**АНКЕТА**

посетителя клубного учреждения

Уважаемый житель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ района (города) !

Обращаемся к Вам с просьбой ответить на ряд вопросов. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ проводит социологический опрос с целью выявления уровня удовлетворенности жителей района (города) качеством предоставления услуг клубных учреждений.

Анкета заполняется так. Внимательно прочитайте вопрос и все предлагаемые варианты ответа на него. Если какой-либо вариант (или варианты в зависимости от формулировки вопроса) кажется Вам истинным, укажите его, поставив галочку в соответствующем квадрате. Если ни один из предложенных вариантов не кажется Вам истинным, напишите свой ответ в специально отведенном месте.

Анкета *анонимна*. Свою фамилию указывать не нужно. Полученные данные будут использованы в обобщенном виде.

1. Посещали ли Вы местное клубное учреждение (ДК, КДЦ, клуб и др.) в текущем году?

* да
* нет

2. Если да, то какими услугами учреждения Вы пользовались?

*(можно указать несколько вариантов ответа)*

* посещал культурно-досуговые мероприятия (концерты, фестивали, выставки, дискотеки и др.)
* занимался в клубных формированиях (кружки, клубы по интересам, творческие коллективы и др.)
* пользовался другими услугами (какими именно?)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Довольны ли Вы качеством услуг местного клубного учреждения?

*(укажите только один вариант ответа)*

* крайне не доволен (услуги оказываются со множеством недостатков (низкий температурный режим, отсутствие санузла, помехи звукоусилительной и световой аппаратуры и др.)), что создает общее очень отрицательное впечатление
* скорее не доволен, чем доволен (услуги оказываются с некоторыми недостатками, что создает в целом отрицательное впечатление)
* скорее доволен, чем не доволен (услуги оказываются с отдельными недостатками, что не перечеркивает общее положительное впечатление)
* вполне доволен (услуги оказываются без каких-либо недостатков, что создает в общем очень положительное впечатление)
* трудно сказать

4. Обычно как часто Вы посещаете клубное учреждение?

* несколько раз в неделю
* один раз в неделю
* один-два раза в месяц
* один-два раза в полгода
* один раз в год
* реже, чем один раз в год

5. Что мешает Вам чаще посещать клубное учреждение?

*(можно указать несколько вариантов ответа)*

* недостатки в работе учреждения
* отдаленность учреждения от дома
* режим работы учреждения
* недостаток свободного времени
* другое (что именно?)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. В какой степени Вы удовлетворены качеством услуг клубного учреждения?

*(укажите только один вариант ответа, который в целом наиболее полно отражает текущую ситуацию)*

* **низкая** (в зрительном зале холодно (ниже +18ºC), отвратительный звук (слишком громкий или слишком тихий, с помехами), плохой свет, некрасивое оформление сцены, солисты и коллективы плохо исполняют различные произведения (песни, танцы, постановки и т.д.), репертуар не соответствует моим культурным запросам и вкусам, работники учреждения грубы и неучтивы, занятия в клубных формированиях скучны и неинтересны)
* **средняя** (в зрительном зале не холодно (выше +18ºC), сносный звук (иногда слишком громкий или слишком тихий, бывает с помехами), терпимый свет, приемлемое оформление сцены, солисты и коллективы удовлетворительно исполняют различные произведения, репертуар в основном соответствует моим культурным запросам и вкусам, работники учреждения чаще всего доброжелательны и вежливы, занятия в клубных формированиях вызывают некоторый интерес)
* **высокая** (в зрительном зале тепло и уютно, безукоризненный звук (без помех, не слишком громкий, не слишком тихий), нормальный свет, красочное, стильное оформление сцены, солисты и коллективы хорошо исполняют различные произведения, репертуар соответствует моим культурным запросам и вкусам, работники учреждения доброжелательны и вежливы, занятия в клубных формированиях проводятся интересно)
* **трудно сказать**

7. К какой социальной группе Вы относитесь?

* руководители учреждений, предприятий в т.ч. их заместители
* студенты вузов и ссузов
* фермеры и частные предприниматели
* государственные, муниципальные служащие
* военнослужащие, сотрудники полиции
* интеллигенция (учителя, работники здравоохранения и культуры)
* неработающие пенсионеры и инвалиды
* рабочие
* учащиеся средних школ и профессиональных училищ
* безработные и домохозяйки
* другая (какая именно?)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8. Ваше образование:

* высшее
* среднее специальное
* среднее общее
* неполное среднее
* начальное

9. Ваш возраст:

* 15-29 лет
* 30-49 лет
* 50-74 лет

10. Ваш пол:

* мужской
* женский

11. Населенный пункт:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Благодарим Вас за участие в анкетировании!*

**Методика проведения социологического опроса по выявлению уровня удовлетворенности жителей муниципального образования качеством предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере культуры**

Социологический опрос по изучению удовлетворенности населения качеством услуг, предоставляемых в сфере культуры, следует начинать с разработки организационно-технического (рабочего) плана проведения опроса. В нем указываются конкретные мероприятия, места и сроки их проведения, ответственные. Перечень мероприятий должен включать в себя следующие работы: составление проекта выборки, тиражирование инструментария исследования (анкеты, инструкции), инструктаж интервьюеров, анкетирование респондентов, выбраковку негодных анкет, кодирование первичной информации, ввод первичной информации в ПЭВМ, вывод вторичных результатов из ПЭВМ, подготовку отчетного документа и другие работы.

Проект выборки необходим для обеспечения репрезентативности (представительности) выборки. От того, в какой мере репрезентативна выборка, зависит степень достоверности результатов исследования.

Существуют различные методы формирования выборочной совокупности. Чаще всего применяется метод квотной выборки. Квотная выборка представляет собой модель, воспроизводящую структуру генеральной совокупности в виде квот (пропорций). Формирование квотной выборки производится в основном по полу и возрасту, уровню образования. Для каждой квоты на основе имеющихся статистических данных рассчитывается количество лиц, которых необходимо опросить.

Прежде, чем составить проект выборки, необходимо определить объем выборки. Объем выборки ( n ) рассчитывается по формуле:

n = (t² · p · q · N) / (Δ² · N + t² · p · q)

N – объем генеральной совокупности (население муниципального района или городского округа в целом);

t – табличное значение (для уровня значимости α = 0,05 (95% вероятности) t = 1,960, для α = 0,02 (98% вероятности) t = 2,326, для α = 0,01 t = 2,576 (99% вероятности));

p – доля лиц с наличием данного признака;

q – доля лиц с отсутствием данного признака[[1]](#footnote-1);

Δ – значение предельной ошибки выборки.

Объем выборки устанавливается в зависимости от организационных и материально-технических возможностей организатора исследования, необходимой точности результатов исследования. Чем больше объем выборки, тем выше точность. Научно-исследовательские учреждения придерживаются трехпроцентной ошибки выборки, при которой опрашиваются более 1000 респондентов.

В прикладных исследованиях культуры такой высокий уровень точности не требуется. Для социологических опросов в сфере культуры рекомендуемая предельная ошибка выборки составляет 8-10%[[2]](#footnote-2). Так при N=15000, Δ=0,08 (8%), t=1,96, объем выборки будет равен 149. Размер предельной ошибки выборки, равный 8%, означает, что результаты исследования при их переносе с выборки на всю генеральную совокупность следует рассматривать в диапазоне от +8% до -8%. Если по выборке мы получили показатель удовлетворенности, равный, 75%, то в масштабе муниципального района (городского округа) он будет равен 75±8%.

После расчета объема выборки можно приступить к вычислениям объемов самих квот. Для этого необходимы статистические данные о распределении населения муниципального образования по половозрастным группам. Можно задать следующие половозрастные группы:

мужчины в возрасте от 15 до 29 лет

мужчины в возрасте от 30 до 49 лет

мужчины в возрасте от 50 до 74 лет

женщины в возрасте от 15 до 29 лет

женщины в возрасте от 30 до 49 лет

женщины в возрасте от 50 до 74 лет

Если известно, что мужчины в возрасте от 30 до 49 лет составляют 17% в общей численности населения района, то и в выборке они должны составлять 17%. Умножив 0,17 (17%) на 149, получим объем квоты для данной половозрастной группы — 25 респондентов. Аналогично рассчитываются объемы квот и для остальных половозрастных групп. С учетом специфики клубной аудитории (преобладание женщин над мужчинами) допустимы смещения объемов квот относительно распределения соответствующих групп в генеральной совокупности в размере предельной ошибки выборки (8%).

Если исследование проводится в муниципальном районе, то кроме населения районного центра необходимо опросить население нескольких сельских поселений, по возможности удаленных друг от друга.

Число тиражируемых анкет должно быть больше рассчитанного объема выборки на 5-10%, так как некоторые анкеты впоследствии могут оказаться бракованными, т.е. неправильно или не полностью заполненными.

На следующем этапе проводится инструктаж и раздача анкет и инструкций интервьюерам, устанавливаются сроки проведения анкетирования, дата сбора заполненных анкет. Анкеты распределяются из расчета 20-30 анкет на одного интервьюера.

Помимо анкет и инструкции каждый интервьюер должен получить отдельный план выборки, в котором указывается общее число лиц, которых необходимо опросить, квоты по половозрастным группам. Объемы квот для каждого интервьюера рассчитываются таким же образом, как и для всей выборочной совокупности.

При выборе опрашиваемых необходимо учитывать влияние на удовлетворенность качеством услуг учреждений культуры следующих факторов: посещаемость культурно-досуговых мероприятий, участие в подготовке и проведении культурно-досуговых мероприятий, участие в деятельности клубных формирований, уровень образования. Это означает следующее. Чем выше посещаемость культурно-досуговых мероприятий, тем выше удовлетворенность качеством услуг в сфере культуры. Участие в подготовке и проведении культурно-досуговых мероприятий, деятельности клубных формирований способствует повышению удовлетворенности качеством услуг в сфере культуры.

Отсюда вытекают следующие требования к выбору опрашиваемых: необходимо опрашивать респондентов различного уровня образования, не только тех, кто часто посещает культурно-досуговые мероприятия, но и тех, кто посещает их относительно редко. Доля участвующих в деятельности клубных формирований в выборке должна составлять не более 15%.

Некоторые интервьюеры могут пойти «по пути меньшего сопротивления», опрашивая преимущественно участников клубных формирований. Это негативно скажется на достоверности результатов исследования. Если доля участников клубных формирований в выборке окажется избыточной, т.е. более 15%, то следует произвести ремонт выборки, исключив пошагово (каждую третью, или четвертую и т.д.) избыточные анкеты участников клубных формирований.

Социологический опрос по изучению удовлетворенности населения качеством услуг, предоставляемых в сфере культуры, можно провести с помощью анкеты посетителя клубного учреждения (прилагается), переработав обращение анкеты под местные условия.

К обработке допускаются анкеты респондентов, которые:

а) положительно ответили на вопрос № 1;

б) пользуются услугами учреждения (указали какой-либо вариант или варианты ответа на вопрос № 2);

в) являются неслучайными пользователями услуг, т.е. посещают клубное учреждение с частотой от нескольких раз в неделю до одного-двух раз в полгода (первые четыре варианта ответа на вопрос № 4).

Те анкеты, где не соблюдены данные условия, выбраковываются и не подлежат обработке.

Также выбраковываются те анкеты, где варианты ответов на основной вопрос № 3 и контрольный № 6 противоречат друг другу. Например, если при ответе на вопрос №3 респондент указал вариант «вполне доволен», а при ответе на вопрос № 6 – вариант «низкая» [степень удовлетворенности], то мнение респондента признается недостоверным.

Конкретный уровень удовлетворенности качеством услуг рассчитывается по результатам ответов респондентов на вопрос № 3. Число респондентов, указавших варианты «скорее доволен, чем не доволен», «вполне доволен», делится на общее число респондентов и умножается на 100%. Респонденты, неудовлетворенные качеством услуг – это те, кто указал варианты «крайне не доволен», «скорее не доволен, чем доволен», «трудно сказать».

Итоги социологического опроса излагаются в виде отчета. Отчет утверждается руководителем учреждения, проводившего опрос. В нем помимо результатов исследования и вытекающих из них рекомендаций излагаются данные, подтверждающие репрезентативность выборки – представленность различных социальных, половозрастных групп, различных уровней образования.

**ИНСТРУКЦИЯ**

**интервьюеру**

В ходе опроса на респондента (опрашиваемого) влияют множество факторов. Чтобы исключить влияние внешних факторов, снижающих достоверность результатов исследования, интервьюеру необходимо соблюдать следующие требования:

1. Знать содержание анкеты, в особенности вводную часть (обращение к респонденту).

2. Проводить опрос в соответствии с требованиями к объему и структуре выборки (прилагаются).

3. Перед проведением самого опроса необходимо заинтересовать респондента – для этого необходимо четко донести цель исследования, сформулированную в вводной части анкеты, объяснить возможный эффект от проведения исследования – улучшение культурного обслуживания жителей района.

4. Опрашивайте респондентов индивидуально – с глазу на глаз, без присутствия посторонних лиц.

5. В ходе опроса не навязывайте респонденту свое мнение по тому или иному вопросу.

6. Говорите понятно, неторопливо, донося до опрашиваемого полный и истинный смысл вопроса.

7. Не следует торопить респондента, опрашиваемый должен иметь возможность подумать при ответе на вопрос анкеты.

8. Если опрос проводится в какой-либо организации (учреждении, предприятии), то для опроса необходимо отдельное помещение, по возможности не зависимое от рабочего места.

9. Если для проведения индивидуальных вопросов отсутствует достаточно времени, следует проводить групповой опрос, но при соблюдении следующих условий: отвечающих надо рассадить так, чтобы они не мешали друг другу; необходимо пресекать обмен мнениями между отвечающими и советы по заполнению.

10. Если опрос проводится в клубном учреждении, то опрашивать респондентов следует до проведения культурно-досуговых мероприятий или занятий в клубном формировании, чтобы на посетителя мероприятия или участника клубного формирования не влиял внешний фактор – позитивное настроение от посещения мероприятия или занятия в клубном формировании.

11. Помните: степень достоверности результатов исследования поддается проверке. Недостоверные результаты снижают эффективность проведения исследования.

1. Поскольку p и q в большинстве случаев неизвестны заранее, задается максимальное произведение p и q, равное 0,25 (0,5 · 0,5). [↑](#footnote-ref-1)
2. Ядов В.А. Социологические методы исследования клубной работы. М., 1986. С. 30. [↑](#footnote-ref-2)