

Министерство культуры Мурманской области



**МУРМАНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ДВОРЕЦ
КУЛЬТУРЫ И НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА
ИМ. С. М. КИРОВА**

**МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ
ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КДУ**

Выпуск № 3
г. Мурманск,
2021 год

Министерство культуры Мурманской области
ГООАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества
им. С.М. Кирова»

**МЕТОДИКА ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО
МНЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КДУ**

Выпуск № 3
г. Мурманск,
2021 год

Содержание

Введение	3
1. Характеристика качества культурно-досуговой деятельности и ее оценка населением	6
2. Социологический опрос как инструмент получения информации	8
2.1. Классификация социологических опросов и их основные принципы	8
2.2. Этапы проведения социологического опроса	10
3. Методические основы изучения общественного мнения о деятельности культурно-досуговых учреждений.....	12
3.1. Определение цели и задач изучения общественного мнения. Объект и предмет исследования	12
3.2. Инструментарий изучения мнения населения	13
3.3. Структура анкеты.....	14
3.4. Принципы построения анкеты и виды вопросов в анкете.....	16
3.5. Рекомендации по составлению анкеты	22
3.6. Обработка, обобщение и отображение результатов исследования.....	25
4. Пример развернутого отчета по результатам исследования, направленного на анализ предпочтений в сфере организации собственного досуга, а также удовлетворенности качеством предоставления социальных услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».....	27
5. Пример развернутого отчета по результатам исследования, направленного на изучение предпочтений среди молодежи в организации собственного досуга, востребованности предоставляемых услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова», а так же удовлетворенности качеством предоставления данных услуг.....	37
6. Пример развернутого отчета по результатам исследования «Оценка качества предоставляемых консультационных и информационно-методических услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».....	50
7. Пример представления полученных социологических данных в обобщенном виде по результатам исследования «Удовлетворенность граждан качеством организации и проведения культурно-массовых мероприятий (иных зрелищных мероприятий) ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».....	60
Список литературы	67
Приложения	68

Введение

Удовлетворение запросов населения - основная цель оказания государственных и муниципальных услуг. Степень удовлетворенности потребителей, хотя и не является единственным показателем, характеризующим качество оказываемой услуги, представляет собой наиболее значимый критерий. Система показателей качества практически по каждой государственной и муниципальной услуге оказываемой населению, в частности услуг, предоставляемых культурно-досуговыми учреждениями, включает показатели удовлетворенности потребителей. Необходимо не просто учитывать запросы населения, но положить их в основу всей сегодняшней деятельности учреждений культуры.

С развитием рыночных отношений культурно-досуговая деятельность постепенно трансформируется в индустрию досуга. И насыщение рынка «досуга» идет двумя путями - либо увеличение разнообразия предлагаемых услуг, либо повышения их качества.

Согласно Основам законодательства Российской Федерации о культуре (утв. от 09.10.1992 № 3612-1, ред. от 30.04.2021) основной задачей деятельности любого учреждения культуры является обеспечение и защита конституционного права граждан Российской Федерации на культурную деятельность, на пользование учреждениями культуры, свободное получение культурных благ и услуг, оказываемых организациями культуры, пользование инфраструктурой культуры, а основным критерием официальной оценки эффективности этой деятельности выступает общественное мнение.

Общественное мнение - совокупность многих индивидуальных мнений по конкретному вопросу, затрагивающему группу людей. Сформированное общественное мнение изменить очень трудно, кроме того, оно имеет тенденцию преувеличивать значения происходящего.

Как совокупность свободно выраженных суждений, взглядов, позиций, точек зрения множества людей, обеспечивая на практике обратную связь, общественное мнение является эффективным средством управления

учреждениями культуры и обеспечения контроля за деятельностью культурно-досуговых учреждений (далее - КДУ). Любая деятельность имеет определенный результат и нуждается в оценке. Без всестороннего изучения и учета общественного мнения о деятельности культурно-досуговых учреждений невозможно говорить об эффективности такой деятельности в полном объеме.

Одним из основных механизмов повышения качества и доступности услуг является мониторинг удовлетворенности потребителей услугами культуры.

Изучение общественного мнения является, с одной стороны, значимым инструментом социальной диагностики проблем в культурной сфере региона и его муниципальных образованиях, с другой - инструментом оценки социальной эффективности деятельности КДУ по защите конституционных прав каждого гражданина.

Несмотря на все разнообразие источников получения сведений об общественном мнении, основным из них являются социологические исследования. Именно из этого источника получается большая часть данных, касающихся состояния общественного мнения. Проведение социологических исследований, будь-то методом массовых опросов или ставший популярным метод фокус-групп*, требует специальной подготовки.

Проведение таких исследований способствует выработке и принятию социально ориентированных конкретных управленческих решений, направленных на повышение эффективности и качества культурно-досуговой деятельности КДУ. Полученные результаты могут быть использованы для формирования у населения позитивного отношения к деятельности КДУ.

Раньше исследования в сфере культурно-досуговой деятельности имели преимущественно количественный характер: исследователей интересовали такие вопросы, как частота посещений КДУ, степень осведомленности населения о существовании КДУ и о мероприятиях, проводимых им, и т.д.

* Метод фокус-групп (или фокусированное интервью) - это коллективное обсуждение, направленное на выяснение отношения участников к какому-либо явлению. С его помощью можно получить много подробной информации, ведь в ходе такой беседы участники максимально откровенны и готовы рассказывать о том, что скрыли бы во время личного интервью.

Сегодня все чаще требуется качественная информация. Важно оценить не только посещаемость, но и мотивы посещения; не только осведомленность, но и от чего она зависит. Необходимо четко представлять: чего люди ждут от клубных учреждений; какими должны стать мероприятия, чтобы привлечь внимание посетителя; как нужно организовать работу, чтобы посещение культурно-досугового учреждения оставило чувство глубокого удовлетворения; для чего люди ходят в КДУ; какова главная цель их посещения? Когда специалисты КДУ располагают ответами на подобные вопросы, вероятность предложить посетителю именно то, что его интересует, значительно возрастает.

Исследования, связанные с изучением удовлетворенности посетителей, достаточно просты и не требуют значительных затрат. Их самостоятельное проведение вполне под силу даже небольшому КДУ.

Настоящие методические рекомендации направлены на оказание практической помощи специалистам КДУ в проведении социологических исследований методом опроса по изучению общественного мнения о качестве услуг, предоставляемых культурно-досуговыми учреждениями. В данном пособии представлены примеры развернутых отчетов по проводимым социологическим исследованиям в ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» и предоставления полученных данных в ходе исследования в обобщенном графическом и табличном виде.

I. Характеристика качества культурно-досуговой деятельности и ее оценка населением

Качество услуги учреждения культуры можно определить как совокупность свойств и характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять потребности получателей услуги. Для потребителя важно, что услуга обладает нужными для него свойствами.

Чтобы дать оценку качеству услуги, необходимо понимать, что качество услуг в учреждении культуры потребитель оценивает в зависимости от своих ожиданий и ему важно знать, что он получает от данной услуги и как он получает услугу.

Удовлетворенность потребителя напрямую связана с воспринимаемым качеством обслуживания. При оценке качества обслуживания невозможно избежать субъективности, ведь потребитель непосредственно вовлечен в процесс оказания услуги, и на его мнение о качестве услуги влияет множество факторов: пол, возраст, доход, потребительский опыт, настроение.

Оказание услуг КДУ населению осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации и должно обеспечивать своевременный и необходимый объем, с учетом потребности населения в соответствующих услугах.

Качественное предоставление культурно-досуговой услуги характеризуют:

1. Эстетичность и комфортность, социальная адресность, точность, своевременность, актуальность и безопасность культурно-досуговых услуг:

- эстетичность и комфортность: оказываемая услуга должна соответствовать требованиям эстетичности, оформление КДУ, мест оказания услуг и их интерьеров должно соответствовать информационно-композиционной целостности и гармоничности, обеспечивать удобство и комфортность их использования получателями услуг;

- точность и своевременность исполнения услуг: культурно-досуговое учреждение должно оказывать выбранный получателем вид услуги в сроки, установленные действующими правилами оказания услуг;
- требования социальной адресности должны предусматривать: доступность и обеспеченность населения района (города) услугами, соответствие услуги ожиданиям различных групп получателей услуг.

2. *Создание условий для развития личности граждан (района, города).*

3. *Оптимальность использования ресурсов культурно-досугового учреждения.*

4. *Удовлетворенность населения (района, города) предоставлением культурно-досуговой услуги.*

Для оценки качества услуг можно использовать следующие основные методы контроля:

- 1) визуальный - проверка состояния КДУ;
- 2) анализ документации - проверка наличия и сроков действия обязательных документов на предоставление услуг, анализ правильности и своевременности заполнения этих документов;
- 3) оценка профессиональной квалификации обслуживающего персонала, оказывающего услуги;
- 4) экспертный - опрос творческих работников и других лиц о состоянии качества и безопасности услуг, оценка результатов опроса;
- 5) социологический опрос - анкетирование или интервьюирование получателей услуг, оценка результатов опроса.

2. Социологический опрос как инструмент получения информации

Основным инструментом получения информации о соответствии получаемых результатов ожиданиям об удовлетворенности потребителей уровнем обслуживания, ценой, профессиональными качествами персонала и т. д. является *социологический опрос*.

Социологический опрос - метод сбора первичной социологической информации. Это обращение исследователя к определенной совокупности людей с вопросами, содержание которых раскрывает изучаемую проблему. Кроме того, это регистрация и обработка полученных ответов, их последующая интерпретация с целью описания, анализа, объяснения, прогнозирования развития изучаемых процессов или явлений социальной жизни.

По сути социологический опрос представляет собой субъективный количественный метод исследований, заключающийся в осуществлении взаимодействия между интервьюером и опрашиваемыми (потребителями услуги) посредством получения от потребителей услуги ответов на заранее сформулированные вопросы.

2.1. Классификация социологических опросов и их основные принципы.

Суть социологических опросов в том, что они обеспечивают обратную связь, дополняя статистическую (или иную) информацию конкретными данными об интересах и запросах, мнениях и настроениях людей, о жизненных планах, уровне и качестве жизни, ценностных установках, удовлетворенности или неудовлетворенности теми или иными сторонами жизни.

В таблице 1 отражена классификация социологических опросов в зависимости от целей, глубины анализа предмета.

Классификация социологических опросов

Социологические опросы делятся:	
по задачам	<ul style="list-style-type: none"> – разовые – повторные
по характеру получаемой информации	<ul style="list-style-type: none"> – количественный опрос (результатом являются статистическая информация, количественные характеристики респондентов) – качественный опрос (результатом является анализ качественных характеристик изучаемого объекта, предполагается изучение мотивов, установок, ценностных ориентаций респондентов)
по динамике и временным рамкам исследования (частота проведения)	<ul style="list-style-type: none"> – точечные (разовые) – повторные
по объектам и сферам применения	<ul style="list-style-type: none"> – конкретные социологические исследования, проводимые в рамках разработки конкретных научных проблем социологии – изучение общественного мнения – маркетинговые исследования
по числу опрашиваемых	<ul style="list-style-type: none"> – массовые – групповые – индивидуальные – когортные
по способу контакта с респондентами:	<ul style="list-style-type: none"> – очные – заочные
по способу фиксации информации	<ul style="list-style-type: none"> – письменные (анкетирование) – устные (интервьюирование)
по применяемым методикам	<ul style="list-style-type: none"> – эмперические – теоретические
по степени стандартизации	<ul style="list-style-type: none"> – стандартизированный опрос (перечень вопросов строго определен. Такой опрос проводится по заранее сформированной анкете) – нестандартизированный опрос (конкретные вопросы не предусмотрены, существуют лишь общие блоки тем, которые необходимо обсудить с респондентом)
по уровню компетентности респондентов	<ul style="list-style-type: none"> – массовый опрос (опрос широкого круга респондентов) – экспертный опрос (опрос, в котором респонденты

	- специалисты в какой-либо области)
по месту проведения:	<ul style="list-style-type: none"> – поквартирный опрос (проводится по месту жительства респондента) – телефонный опрос (проводится по телефону) – онлайн-опрос (опрос посредством Интернета); – уличный опрос (проводится на улице) – опрос в профессиональной среде (проводится на рабочем месте респондента) – лабораторный опрос (проводится в искусственно созданных исследователем условиях)

Выделяют следующие *основные принципы социологического опроса*:

- достоверность получаемой информации, означающей соответствие данных, полученных в ходе социологических исследований по изучению общественного мнения о деятельности культурно-досугового учреждения;
- репрезентативность результатов исследований, проявляющейся в представительности полученных данных, их свойстве точно и достоверно отражать информацию о деятельности конкретного культурно-досугового учреждения;
- информативность получаемых данных, определяемой как насыщенность информацией результатов социологических исследований по изучению общественного мнения о деятельности культурно-досуговых учреждений, их новизной и полезностью;
- открытость и доступность результатов исследований, проявляющиеся в возможности граждан получать достоверную и полную информацию о результатах работ по изучению общественного мнения о деятельности муниципальных культурно-досуговых учреждений на основе социологических источников информации.

2.2. Этапы проведения социологического опроса

Любое социологическое исследование включает четыре последовательных, сменяющих друг друга организационно-автономных и, вместе с тем, содержательно взаимосвязанных этапов:

1. *Подготовительный этап.* Данный этап включает: формулировку проблемы, объекта и предмета исследования, определение цели и задачи исследования, разработку программы исследования, составление рабочего плана, определение инструментария, который предполагается использовать в данном исследовании;
2. *Полевой этап.* Сбор первичной информации исследователем в практической зоне (на работе, на службе, на улице и т.п.), с использованием соответствующего инструментария (анкетирование, интервьюирование, наблюдение и т.д.);
3. *Обработка полученного материала,* как правило, с помощью соответствующих компьютерных программ и иных аналитических технологий;
4. *Анализ информации.* Этап включает в себя подведение итогов исследования, формулировку выводов и рекомендаций, подготовку отчета.

3. Методические основы изучения общественного мнения о деятельности культурно-досугового учреждения

3.1. Определение цели и задач изучения общественного мнения. Объект и предмет исследования.

Изучение общественного мнения в основном проводится *с целью* выявления удовлетворенности потребителей качеством предоставления услуг и определения проблемных зон оказания этих услуг - обеспечение открытости и доступности деятельности культурно-досуговых учреждений, повышения уровня востребованности культурно-досуговой деятельности у населения.

Задачи изучения мнения населения:

- оценка эффективности деятельности КДУ по защите прав и свобод граждан на культурную деятельность, на пользование учреждениями культуры, свободное получение культурных благ и услуг, оказываемых учреждениями культуры, пользование инфраструктурой КДУ;
- содействие осуществлению общественного контроля за деятельностью КДУ;
- информирование пользователей услуг о результатах изучения мнения населения о деятельности КДУ.

Объектом изучения является система оценочных показателей, измеряющих «эффективность деятельности КДУ», представляющих собой отражение уровня эффективности работы учреждения, и выступающих критерием положительной или отрицательной оценки населением их деятельности.

Субъект общественного мнения - носитель общественного мнения - все множество социальных групп, общностей и слоев, формирующих и выражающих свои оценочные суждения по поводу объектов, затрагивающих их интересы.

Субъектом общественного мнения о деятельности КДУ на муниципальном уровне выступает население муниципального образования

(муниципального района или городского округа) субъекта Российской Федерации.

Предметом изучения социологического опроса могут быть наиболее значимые свойства объекта, подлежащие исследованию, например показатели, характеризующие удовлетворенность доступностью, условиями предоставления, качеством и объемом услуги. В ходе социологического опроса выясняется прежде всего субъективная характеристика качества услуги - степень удовлетворенности населения, определяются недостатки, которые в наибольшей степени не устраивают потребителей услуги, оценивается работа персонала учреждения, а также уровень организации процесса оказания услуги.

Выявление слабых мест в деятельности учреждения позволяет оценить, спланировать и реализовать необходимые изменения в процессе оказания услуги. Кроме того, потребители, принимающие участие в опросе, получают возможность повлиять на качество оказания услуги, что повышает их доверие к учреждению.

3.2. Инструментарий изучения общественного мнения.

При изучении мнения населения о качестве предоставляемых услуг наиболее часто используется *анкетный опрос*. Единым методическим инструментарием для изучения мнения населения является базовая *анкета*.

Анкетирование является важнейшим видом социологического опроса. Сущность его заключается в том, что опрашиваемые, являющиеся носителями информации, письменно отвечают на вопросы, предъявляемые им в виде опросных листов.

Анкетирование редко бывает сплошным (охватывающим всех членов изучаемой общности), гораздо чаще оно имеет выборочный характер. Определение целевого сегмента потребителей должно быть максимально четким с учетом особенностей каждой группы опрашиваемых, что позволяет более точно определить пожелания потребителей. Поэтому достоверность и

надежность информации, полученной анкетированием, зависит прежде всего от *репрезентативности выборки*.

Если целевая аудитория - это *генеральная совокупность*, то часть людей (отдельная подгруппа) будет представлять собой *репрезентативную выборку*, имеющую все необходимые характеристики, которые важны для исследования общественного мнения о качестве предоставления услуг. Т.е., *репрезентативная выборка* представляет собой часть *генеральной совокупности*, при этом важные параметры выборки не должны отличаться от характеристик генеральной совокупности. Другими словами, репрезентативная выборка представляет собой уменьшенный вариант генеральной совокупности.

Если в опросе должны принять участие потребители услуг разных возрастных категорий, но при этом в опросе приняла участие только молодёжь, то при обработке анкет не будут учтены характеристики людей более старшего возраста. Таким образом выборка проведена некорректно, социологическое исследование не может считаться *репрезентативным* и достоверным, и его результатам доверять нельзя.

Анкетирование проводится в письменном виде, при этом анкетер может присутствовать или нет, но в отличие от интервьюирования, общение с анкетером сводится к минимуму. Отличительной чертой анкетирования является анонимность опрашиваемых. Анкета может быть как индивидуальной, для одного опрашиваемого, так и групповой, чтобы опросить одновременно большую массу людей.

3.3. Структура анкеты.

Анкета - один из основных методов получения эмпирической информации в социологических исследованиях, опросный лист с рядом вопросов и высказываний, рассчитанный либо на самостоятельное чтение и заполнение респондентом, либо на заполнение респондентом после вводного инструктажа, проводимого анкетером.

Объединенный единым исследовательским замыслом, перечень вопросов в анкете направлен на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа.

Анкета должна иметь определенную структуру и состоять из трех частей:

1. вводная часть;
2. основная часть;
3. заключительная часть («паспортичка»).

Структура анкеты представлена в таблице 2.

Таблица 2

Основные части анкеты и их содержание

№	Раздел анкеты	Содержание раздела
1.	Вводная часть («шапка»)	<ul style="list-style-type: none"> • название организации-заказчика и/или организации, проводящей исследование; • обращение к респонденту; • правила заполнения анкеты (для респондента - в случае анкетирования, для интервьюера - в случае интервью); • указание на анонимность; • указание места и даты проведения опроса.
2.	Основная часть анкеты	<ul style="list-style-type: none"> • вопросы, обусловленные целями и задачами исследования.
3.	Заключительная часть (социально-демографический блок или «паспортичка»)	<ul style="list-style-type: none"> • вопросы, касающиеся социально-демографических и других личных характеристик респондента (возраст, пол, сфера деятельности и т.п.) Это нужно для того, чтобы создать полную и точную социальную картину, сопоставив ответы из основной части с личностью участника опроса.

Вопросы «паспортички» всегда размещается в конце анкеты. Размещение «паспортички» в начале анкеты может вызвать сомнение в анонимности опроса и повлиять на ответы, которые будут давать респонденты в ходе опроса. Вопросы «паспортички» должны быть связаны с объектом, целями, задачами и гипотезами исследования, так как именно по ним, как правило, осуществляются группировка и анализ данных.

Вопросы анкеты могут объединяться в блоки.

В анкете могут использоваться выделение шрифтом, цветом, рамки, стрелки, рисунки.

Завершается анкета словами благодарности респонденту за участие в опросе.

Несмотря на множество плюсов данного метода опроса, есть в нем и некоторые минусы, такие как: невозможность менять формулировку и последовательность вопросов, в зависимости от ответов; недостоверность и скудность получаемой информации.

3.4. Принципы построения анкеты и виды вопросов в анкете.

1. Вопросы должны размещаться в строгом порядке:

- в начале анкеты размещаются легкие вопросы, вопросы общего плана;
- в середине - сложные, табличные, оценочные вопросы, требующие рассуждения и внимания;

- далее - вновь более легкие вопросы;

- в конце - вопросы «паспортички».

2. Необходимо учитывать общую культуру и профессиональную специфику респондентов.

3. Важно помнить, что одни и те же вопросы, расположенные в разных частях анкеты, могут давать разную информацию.

4. Опытным путем доказано, что внимания и терпения респондентов хватает максимум на 25-30 минут, поэтому именно на такое время заполнения должна быть рассчитана анкета.

5. Необходимо придерживаться строгих правил оформления анкеты:

- не допускается использование «оборотов», вопросы печатаются только на одной стороне листа;

- не допускается перенос на следующую страницу вариантов ответа одного вопроса;

– бумага для анкеты, используемой в массовом опросе, не должна быть очень высокого качества, чтобы анкета не выглядела как официальный документ;

– бумага для экспертного опроса, напротив, должна быть высокого качества, этим подчеркивается важность мнения экспертов;

– табличные вопросы должны помещаться на одной странице, не допускается перенос таблиц на следующую страницу;

– при использовании поливариантных вопросов обязательно указать, сколько вариантов ответов респондент может выбрать;

– в закрытых и полужакрытых вопросах необходимо давать указание: «впишите, что именно» и т. п. и оставлять пустое поле для того, чтобы респондент мог вписать свой вариант ответа;

– интервалы между вопросами и вариантами ответов должны быть достаточно велики, что облегчает восприятие;

– в бланке анкеты должны быть предусмотрены достаточные поля;

– альтернативы ответа располагаются вертикально;

– шрифт, используемый для текста анкет, должен соответствовать шрифту массовых изданий: он привычно воспринимается и легко читается;

– вопросы лучше печатать полужирным, а варианты ответов — обычным шрифтом.

Вопросы в анкете разделяют (рис. 1):

1. По структуре.

1) закрытый вопрос - вопрос, в котором предлагаются несколько вариантов ответов.

Преимущества закрытого вопроса: увеличивается заполняемость анкет, сокращается время заполнения и т. д.

Недостатки: предложенная структура ответов может не совпадать с мнениями опрашиваемых (особенно это актуально в том случае, если не было проведено пилотажное исследование), поэтому респондент может не выбрать ни один из предложенных вариантов ответа.



Рис. 1. Виды вопросов в анкете

Закрытые вопросы в свою очередь разделяются на:

а) *альтернативный вопрос*, на который респондент может дать один вариант ответа. Например:

№. «Каков уровень Вашего образования?»

1. Начальное
2. Среднее (полное) общее
3. Среднее профессиональное
4. Высшее

Разновидностью альтернативных вопросов являются вопросы *дихотомические*, т.е. вопросы, предполагающие только два варианта ответа: «да»/«нет», «знаю»/«не знаю», «нравится»/«не нравится»;

б) *поливариантный вопрос*, на который респондент может выбрать несколько вариантов ответа. При применении поливариантных вопросов обязательно указывается, сколько вариантов ответов может выбрать респондент, отвечая на данный вопрос. Например:

№. Какие из массовых мероприятий в учреждении Вы посещали бы наиболее охотно? (просим выбрать не более трех вариантов ответа)

- концерт приезжих известных коллективов, групп, "звезд"
- театральные спектакли
- развлекательные мероприятия
- концерт местных коллективов
- конкурсы, фестивали, творческие встречи
- познавательные мероприятия
- семинары, мастер-классы

в) шкальные вопросы предполагают ранжирование ответов респондента в соответствии с параметрами определенной шкалы. Например:

№. Оцените качество и полноту информации о деятельности учреждения, наполняемость и привлекательность контента групп в социальных сетях (VK, Instagram, YouTube, Facebook, Одноклассники) и официального сайта Дворца культуры им. С.М. Кирова (<https://www.odkkirova.ru/>) по пятибалльной шкале:

очень плохо очень хорошо
1 2 3 4 5

г) вопросы-диалоги состоят из высказываний воображаемых лиц, а респонденту предлагается либо дать оценку приведенному диалогу («Какое из высказанных суждений является, на Ваш взгляд, правильным?»), либо продолжить диалог, высказав собственное суждение. Например:

№. «Культура является фундаментальной основой общественного развития, одним из эффективных средств формирования становления человека». А что думаете по этому поводу Вы? _____

2) *полуоткрытый вопрос* - вопрос, на который даны определенные варианты ответов, но у респондента есть возможность добавить какой-то свой вариант ответа, если ни один из предложенных ответов не подходит, либо их количество недостаточно. Полуоткрытый вопрос используется, если у

исследователя нет уверенности в том, что он исчерпал полный перечень возможных ответов. Например:

№. «Какие мотивы для занятия в творческом коллективе являются основными для Вас?»:

- возможность самовыражения
- получение положительных эмоций
- интересная для меня сфера деятельности
- общение с единомышленниками
- преодоление одиночества
- получение эмоциональной поддержки
- другое (напишите Ваш вариант ответа): _____

3) открытый вопрос не предполагает заранее сформулированных ответов. Их формулирует сам респондент. Например:

№. Ваши предложения по повышению качества услуг, предоставляемых КДУ? (впишите, какие именно): _____

Благодаря открытым ответам, можно получить более полную информацию по интересующему вопросу.

Недостатки: значительные временные затраты на обработку материала для приведения результатов исследования к единому стандарту, поскольку ответы респондентов могут значительно различаться. Открытые вопросы легче составлять, но сложнее обрабатывать и анализировать ответы на них, закрытые - наоборот.

2. По функциям:

1) *программно-тематические* - вопросы, направленные на решение целей и задач исследования;

2) *служебные вопросы:*

– скрининговые - вопросы, которые отбирают целевую группу респондентов перед началом опроса. Например, это вопросы, связанные с профессиональной деятельностью респондента;

– контактные - вопросы, направленные на установление контакта с респондентом (с целью заинтересовать его). Обычно это несколько первых вопросов анкеты;

– контрольные - вопросы, которые позволяют проверить достоверность и искренность ответов респондента. Это возможно, если включить в анкету один и тот же вопрос с разной формулировкой либо включить в анкету вопросы, ответы на которые заведомо известны;

– вопросы-фильтры - вопросы, которые задаются для выделения из совокупности какой-либо более узкой группы респондентов. Например, вопрос «*Являетесь ли Вы лицом, имеющим ограниченные возможности здоровья?*» отфильтровывает респондентов для ответа на вопрос «*Удовлетворены ли Вы доступностью предоставления услуг для лиц с ОВЗ?*».

3. По форме:

1) *прямые вопросы* - это вопросы, предполагающие получение конкретного ответа на прямой вопрос. Например:

№. «Сколько вам лет?» (впишите) _____

2) *косвенные вопросы* - вопросы, дающие респонденту возможность высказаться о какой-либо проблеме, например, от третьего лица или от имени коллектива, группы, после чего исследователь может сделать вывод о скрытых установках респондента. Считается, что на косвенные вопросы получают более искренние ответы, поскольку респонденту дается возможность высказаться не от собственного лица, а представить общественное мнение. Например:

№. Как вы относитесь к высказыванию: «*Общество не может быть целостным, стабильным без праздников, обрядов, ритуалов, коллективных форм общения, развлечения и отдыха, оно должно развивать их?*» _____

4. По оформлению:

1) *текстовые вопросы* - вопросы, которые оформляются в виде текста;

2) *вопросы-рисунки* - вопросы, которые оформляются в виде рисунка;

- 3) *табличные вопросы* - вопросы, которые оформляются в виде таблицы;
- 4) *графические вопросы* - вопросы, которые оформляются в виде графика, схемы.

3.5. Рекомендации по составлению анкеты.

При формулировке вопросов анкеты, следует соблюдать следующие правила:

1. Необходимо разделять опрашиваемых вопросами-фильтрами.
2. Вопросы должны быть однозначными. Двусмысленный вопрос предполагает, что разные респонденты один и тот же вопрос могут понять по-разному. Например, вопрос «Каков размер вашего дохода?» один респондент поймет, как вопрос о его личном доходе за последний год, а другой будет трактовать данный вопрос так: «Каков средний размер моего дохода за последние полгода?».

3. Необходимо стремиться к коротким формулировкам. Чем меньше слов в вопросе и в предложенных вариантах ответа, тем больше шансов, что вас поймут правильно.

4. Следует избегать использования специальных терминов и сленга. Например, неуместным и скорее всего непонятным для простого обывателя будет вопрос: «*Является ли ваша семья нуклеарной?*».

5. Вопросы должны быть ясны, прозрачны, понятны. В формулировке вопросов нужно избегать отрицания. Например, на вопрос: «*Вам не нравится заниматься в клубном формировании?*» один респондент ответит: «Да», имея в виду: «Да, не нравится», а другой ответит «Нет», имея в виду: «Нет, не нравится». Или пример двойного отрицания в вопросе: «*Вы бы скорее, не стали бы пользоваться услугами КДУ, который не рекомендован Вашими родными, близкими или друзьями?*».

6. Вопрос не должен превышать возможностей памяти респондента. Например, на вопрос: «*Сколько мероприятий вы посетили за последний год?*» вряд ли кто-то ответит. Получив ответ на вопрос - «*Сколько мероприятий Вы*

посещаете в среднем в месяц?» - можно самостоятельно рассчитать значение за год.

7. Вопрос должен быть только об одном предмете. Нельзя «втискивать» два вопроса в один, например: *«Что Вы думаете о занятиях в КДУ и их влиянии на Вашего ребенка?»* или *«Успеваемость Вашего ребенка в школе лучше или хуже сейчас, чем год назад?»*.

8. Нужно избегать навязывающих вопросов. Это ведет к навязыванию мнения респондентам, пусть даже невольному. Например: *«Считаете ли Вы, что роль руководителя-педагога клубного формирования в становлении личности ребенка очень высока, поскольку многое зависит именно от руководителя, от его умения предложить интересные формы и методы работы с детьми?»*.

9. Необходимо избегать в анкете вопросов, лично задевающих респондента или оказывающих на него давление, например: *«Многие участники нашего коллектива уже не раз участвовали в конкурсах в других регионах, почему Ваш ребенок до сих пор не участвовал в таких конкурсных поездках?»*.

10. В анкете необходимо предусмотреть и такие варианты ответа, как «не знаю», «затрудняюсь ответить» и т.д., для того, чтобы респондент мог уйти от ответа, если предложенные варианты вызывают у него какие-либо сомнения. Замечено, что отсутствие такого варианта ответа там, где он явно предполагается содержанием вопросов, повышает процент респондентов уклоняющихся от участия в опросе. Злоупотреблять же такими вариантам ответа нельзя, использовать их можно только там, где это имеет исследовательский смысл. В противном случае респондент может на все вопросы ответить «не знаю» / «затрудняюсь ответить», чтобы сэкономить время и не уделять внимание всем предложенным вариантам ответа.

11. Вопросы в анкете должны быть разных типов. Не следует перегружать анкету открытыми вопросами. Открытые вопросы должны по возможности предшествовать закрытым вопросам, косвенные - должны

контролировать прямые; табличные, графические, текстовые - заинтересовывать респондента и разнообразить его деятельность в ходе опроса.

12. Необходимо выдерживать общую структурную последовательность содержательных элементов анкеты. Следует задавать общие, дружеские и легкие вопросы в начале, а конкретные, возможно противоречивые и личные вопросы - в конце анкеты. Так же необходимо вводить контрольные вопросы для проверки ответов респондента. Контрольные вопросы должны располагаться после основных вопросов.

13. Для определения принадлежности респондента к той или иной целевой группе в анкете должны быть указаны общие сведения о респонденте (пол, возраст, место проживания, род занятий, образование, уровень материального положения и т.д.).

14. Вопросы анкеты должны точно соответствовать предмету социологического опроса, поскольку результат исследования зависит, прежде всего, от четкости составления анкеты и соответствия анкеты целям исследования.

Особого внимания заслуживают проблемные моменты, возникающие в процессе оказания услуги. Для этого в анкету рекомендуется включать примерный перечень причин неудовлетворенности качеством предоставляемой услуги. Среди таких причин могут быть выделены:

- низкая результативность оказания услуги;
- недоброжелательность или невнимательность сотрудников КДУ;
- недоступность информации о КДУ;
- низкий уровень информированности населения о мероприятиях;
- низкий уровень технической оснащенности учреждений (в том числе недостаточное количество мест для отдыха, плохое санитарно-техническое состояние помещений, наличие и работа гардероба, туалетов), а также отсутствие пандусов, подъемников и других средств перемещения для лиц с ограниченными физическими возможностями.

Разработка анкеты - наиболее сложный момент. Согласно рекомендациям психологов оптимальное для человеческого восприятия число вопросов от семи до десяти. В случае чрезмерного количества вопросов респондент может отнестись к ответам формально, либо вообще отказаться от ответов на вопросы анкеты.

После составления анкеты нужно провести *пилотажный (пробный) опрос*, в ходе которого опрашивается небольшое количество людей - от нескольких человек до двух десятков. Эта предосторожность позволяет выяснить, правильно ли понимают анкету респонденты, не слишком ли она длинна, нет ли необходимости скорректировать некоторые вопросы. После того, как анкета прошла пилотаж, можно проводить анкетирование.

Количество респондентов играет важную роль в проведении социологического опроса: чем больше потребителей опрошено, тем объективнее будет результат.

3.6. Обработка, обобщение и отображение результатов исследования.

Результаты социологического опроса подлежат *анализу*.

В первую очередь заполненные анкеты (бланки интервью) подготавливаются к обработке. Из массива анкет для обработки исключаются те, в которых обнаруживается хотя бы один из перечисленных недостатков:

- ✓ много вопросов анкеты осталось без ответов;
- ✓ в анкете не заполнена «паспортичка» (данные о респонденте);
- ✓ большой процент ответов типа «не знаю» и «затрудняюсь ответить»;
- ✓ отсутствуют ответы на ключевые вопросы;
- ✓ анкета заполнена небрежно, встречаются ошибки заполнения, которые невозможно исправить.

Статистическая обработка данных опроса проводится, как правило, при помощи ЭВМ. Если же анкета невелика, а массив анкет небольшой, то обработку можно проводить вручную. Особое внимание уделяется обработке полузакрытых и открытых вопросов (они всегда проходят ручную обработку).

Достоверность результатов опроса в значительной степени определяется следующими факторами:

- содержание анкеты или бланка интервью;
- качество работы анкетера или интервьюера;
- условия проведения опроса, которые должны быть максимально благоприятны для респондента.

На основании полученных выводов формируется *отчет*, который характеризует удовлетворенность потребителя получаемой услугой. По результатам анализа степени удовлетворенности целевых групп получателей услуги можно сделать выводы о специфических потребностях каждой из групп, что должно способствовать обеспечению индивидуального подхода к потребителю.

В целом результаты социологического опроса могут оцениваться по следующим позициям:

- потребители, удовлетворенные качеством и доступностью услуги - общее количество в единицах и доля от общего количества опрошенных в процентах;
- потребители, не удовлетворенные качеством и доступностью услуги - общее количество в единицах и доля от общего количества опрошенных в процентах;
- потребители, затруднившиеся с ответом - общее количество в единицах и доля от общего количества опрошенных в процентах.

Социологические опросы проводятся через определенные отрезки времени (раз в полугодие, либо раз в год), сопоставление результатов нескольких последовательных опросов позволяет оценить степень удовлетворенности потребителей услуги в динамике.

Регулярные замеры удовлетворенности качеством услуг культурно-досуговых учреждений позволяют своевременно принимать предупредительные меры. Результаты опроса могут быть использованы для подготовки рекомендаций по устранению фактов неудовлетворенности

потребителей качеством и доступностью предоставляемых услуг, а также для проведения работ по оптимизации порядка организации предоставления услуг.

На основании проводимых социологических опросов разрабатываются и внедряются в практику работы учреждений методики оценки удовлетворенности потребителей услуг.

Учитывая трудоемкость организации и проведения социологического исследования и последующей обработки данных, следует сосредоточиться не на количестве поставленных задач, а на качестве их решения.

4. Пример развернутого отчета по результатам исследования, направленного на анализ предпочтений в сфере организации собственного досуга, а также удовлетворенности качеством предоставления социальных услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» (далее - Дворец, Дворец культуры им. С.М. Кирова, ДК им. С.М. Кирова, Учреждение).

Анкета данного исследования представлена в приложении 1.

Цель исследования: определение предпочтений в сфере организации собственного досуга, а также удовлетворенности качеством предоставления социальных услуг Дворцом культуры им. С.М. Кирова.

Метод сбора информации: опрос в форме анкетирования.

Инструментарий исследования: анкета с перечнем вопросов как закрытого, так и открытого типа. Анкетирование проводилось как с помощью опросного листа на бумажном носителе, так и электронно (с помощью гугл-формы по ссылке

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe0RsLML_sUBroI3TgWD3i4SDN6Dq0twqTDiMw--jTBv09meg/viewform). Электронное анкетирование позволило получить данные от большого количества респондентов в значительно короткие сроки.

Количество респондентов: 484 респондента, из них 377 респондентов прошли анкетирование на Гугл-платформе, и 107 - заполнили анкету на бумажном носителе.

Сроки проведения: с 16 февраля по 05 апреля 2021 г.

Обработка данных: осуществлялась с помощью платформы «Гугл-формы», а также вручную.

Методология исследования:

Опрос был направлен на изучение следующих показателей:

- удовлетворенность условиями пребывания в организации;
- удовлетворенность культурой обслуживания сотрудников Дворца культуры;
- удовлетворенность качеством и полнотой информации о деятельности учреждения;
- удовлетворенность разнообразием творческих формирований кружков по интересам, функционирующих при Дворце культуры;
- удовлетворенность качеством культурно-массовых мероприятий, проводимых Дворцом культуры;
- удовлетворенность участников коллективов временем, отведенного для репетиций/занятий клубного формирования;
- атмосфера в клубных формированиях учреждения;
- мотивы для занятия в творческом коллективе.

Выборка исследования: исследование проводилось среди участников коллективов, клубных формирований, занимающихся во Дворце культуры им. СМ. Кирова.

Репрезентативно представлены участники всех возрастных групп.

4.1. Описание выборочной совокупности исследования

В анкетировании участвовали представители всех возрастных категорий, что отражено на рис. 1.

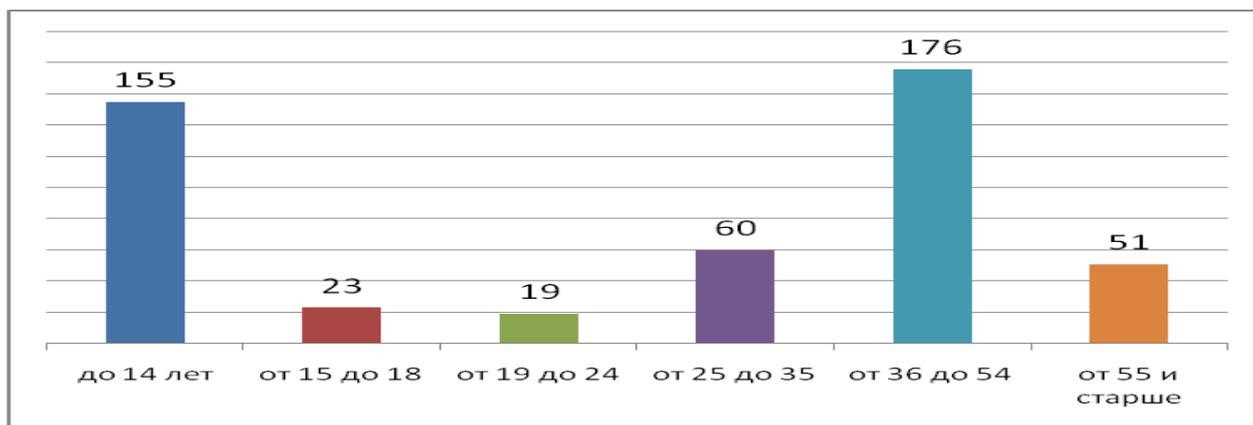


Рис. 1. Возраст участников анкетирования

Подавляющее большинство респондентов - участники в возрасте от 36 до 54 лет - 176 чел., что составляет 36% от общего числа опрошенных и участники до 14 лет - 155 чел. (32%). Среди участников коллективов Дворца, принявших участие в анкетировании, девушек и женщин - 82%, юношей и мужчин значительно меньше - 18% (рис. 2).

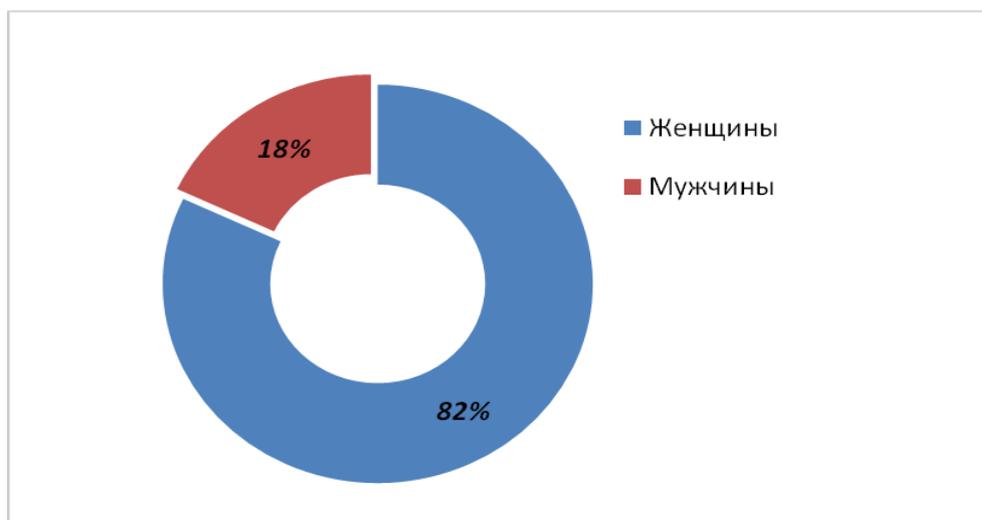


Рис. 2. Распределение респондентов по полу

4.2. Анализ данных и выводы исследования

Комфортность условий пребывания в организации: наличие и удобство мест для отдыха, работа гардероба и туалетов, соблюдение санитарно-эпидемиологических норм, температурный режим в помещениях, респонденты оценивали по пятибальной шкале, где 1 - *очень плохо*, 5 - *очень хорошо* (рис. 3).

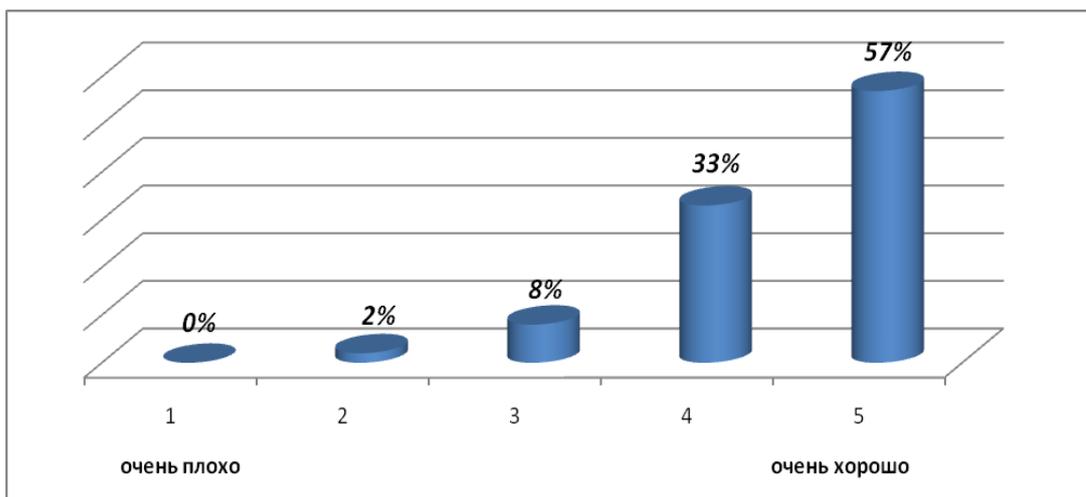


Рис. 3. Комфортность условий пребывания в организации

57% опрошенных в полной мере удовлетворены условиями пребывания в организации, 41% удовлетворены частично, и 2% опрошенных (10 чел.) оценили условия пребывания в учреждении всего на 2 балла.

На рисунке 4 отражена оценка респондентами культуры обслуживания, вежливость и доброжелательность, в том числе внешний вид работников учреждения (чистота, опрятность, наличие форменной одежды).

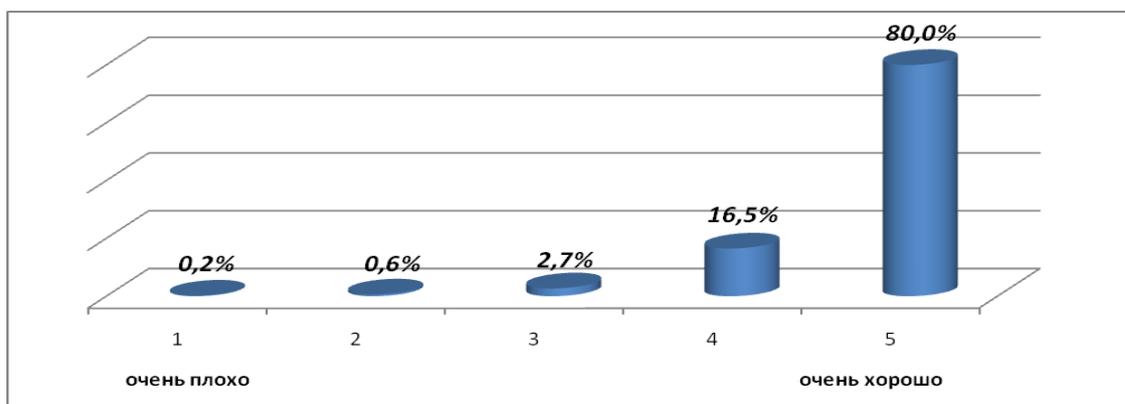


Рис. 4. Оценка культуры обслуживания сотрудников ДК им. С.М. Кирова

На рисунке видно, что подавляющее большинство опрошенных (более 80%) дают высокую оценку культуре обслуживания в Учреждении, удовлетворены компетентность персонала при предоставлении услуг, довольны работой специалистов. Чуть более 3% опрошенных (16 чел.) считают, что работники Учреждения все же недостаточно вежливы и доброжелательны.

Оценка качества и полноты информации о деятельности учреждения, наполняемости и привлекательности контента групп в социальных сетях (VK, Instagram, YouTube, Facebook, Одноклассники) и официального сайта Дворца культуры им. С.М. Кирова (<https://www.odkkirova.ru/>) представлены на рисунке 5.

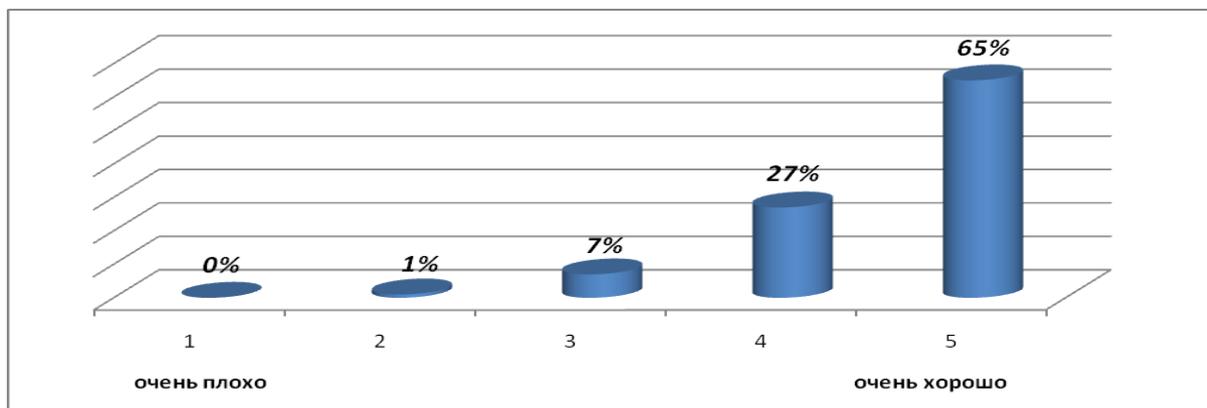


Рис. 5. Оценка качества и полноты информации о деятельности учреждения

Только 65% участников клубных формирований в полной мере удовлетворяют наполняемость и привлекательность контента групп в социальных сетях и официального сайта Дворца культуры им. С.М. Кирова. 8% опрошенных оценили информационное сопровождение деятельности учреждения ниже среднего.

На вопрос «Устраивает ли Вас в полной мере разнообразие творческих формирований, кружков по интересам, функционирующих при Дворце культуры им. С.М. Кирова?» утвердительно ответили 77% респондентов, 1% (5 чел.) дали отрицательный ответ, и 22% опрошенных затруднились дать однозначный ответ (рис. 6).

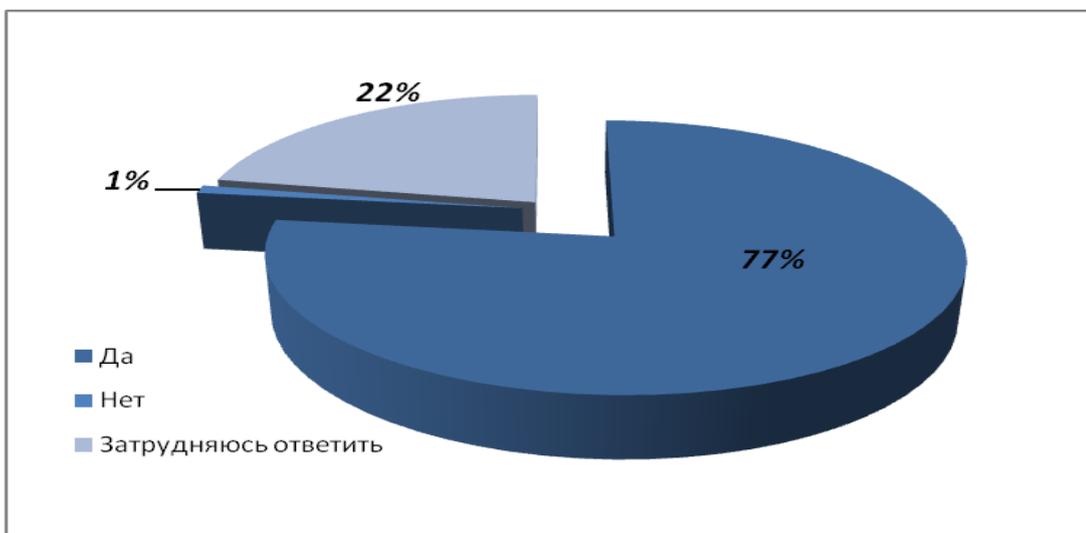


Рис. 6. Удовлетворенность разнообразием творческих формирований кружков по интересам, функционирующих при Дворце культуры им. С.М. Кирова

Качеством культурно-массовых мероприятий, проводимых ДК им. С.М. Кирова удовлетворены 82% респондентов. 16 человек (3%) дали отрицательную оценку качеству проводимых мероприятий и 15% опрошенных воздержались от ответа (рис. 7).

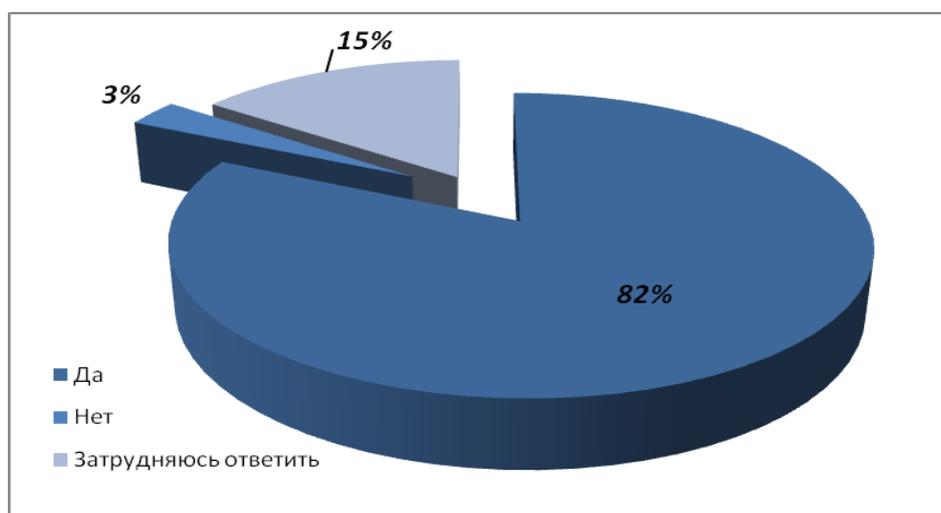


Рис. 7. Удовлетворенность качеством культурно-массовых мероприятий, проводимых Дворцом культуры им. С.М. Кирова?

Условия для самореализации участников самодеятельных коллективов (организация и участие в фестивалях, смотрах, конкурсах) устраивают лишь 78% опрошенных участников. 5% (26 чел.) не удовлетворены в полной мере наличием таких условий. 17% затруднились с ответом (рис. 8).

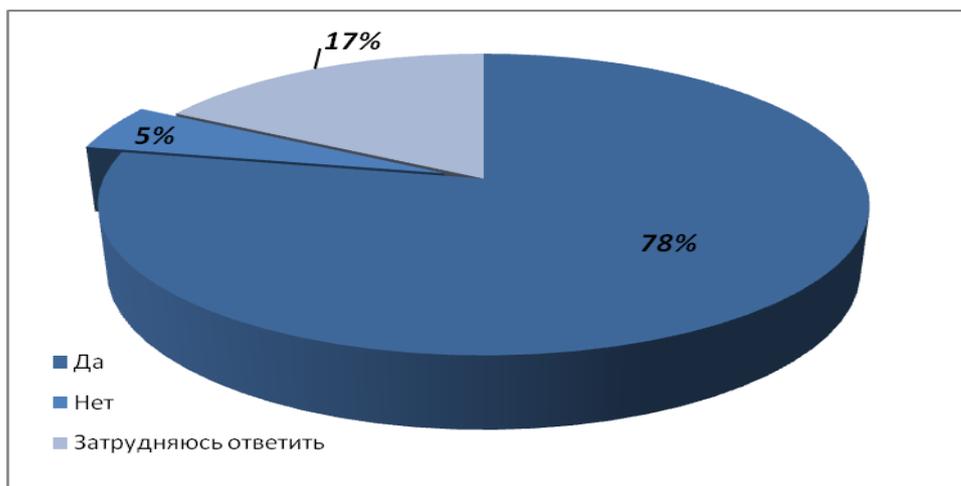


Рис. 8. Удовлетворенность условиями для самореализации участников самодеятельных коллективов

Атмосфера, присущая коллективам, в которых занимаются опрашиваемые участники, охарактеризована большей частью респондентов (66%) как дружеская, 26% охарактеризовали как атмосферу взаимного уважения, 6% опрошенных считают, что в их коллективах атмосфера делового сотрудничества и 2% респондентов как «Каждый сам за себя». Нездоровой, нетоварищеской атмосферы в коллективах Учреждения не выявлено (рис. 9).

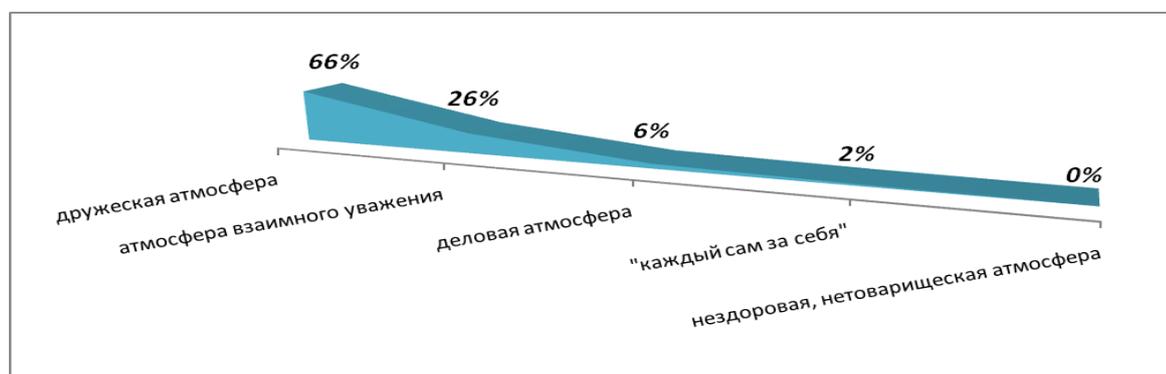


Рис. 9. Атмосфера, присущая клубным формированиям Учреждения

Время, отведенное для репетиций/занятий коллективов Учреждения, устраивает 88% опрошенных. 7% (34 чел.) не удовлетворены расписанием работы коллектива, 5% респондентов затруднились дать ответ на вопрос (рис. 10).

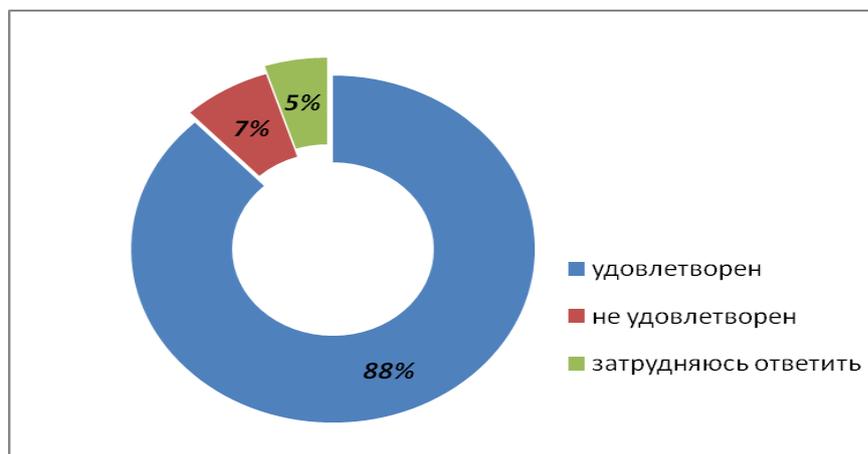


Рис. 10. Удовлетворенность участников коллективов временем, отведенного для репетиций/занятий клубного формирования

На вопрос «Какие мотивы для занятия в творческом коллективе является основным для Вас?», респондентам было предложено несколько вариантов ответа, из которых они могли выбрать не более трех вариантов, наиболее подходящих (рис. 11).

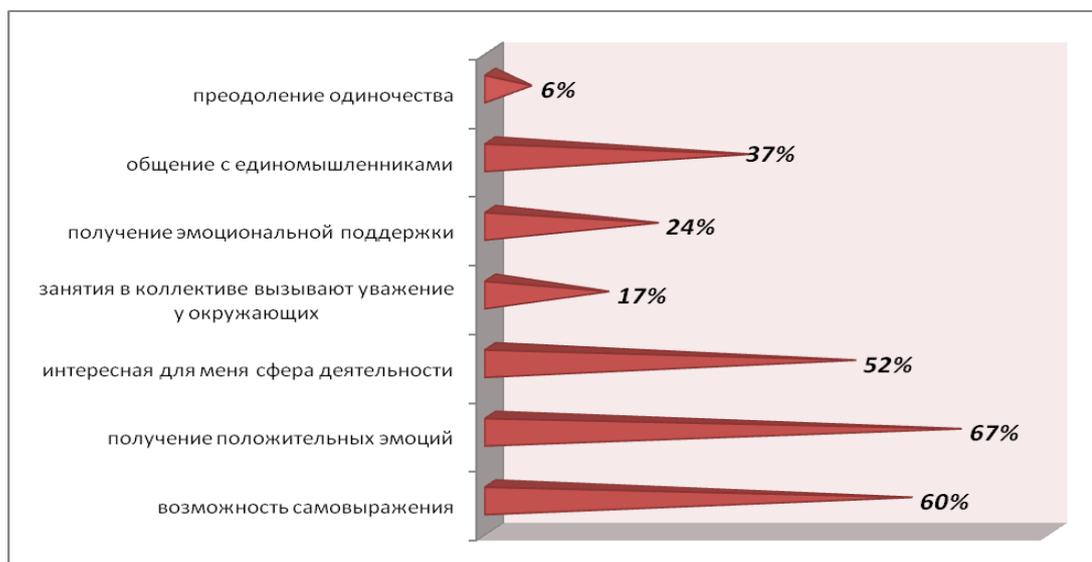


Рис. 11. Основные мотивы для занятия в творческом коллективе

Из рисунка видно, что для большинства респондентов, а это 67% (326 чел.) опрошенных, *получение положительных эмоций* является основным мотивом для занятия творчеством.

Варианты «*возможность самовыражения*» и «*интересная для меня сфера деятельности*» выбрали 60% (291 чел.) и 52% (252 чел.) респондентов соответственно.

37% (179 чел.) респондентов отметили одним из мотивов «*общение с единомышленниками*», 24% (116 чел.) - получают *эмоциональную поддержку*. 17% (81 чел.) опрошенных участников творческих коллективов *вызывают уважение у окружающих*. 6% (27 чел.) респондентов занятия в творческом коллективе помогают *преодолеть одиночество*.

На данный вопрос респондентам было предложено написать и свой вариант ответа.

Мотивами для занятия в творческом коллективе также являются:

- профессиональная подготовка;
- «занимаясь чем-то ты даёшь обет, что ты достигнешь больших высот в этом деле чем сейчас, если ты занимаешься чем-то для себя и только, то это бессмысленно»;
- спортивные достижения;
- физическое и культурное развитие;
- поддержание здоровья, в том числе осанки у ребенка и развитие физической формы;
- музыкальное и физическое развитие;
- возможность «и мир посмотреть, и себя показать»;
- красивая осанка, лечим плоскостопие;
- самоотдача людям (зрителям) личного вдохновения;
- развитие у ребёнка организованности, ответственности, физическая подготовка;
- получение определенных навыков.

В завершении анкетирования участникам творческих коллективов Учреждения было предложено высказать свои пожелания по улучшению качества предоставляемых услуг.

72% респондентов на этот вопрос ответа не дали.

8% опрошенных участников дали обратную связь словами: «все отлично», «все устраивает», «так держать», «все замечательно», «всем довольны, спасибо за ваш труд», «коллективу ДК Кирова желаю творческого долголетия».

Более 40% респондентов жалуются на отсутствие кулера с водой в кабинетах и залах, где занимаются коллективы, коридорах.

Подавляющее большинство респондентов (более 50%) предлагают открыть в стенах Учреждения постоянно действующий буфет (такой как в Лапландии, как отмечено в одной из анкет) или установить автоматы с питанием.

Несмотря на то, что опрос носил анонимный характер, респондентам все же было предложено указать коллектив, который они представляют. Исходя из предоставленной информации о коллективах, можно иметь возможность понимать, какое предложение вносит тот или иной коллектив, а так же узнать о насущных проблемах, которые испытывают конкретные творческие коллективы.

Немалая часть респондентов обращают внимание на острую необходимость ремонта в здании Дворца, в частности это касается здания, расположенного по адресу ул. К.Маркса, д. 1.

Так же участники одного из коллективов, занимающегося в здании по вышеуказанному адресу жалуются на плохое освещение в классе.

По данному исследованию можно сделать следующие выводы:

– участники коллективов считают условия пребывания в ГОАУК «Мурманский областной Дворце культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» достаточно комфортными, они довольны качеством предоставляемых им услуг и культурой обслуживая сотрудников Дворца;

– подавляющее большинство участников клубных формирований удовлетворяет наполняемость и привлекательность контента групп в

социальных сетях и официального сайта Дворца культуры им. С.М. Кирова, они хорошо информированы о деятельности Дворца;

– участники коллективов Дворца культуры в полной мере удовлетворены разнообразием творческих формирований, кружков по интересам, функционирующих при Дворце, а также условиями для самореализации участников коллективов;

– основными мотивами для посещения занятий клубных формирований Дворца для большинства участников является получение положительных эмоций и возможность самовыражения;

– участники опроса показали свое равнодушие к деятельности Дворца культуры и заинтересованность в улучшении его работы. Немалая часть респондентов обращают внимание на острую необходимость ремонта в здании Дворца, в частности это касается здания бывшего ДК Моряков (ул. К.Маркса, д. 1).

5. Пример развернутого отчета по результатам исследования, направленного на изучение предпочтений среди молодежи в организации собственного досуга, востребованности предоставляемых услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова», а так же удовлетворенности качеством предоставления данных услуг (далее - Дворец, Дворец культуры, Дворец культуры им. С.М. Кирова, ДК им. С.М. Кирова, Учреждение).

Анкета данного исследования представлена в приложении 2.

Цель исследования: выявление уровня востребованности у молодежи предоставляемых услуг и удовлетворенности качеством проводимых мероприятий в ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова».

Метод сбора информации: опрос в форме анкетирования. Респондентам был предложен ряд вопросов. После каждого вопроса предлагались несколько вариантов ответов. Респонденту необходимо было выбрать тот вариант ответа, который наиболее соответствует его мнению. Если ни один из предложенных

вариантов не подходил или после вопроса ответы не приводились, необходимо было написать свой вариант ответа.

Инструментарий исследования: анкета с перечнем вопросов как закрытого, так и открытого типа. С помощью открытых вопросов были изучены мотивы посещения Дворца, а также предпочтения молодежи в сфере организации собственного досуга.

Анкетирование проводилось электронно на платформе «Гугл-формы» по ссылке https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScHQH5_YdB6AO5M-5x-wnDvQFt6CNEir5AgjBrPM9gMHk5UkQ/closedform.

Количество респондентов: в опросе приняли участие **56** респондентов. Все респонденты прошли опрос на гугл-форме.

Сроки проведения: в период с 06 июля по 05 октября 2021 г.

Обработка данных: осуществлялась с помощью платформы «Гугл-формы».

Методология исследования: опрос был направлен на изучение следующих показателей:

- частота посещения молодежью Дворца культуры им. С.М. Кирова;
- личное отношение к Дворцу культуры им. С.М. Кирова;
- цель посещений Дворца культуры;
- какие из культурно-массовых мероприятий в Учреждении наиболее посещаемы молодежью;
- какие занятия и услуги Дворца согласились бы оплачивать молодые потребители;
- что целесообразно иметь при Дворце культуры;
- основной источник информации среди молодежи об услугах и проводимых культурно-массовых мероприятиях во Дворце культуры;
- уровень удовлетворенности качеством предоставляемых услуг.

Выборка исследования: социологический опрос проводился среди молодежи г. Мурманска. В опросе приняли участие лица от 14 до 35 лет.

5.1. Описание выборочной совокупности исследования.

Охотнее принимали участие в опросе женщины и девушки. Они традиционно чаще пользуются услугами культурно-досуговых учреждений. Среди потребителей услуг, принявших участие в анкетировании девушек и женщин – 83,9%, юношей и мужчин значительно меньше - 16,1%.

Наиболее активной возрастной группой респондентов оказалась молодежь в возрасте от 25 до 35 лет - 42,9%, практически такой же процент респондентов составляют лица в возрасте от 14 до 17 лет - 41,1%. Оставшуюся долю респондентов - 16,1% - составляют молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет, что отражено на рисунках 1-2:



Рис. 1-2. Распределение респондентов по возрасту и полу

5.2. Анализ данных и выводы исследования.

На вопрос «Как часто Вы посещаете Дворец культуры им. С.М. Кирова?» подавляющее большинство респондентов (58,9%) ответили, что посещают ДК практически ежедневно или не реже 2-3 раз в неделю. 5,4 % процента респондентов посещают ДК не чаще одного раза в неделю. 12,5% опрошенных посещают ДК 2-3 раза в месяц. Среди опрошенных есть молодые люди, которые посещают ДК лишь несколько раз в год (21,4%). Не посещают вовсе ДК 1,8% опрошенных (1 человек) (рисунок 3).

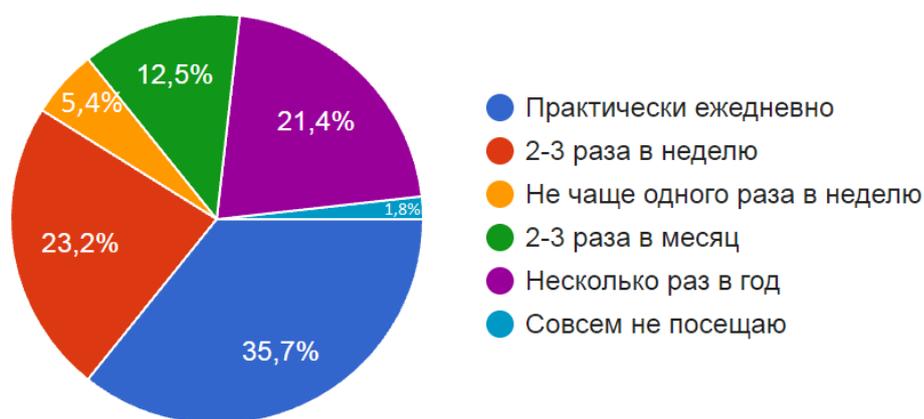


Рис 3. Как часто Вы посещаете Дворец культуры им. С.М. Кирова?

Ответы на вопрос об отношении к Дворцу культуры им. С.М. Кирова показали следующее (рис. 4) (допускалось не более трех вариантов ответа):

- подавляющее большинство молодых людей отметили, что Дворец культуры играет важную роль в их жизни - 44,6%;
- 21,4 % опрошенных отметили, что без ДК было бы негде проводить свободное время и творчески реализовываться;
- 28,6 % респондентов все же затруднились дать однозначный ответ на данный вопрос;
- 3,6% респондентов имеют нейтральное или негативное отношение к ДК;
- 1,8% респондентов отмечают ДК как место для посещения мероприятий и не более того и 1,8% респондентов (1 человек) выразил негативное отношение к Дворцу культуры.



Рис. 4. Ваше отношение к Дворцу культуры им. С.М. Кирова

Необходимо отметить, что преобладающее большинство опрошенной молодежи - 70% - это участники художественной самодеятельности при Дворце культуры им. С.М. Кирова (рисунок 5).

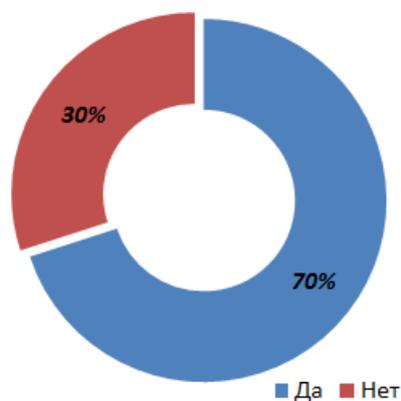


Рис. 5. Занимаетесь ли Вы в кружках художественной самодеятельности при Дворце культуры?

При ответе на вопрос «С какой целью Вы чаще всего посещаете Дворец культуры?» можно было выбрать не более трех вариантов ответа. Самым популярным ответом на вопрос стал «повысить культурный уровень». Этот вариант ответа выбрали 63% опрошенных.

44,4% респондента чаще всего посещают ДК с целью «улучшить свое настроение» - это второй по популярности ответ.

На третьем месте целью посещения ДК «провести время с друзьями» является для 38,9% респондентов.

27,8% опрошенных молодых людей посещают ДК с целью отдохнуть от повседневной суеты.

20,7 % респондентов при посещении ДК стремятся расширить свой кругозор.

11,4% указали свой вариант ответа: «являюсь участником коллектива (посещаю занятия, занимаюсь танцами т.п.)»; «посещаю концерты»; «занимаюсь тем, чем мне нравится».

Судя по рейтингу ответов, меньше всего посещают ДК с целью просто «убить свое время» - 3,7 % опрошенной молодежи (рис. 6).

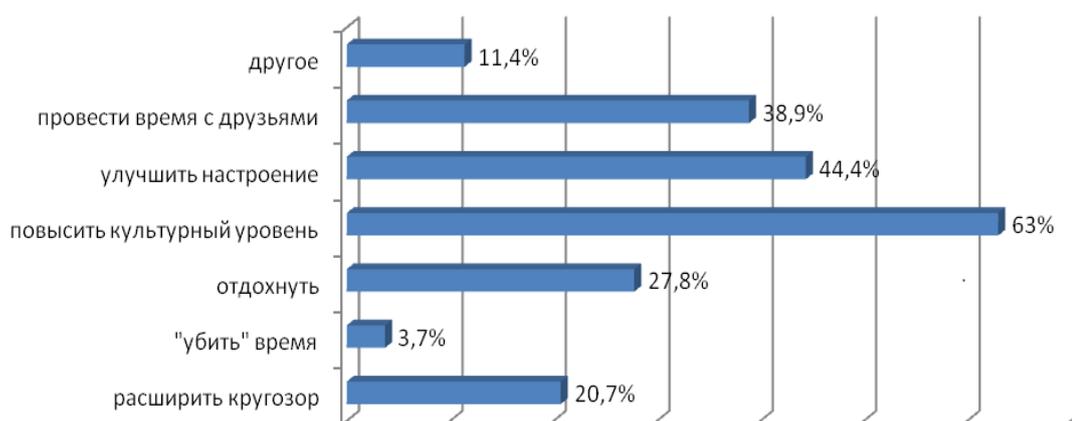


Рис. 6. Цель посещения Дворца культуры им. С.М. Кирова?

При ответе на следующий вопрос «Какие из культурно-массовых мероприятий в учреждении Вы посещаете наиболее охотно?» так же допускалось выбрать не более трех вариантов ответа. Вопрос был призван определить интересующие респондентов формы проведения мероприятий.

Из культурно-массовых мероприятий во Дворце культуры опрошенная молодежь наиболее охотно посещают:

- концерты местных коллективов - 67,9%;

– концерты приезжих известных коллективов, групп, «звезд» - 53,6%;

Конкурсы, фестивали и творческие встречи охотно посещают 32% опрошенных. Развлекательные мероприятия стремятся посетить 27% респондентов. 23% опрошенной молодежи постоянно посещают Дворец культуры, чтобы посмотреть театральные спектакли.

Судя по рейтингу ответов, меньше всего посещают Дворец культуры с целью посещения семинаров и мастер-классов - 14%, и познавательных мероприятий - 11% (рис 7).

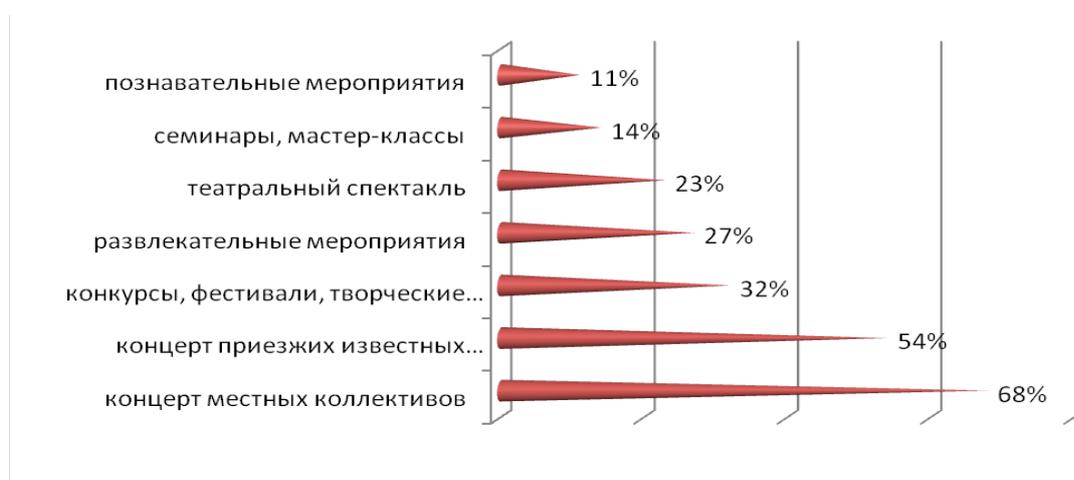


Рис. 7. Какие из культурно-массовых мероприятий в учреждении Вы посещаете наиболее охотно?

Из нескольких вариантов ответов на вопрос «За какие занятия и услуги вы согласились бы вносить плату?» (не более трех вариантов) респонденты выбрали следующие ответы (рис. 8):

- 36 % респондентов выбрали занятия в коллективах народного самодеятельного творчества;
- 32 % опрошенной молодежи готовы вносить плату за посещение концертов приезжих коллективов, «звезд»;
- 18 % респондентов готовы посещать платные концерты местных коллективов;

- 11 % опрошенных молодых людей готовы оплатить услуги организатора семейных торжеств и детских праздников;
- 3 % респондентов оплатят услугу по предоставлению Коворкинг-зоны.



Рис. 8. Какие занятия и услуги Вы согласились бы оплачивать?

Поразительное единение респондентов прослеживается в ответах на вопрос о том, что целесообразно иметь при Дворце культуры? (допускалось не более трех вариантов ответа) (рис. 9):

- 77 % респондентов хотели бы посещать во Дворце культуры КАФЕ, действующее на постоянной основе;
- 48 % опрошенной молодежи за наличие в ДК залов для проведения дискотек;
- 34 % опрошенных считают, что для разнообразия вариантов проведения досуга необходим кинозал;
- 34 % респондентам не хватает при Дворце культуры Коворкинг-зоны;
- 30 % опрошенных пожелали, чтобы при Дворце культуры были спортивные площадки и тренажёрный зал.

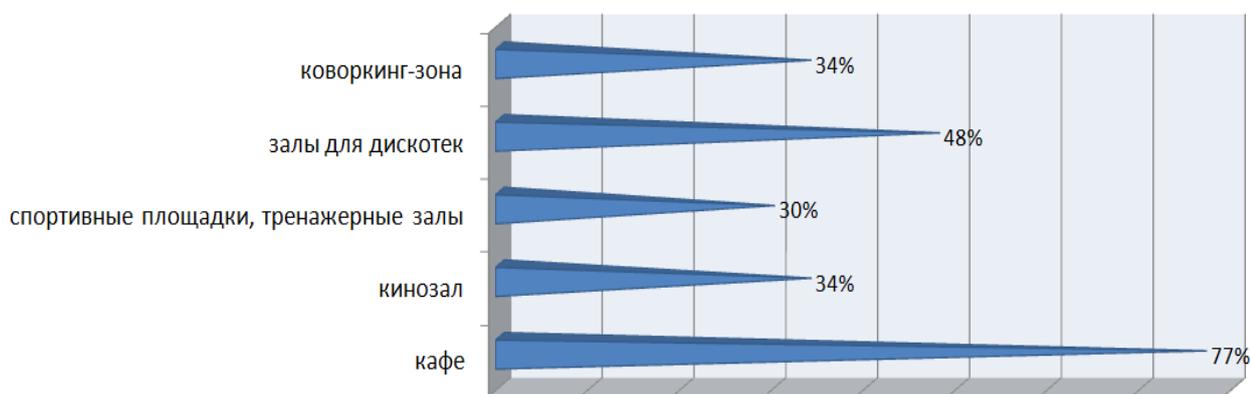


Рис. 9. Что целесообразности иметь при Дворце культуры?

На вопрос «Из каких информационных источников Вы узнаете об услугах и проводимых культурно-массовых мероприятиях во Дворце культуры?» 80% респондентов отметили, что информацию они получают из Интернет источников: официального сайта ДК и/или официальных групп Дворца в социальных сетях.

45% опрошенной молодежи получают информацию о предстоящих мероприятиях из афиш Дворца.

Знакомые и родственники являются источником информации для 36 % респондентов. Лишь 7% опрошенных могут прибегнуть к таким информационным источникам как газеты и СМИ (телевидение, радио).

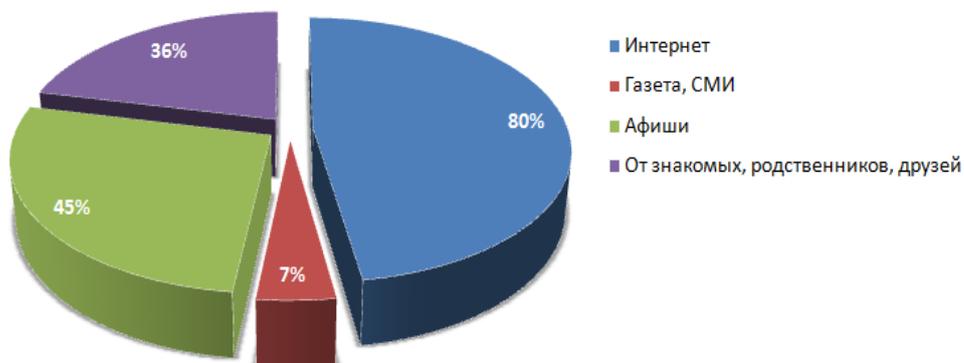


Рис. 10. Источник информации об услугах и проводимых культурно-массовых мероприятиях во Дворце культуры.

На вопрос «*Что по Вашему мнению, нужно сделать в первую очередь, чтобы улучшить работу ДК?*», при возможности выбора не более трех вариантов ответа, мнение опрашиваемых разделилось следующим образом (рис. 11):

- 41 % респондентов считают, что для улучшения работы ДК необходимо увеличить численность и разнообразие подростково-молодежных мероприятий, а также привлекать к участию в крупных массовых мероприятиях больше молодых людей;
- 32 % опрошенной молодежи считают, что приобретение нового, более современного оборудования и мебели несомненно улучшит работу ДК;
- 27 % респондентов предлагает больше информировать население об услугах через СМИ и такой же процент опрошенной молодежи указывают на необходимость повысить качество и эффективность проведения культурно-массовых мероприятий;
- 23 % респондентов за увеличение числа кружков и любительских объединений в ДК;
- 21 % опрошенных молодых людей предлагают снизить цены на услуги;
- 18 % респондентов считают, что отремонтированные помещения улучшат работу ДК;

лишь 2 % респондентов затруднились с ответом на данный вопрос и 4 % молодых людей предложили свой вариант ответа: «осовременить направления деятельности ДК», «оказать дополнительное финансирование коллективов Дворца» (рис. 11).



Рис. 11. Что нужно сделать, чтобы улучшить работу Дворца культуры.

Рейтинг ответов молодых людей показал, что почти 84 % опрошенных устраивает в полной мере качество культурно-массовых мероприятий, проводимых Дворцом культуры, 86% респондентов порекомендуют своим друзьям, родственникам и знакомым посетить мероприятия, проводимые Дворцом культуры (рис. 12-13).

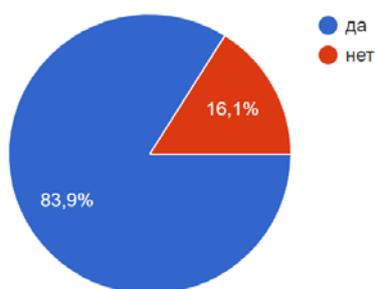


Рис. 12. Устраивает ли Вас в полной мере качество культурно-массовых мероприятий, проводимых Дворцом культуры?

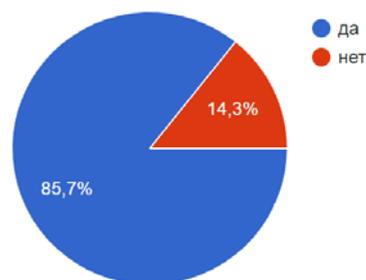


Рис. 13. Посоветуете ли Вы своим друзьям, родственникам и знакомым посетить мероприятия, проводимые Дворцом культуры?

Теперь рассмотрим статистику ответов на некоторые вопросы в разрезе возрастных групп (таблица 1):

Статистика ответов на ряд вопросов в разрезе возрастных групп

Вопрос / Возрастная категория	Положительный ответ на вопрос дали респонденты (%)		
	от 14 до 17 лет	от 18 до 24 лет	от 25 до 35 лет
Занимаетесь ли Вы в кружках художественной самодеятельности при Дворце культуры?	91%	55%	54%
Устраивает ли Вас в полной мере качество культурно-массовых мероприятий, проводимых Дворцом культуры?	91%	67%	79%
Посоветуете ли Вы своим друзьям, родственникам и знакомым посетить мероприятия, проводимые Дворцом культуры?	96%	67%	79%

В анкете присутствовал вопрос «*Что Вам мешает посещать данное учреждение культуры?*». Респондентам были предложены несколько вариантов ответов при условии выбора не более двух вариантов. Ответы респондентов распределились следующим образом (рис. 14):

- 48 % респондентов отмечают нехватку свободного времени;
- 23 % опрошенной молодежи имеют другие увлечения и посещают занятия вне Дворца культуры;
- 17 % респондентов хотели бы, но не могут посещать Дворец культуры по семейным обстоятельствам;
- для 15 % опрошенных в ДК практически не бывает мероприятий, которые смогли бы их заинтересовать;
- 10 % респондентов не посещают ДК по состоянию здоровья, столько же процентов респондентов не удовлетворены существующими в ДК формами работы;
- 4 % опрошенной молодежи просто избегают посещение общественных мест;

- для 16% молодежи, принявших участие в опросе, нет никаких препятствий для посещения Дворца культуры.



Рис. 14. Что Вам мешает посещать данное учреждение культуры?

В целом по данному исследованию можно сделать следующие выводы:

- молодые получатели услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворце культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» довольны качеством предоставляемых им услуг, условиями их предоставления, а также работой специалистов Дворца;

- они хорошо информированы о деятельности Дворца культуры, для подавляющего большинства опрошенной молодежи Интернет-ресурсы являются основным информационным источником (официальный сайт ДК и/или официальные группы Дворца в социальных сетях);

- молодые потребители услуг в культурно-досуговой сфере готовы заплатить некоторую сумму за возможность посещения различных видов мероприятий.

- для подавляющего большинства участников опроса Дворец культуры является местом для проведения досуга и творческой самореализации, молодые люди советуют своим знакомым и родственникам посещать мероприятия ДК;

– участники опроса показали свое равнодушие к деятельности Дворца и заинтересованность в улучшении его работы.

Согласно представленному рейтингу Дворец культуры занимает не последнее место в структуре молодежного досуга. Общение как досуговая форма приоритетна для молодежи. Дворец культуры может использовать этот факт, здесь важная задача Дворца культуры – встать в один ряд с другими досуговыми местами молодежи, став комфортной площадкой для ее творческой самореализации.

6. Пример развернутого отчета по результатам исследования «Оценка качества предоставляемых консультационных и информационно-методических услуг ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» (далее - Дворец, Дворец культуры, Дворец культуры им. С.М. Кирова, ДК им. С.М. Кирова, Учреждение).

Анкета данного исследования представлена в приложении 3.

Цель исследования: проведения мониторинга оценки качества предоставляемых консультационных и информационно-методических услуг Дворца культуры им. С.М. Кирова.

Метод сбора информации: он-лайн анкетирование.

Инструментарий исследования: анкета с перечнем вопросов как закрытого, так и открытого типа (ссылка на гугл-форму: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8RJwOKd600KmKo7QEFURMTQtwJGV1pzwHfCC9fH_D6s42Jg/closedform).

Сроки проведения: с 01 по 05 июля 2021 г.

Количество респондентов: В электронном анкетировании приняло участие **58** респондентов. Данные 7 анкет были исключены из общей выборки из-за грубых ошибок заполнения (не указан возраст, учреждение, муниципальное образование и т.п.). Результаты социологического исследования составлены на основании данных 51 анкеты.

Обработка данных: осуществлялась с помощью платформы «Гугл-формы».

Методология исследования: опрос был направлен на изучение следующих показателей:

- удовлетворенность открытостью и доступностью информации;
- доброжелательность, вежливость, компетентность сотрудников Дворца культуры;
- удовлетворенность качеством оказания консультационных и информационно-методических услуг.

Выборка исследования: в опросе приняли участие специалисты культурно-досуговых учреждений Мурманской области.

6.1. Описание выборочной совокупности исследования.

Из 51 респондентов подавляющее большинство составляют женщины (92%).

Среди респондентов преобладают лица в возрасте от 36 до 50 лет (45%). Самая низкая доля опрошенных среди работников КДУ в возрасте до 24 лет (6%). Средний возраст опрошенных - 42 года.

Распределение по возрасту среди опрошенных работников КДУ представлено в *рис. 1*:

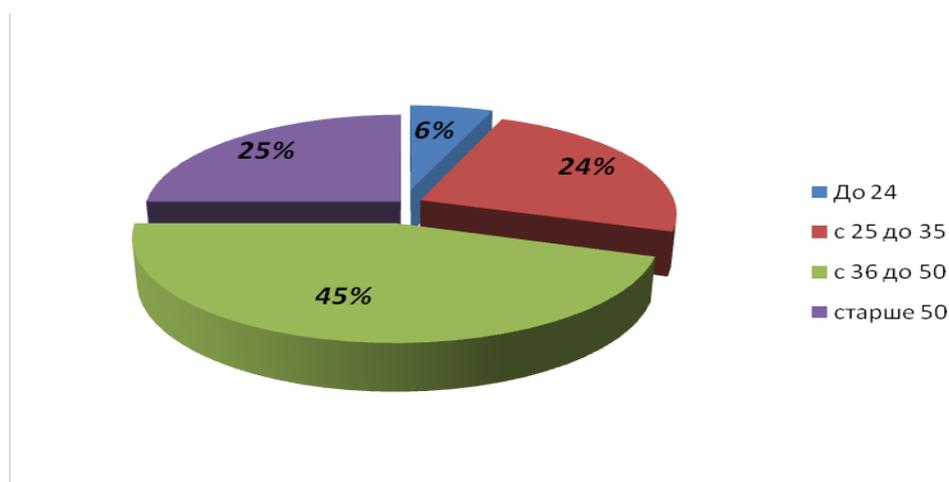


Рис. 1. Возраст участников анкетирования

Стаж работы опрошенных специалистов в сфере культуры составляет в среднем 11 лет. При этом большее число опрошенных специалистов среди сотрудников, чей стаж работы не превышает 5 лет (24%), треть составляют лица со стажем работы в сфере культуры более 15 лет (рис. 2).

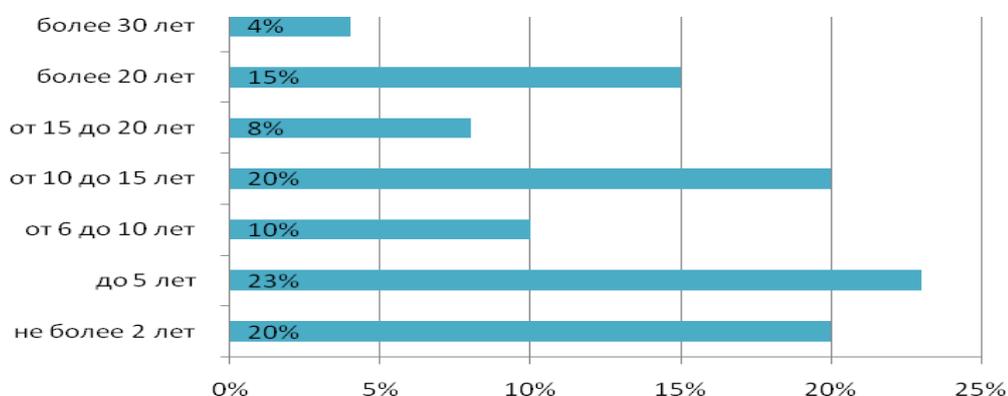


Рис.2. Распределение по стажу работы в сфере культуры среди опрошенных работников КДУ Мурманской области

Большинство опрошенных (44%) занимают руководящую должность в учреждениях культуры Мурманской области (директор, заведующий сектором, руководитель, начальник отдела, заместитель директора), 41% опрошенных работников являются режиссерами, художниками по костюмам, аккомпаниаторами, звукооператорами, хормейстерами, художественными руководителями, рабочими по зданию и т.п. 15% опрошенных являются специалистами учреждений культуры (методисты, секретари).

6.2. Анализ данных.

Оценка качества предоставляемых консультационных и информационно-методических услуг проводится по единым критериям в соответствии со шкалой от 1 до 4 баллов.

Представляется целесообразным разделить предложенные критерии на три группы:

- 1 группа - открытость и доступность информации
- 2 группа - доброжелательность, вежливость, компетентность сотрудников
- 3 группа - удовлетворенность качеством оказания услуг

В ходе анкетирования респондентам было предложено выразить свою степень согласия (не согласия) с рядом утверждений (критериев):

«1» - Полностью не согласен

«2» - Скорее не согласен

«3» - Скорее согласен

«4» - Полностью согласен.

Рассчитывается % и средние оценки (как среднее арифметическое) респондентов по каждому критерию в отдельной группе показателей (таблицы 1-3).

Таблица 1

Открытость и доступность информации (I группа показателей)

№ п/п	Формулировка критерия	Степень развития критерия (в % кол-ва ответивших)				Средняя оценка
		1	2	3	4	
1.	<i>Я без проблем получаю (могу получить) информационную и консультационную помощь при обращении к сотрудникам Дворца культуры</i>	2%	0%	6%	92%	3,8
2.	<i>Обучающие вебинары, семинары и мастер-классы, проводимые Дворцом культуры, вполне доступны для их участников</i>	2%	0%	8%	90%	3,8
3.	<i>Информационно-методические материалы Дворца культуры вполне доступны и я могу без проблем их получить</i>	2%	0%	6%	92%	3,8
4.	<i>Меня вполне устраивает время предоставления консультационных услуг и проведения методических мероприятий</i>	2%	0%	16%	82%	3,7
	<i>Средняя оценка показателей в данной группе</i>					3,8
	<i>Степень развития критериев в группе показателей «Открытость и доступность информации»</i>					90%

Все предложенные утверждения по показателю «открытость и доступности информации» получили высокие оценки.

61% респондентов по каждому из критериев дали максимальный оценку (по шкале от 1 до 4). Более 90% респондентов без проблем получают

информационную и консультационную помощь при обращении к сотрудникам Дворца культуры, вебинары, семинары и мастер-классы, вполне доступны 90% респондентов, информационно-методические материалы Дворца культуры доступны 92% опрошенных. Лишь 18% респондентов не устраивает время предоставления консультационных услуг и проведения методических мероприятий.

Средняя оценка критериев в данном разделе колеблется от 3,7 до 3,8 баллов.

Таблица 2

Доброжелательность, вежливость, компетентность сотрудников (II группа показателей)

№ п/п	Формулировка критерия	Степень развития критерия (в % кол-ва ответивших)				Средняя оценка
		1	2	3	4	
1.	<i>Сотрудники учреждения являются профессионалами своего дела, хорошо разбираются в материале</i>	2%	0%	4%	94%	3,9
2.	<i>Педагогическое мастерство сотрудников Дворца культуры (умение передать знания, заинтересовать материалом) находится на достаточно высоком уровне</i>	2%	0%	11%	87%	3,8
3.	<i>Сотрудники Дворца культуры, при обращении к ним, вежливы и отзывчивы</i>	2%	0%	8%	90%	3,8
<i>Средняя оценка показателей в данной группе</i>						3,8
<i>Степень развития критериев в группе показателей «Доброжелательность, вежливость, компетентность сотрудников»</i>						90,3%

Профессиональная компетентность сотрудников Дворца культуры высоко оценивается подавляющим большинством респондентов (94% опрошенных дали максимальный балл по данному критерию по шкале от 1 до 4). Педагогическое мастерство сотрудников оценивается незначительно ниже, чем их профессиональная компетентность (максимальный балл дан 87% респондентов). Вежливость, тактичность, отзывчивость сотрудников Дворца культуры по отношению к пользователям услуг оценивается респондентами достаточно высоко (90%)

82% опрошенных дали максимальный бал по всем критериям данного раздела.

Таблица 3

Удовлетворенность качеством оказания услуг (III группа показателей)

№ п/п	Формулировка критерия	Степень развития критерия (в % кол-ва ответивших)				Средняя оценка
		1	2	3	4	
1.	<i>Мне нравится содержание методической работы, тематика мероприятий данного учреждения.</i>	2%	0%	10%	88%	3,8
2.	<i>Я считаю, что содержание методической работы Дворца культуры отвечает запросам учреждений культуры Мурманской области.</i>	2%	5%	6%	92%	3,8
3.	<i>Мероприятия по повышению квалификации, которые проводит Дворец культуры, очень содержательны, информативны и разнообразны.</i>	2%	0%	10%	88%	3,8
4.	<i>Учебно-методические материалы, выпускаемые данным учреждением, отличаются достаточно высоким качеством и актуальностью.</i>	2%	4%	4%	90%	3,8
5.	<i>Дворец культуры предоставляет необходимые учебные, методические, аналитические материалы в электронном виде.</i>	2%	0%	4%	94%	3,9
6.	<i>Дворец культуры способствует выявлению и распространению инновационного опыта различных учреждений культуры, творческих коллективов.</i>	2%	2%	6%	90%	3,8
7.	<i>Специалисты Дворца культуры осуществляют экспертную деятельность (в качестве рецензентов, членов жюри, комиссий и т.п.) на достаточно высоком уровне.</i>	2%	2%	8%	88%	3,8
8.	<i>Специалисты Дворца культуры своевременно и объективно проводят анализ деятельности учреждений культуры Мурманской области.</i>	2%	2%	8%	88%	3,8
9.	<i>Специалисты Дворца культуры профессионально проводят консультации по вопросам деятельности учреждений культуры Мурманской области.</i>	2%	2%	2%	94%	3,9
10.	<i>Методическая работа учреждения хорошо организована, проводится не эпизодически, а системно</i>	4%	0%	2%	94%	3,8

11.	<i>В своей профессиональной деятельности я применяю знания, полученные в результате взаимодействия со специалистами Дворца культуры.</i>	2%	0%	10%	88%	3,8
<i>Средняя оценка показателей в данной группе</i>						3,8
<i>Степень развития критериев в группе показателей "Удовлетворенность качеством оказания услуг"</i>						90,3%

- ✓ строка 1 Таблицы 3: Содержание методической работы (тематики, программы мероприятий) полностью удовлетворяет более половины опрошенных (88%). Несколько менее удовлетворены содержанием работы 10% пользователей услуг, и полностью не удовлетворены 2% респондентов.
- ✓ строка 2 - По критерию соответствия содержания методической работы запросам учреждений культуры, высокие оценки получены от 92% пользователей услуг. Из них более 30% респондентов занимают руководящие должности в учреждениях культуры.
- ✓ строка 3 - По критерию качества учебно-методических мероприятий по повышению квалификации работников сферы культуры получены достаточно высокие оценки (88 %). 2% опрошенных не устраивает качество учебно-методических мероприятий.
- ✓ строка 4 - Качество и актуальность выпускаемых учебно-методических материалов высоко оценивают пользователи услуг как занимающие руководящие должности, так и другие категории работников учреждений культуры. Только 2% респондентов не удовлетворены качеством учебно-методических материалов.
- ✓ строка 5 - По критерию наличия и качества учебных, методических, аналитических материалов в электронном виде 94% опрошенных дали высокие оценки, 4% опрошенных скорее согласны с данным утверждением, и 2% респондентов не могут согласиться с утверждением.
- ✓ строки 6-7 - По критериям «выявление и распространение инновационного опыта» и «экспертная деятельность специалистов в качестве рецензентов, членов жюри, комиссий и т.п.» получены одинаково высокие оценки (90% и

88%). 2% опрошенных пользователей услуг по данным критериям дали низкую оценку.

- ✓ строка 8 - Качество и оперативность анализа деятельности учреждений культуры высоко оценивается респондентами, занимающими руководящие должности, так и другие категории работников учреждений культуры (88%). 4% респондентов не согласны с мнением большинства проголосовавших, что, скорее всего, вызвано недостаточной информированностью респондентов, т.к. анализ статистических и других показателей деятельности учреждений культуры проводится совместно и по заказу органов управления и не предоставляются некоторым категориям специалистов КДУ.
- ✓ строка 9 - Консультирование специалистов по вопросам деятельности учреждений культуры высоко оценивают 94% пользователей услуг. 2% опрошенных дают по данному критерию самую низкую оценку (по шкале от 1 до 4).
- ✓ строка 10 - Плановость и системность методической работы высоко оценили 94% респондентов. 2% респондентов считают, что методическая работа Дворца культуры проводится эпизодично и не системно.
- ✓ строка 11 - Подавляющее большинство опрошенных (88%) в своей профессиональной деятельности применяют знания, идеи, полученные в результате взаимодействия с подразделениями Дворца культуры. Не всегда применяют или совсем не применяют эти знания 12% респондентов.

Подавляющее большинство опрошенных в целом дают высокую оценку качеству оказываемых учебно- и информационно-методических услуг, удовлетворены методическими мероприятиями, проводимыми Дворцом культуры.

Максимальные показатели удовлетворенности методическими мероприятиями зафиксированы у 73% респондентов, которые дали высокую оценку по всем критериям данного раздела.

В целом все показатели данного раздела имеют сравнительно одинаковую среднюю оценку: 3,7 - 3,9 баллов.

6. 3. Выводы исследования.

Таким образом, по всем критериям трех групп показателей получены хорошие оценки - от 3,7 до 3,9 баллов по 4-х балльной шкале, т.е. подавляющее большинство опрошенных пользователей услуг полагают, что данные критерии высоко или хорошо развиты, реализуются максимально или в достаточной степени.

По сравнению с другими критериями, несколько ниже респонденты оценивают содержание и актуальность методической работы, разнообразие тем мероприятий по повышению квалификации, экспертную работу специалистов Дворца культуры и распространение инновационного опыта учреждений культуры (3,7 - 3,8 балла).

Выше остальных критериев респонденты оценивают доступность информации о методической работе, отношение сотрудников Дворца культуры к пользователям услуг (вежливость, тактичность, отзывчивость и т.п.) и профессиональную компетентность сотрудников Дворца (3,8 - 3,9 балла). Т.о., можно сказать, что именно «человеческий капитал» является основным преимуществом Дворца культуры в учебно-методической деятельности.

В целом, по трем группам критериев, получены достаточно хорошие оценки (3,7 - 3,9 баллов по 4-х балльной шкале), т.е. подавляющее большинство опрошенных пользователей услуг полагают, что данные критерии высоко или хорошо развиты, реализуются максимально или в достаточной степени (таблица 4).

Среднее значение степени развития критериев и средние оценки респондентов по каждой отдельной группе показателей

№ п/п	Наименование раздела	Средне значение степени развития критериев по каждому разделу (в %)	Средняя оценка критериев по каждому разделу
1.	Открытость и доступность информации	90%	3,8
2.	Доброжелательность, вежливость, компетентность сотрудников	90%	3,8
3.	Удовлетворенность качеством оказания услуг	90%	3,8

На рисунке 3 показана оценка качества методической работы по трем группам критериев в соответствии со шкалой от 1 до 4 баллов:

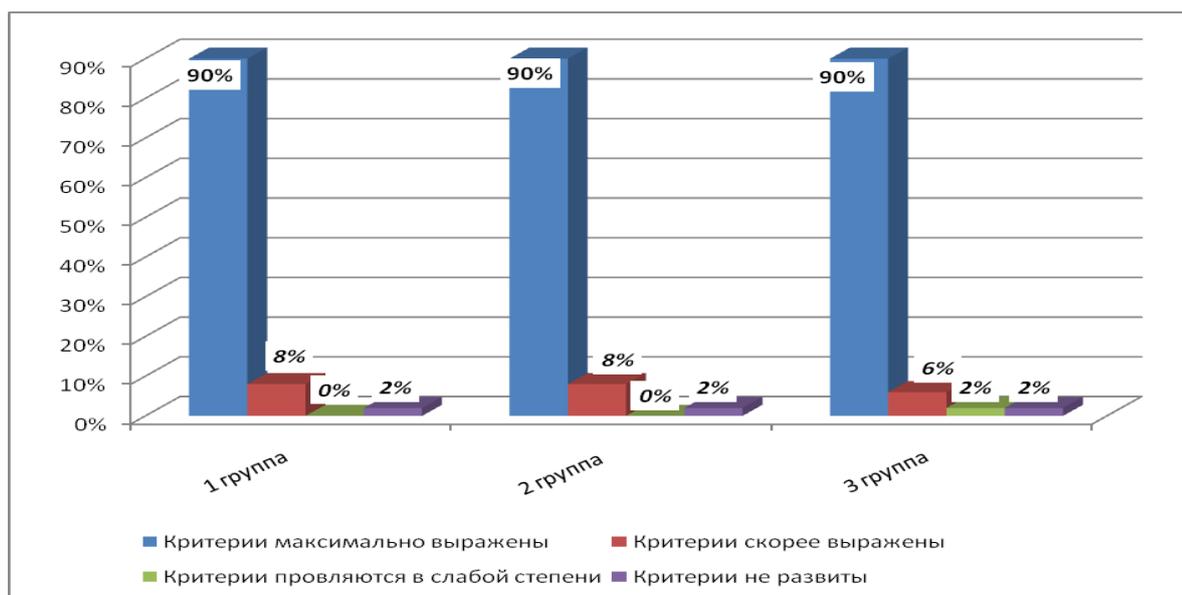


Рис. 3. Оценка качества методической работы по трем группам критериев

1 балл: критерий не выражен, не реализуется, не развит.

2 балла: критерий скорее не выражен, проявляется в слабой степени.

3 балла: критерий скорее выражен, проявляется в хорошей степени, в достаточной степени реализуется.

4 балла: критерий максимально выражен, активно реализуется, высоко развит.

7. Пример представления полученных социологических данных в обобщенном виде по результатам исследования «Удовлетворенность граждан качеством организации и проведения культурно-массовых мероприятий (иных зрелищных мероприятий) ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова»

Анкета данного исследования представлена в приложении 4.

Цель исследования: выявление уровня удовлетворенности/неудовлетворенности граждан качеством организации и проведения культурно-массовых мероприятий Дворцом культуры.

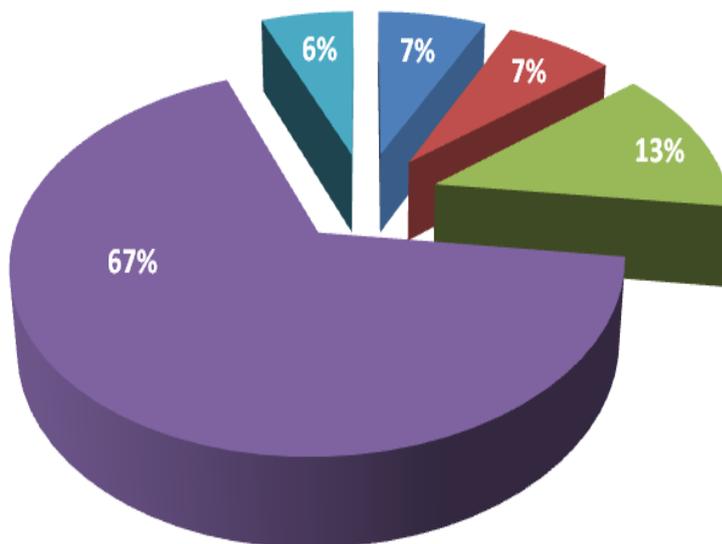
Исследование проводилось в форме интервью. В ходе исследования были опрошены посетители различных мероприятий, проводимых ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова», разных возрастных групп (381 респондент).

Уровень удовлетворенности посетителей мероприятий, проводимых Дворцом культуры

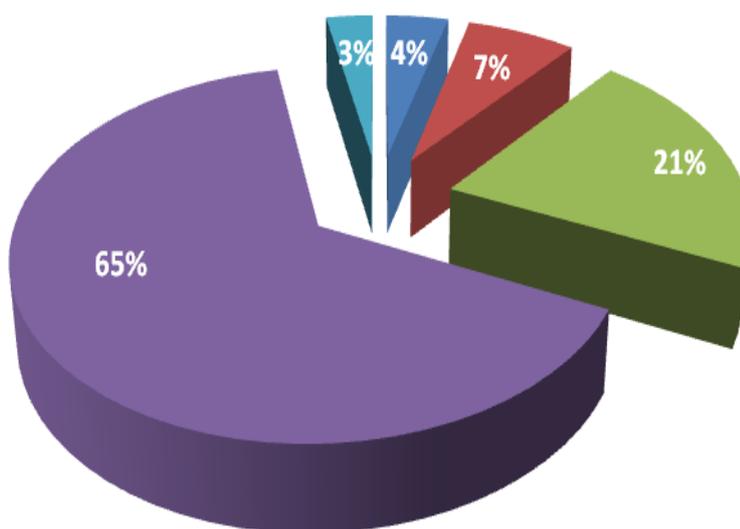
Критерии	Уровень удовлетворенности	
	Платные мероприятия	Бесплатные мероприятия
Уровень информирования населения о мероприятиях	85%	80%
Комфортность пребывания в учреждении (наличие и удобство мест для отдыха, работа гардероба, туалетов)	98%	93%
Удовлетворенность территориальной доступностью учреждения	98%	80%
Культура обслуживания, вежливость и доброжелательность, в том числе внешний вид работников учреждения (чистота, опрятность, наличие форменной одежды)	98%	100%
Качество проведения мероприятий	92%	86%

1. Уровень информирования населения о проводимых во Дворце культуры мероприятиях:

Бесплатные мероприятия



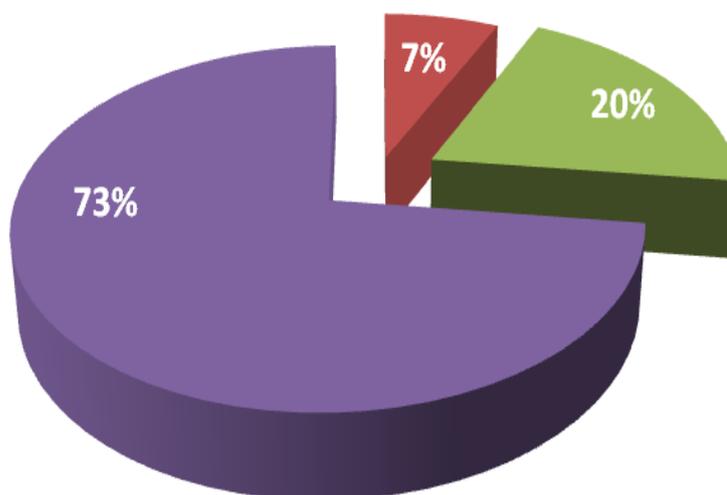
Платные мероприятия



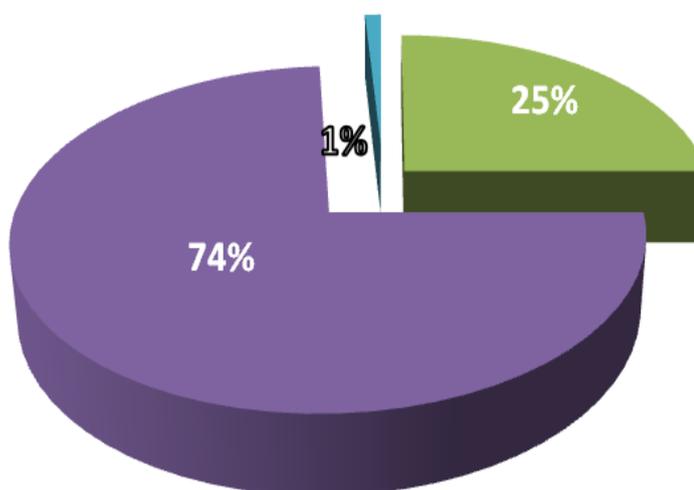
- недоволен
- скорее недоволен
- скорее доволен
- доволен
- затрудняюсь ответить

2. Комфортность пребывания в учреждении (наличие и удобство мест для отдыха, работа гардероба, туалетов):

Бесплатные мероприятия



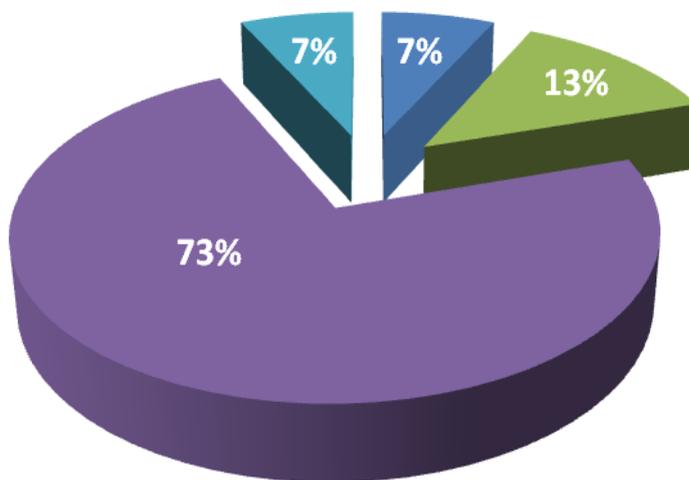
Платные мероприятия



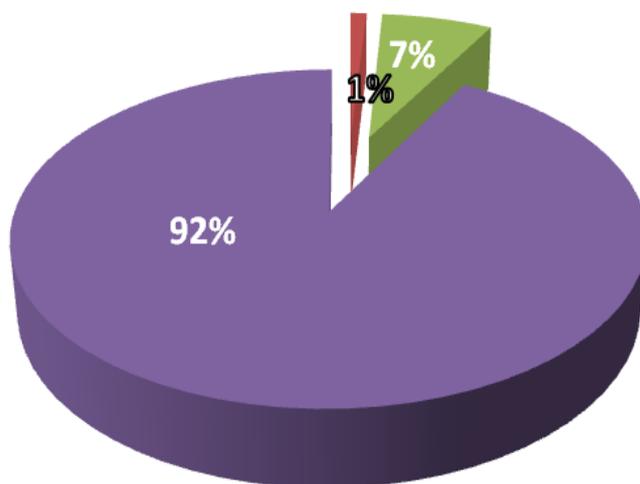
- недоволен
- скорее недоволен
- скорее доволен
- доволен
- затрудняюсь ответить

3. Удовлетворенность территориальной доступностью учреждения:

Бесплатные мероприятия



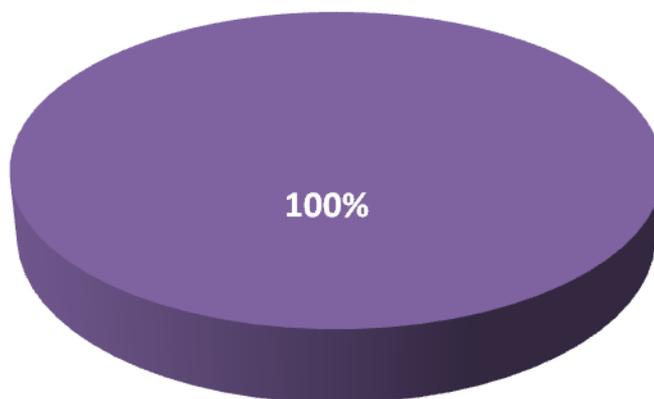
Платные мероприятия



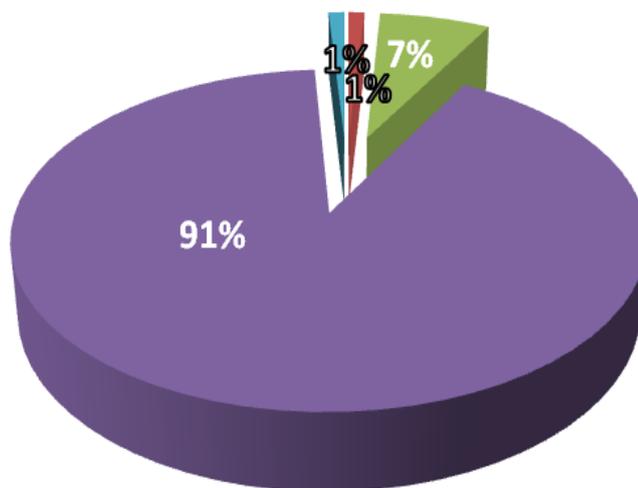
- недоволен
- скорее недоволен
- скорее доволен
- доволен
- затрудняюсь ответить

4. Культура обслуживания, вежливость и доброжелательность, в том числе внешний вид работников учреждения (чистота, опрятность, наличие форменной одежды):

Бесплатные мероприятия



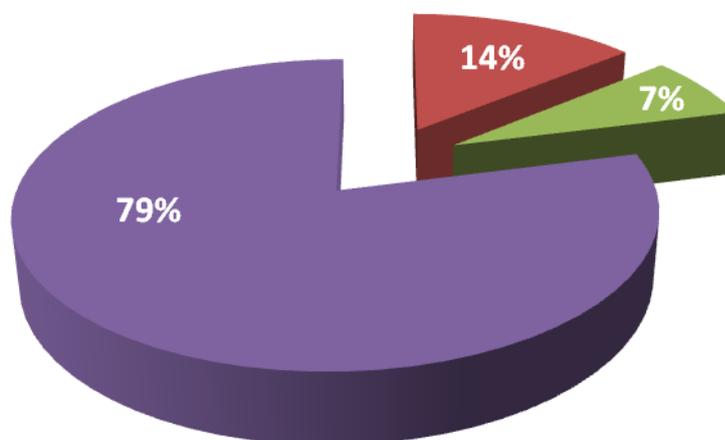
Платные мероприятия



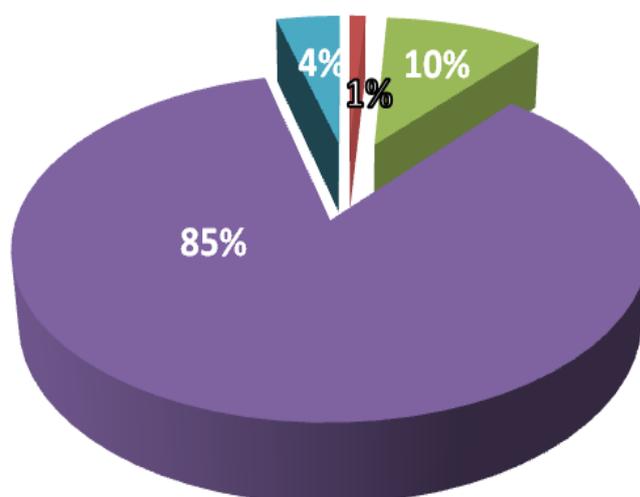
- недоволен
- скорее недоволен
- скорее доволен
- доволен
- затрудняюсь ответить

5. Качество проведения мероприятий:

Бесплатные мероприятия



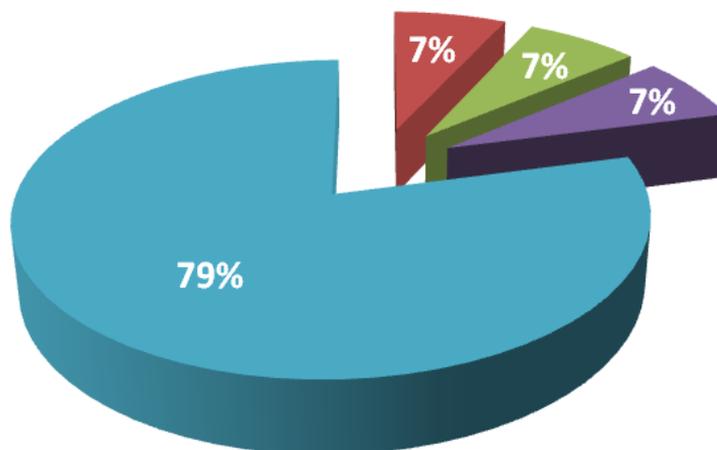
Платные мероприятия



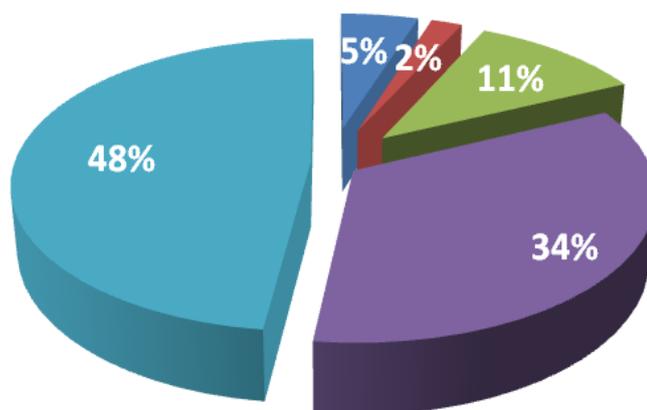
- недоволен
- скорее недоволен
- скорее доволен
- доволен
- затрудняюсь ответить

6. *Возраст посетителей Дворца культуры, принявших участие в опросе:*

Бесплатные мероприятия



Платные мероприятия



- до 18 лет
- от 19 до 24
- от 25 до 34
- от 35 до 50
- от 51 и более

Список литературы

1. Борусьяк Л.Ф. Как провести социологический опрос, [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://insp.mgpi.ru/skp/sotsopros> (свободный) дата обращения: 07.07.21 г.
2. Волкова Д.В. Культурные запросы населения и оптимизация управления деятельностью учреждений культуры, [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ppt-online.org/34203> (свободный) дата обращения: 18.08.21 г.
3. Каташинских В.С. Методы сбора социальной информации: учеб. пособие / В. С. Каташинских; [науч. ред. Ю. Р. Вишневецкий]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 124 с.
4. Лиджи-Горяева С.Э. Методологические и методические основы изучения мнения населения о качестве оказываемых государственных услуг // Вестник института комплексных исследований аридных территорий. 2014. - Т. 2, № 2, с. 83-88.
5. Опарин Г. А. Оптимизация культурно-досуговой деятельности дома культуры // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 1901–1905. – [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/96299.htm> (свободный) дата обращения: 23.06.21 г.
6. Судакова А.Г. Социологические опросы как метод повышения качества услуг [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://bujet.ru/article/133517.php> (свободный) дата обращения: 23.06.21 г.

4. Устраивает ли Вас в полной мере разнообразие творческих формирований, кружков по интересам, функционирующих при Дворце культуры им. С.М. Кирова?

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

5. Устраивает ли Вас в полной мере качество культурно-массовых мероприятий, проводимых Дворцом культуры им. С.М. Кирова?

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

6. Устраивает ли Вас в полной мере наличие условий для самореализации участников самодеятельных коллективов (организация и участие в фестивалях, смотрах, конкурсах)?

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

7. Охарактеризуйте атмосферу, присущую коллективу, в котором Вы занимаетесь (возможен только один вариант ответа):

- дружеская
- атмосфера взаимного уважения
- деловая атмосфера
- «каждый сам за себя»
- нездоровая, нетоварищеская атмосфера

8. Какие мотивы для занятия в творческом коллективе являются основными для Вас (выберите не более трех вариантов ответа)?

- возможность самовыражения
- получение положительных эмоций
- интересная для меня сфера деятельности
- занятия в коллективе вызывают уважение у окружающих
- получение эмоциональной поддержки
- общение с единомышленниками
- преодоление одиночества
- другое: _____

9. Устраивает ли Вас время, отведенное для репетиция/занятий вашего коллектива:

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

10. Ваш возраст: _____

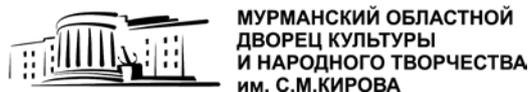
11. Ваш пол:

мужской женский

12. Какой творческий коллектив Вы представляете?

13. Ваши предложения по повышению качества услуг, предоставляемых нашим учреждением:

Благодарим за участие в опросе!



МУРМАНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ
ДВОРЕЦ КУЛЬТУРЫ
И НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА
ИМ. С.М.КИРОВА

АНКЕТА

Уважаемый респондент!

Отдел методической и информационно-аналитической работы проводит опрос среди молодежи г. Мурманска с целью выявления уровня востребованности предоставляемых услуг и удовлетворенности качеством проводимых мероприятий. В опросе могут принять участие лица от 14 до 35 лет.

Просим Вас ответить на вопросы анкеты. После каждого вопроса дается несколько возможных ответов. Внимательно прочтите все предлагаемые ответы; выберите тот или те, которые наиболее соответствуют Вашему мнению. Если ни один из предложенных вариантов Вам не подходит или после вопроса ответы не приводятся - напишите свой вариант ответа.

Обращаем Ваше внимание, что для получения наиболее точной информации, необходимо ответить на все вопросы.

Опрос носит анонимный характер, его результаты будут использоваться только в обобщенном виде.

1. Как часто Вы посещаете Дворец культуры им. С.М. Кирова?

- Практически ежедневно
- 2-3 раза в неделю
- Не чаще одного раза в неделю
- 2-3 раза в месяц
- Несколько раз в год
- Совсем не посещаю

Если Вы НЕ посещаете Дворец культуры, Вы отвечаете только на вопросы 2, 7-14

2. Что Вам мешает посещать данное учреждение культуры? (выберите не более двух вариантов ответа)

- Семейные обстоятельства
- Мало свободного времени
- Состояние здоровья
- Не люблю бывать в общественных местах
- Интересных мероприятий в ДК почти не бывает
- Существующие формы работы ДК меня не устраивают
- У меня есть другие увлечения, занятия
- Ваш вариант ответа _____

На следующий вопрос просим дать ответы тех, кто регулярно бывает в ДК:

3. Ваше отношение к Дворцу культуры им. С.М. Кирова:

- ДК играет большую роль в моей жизни
- Без ДК было бы негде проводить свободное время
- Без ДК мне больше негде творчески реализоваться
- Ваш вариант ответа _____

4. С какой целью Вы чаще всего посещаете Дворец культуры? *(выберите не более трех вариантов ответа)*

- расширить кругозор
- "убить" время
- отдохнуть
- повысить культурный уровень
- улучшить настроение
- провести время с друзьями
- Ваш вариант ответа _____

5. Из каких источников Вы узнаете об услугах и проводимых культурно-массовых мероприятиях во Дворце культуры *(выберите один вариант ответа)?*

- Интернет
- Газета, СМИ
- Афиши
- От знакомых, родственников, друзей
- Ваш вариант ответа _____

6. Какие из массовых мероприятий в учреждении Вы посещали бы наиболее охотно? *(просим выбрать не более трех вариантов ответа)*

- Концерт приезжих известных коллективов, групп, "звезд"
- Театральный спектакль
- Развлекательные мероприятия
- Концерт местных коллективов
- Конкурсы, фестивали, творческие встречи
- Познавательные мероприятия
- Семинары, мастер-классы

7. Занимаетесь ли Вы в кружках художественной самодеятельности при Дворце культуры?

- Да
- Нет
- Сейчас нет, а раньше занималась(-ся)

8. Как Вы считаете, что из перечисленного ниже целесообразно иметь при Дворце культуры (выберите не более трех вариантов ответа):

- Кафе
- Кинозал
- Спортивные площадки, тренажерные залы
- Залы для дискотек
- Парк, сквер культуры и отдыха
- Компьютерный класс
- Коворкинг-зона

9. Укажите, за какие занятия и услуги Вы согласились бы вносить плату (выберите только один вариант ответа):

- занятия в коллективах народного самодеятельного творчества
- организация семейных торжеств, детских праздников
- концерты местных коллективов
- концерты приезжих коллективов, "звезд"
- Ваш вариант ответа _____

10. Как Вы считаете, имеет ли Дворец культуры им. С.М. Кирова достаточно оснащенную материально-техническую базу (оборудование) для организации и проведения культурно-массовых мероприятий?

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

11. Что по Вашему мнению, нужно сделать в первую очередь, чтобы улучшить работу ДК? (выберите не более трех вариантов ответа)

- увеличить число кружков и любительских объединений
- повысить качество и эффективность проведения культурно-массовых мероприятий
- увеличить численность и разнообразие подростково-молодежных мероприятий
- привлекать к участию в занятиях творческих коллективов, к организации и подготовке крупных массовых мероприятий (праздников, смотров-конкурсов, фестивалей) больше подростков и молодых людей
- отремонтировать помещения
- снизить цены на услуги
- больше информировать население об услугах через СМИ
- приобрести новое, более современное оборудование

ваш вариант ответа _____

12. Устраивает ли Вас в полной мере разнообразие творческих формирований, кружков по интересам, функционирующих при ОДК им. С.М. Кирова?

- Да
 Нет

13. Устраивает ли Вас в полной мере качество культурно-массовых мероприятий, проводимых ОДК им. С.М. Кирова?

- Да
 Нет

14. Устраивает ли Вас в полной мере наличие условий для самореализации участников художественной самодеятельности (организация и участие в фестивалях, смотрах, конкурсах)?

- Да
 Нет

15. Посоветуете ли Вы своим друзьям, родственникам и знакомым обратиться в ОДК им. С.М. Кирова за получением социальных услуг?

- Да
 Нет

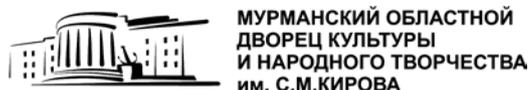
16. Ваш пол:

- Мужской
 Женский

17. Ваш возраст:

- от 14 до 17
 от 18 до 24
 от 25 до 35

Благодарим за участие в анкетировании!



АНКЕТА

Уважаемый респондент!

Просим принять участие в исследовании, которое проводится ГОАУК «Мурманский областной Дворец культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» (далее - Дворец культуры, учреждение, ДК) среди работников культурно-досуговых учреждений Мурманской области с целью выявления уровня удовлетворенности и качества предоставляемых консультационных и информационно-методических услуг.

Вам предлагается ответить на несколько вопросов, что займет не более 10 минут. В каждом вопросе выберите один вариант ответа, который в большей степени соответствует Вашему мнению.

Опрос носит анонимный характер. Все полученные данные будут использоваться в обобщенном виде исключительно для целей исследования и улучшения методической и информационно-аналитической работы Дворца культуры.

Внимательно прочитайте утверждение и выберите степень Вашего согласия с ним: если Вы полностью не согласны с высказыванием, выберите цифру «1», если полностью согласны – «4».

«1» - Полностью не согласен,

«2» - Скорее не согласен,

«3» - Скорее согласен,

«4» - Полностью согласен.

№ п/п	Степень развития критериев и оценки респондентов по каждой отдельной группе показателей	Полностью не согласен	Скорее не согласен	Скорее согласен	Полностью согласен
		«1»	«2»	«3»	«4»
Раздел 1. Удовлетворенность качеством предоставления услуг					
1.1.	Я без проблем получаю (могу получить) информационную и консультационную помощь при обращении к сотрудникам Дворца культуры.				

1.2.	Обучающие вебинары, семинары и мастер-классы, проводимые Дворцом культуры, вполне доступны для их участников.				
1.3.	Информационно-методические материалы Дворца культуры вполне доступны и я могу без проблем их получить.				
1.4.	Меня вполне устраивает время предоставления консультационных услуг и проведения методических мероприятий.				
Раздел 2. Доброжелательность, вежливость, компетентность сотрудников					
2.1.	Сотрудники учреждения являются профессионалами своего дела, хорошо разбираются в материале				
2.2.	Педагогическое мастерство сотрудников Дворца культуры (умение передать знания, заинтересовать материалом) находится на достаточно высоком уровне				
2.3.	Сотрудники Дворца культуры, при обращении к ним, вежливы и отзывчивы				
Раздел 3. Оценка качества оказания услуг					
3.1.	Мне нравится содержание методической работы, тематика мероприятий данного учреждения				
3.2.	Я считаю, что содержание методической работы Дворца культуры отвечает запросам учреждений культуры Мурманской области				
3.3.	Мероприятия по повышению квалификации, которые проводит Дворец культуры, очень содержательны, информативны и разнообразны				
3.4.	Учебно-методические материалы, выпускаемые данным учреждением, отличаются достаточно высоким качеством и актуальностью				
3.5.	Дворец культуры предоставляет необходимые учебные, методические, аналитические материалы в электронном виде				
3.6.	Дворец культуры способствует выявлению и распространению инновационного опыта различных учреждений культуры, творческих коллективов				
3.7.	Специалисты Дворца культуры осуществляют экспертную деятельность (в качестве рецензентов, членов жюри, комиссий и т.п.) на достаточно высоком уровне				
3.8.	Специалисты Дворца культуры своевременно и объективно проводят анализ деятельности учреждений культуры Мурманской области				
3.9.	Специалисты Дворца культуры профессионально проводят консультации по вопросам деятельности учреждений культуры Мурманской области				
3.10.	Методическая работа учреждения хорошо организована, проводится не эпизодически, а системно				
3.11.	В своей профессиональной деятельности я применяю знания, полученные в результате взаимодействия со специалистами Дворца культуры				

Раздел 4. Информация о респонденте

4.1. Укажите, пожалуйста, Ваш пол: _____
(Ваш ответ)

4.2. Ваш возраст (полных лет): _____
(Ваш ответ)

4.3. Укажите, пожалуйста, Вашу профессию, должность в учреждении культуры, которое Вы представляете: _____

4.4. Укажите Ваше место работы (учреждение культуры): _____

(Ваш ответ)

4.5. Стаж Вашей работы в сфере культуры (число полных лет): _____
(Ваш ответ)

4.6. Муниципальное образование: _____
(Ваш ответ)

Благодарим Вас за участие в анкетировании!

