**ПРОВЕДЕНИЕ ОПРОСА ГРАЖДАН,**

**являющихся пользователями библиотечных услуг на предмет удовлетворенности качеством их предоставления**

*Методическая консультация подготовлена в целях выполнения целевого показателя (индикатора) качества, введенного в 2016 году в «дорожные карты» учреждений культуры Томской области –* ***«Повышение уровня удовлетворенности граждан муниципального образования качеством предоставляемых услуг в сфере культуры»,*** *предполагающего ежегодный рост: 2016 г. – 68%; 2017 г. – 78%; 2018 г. – 90% и предусматривающего ежеквартальный мониторинг процента удовлетворенности граждан услугами учреждений культуры.*

Оценка качества работы библиотеки исходит из того, насколько успешно она выполняет задачи по отношению к сообществу пользователей, в какой степени отвечает их потребностям и запросам в информации, досуге, образовании, общении.

Выявить мнение пользователей, степень их удовлетворенности ассортиментом и качеством библиотечных услуг требуется для того, чтобы усовершенствовать библиотечное обслуживание. Анализ данных опросов позволяет запланировать необходимые действия для улучшения качества ресурсов, процессов и сервисов библиотеки.

Основными способами получения библиотекарями данных о потребностях пользователей, о степени лояльности читателей к библиотеке являются социологические методы, выраженные **в устной форме общения**: свободный диалог (беседа); интервьюирование (блиц-опрос) и **письменной форме**: анкетирование (письменный опрос).

***Свободный диалог (беседа)*** не предполагает предварительной подготовки, это может быть обмен мнений в ходе обслуживания. Результатом становятся записи, которые оформляются и систематизируются после беседы.

***Блиц-опрос (элемент интервьюирования)*** предполагает ответ на один, но насущный на данный момент вопрос («открытый» или «закрытый»). Он помогает достаточно быстро определить потребность пользователя в чем-то. Данные блиц-опроса являются объективными, эмпирическими статистическими данными.

Для ежедневного мониторинга библиотеки должны иметь ***обратную связь*** – постоянные инструменты, позволяющие читателю высказать свое суждение по отношению к уровню обслуживания. Для этой цели можно установить ящик для листов или карточек замечаний, записывать проблемы, высказанные читателями при обслуживании, анализировать запросы, выявленные в ходе общения.

Наиболее популярным методом опроса пользователей библиотечных услуг стало ***анкетирование,*** которое позволяет охватить опросом значительное число читателей. Ниже представлена информация, которую необходимо знать специалистам библиотек при разработке анкеты.

***Правила построения анкеты***

Основные требования к лексике анкеты:

* необходимо использовать живой разговорный язык;
* лексика анкеты должна соответствовать лексике опрашиваемой группы;
* вопросы должны быть ясными, понятными и однозначными, не выходить за рамки компетентности опрашиваемого и выявлять его мнение об исследуемом предмете;
* не следует использовать формулировки с двойным отрицанием;
* вопросы должны быть однозначными и не должны содержать слова, смысл которых непонятен какой-то части респондентов[[1]](#footnote-2);
* вопросы анкеты должны быть четко упорядочены, целесообразно разделить их на два-три блока.

***Структура анкеты***

Анкета должна иметь четкую структуру: начинаться с обращения к опрашиваемому лицу, далее должна идти основная содержательная часть опроса. Завершаться анкета должна данными об отвечающем на вопросы анкеты.

***Обращение*** – этокороткое введение, в котором указывается, кто и с какой целью проводит опрос, что должно измениться в результате, а также краткая инструкция по заполнению анкеты.

***Основная часть.*** Для установления контакта с респондентом анкету следует начинать с простых вопросов, затем следуют вопросы более сложные, а в конце идет резкое уменьшение сложности и завершение работы.

***Анкетные данные* –** это сведения о респонденте, размещаемые в конце анкеты. Вопросы не должны вызывать у него сомнений в соблюдении анонимности.

***Типы вопросов анкеты***

Вопросы анкеты бывают нескольких типов: открытые, закрытые, полузакрытые .

***Открытые вопросы*** – не предусматривают каких-либо вариантов ответов. Например, «Какие улучшения в библиотеке Вы хотели бы видеть?». Данный тип вопросов позволяет получить действительное мнение опрашиваемого.

***Закрытые вопросы*** – предлагаются разные варианты ответов, например: «Используете ли Вы Интернет при поиске информации?» с вариантами ответов: «Да, всегда», «Да, иногда», «Нет».

К вопросам закрытого типа предъявляются следующие требования:

* перечень вариантов должен быть исчерпывающим;
* не следует комбинировать несколько разных ответов в одном (когда респондент может быть согласен с одной частью ответа, но не согласен с другой);
* первыми должны стоять наименее вероятные варианты, поскольку респонденты чаще выбирают первые подсказки;
* варианты ответов должны быть примерно одинаковой длины (длинные подсказки выбираются реже);
* респонденту желательно давать возможность уклониться от ответа (например, использовать вариант «трудно сказать». Его чаще выбирают, если вопрос плохо сформулирован или выходит за пределы компетенции респондента).

***Полузакрытые вопросы*** – это вопросы, к которым предлагаются варианты ответов, в конце оставляется место, где респондент может вписать свой вариант, например: «Какие трудности у Вас возникают при посещении библиотеки?» с вариантами ответов: «Отсутствие необходимой информации», «Неумение воспользоваться каталогом», «Очередь в библиотеку»; «Другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_».

***Оформление анкеты***

Анкета должна отвечать требованиямпростоты и удобства работы для респондента:

* формулировку вопроса и варианты предполагаемых ответов следует печатать разными шрифтами, вопрос более крупным шрифтом, ответ более мелким; различные пояснения к вопросу также должны отличаться шрифтом от основного текста анкеты;
* желательно, чтобы каждый вопрос был снабжен инструкцией, как именно на него следует отвечать; удобно, когда каждый вариант ответа имеет свой код, который необходимо обвести кружком;
* при использовании «открытых вопросов» в анкете должно быть оставлено достаточно места для подробного ответа;
* при использовании «закрытых вопросов» недопустимо часть ответов давать на одной странице, часть – на другой;
* необходимо соблюдение междустрочных интервалов:

- между строчками в вопросе – 1-1,5 интервала;

- между вопросом и вариантами ответа – 2,5-3 интервала;

- между вариантами ответа – 1,5 интервала;

- междустрочное расстояние в тексте возможного ответа – 1 интервал.

***Определение выборки***

Объем выборки может быть различным, в зависимости от целей исследования.Минимальным порогом служат обычно 20 анкет (для страховки социологи условно приняли цифру 50 – некий гарантированный объем выборочной совокупности, которая позволяет обнаружить общие тенденции).

Следует помнить, что, если в общем числе пользователей библиотеки 80% детей и юношества, (из них 50% в возрасте до 14 лет, 30% от 14 до 18 лет), 20% взрослых, (из них 10% в возрасте до 55 лет, 10% более 55 лет), то выводах должны отражаться пользователи в таком же соотношении.

***Проведение анкетирования***

Анкеты распространяются в установленные сроки в процессе обслуживания на абонементе, в читальном зале, либо другими способами сотрудниками, ответственными за проведение опроса.

***Обработка и анализ данных***

Для обработки данных анкетного опроса удобно составлять сводную таблицуl, где наименования столбцов – вопросы с вариантами ответов, а наименования строк – порядковые номера анкет. За каждый положительный ответ ставить 1. При внесении каждой анкеты в таблицу следует просмотреть анкету на ошибки и пропуски, отсеять некомпетентных респондентов, выявленных, например, при использовании контрольных вопросов.

?затем рассчитать показатели в процентах. Наглядность результатов группировки повышается при отображении их в диаграммах.

Важнейшим моментом исследования удовлетворенности граждан библиотечными услугами являются предложения и рекомендации по улучшению деятельности библиотеки в целом.

В качестве примера предлагаем два варианта анкет:

* для опроса удаленных пользователей библиотечных услуг на сайте учреждения *(Анкета №1)*;
* для проведения стационарного опроса *(Анкета № 2).*
1. *Респондент –*  лицо, принимающее участие в социологическом или другом опросе, анкетировании. [↑](#footnote-ref-2)