

## Аналитический отчет

по результатам проведения мониторинга удовлетворенности населения качеством услуг муниципального казённого учреждения культуры «Староминская поселенческая библиотека» Староминского сельского поселения Староминского района в 2024 году

### Общая характеристика

**мониторинга удовлетворенности населения качеством услуг, предоставляемых в сфере культуры и искусства муниципальными учреждениями культуры, подведомственными отделу культуры и искусства администрации муниципального образования Староминский район**

В рамках мониторинга исследовалось качество работы МУНИЦИПАЛЬНОГО КАЗЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ «Староминская поселенческая библиотека» Староминского сельского поселения Староминского района (далее МКУК «СПБ»).

Оценка качества предоставления услуг проводилась в соответствии с приказом отдела культуры и искусства администрации муниципального образования Староминский район от 17.02.2022 г. № 31 «О проведении мониторинга удовлетворенности населения качеством услуг, предоставляемых в сфере культуры».

Приказом МУНИЦИПАЛЬНОГО КАЗЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ «Староминская поселенческая библиотека» Староминского сельского поселения Староминского района от 31.10.2024 года № 52-Д «О назначении ответственного».

### Цели и задачи проведения Мониторинга

Регулярный мониторинг мнения потребителей услуг представляет собой эффективный инструмент принятия управленческих решений по улучшению и развитию деятельности учреждения в условиях управления, ориентированного на общественно значимые результаты.

Целью опроса является оценка отдельных аспектов качества предоставления услуг в сфере культуры и уровня удовлетворенности населения качеством муниципальных услуг в сфере культуры, а также выделение наиболее важных критериев деятельности учреждения с позиции потребителей.

Задачами мониторинга являются:

- формирование банка данных планируемых и фактических показателей удовлетворенности;
- определение наличия и причин отклонений запланированных показателей от фактических;
- разработка мероприятий, направленных на обеспечение полноты, качества и доступности муниципальных услуг в сфере культуры;
- формирование материалов, необходимых для подготовки докладов о результатах и основных направлениях деятельности учреждения.

### **Объект оценки показателя эффективности (результативности) деятельности учреждения**

Оценка проводилась,

**Во-первых**, в отношении качества и доступности предоставления услуг в учреждении.

**Во-вторых**, наличия жалоб, поступивших от Получателей.

**Период проведения исследования:** с 1 ноября по 30 ноября 2024 года.

Исследование работы учреждения проводилось заведующей отделом обслуживания МКУК «СПБ».

## Методика и инструментарий исследования

В задачу исследования входило получение разнообразной информации о качестве условий оказания услуг учреждением, соответственно оценка как исследование включала в себя совокупность методов социологического исследования и пакет разработанных инструментов, которые позволили получить информацию комплексно.

Оценка показателя эффективности (результативности) деятельности Учреждений «удовлетворенность населения качеством муниципальных услуг в сфере культуры и искусства» производится по критериям, отраженным в таблице 1.

Таблица 1

Наименование показателя эффективности (результативности)	Критерии оценки	Максимальный процент(%)
Удовлетворенность населения качеством муниципальных услуг в сфере культуры и искусства	Результаты опроса Получателей о качестве и доступности предоставления услуг в Учреждении	100
	Наличие жалоб, поступивших от Получателей	-50
	ИТОГО	100

Удовлетворенность населения качеством муниципальных услуг в сфере культуры исследуется по следующим группам факторов удовлетворенности, отраженным в таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Группа факторов
1	Открытость и доступность информации об организации культуры
2.	Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения
3.	Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации культуры
4.	Удовлетворенность качеством оказания услуг

В рамках данного исследования было проведено анкетирование 85 респондентов - посетителей учреждения для выявления мнения потребителей о качестве условий оказания услуг.

В ходе проведения мониторинга составлен социальный портрет аудитории посетителей. В опросе приняли участие все социальные группы населения. Из общего числа респондентов женщин – 48%. мужчин – 37%, из них в возрасте 14-18 лет - 5 человек; 19-29 лет - 16 человек; 30-39 лет – 10 человек; 40-49 лет – 14 человек; 50-59 лет - 19 человек; 60 лет и старше - 21 человека.

В результате исследования обнаружены, оценены и представлены основные параметры качества условий оказания услуг учреждением.

- 1) Удовлетворенность открытостью, полнотой и доступностью информации о деятельности учреждения, размещенной на информационных стендах, на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - полностью удовлетворены 80% от общего числа опрошенных получателей услуг;
- 2) Удовлетворенность комфортностью предоставления услуг, в том числе для инвалидов и маломобильных групп населения - полностью удовлетворены 81% от общего числа опрошенных получателей услуг;
- 3) Удовлетворенность доброжелательностью, вежливостью работников учреждения — полностью удовлетворены – 87 % от общего числа опрошенных получателей услуг;
- 4) Удовлетворенность в целом условиями оказания услуг в учреждении - полностью удовлетворены 85 % от общего числа опрошенных получателей услуг.

Коэффициент удовлетворенности (**Куо**) определяется по следующей формуле:

$$K_{yO} = \frac{P_y * 100\%}{P_o} \dots\dots\dots, \text{ где}$$

**K<sub>yO</sub>** - коэффициент удовлетворенности (опрос), %

**P<sub>y</sub>** - численность респондентов, ответивших «удовлетворен полностью» и «не совсем удовлетворен»;

**P<sub>o</sub>** - общее число респондентов, принявших участие в опросе.

По данным опроса, численность респондентов, ответивших «отлично, все устраивает», «в целом хорошо», «удовлетворительно» составила 60 человек. По вышеприведенной формуле определен коэффициент удовлетворенности:

$$\frac{60 * 100\%}{85}$$

Который составляет 70,58 %.

### **Выводы по результатам оценки критериев Мониторинга**

По первому критерию оценки отмечается, что на информационных стендах и на сайте учреждения размещена практически вся требуемая информация об учреждении культуры, при этом отмечается высокий уровень удовлетворенности получателей услуг открытостью, полнотой и доступностью информации о деятельности учреждения, размещенной на информационных стендах, на сайте, так все получатели услуг, кто обращался за информацией об учреждении, нашел требуемую информацию, что отражено в анкетах. В качестве недостатка для учреждения, в данном направлении, можно отметить лишь низкий показатель количества получателей услуг, пользующихся интернет сайтом учреждения.

Выводы по результатам оценки критерия «Комфортность условий предоставления услуг».

По критерию удовлетворенности качеством оказания услуг учреждение набирает 80%. Данный критерий оценивался по двум показателям:

- Обеспечение в учреждении комфортных условий (в библиотеке созданы комфортные условия для пользователей, имеется открытый доступ к фондам, поддерживается чистота помещений, есть туалет в здании);
- Доступность услуг для инвалидов и маломобильных групп населения (существуют проблемы доступности услуг для инвалидов, что связано с местонахождением библиотеки).

Выводы по результатам оценки критерия по удовлетворенности доброжелательностью, вежливостью работников учреждения.

В результате опроса отмечается высокий уровень удовлетворенности получателей услуг доброжелательностью, вежливостью работников.

Выводы по результатам оценки критерия по удовлетворенности качеством оказания услуг.

Результаты анкетирования выявили высокий уровень удовлетворенности качеством оказания услуг библиотекой.

### **Анализ результатов Мониторинга**

В целях повышения качества и доступности услуг в учреждении, учитывая выводы по результатам оценки критерия «Открытость и доступность информации об учреждении культуры», необходимо разработать комплекс мероприятий, направленный на улучшение обеспечения населения информацией о работе учреждения с помощью рекламы в СМИ, информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» и т.д.