулювання висновків;

3) підготовка звіту про результати опитування.

4.8.4. Подання результатів опитування:

1) презентація результатів опитування перед учасниками освітнього процесу;

2) використання отриманих даних для розробки стратегії розвитку Коледжу та покращення якості освітніх послуг.

4.9. Перед початком опитування респондентам обов'язково доводиться інформація про мету та завдання опитування, про конфіденційність і анонімність їхніх особистих відповідей, про те, що немає правильних і неправильних відповідей, а будь-яка точка зору є цінною, і що респондент за бажанням може не відповідати на деякі з питань, а також про право відмовитися від участі в опитуванні.

4.10. Важливо дотримуватися етичних принципів проведення опитувань, зокрема, забезпечувати анонімність та конфіденційність відповідей учасників опитування, а також враховувати їхні інтереси та потреби.

4.11. Учасник може пройти опитування лише один раз.

## V. АНКЕТУВАННЯ

5.1. Основними видом опитування, що використовуються для дослідження освітньої діяльності Коледжу є анкетування.

5.2. Анкета складається з трьох частин:

1) вступна частина, у якій пояснюється мета дослідження, гарантується анонімність відповідей, викладаються правила заповнення анкети, підкреслюються важливість та цінність відповідей респондента;

2) основна частина, яка являє собою сукупність змістовно впорядкованих питань з варіантами відповідей на них;

3) завершальна частина або соціально-демографічний блок, що вимірює основні соціально-демографічні характеристики респондента такі, як стать, вік, освіта, місце проживання тощо.

5.3. Запитання мають зацікавлювати респондента, залучаючи його поступово в процес відповідей, розміщених в анкеті.

5.4. Питання в анкеті слід розбивати на групи (сміслові блоки), забезпечуючи послідовність і логічність їх розміщення.

5.5. Рекомендується в другій половині блоку ставити складніші запитання, які виявляють соціальні установки та орієнтації респондента, оцінки та судження, що мають прямий стосунок до основної теми дослідження.

5.6. Варіанти відповідей повинні мати наскрізну порядкову нумерацію арабськими цифрами.

5.7. Анкета повинна містити питання, які:

1) стосуються виключно предмета дослідження;

2) сформульовані таким чином, щоб після збору інформації відповіді респондентів зручно було кодувати, впорядковувати й організувати в масиві;



3) забезпечують опитуваній особі можливість самостійно викласти свою думку;

4) містять однозначну, зрозумілу для учасника термінологію, відповідати його рівню знань, освіти, поінформованості щодо проблем, які вивчаються;

5) є послідовними, логічно сформульованими, несуперечливими, лінгвістично та граматично правильними.

5.8. Анкета не може містити питання, які:

1) стосуються інформації, яка не належить до предмета дослідження;

2) спонукають учасника до певної конкретної відповіді;

3) є занадто загальними, розлогими, абстрактними або дублетними;

4) є множинними (містять кілька питань відразу);

5) викликають здивування або небажання відповідати;

6) суперечать положенням Конституції України, загальновизнаним принципам і нормам міжнародного права, закріпленим Загальною декларацією прав людини, Конвенцією про захист прав людини та основоположних свобод, протоколами до неї;

7) за своїм змістом принижують честь та гідність особи.

5.9. За формою питання анкети розрізняються на закриті, відкриті та напівзакриті.

5.10. Запитання вважається відкритим, коли відповідь на нього може бути нерегламентована та викладена в довільній формі.

5.11. Питання називається закритим, якщо в ньому пропонуються варіанти можливих відповідей, з яких респондент повинен вибрати лише одну або декілька відповідей.

5.12. Використання запитань закритого типу полегшує обробку даних і узагальнення результатів, проте обмежує відповіді респондентів певними рамками.

5.13. При формулюванні закритих питань важливо передбачити такі моменти:

- 1) потрібно ввести всі можливі варіанти відповідей;
- 2) всі альтернативи повинні бути перемішані;
- 3) у переліку кількісних альтернатив позитивні та негативні характеристики повинні бути однакової довжини, тобто рівною мірою репрезентовані.

5.14. Напівзакриті питання повинні мати весь перелік альтернатив закритого питання, а також альтернативу типу «Інше», що дозволяє респондентові надати відповідь чи занотувати додаткові коментарі та зауваження.

5.15. Якщо мета дослідження полягає у тому, щоб отримати оцінку освітніх та управлінських процесів учасниками, зворотний зв'язок щодо ефективності певної політики, рекомендовано опитати якомога більше учасників освітнього процесу та використовувати запитання закритого типу.

5.16. Якщо мета дослідження полягає в глибшому аналізі ставлень, позицій та настроїв учасників освітнього процесу, узагальненні їх ідей або пропозицій, доцільно застосовувати відкриті запитання.

5.17. Для отримання надійної та стійкої інформації у дослідженні можна використовувати інші методи збору соціальної інформації. Так, в анкету варто вводити запитання-фільтри та контрольні питання. Функції запитань фільтрів – виділити респондентів, які повинні відповідати на наступні питання або на декілька запитань про факти чи події, від групи респондентів, які не повинні на них відповідати, або не можуть з певних міркувань, тобто розділити сукупність опитаних на декілька масивів.

5.18. За змістом запитання поділяються на об'єктивні (вік, стать, назва освітньої програми або спеціальності тощо) і суб'єктивні, які виявляють думку та оцінку опитуваного, його ставлення до навчання, викладача та інших освітніх процесів у Коледжі.

## **VI. ФОКУС-ГРУПОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ**

6.1. Фокус-групове дослідження (сфокусовані інтерв'ю) передбачає проведення співбесіди на визначену тему з групою осіб (від 6 до 12). Учасники групи спілкуються між собою, а модератор спрямовує дискусію, щоб охопити заявлену тему та надати можливість висловитися всім учасникам. Фіксація результатів може здійснюватися організатором фокус-групи (у тому числі за допомогою технічних пристроїв) або третьою особою.

6.2. Сфокусовані інтерв'ю є не просто чергування запитань і відповідей респондентів, а являють собою форму групової дискусії. Респонденти мають більше свободи у виборі форми презентації своїх думок та вражень щодо заданої теми. Застосування сфокусованого групового інтерв'ю стимулює виникнення нових запитань, а предмет розмови може набувати несподіваних напрямів.

6.3. Однією з важливих умов для плідного використання сфокусованого групового інтерв'ю є комфортність ситуації перебігу процесу. Важливо, щоб кожний учасник фокусгрупи не був обмежений часом для спілкування, відчував увагу до себе, зумів налаштуватися на тему, що цікавить дослідника, мав можливість відпочити під час проведення дискусії.

6.4. Тема дискусії, логіка і форма запитань (кількість яких не має перевищувати десяти) визначаються заздалегідь і фіксуються в інструкції ведучого. Збирання інформації відбувається в процесі спостереження за обговоренням запропонованих запитань, а також за елементами невербальної поведінки. Думки учасників взаємодії сприймаються не самі по собі, а у вербальному й невербальному контексті дискусії, адже учасники в ході обміну

інформацією можуть не тільки змінювати власну думку, але й коригувати думки один одного.

6.5. Як правило, мета сфокусованого групового інтерв'ю – не досягнення групового консенсусу, а з'ясування напрямків думок кожного з учасників. У сфокусованому груповому інтерв'ю заохочується висловлювання різних кутів зору та будь-якого характеру – як позитивного, так і негативного.

6.6. Зазвичай, з однієї теми проводять три-чотири фокус-групи.

## **VII. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ**

7.1. Положення затверджується педагогічною радою Коледжу та вводиться в дію наказом.

7.2. Контроль за виконанням Положення здійснюють посадові особи Коледжу в межах своїх повноважень, установлених посадовими інструкціями.

7.3. Зміни та доповнення до цього Положення затверджуються педагогічною радою Коледжу та вводяться в дію наказом.

7.4. Коледж забезпечує публічний доступ до тексту Положення через власний офіційний сайт <http://kizman-tehn.com.ua/>.

**Проект Положення вносити**

Заступник директора з навчальної роботи

Світлана СЛОБОДЯН

**ПОГОДЖЕНО**

Юрисконсульт

Тетяна ДРУЦУЛ

В.о. голови профкому

Анатолій КОСМЕНКО