

**ООО Институт управления и социального проектирования
«Информ-проект»**

454084, Россия, г. Челябинск, ул. Каслинская, д. 21^Б - 167

Синецкий С.Б.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ
по результатам независимой оценки
качества услуг

МАУК «Магнитогорское концертное
объединение»

Руководитель исследования:
директор Института «Информ-
проект», доктор культурологии, канд.
пед. наук,
Синецкий Сергей Борисович

«____» _____ 2016 г.

Челябинск, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1.Методика исследования.....	3
1.1. Программно-тематические положения методики независимой оценки.....	3
1.2. Общие методические основы независимой оценки качества работы.....	6
1.3. Процедурные аспекты методики независимой оценки качества работы.....	11
1.4.Инструментально-методические аспекты методики независимой оценки качества работы.....	16
2.Анализ результатов независимой оценки качества.....	19
2.1. Аудиторное направление: анализ мнений получателей услуг.....	19
2.2. Информационно-сервисное направление: анализ подачи информации в Интернет-пространстве.....	27
2.3.Общие выводы по итогам исследования.....	34
3.Приложения.....	36
Приложение №1. Анкета посетителя.....	36
Приложение №2. Общий расчет результатов исследования...	41
Приложение №3. Протокол анализа сайта организации.....	48
Приложение №4. Протокол анализа данных, представленных на официальном сайте для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях.....	52

1.МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

- Программно-тематические положения методики независимой оценки МАУК «Магнитогорское концертное объединение»;
- Общие методические основы независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»;
- Процедурные аспекты методики независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»;
- Инструментально-методические аспекты методики независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение».

1.1. Программно-тематические положения методики независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

Основные положения настоящей методики ориентированы на оценку качества услуг, предоставляемых МАУК «Магнитогорское концертное объединение» (как подведомственным государственным учреждением) получателям данных услуг (населению), с последующим определением их рейтинга на основании системы показателей эффективности работы.

Нормативная база проведения независимой оценки основывается на Указе Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики», Федерального закона от 21.07.2014 № 256-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями в сфере культуры, социального обслуживания, охраны здоровья и образования», приказа Министерства культуры Российской Федерации от 25.02.2015 № 288 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры», приказа Министерства

культуры Российской Федерации от 07.08.2015 № 2168 «О внесении изменений в показатели, характеризующие общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры, утвержденные приказом Министерства культуры Российской Федерации от 25 февраля 2015 г. № 288».

Для реализации поставленной цели в данной работе используются следующие понятия и категории:

- *Качество услуг* – совокупность характеристик, обеспечивающих эффективный процесс и высокие результаты работы концертного объединения по удовлетворению запросов потребителей данной сферы (выражено в уровневой системе оценки).

- *Система оценки качества услуг* – процедура соотнесения предъявляемых требований к учреждению (уровень личностных ожиданий) – с реально оказываемыми услугами (уровень реального личностного восприятия), выраженная через многофакторную оценку работы концертного объединения (по обозначенным критериям качества).

- *Критерии качества работы учреждения* – совокупность показателей, суммирующих различные направления работы концертного объединения, отражающие многоаспектную систему взаимодействия учреждения и посетителей.

- *Направления оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»:*

- *Изучение мнения получателей услуг* или *аудиторное* направление – оценка конкретных параметров работы со стороны аудитории/посетителей – фиксация удовлетворенности условиями и качеством работы учреждения;

- *информационно-сервисное* – опосредованные формы контактов учреждения с аудиторией, реализуемые посредством информации, размещенной на официальном сайте концертного объединения. Данное направление реализуется через изучение двух видов информационных источников:

- наличие информации на сайте www.bus.gov.ru;
- наличие информации на официальном сайте филармонии.

Таким образом, сбор, обобщение и анализ информации о качестве оказания услуг МАУК «Магнитогорское концертное объединение» в данной методике будет осуществляется по трем основным направлениям:

- изучение и оценка данных, размещенных на официальном сайте организации;
- изучение и оценка данных на официальном сайте для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях в сети "Интернет" www.bus.gov.ru;
- сбор данных и оценка удовлетворенности получателей услуг.

При обосновании общей логики исследовательских работ, конкретных показателей оценки работы концертного объединения, а также балльных значений и формул расчета – положения данной методики базируются на ***Методических рекомендациях по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры*** – разработанных в целях реализации статьи 36.1 Закона Российской Федерации от 09.10.1992 N 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре», и пункта 4(1) плана мероприятий по формированию независимой системы оценки качества работы организаций, оказывающих социальные услуги, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 марта 2013 г. N 487-р.

Для проведения независимой оценки в настоящей методике используются показатели, характеризующие общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры, утвержденные приказом Министерства культуры Российской Федерации от 05.10.2015 N 2515 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры».

1.2. Общие методические основы независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

При проведении независимой оценки качества оказания услуг будет использоваться общедоступная информация об организации, размещаемая в форме открытых данных (Интернет-ресурсы), а также результаты социологического опроса, проведенного среди получателей услуг – посетителей МАУК «Магнитогорское концертное объединение».

Итак, обозначим ключевые показатели (общие и специфические), используемые при оценке деятельности концертного объединения по аудиторному направлению. Общие показатели задают критерии оценки по универсальным, функционально-техническим направлениям работы филармонии.

№	Показатель	Единица измерения
<i>1. Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения</i>		
1.1.	Уровень комфортности пребывания в организации культуры (места для сидения, гардероб, чистота помещений)	<i>от 0 до 5 баллов</i>
1.2.	Транспортная и пешая доступность организации культуры	<i>от 0 до 5 баллов</i>
1.3.	Удобство пользования электронными сервисами, предоставляемыми учреждением посетителям (в том числе и с помощью мобильных устройств)	<i>от 0 до 5 баллов</i>
<i>2. Время ожидания предоставления услуги</i>		
2.1.	Удобство графика работы организации культуры	<i>от 0 до 7 баллов</i>
3.	Доброжелательность, вежливость и	<i>от 0 до 7</i>

	компетентность персонала организации культуры	баллов
<i>4. Удовлетворенность качеством оказания услуг</i>		
4.1.	Уровень удовлетворенности качеством оказания услуг организации культуры в целом	от 0 до 5 баллов

Информационно-сервисное направление

Оценка качества представления информации на официальном сайте организации будет основываться на том же принципе балльного распределения. Показатели, формируемые на основе анализа информации на официальном сайте организации культуры

Пункт	Показатель	Единица измерения
<i>1. Открытость и доступность информации об организации культуры</i>		
1.1.	Полное и сокращенное наименование организации культуры, место нахождения, почтовый адрес, схема проезда, адрес электронной почты, структура организации культуры, сведения об учредителе (учредителях), учредительные документы	от 0 до 5 баллов
<i>2. Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения</i>		
2.1.	Перечень услуг, предоставляемых организацией культуры. Ограничения по ассортименту услуг, ограничения по потребителям услуг. Дополнительные	от 0 до 5 баллов

	услуги, предоставляемые организацией культуры. Услуги, предоставляемые на платной основе. Стоимость услуг. Предоставление преимущественного права пользования услугами учреждения	
2.2.	<p>Сохранение возможности навигации по сайту при отключении графических элементов оформления сайта, карты сайта. Время доступности информации с учетом перерывов в работе сайта.</p> <p>Наличие независимой системы учета посещений сайта. Раскрытие информации независимой системы учета посещений сайта. Наличие встроенной системы контекстного поиска по сайту. Бесплатность, доступность информации на сайте. Отсутствие нарушений отображения, форматирования или иных дефектов информации на сайте. Дата и время размещения информации.</p> <p>Доступ к разделу "Независимая оценка качества предоставления услуг" должен быть обеспечен не более чем за 2 перехода по сайту с использованием меню навигации</p>	<i>от 0 до 5 баллов</i>
2.3.	Наличие электронных билетов/наличие электронного бронирования билетов/наличие электронной очереди/наличие электронных каталогов/наличие электронных документов, доступных для получения	<i>от 0 до 5 баллов</i>
<i>3. Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации культуры</i>		
3.1.	Фамилии, имена, отчества, должности руководящего	<i>от 0 до 7</i>

	состава организации культуры, ее структурных подразделений и филиалов (при их наличии), режим, график работы; контактные телефоны, адреса электронной почты, раздел для направления предложений по улучшению качества услуг организации	баллов
4. Удовлетворенность качеством оказания услуг		
4.1.	Порядок оценки качества работы организации на основании определенных критериев эффективности работы организаций, утвержденный уполномоченным федеральным органом исполнительной власти; результаты независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры, а также предложения об улучшении качества их деятельности; план по улучшению качества работы организации	от 0 до 5 баллов

Дополнительным направлением работы в информационно-сервисном направлении станет изучение уровня открытости и доступности информации на официальном сайте для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях (www.bus.gov.ru). По данному направлению оценка будет строиться на учете следующих показателей:

- общая информация об учреждении;
- информация о государственном задании на текущий финансовый год;
- информация о выполнении государственного задания за отчетный финансовый год;
- информация о плане финансово-хозяйственной деятельности на текущий год;

- информация о годовой бухгалтерской отчетности за отчетный финансовый год;
- информация о результатах деятельности и об использовании имущества;
- информация о контрольных мероприятиях и их результатах за отчетный финансовый год.

Таким образом, настоящая методика ориентирована на методы оценки качества услуг, предполагающие: оценка качества работы по каждому заданному показателю; оценка качества работы по каждому классу показателей; оценка качества работы по отдельному направлению (аудиторное и информационно-сервисное); итоговое распределение показателей качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

1.3. **Процедурные аспекты методики независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»**

Расчет числовых значений показателей в соответствии с разработанными рекомендациями будет производиться по двум направлениям, соответствующим способам оценки, указанным в методических рекомендациях: уровень открытости и доступности информации (*информационно-сервисное направление*), уровень удовлетворенности качеством оказания услуг (*аудиторное направление*).

Независимая оценка качества оказания услуг организациями культуры измеряется в баллах. Минимальное значение – 0 баллов, максимальное значение – 100 баллов.

Независимая оценка качества оказания услуг организации (N_i), определяется по формуле:

$$N_i = N_i^{\text{откр}} + N_i^{\text{удовл}}, \text{ где:}$$

$N_i^{\text{откр}}$ – уровень открытости и доступности информации для организации;

$N_i^{\text{удовл}}$ – уровень удовлетворенности качеством оказания услуг организацией.

Уровень открытости и доступности информации для организации культуры определяется по формуле:

$$N_i^{\text{откр}} = N_i^{\text{откр_сайт}} + N_i^{\text{откр_ГМУ}}, \text{ где:}$$

$N_i^{\text{откр_сайт}}$ – уровень открытости и доступности информации на официальном сайте организации культуры;

$N_i^{\text{откр_ГМУ}}$ – уровень открытости и доступности информации организации

культуры на Официальном сайте для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях www.bus.gov.ru.

2. Уровень открытости и доступности информации на официальном сайте организации культуры отражает полноту и качество информации об организации культуры, размещаемой на официальном сайте организации культуры в сети «Интернет».

2.1. Уровень открытости и доступности информации на официальном сайте *i*-ой организации культуры ($N_i^{\text{откр_сайт}}$) определяется по формуле:

$$N_i^{\text{откр_сайт}} = \sum_k P_{ik} \times Z_{ik}, \text{ где:}$$

P_{ik} – степень поисковой доступности *k*-ого информационного объекта, размещенного на официальном сайте *i*-ой организации культуры;

Z_{ik} – уровень значимости *k*-ого информационного объекта, размещенного на официальном сайте *i*-ой организации культуры.

2.2. Степень поисковой доступности информационного объекта, размещенного на официальном сайте организации культуры, определяется по формуле:

$$P_{ik} = \begin{cases} 0, & \text{информационный объект не найден} \\ 0,5, & \text{объект найден на сайте средствами поисковой системы} \\ 1, & \text{информационный объект найден на сайте} \end{cases}$$

2.3. Алгоритм поиска информационных объектов:

Поиск информационных объектов на официальном сайте организации культуры будет осуществляться с использованием внутренней навигационной системы сайта в виде меню, карты сайта, ссылок и баннеров.

Осуществляется оценка степени поисковой доступности простого информационного объекта с учетом следующего правила (схемы): путем последовательного поиска устанавливается одно из следующих значений

оценки для информационного объекта:

"1" – информационный объект найден на официальном сайте путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы сайта, при этом число переходов не превышает 2;

"0,5" – информационный объект найден на официальном сайте при помощи поисковой системы в сети Интернет, число переходов от 3 до 10;

"0" – информационный объект не найден (число переходов превышает 10).

3. Уровень открытости и доступности информации организации культуры на Официальном сайте для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях $www.bus.gov.ru$ ($N_i^{откр_ГМУ}$) будет определяться по формуле:

$$N_i^{откр_ГМУ} = \sum_s P_{is} \times Z_{is}, \text{ где}$$

P_{is} – степень поисковой доступности информационного объекта организации культуры, размещенного на официальном сайте $www.bus.gov.ru$;

Z_{is} – уровень значимости s-ого информационного объекта организации культуры, размещенного на официальном сайте $www.bus.gov.ru$.

Степень поисковой доступности s-ого информационного объекта организации культуры, размещенного на официальном сайте $www.bus.gov.ru$, определяется по формуле:

$$P_{is} = \begin{cases} 0, & \text{информационный объект не найден на сайте } www.bus.gov.ru \\ 1, & \text{информационный объект найден на сайте } www.bus.gov.ru \end{cases}$$

Уровень удовлетворенности качеством оказания услуг организацией культуры формируется на основе оценок получателей услуг и измеряется в

баллах.

Уровень удовлетворенности качеством оказания услуг *i*-ой организацией культуры ($N_i^{\text{удовл}}$), определяется по формуле:

$$N_i^{\text{удовл}} = \frac{1}{P} \times \sum_p \sum_j m_{ijp}, \text{ где:}$$

P – количество получателей услуг, оценивших удовлетворенность качеством оказания услуг организацией культуры;

J – количество критериев для оценки удовлетворенности качеством оказания услуг организацией культуры;

m – оценка удовлетворенности качеством оказания услуг организацией культуры, сформированная получателем услуг по критерию.

Когда по каждому из классов показателей будут произведены вышеописанные расчёты, можно в числовом виде представить общую характеристику работы концертного объединения по данному направлению.

В ходе анализа показателей оценки по аудиторному и информационно-сервисному направлению, будет сформирована уровневая структура успешности работы концертного объединения:

- 1 уровень – критический (доминирование низких показателей);
- 2 уровень – нейтральный (удовлетворительные оценки по заданным показателям, средние значения);
- 3 уровень – положительный (доминирование высоких показателей);
- 4 уровень – лидирующий (исключительно высокие показатели).

Сопоставление уровней, определяемых по аудиторному и информационно-сервисному направлениям, позволит выделить четыре интегрированных типа учреждений, к которому и можно будет отнести МАУК «Магнитогорское концертное объединение»:

1) *Тип критического функционирования* – демонстрация низких показателей по двум направлениям работы (негативная оценка пользователями, низкие баллы оценки сайта);

2) *Тип односторонне-эффективной представленности* – демонстрация высоких значений по одному из направлений, при невысоких показателях по второму;

3) *Тип умеренно-сбалансированного функционирования* – демонстрация средних (достаточных) значений по двум направлениям работы;

4) *Лидирующий тип эффективного функционирования* – демонстрация высоких значений по двум направлениям работы.

1.4. Инструментально-методические аспекты методики независимой оценки качества работы МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

В заключительном разделе настоящей методики представлены примеры инструментов, на основе которых реализуется независимая оценка – анкета получателя услуг и бланк фиксации представленности необходимой информации на Интернет-ресурсах (бланк контент-анализа сайта). Содержательно-процедурные аспекты методики связаны с переводом в балльные показатели критериев, отражающих аудиторное направление оценки качества услуг филармонии.

- уровень комфортности пребывания в организации – **от 0 до 5 баллов**

№	Варианты оценки уровня комфортности	Балл
1.	полностью устраивает, соответствует всем представлениям о комфорте	5
2.	в целом, устраивает, выгодно отличается от многих учреждений	4
3.	уровень комфорта достаточно средний, но не критичный	3
4.	уровень комфортности недостаточный, нуждается в совершенствовании	2
5.	уровень комфортности ниже нормы, не отвечает требованиям элементарного удобства	1
6.	затрудняюсь ответить	0

- транспортная и пешая доступность организации – **от 0 до 5 баллов**

№	Варианты оценки транспортной и пешей доступности	Балл
1.	полностью устраивает, концертное объединение удобно расположено как в транспортной, так и в пешей доступности	5
2.	в целом, устраивает, не вызывает особых трудностей добраться до концертного объединения	4
3.	расположение доступно лишь по одному (пешему/транспортному) способу передвижения	3
4.	концертное объединение расположено не вполне удобно по всем видам передвижения, но это не критичный вариант	2
5.	совершенно неудобное расположение концертного объединения, возникают проблемы и в выборе транспорта, и в пешем маршруте	1
6.	затрудняюсь ответить	0

- удобство графика работы – от 0 до 7 баллов;

№	Варианты оценки графика работы организации	Балл
1.	удобный график, позволяющий бывать в любое, удобное время	7
2.	график не вполне устраивает, но это связано с моим личным режимом работы, а не с условиями работы концертного объединения	6
3.	график работы не вполне устраивает, но это не проблемно	5
4.	считаю, что график работы концертного объединения нуждается в корректировке	4
5.	не устраивает время открытия/закрытия концертного объединения	3
6.	довольно неудобный график работы, не позволяющий удовлетворять полноценно запросы потребителя	2
7.	меня совершенно не устраивает время работы концертного объединения	1
8.	затрудняюсь ответить	0

- удобство пользования электронными сервисами – от 0 до 5 баллов

№	Варианты оценки удобства пользования электронными сервисами	Балл
1.	полностью устраивает	5
2.	в целом, устраивает	4
3.	есть некоторые сложности, но, в целом, нет особых проблем	3
4.	неудобные способы получения информации	2
5.	очень низкий уровень	1
6.	затрудняюсь ответить	0

- доброжелательность, вежливость и компетентность персонала ДК – от 0 до 7 баллов;

№	Варианты оценки доброжелательности и компетентности персонала	Балл
1.	персонал доброжелателен, вежлив, компетентен во всех интересующих вопросах	7
2.	культура общения с посетителями на достаточном уровне у большинства сотрудников	6
3.	культура общения с посетителями на высоком уровне лишь у отдельных сотрудников	5
4.	культура общения с посетителями на достаточном уровне лишь у отдельных сотрудников	4
5.	средний, но не критичный уровень компетентности и доброжелательности	3
6.	в организации есть существенные проблемы в выстраивании контактов с посетителями	2
7.	уровень взаимодействия критический: сотрудники не отличаются компетентностью и культурой общения	1
8.	затрудняюсь ответить	0

- уровень удовлетворенности качеством оказания услуг в целом –
от 0 до 5 баллов

№	Варианты оценки качества услуг	Балл
1.	очень высокий уровень, концертное объединение работает качественно и профессионально	5
2.	уровень довольно высокий, выгодно отличается от аналогичных учреждений	4
3.	качество работы концертного объединения находится на среднем, но не критичном уровне	3
4.	работа концертного объединения нуждается в совершенствовании, пока не обеспечено высокое качество услуг	2
5.	концертное объединение демонстрирует весьма низкий уровень качественной организации работы	1
6.	не могу оценить, затрудняюсь ответить	0

Кроме того, при оценке качества работы концертного объединения, для преодоления унифицированного подхода будут введены дополнительные специфические показатели, отражающие содержательную сторону работы творческих коллективов и солистов учреждения.

В Приложении будут представлены примеры анкеты социологического исследования в рамках проведения независимой оценки работы ДК, а также бланка проведения контент-анализа Интернет-сайта МАУК «Магнитогорское концертное объединение».

2. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА

2.1. Аудиторное направление: анализ мнений получателей услуг

Анализ результатов анкетирования получателей услуг (аудитории филармонии) основывался на фиксации установленных показателей (разработанных в методических указаниях оценки деятельности государственных учреждений), а также исследовании информации, определяющей специфические стороны функционирования конкретного учреждения – Магнитогорской концертной организации (коллективов, солистов).

К концертным организациям, как правило, предъявляют три основных требования: 1) поддерживать оптимальный культурный уровень населения, формировать художественные вкусы (просветительская функция); 2) максимально удовлетворять многообразные художественные потребности различных групп и слоев населения, путем реализации собственного специфического продукта (коммуникативно-художественная функция); 3) обеспечивать продвижение региональных культурных символов, позволяющих формировать положительный имидж территории (функция имиджевого позиционирования концертной жизни города и региона, в целом).

Главный механизм достижения цели и решения данных задач заключается в выявлении и отборе художественных образцов (музыкальных произведений, исполнителей, концертов, иных творческих акций), создании условий для продвижения художественного продукта, просветительской работе с аудиторией и, собственно, самого концертного исполнения. В основе данной системы лежит идея продвижения продукта (образцов искусства) к своему потребителю (публике), иначе говоря, облегчение человеку выбора именно того вида музыкального искусства, к которому он более всего предрасположен и готов вложить в него свои средства.

Независимая оценка качества оказания услуг населению (через фиксацию обратной связи с получателями услуг) позволяет не просто отражать уровень развития отдельных сфер и услуг, реализуемых в рамках концертной работы, но и судить об успешности всего коммуникационного цикла – по сути, выполнении ключевой миссии концертного объединения.

В качестве необходимых средств, способствующих успеху, выступают такие, как: рекламное обеспечение, средства информации непосредственно перед событием, удобство расположения для потенциальных слушателей, комфортность, состояние инструментов и др. – то есть вся система представления художественных образцов (ценностей) публике. Именно данные показатели работы и оценивались аудиторией в процессе анкетирования. В опросе приняли 65,6% женщин и 34,4% мужчин, имеющие детей (65,6%), определяющие собственное финансовое положение как «стабильная жизнь без излишеств» (62,5%).

Распределение опрошенных по возрастному признаку представлено в таблице 1.

Возраст опрошенной аудитории	%
- до 18 лет	0.00
- 19-25 лет	15.62
- 25-30 лет	15.62
- 31-40 лет	15.62
- 41-50 лет	34.38
- 51-60 лет	12.50
- 61 и старше	6.25

Прежде чем перейти к интерпретации содержательных показателей, зафиксируем мнение населения в отношении различных сторон функционирования концертного объединения как учреждения – комфортность пребывания в учреждении, график работы, расположение.

Большинство опрошенных (68%) положительно характеризуют показатель комфортности пребывания в учреждении, выбирая вариант ответа «полностью устраивает, соответствует всем представлениям о комфорте»). Не вызывает нареканий и график работы МКО (Магнитогорского концертного объединения) – 71% опрошенных респондентов склонились к варианту ответа: «удобный график, позволяющий бывать в учреждении в любое удобное время». Такой показатель как расположение филармонии также характеризуется как оптимальный: «полностью устраивает, учреждение удобно расположено как в транспортной, так и в пешей доступности» (84%). В подобной ситуации соответствия внешних условий развития учреждения, особое значение отводится качеству транслируемого художественного продукта.

Трансляция художественного продукта, по сути, включает две характеристики: каналы распространения информации и само качество того продукта, который продвигают публике. По результатам анкетирования, получатели услуг при принятии решения о посещении, прежде всего, ориентируются на:

- рекламу, информацию о данном событии – 46,8%;
- тематику события – 40%;
- на советы друзей и знакомых, коллег по работе – 28%.

Наиболее востребованными каналами получения информации о деятельности Магнитогорского концертного объединения, респонденты называют: наружную рекламу (65%), средства массовой информации (46%) и баннеры, Интернет-сайты, информацию в социальных сетях (40%). Кроме того, 18,7% высказались за актуальный способ получения информации – «из смс-рассылок, уведомлений через электронную почту». Показатель использования в работе учреждения электронных сервисов (в том числе с помощью мобильных устройств) входил в число обязательных показателей для фиксации. Как продемонстрировали результаты опроса, данный вид

услуги востребован опрошенной аудиторией (сумма ответов «полностью устраивает» и «в целом, устраивает» составляет 87%).

Принципиально важным в современных условиях является накопление и постоянное расширение *репертуарного ресурса*, который располагается между двумя полюсами: 1. популярным и знакомым художественным репертуаром, который вызывает приятные ощущения в силу известности и необходим публике ради удовольствия; 2. эксклюзивным, абсолютно новым, современным по технологиям и средствам выразительности. Между ними находятся художественные произведения разной степени сложности, узнаваемости, жанрового и эмоционального наполнения, многообразия форм и др. Они образуют своеобразную «лестницу слуховых представлений», на каждой ступени которой находится определённая часть публики, соответствующая по уровню своего восприятия именно данной ступени, данной степени сложности или доступности. Для каждого уровня репертуарное поле должно быть предельно широким, разнообразным как с точки зрения самих художественных произведений, так и с точки зрения имён исполнителей.

Как свидетельствуют результаты анкетного опроса получателей услуг, репертуар учреждения можно определить как стабильный (так заявили 71,8% респондентов), соотношение в котором по принципу: «классика – современность» можно назвать «оптимальным, органично дополняющим друг друга» (81%).

Наиболее привлекательными жанрами и направлениями респонденты считают вечера джазовой музыки (53%), концерты вокальной музыки (46%), концерты популярных эстрадных коллективов (40%), концерты народных коллективов, фольклорных ансамблей (40%), хоровые миниатюры, концерты хоровой песни (40%). Если же обращаться непосредственно к конкретизации отношения к солистам и коллективам Магнитогорского концертного объединения, то здесь, как свидетельствуют результаты опроса, мы также

можем фиксировать устойчивую симпатию по отношению к творческим силам филармонии (таблицы №№2,3).

Коллективы Магнитогорского концертного объединения	%
концертный оркестр духовых инструментов (КОДИ)	25.00
оркестр русских народных инструментов «Калинушка»	50.00
камерный хор	62.50
эстрадно-джазовый ансамбль «L-Band»	37.50
шоу-группа «Баян-позитив»	37.50
струнное шоу «Вилона»	15.62

Солисты Магнитогорского концертного объединения	%
Владимир Терентьев	40.62
Ирина Лукашенко	18.75
Оксана Дегтярева	37.50
Татьяна Шмелева	53.12
Эника	21.88
Владимир Лонгли	15.62
Лариса Цыпина	40.62
Семен Мазурок	31.25
Анна Вальс	31.25
Сергей Соколов	15.62
Сергей Ионов	9.38

И, в целом, разнообразие творческих сил (коллективов, солистов) в Магнитогорском концертном объединении большинство респондентов оценивают (по 9-балльной шкале, где 9 – высший балл) по самому высокому показателю – 9 баллов (53%).

На заданный в анкете вопрос: «Потребность в какого рода художественных мероприятиях и культурных акциях Вы испытываете?», респонденты выбирали следующие варианты ответов:

- традиционных, классических постановках, концертах – 62,5%;
- гастрольных турах мировых и отечественных звезд – 37,5%;

- дебютных постановках молодых, открытии новых имен – 18,7%.

Кроме того, больше половины опрошенных респондентов (65,6%) на вопрос: «Интересуют ли вас музыкальные произведения уральских авторов?», высказались: «мне было бы интересно познакомиться с такими произведениями, больше узнать о творчестве своих земляков».

Обобщенно, получатели услуг характеризуют уровень работы Магнитогорского концертного объединения как «очень высокий» (50%) и «довольно высокий, выгодно отличающийся от аналогичных учреждений» (43,7%).

Причем, используя известный принцип «цена – качество», при оценке МКО мы можем говорить о том, что данные параметры, по мнению получателей услуг, не только соответствуют друг другу (так, вариант ответа «оптимальное соотношение: цена почти всегда соответствует качеству продукции» стал лидирующим – 56%), но качественные параметры характеризуются еще и в определенном опережении: 21,8% респондентов склонились к ответу «качество продукции, как правило, выше, чем цена на билет».

Стабильно высокими оказались и оценки сотрудников, персонала филармонии, по отношению к деятельности которых лидировал вариант ответа: «персонал доброжелателен, вежлив, компетентен во всех интересующих вопросах» (78%).

Больше половины опрошенной аудитории (62%) считают, что Магнитогорское концертное объединение развивается весьма интенсивно, появляется много интересных событий, премьер и акций, что в полной мере отвечает прогнозу публики: «это современное учреждение, у которого хорошие перспективы развития» (90%).

Таким образом, ключевые принципы работы филармонии: **комплексность** (параллельное, одновременное решение разных вопросов, направленное на конечный результат); **многофункциональность** (по видам деятельности, формам презентации продукта, специфике воздействия на

публику); **многопрофильность** (по направлениям деятельности: художественная, организационная, менеджерская, финансово-экономическая, и др.) – полноценно и качественно реализуются в деятельности Магнитогорского концертного объединения.

Обобщая полученные результаты опроса посетителей учреждения культуры в таблице, мы можем определить оценку уровня удовлетворённости качеством оказания услуг.

Оценка уровня удовлетворенности качеством оказания услуг

№	Показатель	Итоговый балл
1	Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения	
1.1.	Уровень комфортности пребывания в организации культуры (места для сидения, гардероб, чистота помещений)	5
1.2	Транспортная и пешая доступность организации культуры	5
1.3	Удобство пользования электронными сервисами, предоставляемыми учреждением посетителям (в том числе и с помощью мобильных устройств)	5
2	Время ожидания предоставления услуги	
2.1	Удобство графика работы организации культуры	7
3	Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организации культуры	
3.1	Доброжелательность, вежливость и компетентность персонала организации культуры	7
4	Удовлетворенность качеством оказания услуг	
4.1	Уровень удовлетворенности качеством оказания услуг организации культуры в целом	5
ИТОГО	средневзвешенное значение по всем оценкам	34

2.2. Информационно-сервисное направление: анализ подачи информации в Интернет-пространстве

Официальный сайт МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

Перед началом анализа полученных результатов хотелось бы обозначить три важных момента. Во-первых, сайт каждого типа учреждения культуры отражает характер деятельности данного учреждения, тогда как система его оценки является универсальной для всех типов организаций и не фиксирует локально-типовую специфику, смысл работы и т.п. Поэтому сайты некоторых учреждений находятся в менее выгодном положении в сравнении с неким «эталонном», отражённом в Методических рекомендациях по проведению независимой оценки качества. При этом сравнение организаций одного типа (скажем, театров) между собой, в том числе и их сайтов, происходит в рамках параметров и критериев, одинаковых для всех организаций данного типа, что позволяет находиться им в равных стартовых условиях и обеспечить объективный подход к их экспертированию.

Во-вторых, существуют как субъективные, так и объективные причины отсутствия того или иного информационного объекта на сайте организации. Все они по возможности учитываются и отражаются в материалах независимой оценки качества услуг.

В-третьих, как мы уже отмечали, методические рекомендации носят схематично-универсальный характер и не всегда применимы на 100% при анализе конкретного сайта конкретного учреждения. При всех возникающих сложностях оценки решения принимаются в пользу учреждения. Кроме того, при экспертизе сайта уделяется внимание всем его сильным и слабым сторонам. И хотя некоторые из них остаются за границами формульного расчёта, они всегда отражаются в тексте анализа.

Сайт каждого учреждения оценивается по двум основным критериям: значимости размещённого на нём информационного объекта и степени

поисковой доступности данного объекта при работе с сайтом. На основании этих двух позиций определяется уровень открытости и доступности информации на официальном сайте организации культуры ($N_i^{\text{откр_сайт}}$) по следующей формуле:

$$N_i^{\text{откр_сайт}} = \sum_k P_{ik} \times Z_{ik}, \text{ где:}$$

P_{ik} – степень поисковой доступности информационного объекта, размещенного на официальном сайте i -ой организации культуры;

Z_{ik} – уровень значимости информационного объекта, размещенного на официальном сайте организации культуры.

Поисковая доступность оценивается следующим образом:

1 балл – информационный объект найден за 1-2 переходов;

0,5 баллов – информационный объект найден за 3-10 переход

0 баллов – информационный объект найден за более чем 10 переходов.

Значимость информационных объектов в баллах задана Методическими рекомендациями проведения независимой оценки качества.

Ниже представлен анализ сайта Концертного объединения г. Магнитогорска, в том числе результаты выявления уровня открытости и доступности информации.

В целом сайт можно оценить как хороший: он соответствует заявленным требованиям примерно по половине оцениваемых позиций.

В сводной таблице приведены балльные данные и поисковой доступности, и уровня значимости информационных объектов (Приложение №3). Рассмотрим более подробно каждый блок анализируемых позиций.

1. Открытость и доступность информации: значимость – 9,5 баллов, поисковая доступность – 10 баллов.

В рамках данного критерия учитывалось наличие полной официальной информации об организации (общие сведения, адрес, местоположение, структура, схема проезда, данные об учредителе), а также данные о государственном задании и его выполнении, отчётные документы о

бухгалтерской деятельности, использовании имущества, контрольных мероприятиях и др. Каждой обозначенной позиции в случае её отражения на сайте присваивался соответствующий балл.

Как видно из Таблицы, на сайте «Магнитогорского концертного объединения» представлена вся контактная информация, включая полное и сокращённое наименование организации, контактные сведения, Яндекс-карту, позволяющую наглядно и оперативно найти учреждение в городе.

Что касается требуемых планово-отчётных документов, обязательных к размещению, то в большей степени они представлены на сайте. За исключением информации о государственном задании на текущий год и о контрольных мероприятиях и их выполнении. Документация по планам финансовой деятельности была оценена не в 1, а только в 0,5 балла по причине того, что выложенные на сайте планы являются устаревшими (относятся к 2015 году).

2. Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения: значимость – 6,5 баллов, поисковая доступность – 6 баллов.

В рамках данного параметра оценке подвергались следующие группы показателей:

- наличие информации об услугах (в том числе платных);
- технические, навигационные, информационные возможности сайта;
- информация об электронных услугах.

Что касается информации об услугах, то она также предоставлена не в полном объёме. И хотя на сайте «Магнитогорского концертного объединения» присутствует перечень предоставляемых услуг (в варианте отдельной вкладки, что очень удобно для посетителя сайта), тем не менее, информация об *ограничении и преимуществе пользованию услугами отсутствует.*

Что касается информации о платных услугах и об их стоимости, то её можно найти также благодаря отдельной вкладке – «Прайсы». Также в контенте сайта присутствует информация о стоимости билетов.

Стоит отметить, что на сайте *отсутствует время и дата размещения информации*, что не позволяет оценить оперативность её обновления и её актуальность.

Технически сайт в целом удобен и прост в использовании. Навигация и информационное наполнение сайта позволяют оперативно и быстро найти нужные данные. Преимуществом сайта является наличие системы учёта посещений сайта и информация о такого рода посещениях. В качестве дополнительной удобной опции сайта можно отметить функцию поиска.

В структуре сайта много закладок, что облегчает процедуру поиска нужной информации

В целом можно сказать, что большинство параметров экспертизы сайта в рамках данного блока можно оценить положительно. Относительно электронных услуг ситуация принципиально хуже, поскольку из всех оцениваемых электронных ресурсов на сайте не представлен ни один.

3. Коммуникативные показатели: значимость – 4 балла, поисковая доступность – 4 балла.

Данное направление мы оценили на достаточно высокий балл: присутствует информация о руководстве организации, состав коллектива, о графике и режиме работы организации, контактные данные и пр. При этом сайт не располагает никакими интерактивными ресурсами (гостевая книга, форум, он-лайн консультант и пр.). По этой причине двум значимым параметрам, связанным именно с учётом мнения посетителей сайта, было присвоено по 0 баллов. В данном контексте можно упомянуть про: 1. наличие электронной почты, являющейся коммуникационной опцией, но не заменяющей собой интерактивные формы взаимодействия модератора сайта (администрации) и его посетителей; 2. представленность Концертного объединения в социальной сети, также дающей возможность коммуникации руководства Концертного объединения с его реальной или потенциальной аудиторией.

4. Удовлетворенность качеством оказания услуг: значимость – 0 баллов, поисковая доступность – 0 баллов.

По данному направлению оценивания был выставлен минимально возможный балл (0 балл), поскольку на сайте *не представлена информация о независимой оценке качества, методике её проведения, её результатах, а также о предложениях по совершенствованию работы учреждения* и пр. Данная ситуация носит объективный характер, поскольку Концертное объединение в настоящий момент проходит процедуру экспертизы.

При этом стоит отметить общее хорошее впечатление от сайта, его оформления, структуры, системы навигации. С точки зрения рядового пользователя, для которого важным является получение информации об учреждении культуры, предлагаемых культурных продуктах, коллективах, контактах, сайт можно назвать достаточно функциональным и удобным.

Среди слабых сторон сайта (помимо упомянутых) можно отметить: плохо читаемый шрифт, «нечитаемые опции» (в верхнем правом углу, при наведении на них мыши не выплывает их функциональное обозначение или название), отсутствие возможности он-лайн бронирования и покупки билетов.

Что касается поисковой доступности информационных объектов, то её можно оценить достаточно высоко – все имеющиеся на сайте анализируемые объекты были оценены максимально.

Исходя из оценки обязательных параметров, сайт можно оценить как хороший, поскольку он соответствует ровно половине предъявляемым к нему требованиям. В итоге *из 40 возможных баллов, присваиваемых за значимость размещённых на сайте информационных объектов, сайт получил 20 баллов.*

Ниже предлагаются формульные расчёты уровня открытости и доступности информации на официальном сайте :

$$N_i^{\text{откр_сайт}} = \sum_k P_{ik} \times Z_{ik}, \text{ где в нашем случае: } \sum P_{ik} = 20; \sum Z_{ik} = 20$$

$$N_1^{\text{откр_сайт}} = 20 \times 20 = 400$$

Следовательно, итоговый уровень открытости сайта «Магнитогорского концертного объединения» составляет: **400 баллов.**

В таблицу о результатах независимой оценки заносится показатель Z_{ik} , то есть 20.

Изучение и оценка данных на официальном сайте для размещения информации о МАУК «Магнитогорское концертное объединение» в сети «Интернет» на сайте www.bus.gov.ru

Согласно Методических рекомендаций по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями культуры одним из важных показателей указанного качества является уровень открытости и доступности, а также полнота и качество информации организации культуры на Официальном сайте для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях www.bus.gov.ru.

На данном сайте должна содержаться следующая информация:

- общая информация об учреждении;
- информация о государственном задании на текущий финансовый год;
- информация о выполнении государственного задания за отчетный финансовый год;
- информация о плане финансово-хозяйственной деятельности на текущий год;
- информация о годовой бухгалтерской отчетности за отчетный финансовый год;
- информация о результатах деятельности и об использовании имущества;
- информация о контрольных мероприятиях и их результатах за отчетный финансовый год.

Итогом оценки данных о «Магнитогорском концертном объединении», представленных на сайте www.bus.gov.ru, является расчёт открытости и

доступности организации – $(N_i^{\text{откр_ГМУ}})$, который определяется по формуле:

$$N_i^{\text{откр_ГМУ}} = \sum_s P_{is} \times Z_{is}, \text{ где}$$

P_{is} – степень поисковой доступности информационного объекта организации культуры, размещенного на официальном сайте www.bus.gov.ru;

Z_{is} – уровень значимости информационного объекта организации культуры, размещенного на официальном сайте www.bus.gov.ru.

Степень поисковой доступности информационного объекта организации культуры, размещенного на официальном сайте www.bus.gov.ru, определяется по формуле:

$$P_{is} = \begin{cases} 0, & \text{информационный объект не найден на сайте } \text{www.bus.gov.ru} \\ 1, & \text{информационный объект найден на сайте } \text{www.bus.gov.ru} \end{cases}$$

Открытость и доступность «Магнитогорского концертного объединения», определяемая по формуле $N_i^{\text{откр_ГМУ}} = \sum_s P_{is} \times Z_{is}$ составляет **38.5**, где

$$P_{is}=7;$$

$$Z_{is}=5,5$$

Показатель Z_{is} не был оценён нами максимально, поскольку в некоторых разделах (см. Приложение 3) на сайте размещена устаревшая информация (за 2012, 2014 гг.), тогда как сведения за требуемый период не были найдены.

В таблицу о результатах независимой оценки заносится показатель Z_{is} , то есть 5,5.

Таким образом, можно констатировать высокую степень открытости и доступности «Магнитогорского концертного объединения», судя по информации, представленной на сайте www.bus.gov.ru.

2.3. Общие выводы по итогам исследования

Результаты независимой оценки качества оказания услуг МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

Наименование организации культуры	Оценка уровня удовлетворенности качеством оказываемых услуг, баллы	Оценка уровня открытости и доступности информации организации культуры на сайте www.bus.gov.ru	Оценка уровня открытости и доступности информации на официальном сайте организации, баллы	Итоговая оценка
1	2	3	4	5
МАУК «МКО» г. Магнитогорска	34	5,5	20	59,5

1. Магнитогорское концертное объединение с точки зрения пользователей эффективно выполняет возложенные на нее функции.

2. Руководство и сотрудники данного МКО обладают высоким профессионализмом, сочетают необходимые сугубо профессиональные знания с коммуникативными навыками, обеспечивая удовлетворенность посетителей.

3. Несмотря на то, что большинство опрошенных выразили удовлетворенность внутренней средой филармонии, заметный процент посетителей (более 10%) в той или иной форме высказали мнение о необходимости повысить комфортность пребывания в учреждении. Как правило, наиболее критичная публика – наиболее мобильная, то есть имеющая возможность сравнения с другими местами, позволяющими удовлетворять культурные потребности. Учитывая повышение мобильности населения, мнение именно этой публики должно стать ориентиром для принятия решений по итогам исследования.

4. Серьезным аспектом эффективности влияния филармонии на городской социум, требующим внимания руководителей учреждения и

учредителя становится организация виртуальных коммуникаций с реальной и потенциальной аудиториями. Сегодня сайт концертной организации – это не посадочная страница с основной информацией об организации. Сайт должен стать многофункциональным инструментом повседневной работы с целевыми аудиториями, начиная от предложения дистанционного приобретения билетов на удобные места и кончая интервью с артистами, интерактивными встречами и иными форматами, обеспечивающими включенность потенциального зрителя в жизнь филармонии. Пройдет несколько лет и службы виртуальных коммуникаций станут естественной частью концертных организаций. Проектировать такие службы нужно уже сегодня.

5. Крайне важно провести исследование потенциальной аудитории концертного объединения (то есть тех, кто не пользуется его услугами). Только так можно понять пути увеличения реальной аудитории, в том числе, наращивания дополнительных услуг населению.

6. Управление культуры г. Магнитогорска обеспечило в целом необходимый уровень функционирования подведомственной организации, в отношении которой было проведено исследование: Магнитогорское концертное объединение.

Таким образом, на основании полученных результатов, мы можем охарактеризовать данное учреждение культуры как *лидирующий тип эффективного функционирования* – демонстрация высоких значений по необходимым направлениям работы.

3. Приложения

Приложение №1. Анкета посетителя концертного объединения

Уважаемый посетитель!

Институт управления и социального проектирования «Информ-проект» проводит социологическое исследование, посвященное деятельности учреждений культуры Магнитогорска. Просим Вас уделить время для заполнения данной анкеты и оценить работу Магнитогорского концертного объединения. Вопросы будут касаться различных сторон деятельности данного учреждения. Просим Вас отвечать искренне, нам очень важно Ваше мнение, оно поможет сделать процесс взаимодействия концертного объединения и посетителей более эффективным и качественным. Заранее благодарим Вас за участие в исследовании!

1. Как бы Вы могли оценить уровень комфортности пребывания в концертном объединении, устраивают ли Вас места для сидения, работа гардероба, чистота помещений:

1. полностью устраивает, соответствует всем представлениям о комфорте
2. в целом, устраивает, выгодно отличается от аналогичных учреждений
3. уровень комфорта достаточно средний, но не критичный
4. уровень комфортности недостаточный, нуждается в совершенствовании
5. не задумываюсь о комфортности пребывания
6. уровень комфортности ниже нормы, не отвечает требованиям элементарного удобства

2. Устраивает ли Вас расположение концертного объединения, возможность добраться до него пешком или на транспорте:

1. полностью устраивает, концертное объединение удобно расположено как в транспортной, так и в пешей доступности
2. в целом, устраивает, не вызывает особых трудностей добраться
3. расположение доступно лишь по одному (пешему/транспортному) способу передвижения
4. концертное объединение расположено не вполне удобно по всем видам передвижения, но это не критичный вариант
5. совершенно неудобное расположение, возникают проблемы и в выборе транспорта, и в пешем маршруте
6. затрудняюсь ответить

3. Могли бы Вы высказать свое мнение о графике работы концертного объединения:

1. удобный график, позволяющий посещать концерты и мероприятия в любое, удобное время
2. график не вполне устраивает, но это связано с моим личным режимом работы, а не с условиями работы концертного объединения
3. график работы не вполне устраивает, но это не проблемно
4. считаю, что график работы нуждается в корректировке
5. не устраивает время начала/завершения концертов, творческих мероприятий
6. довольно неудобный график работы, не позволяющий удовлетворять полноценно запросы потребителя
7. меня совершенно не устраивает время работы концертного объединения

4. Магнитогорское концертное объединение предоставляет возможности использования электронных сервисов, в том числе, с помощью мобильных устройств (рассылка смс-сообщений с информацией о мероприятиях, акциях, событиях). Устраивает ли Вас данный вид услуг:

1. полностью устраивает
2. в целом, устраивает
3. есть некоторые сложности использования, но, в целом, нет особых проблем
4. неудобные способы получения информации
5. очень низкий уровень
6. затрудняюсь ответить

5. Существует такое понятие, как культура общения. Другими словами – компетентность, доброжелательность и вежливость персонала в общении с посетителями. Как бы Вы оценили наличие этих качеств у сотрудников, персонала Магнитогорского концертного объединения:

1. персонал доброжелателен, вежлив, компетентен во всех интересующих вопросах
2. культура общения с посетителями на достаточном уровне у большинства сотрудников
3. культура общения с посетителями на высоком уровне лишь у отдельных сотрудников
4. культура общения с посетителями на достаточном уровне лишь у отдельных сотрудников
5. средний, но не критичный уровень компетентности и доброжелательности
6. в организации есть существенные проблемы в выстраивании контактов с посетителями
7. уровень взаимодействия критический: персонал не отличается компетентностью и культурой общения
8. затрудняюсь ответить

6. Если говорить обобщенно о качестве работы Магнитогорского концертного объединения, какую бы оценку Вы дали, как бы оценили уровень оказания услуг:

1. очень высокий уровень, концертное объединение работает качественно и профессионально
2. уровень довольно высокий, выгодно отличается от аналогичных учреждений
3. качество работы концертного объединения находится на среднем, но не критичном уровне
4. работа концертного объединения нуждается в совершенствовании, пока не обеспечено высокое качество услуг
5. концертное объединение демонстрирует весьма низкий уровень качественной организации работы
6. не могу оценить, затрудняюсь ответить

7. А как бы Вы оценили в баллах разнообразие творческих сил (коллективов, солистов) Магнитогорского концертного объединения (обведите соответствующую цифру, соответствующую Вашей оценке):

0 – отсутствие разнообразия	1	2	3	4	5	6	7	8	9 – весьма разнообразно
------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	--------------------------------

8. С каким из приведенных суждений относительно Магнитогорского концертного объединения Вы могли бы согласиться:

1. это современное учреждение, у которого хорошие перспективы развития;
2. это обычное учреждение, мало чем отличающееся от аналогичных;
3. это учреждение в значительной мере уступает аналогичным учреждениям, оно не современно и не может предложить интересные формы работы;
4. другое (укажите) _____

9. Какие из приведенных ниже коллективов Магнитогорского концертного объединения вызывают Ваш особый интерес, отличаются, на Ваш взгляд, особым профессионализмом:

1. концертный оркестр духовых инструментов (КОДИ);
2. оркестр русских народных инструментов «Калинушка»;
3. Камерный хор;
4. эстрадно-джазовый ансамбль «L-Band»;
5. шоу-группа «Баян-позитив»;
6. струнное шоу «Вилона»
7. другие (укажите) _____
8. ни один из перечисленных.

10. А какие солисты в вокальном или инструментальном жанрах, на Ваш взгляд, заслуживают наиболее высоких оценок:

1. Владимир Терентьев
2. Ирина Лукашенко;
3. Оксана Дегтярева;
4. Татьяна Шмелева;
5. Эника;
6. Владимир Лонгли;
7. Лариса Цыпина;
8. Семен Мазурок;
9. Анна Вальс;
10. Сергей Соколов;
11. Сергей Ионов;
12. другие (укажите) _____

11. Как бы Вы, в целом, могли оценить интенсивность развития Магнитогорского концертного объединения:

1. развивается весьма интенсивно, появляется много интересных событий, премьер, акций;
2. не вполне интенсивно развивается, но весьма стабильно существует – можно найти возможность удовлетворить запросы зрителей;
3. раньше развитие было более интенсивным, сейчас же ситуация несколько ухудшилась;
4. очень сложно найти что-то достойное внимания;
5. я бы оценил(а) развитие как кризисное;
6. затрудняюсь оценить.

12. Потребность в какого рода художественных мероприятиях и культурных акциях Вы испытываете:

1. неожиданных и авангардных – скандальных, шокирующих акциях, порождающих общественные дискуссии и споры;
2. традиционных, классических постановках, выставках, концертах, отражающих культурное достояние страны;
3. просветительских акциях: творческих семинарах, образовательных лекциях в области искусства;
4. дебютных постановках молодых авторов, открывающих новые имена;
5. гастрольных турах мировых и отечественных звезд;
6. акциях, популяризирующих достижения Магнитогорска;
7. эстрадных мероприятиях (по образу советской эстрады);
8. народных массовых гуляниях;
9. не испытываю таких потребностей;
10. затрудняюсь ответить;

13. Как бы Вы оценили репертуар коллективов и солистов Магнитогорского концертного объединения:

1. достаточно стабильный, в котором соотносятся и новое и традиционное;
2. репертуар не обновляется в течение долгого времени, он слишком рутинный и не вызывает интереса;
3. репертуар интенсивно обновляется, много премьер и новых концертов;
4. не располагаю полной информацией о репертуаре;
5. затрудняюсь ответить

14. Каким Вам видится соотношение «классика – современность» в репертуаре:

1. оптимальное соотношение: классика и современность органично дополняют и обогащают друг друга;
2. наблюдается некоторый «перевес» в сторону классики;
3. практически не осталось образцов классического искусства, сплошь и рядом – современные постановки;
4. мне кажется, что современного искусства слишком мало;
5. другое (укажите) _____

15. Интересуют ли Вас музыкальные произведения уральских авторов:

1. мне было бы интересно познакомиться с такими произведениями, больше узнать о творчестве своих земляков;
2. этот фактор вряд ли будет для меня решающим;
3. мне мало интересны уральские авторы;
4. затрудняюсь ответить

16. Выделите наиболее привлекательные для Вас жанры и направления:

1. симфонические концерты;
2. концерты вокальной музыки;
3. фортепианные вечера;
4. концерты органной музыки;
5. концерты камерной инструментальной музыки;
6. хоровые миниатюры, концерты хоровой песни;
7. концерты камерного оркестра;
8. вечера джазовой музыки;
9. концерты популярных эстрадных коллективов;
10. концерты народных коллективов, фольклорных ансамблей;
11. хореографические постановки ансамблей народного танца;
12. другое (укажите) _____

17. Каким образом Вы бы хотели получать информацию о деятельности коллективов и солистов Магнитогорского концертного объединения, о проводимых мероприятиях и осуществляемых акциях:

1. из наружной рекламы;
2. баннеров, Интернет-сайтов, информации в социальных сетях;
3. из средств массовой информации;
4. из смс-рассылок, уведомлений через электронную почту;
5. от распространителей билетов в учреждения культуры и искусства;
6. не нуждаюсь в подобной информации;
7. другое (укажите) _____
8. затрудняюсь ответить.

18. На что Вы обычно ориентируетесь, когда принимаете решение побывать на каком-то художественном событии:

1. на рекламу, информацию о данном событии;
2. на советы друзей и знакомых, коллег по работе;
3. на тематику события, отвечающую или не отвечающую моим интересам;
4. ориентируюсь в основном на незнакомый материал: иду на то, что никогда раньше не видел(а);
5. на месторасположение учреждения;
6. иду только тогда, когда мне предлагают билеты на мероприятие, неважно, что это за событие;
7. на известность, славу исполнителей, задействованных в данном событии;
8. ориентируюсь в основном, на учреждение искусства, а не на событие;
9. исхожу из своего свободного времени: иду на те события, которые совпадают с временем моего отдыха;
10. на PR-эффект данного события (сопровождающие его скандалы, обсуждения);
11. ориентируюсь обычно на цены;
12. другое (укажите) _____
13. практически нигде не бываю, а потому и не могу сказать, что могло бы спровоцировать меня на посещение учреждения искусства.

19. Как бы Вы оценили соотношение цены и качества предлагаемой в учреждениях продукции

1. оптимальная: цена почти всегда соответствует качеству продукции;
2. обычно цена превышает качество продукции;
3. качество продукции, как правило, выше, чем цена на билет;
4. не могу оценить

В заключении сообщите, пожалуйста, некоторые сведения о себе:

20. Ваш пол:

1. мужской
2. женский

21. Ваш возраст:

1. до 18 лет;
2. 19-25;
3. 25-30;
4. 31-40;
5. 41-50;
6. 51-60;
7. 61 и старше

22. Ваше семейное положение:

1. женат (замужем)
2. не женат (не замужем)

23. Есть ли у Вас дети:

1. нет детей
2. есть дети/ребенок

24. Какая оценка материально-финансового положения наиболее соответствует Вашей:

1. не испытываю значительных финансовых трудностей, в полной мере удовлетворяю свои материальные запросы;
2. живу в большем финансовом благополучии, чем окружающие, хотя и не могу отнести себя к классу по-настоящему богатых людей;
3. средств хватает на относительно стабильную жизнь, но без излишеств и «свободных» денег;
4. денег едва хватает, чтобы сводить концы с концами;
5. испытываю постоянные финансовые трудности и проблемы;
6. живу за чертой бедности;
7. не могу оценить свое финансовое положение и благополучие.

Благодарим за участие в исследовании!

ОБЩИЙ РАСЧЁТ

Вопрос 1. Как бы Вы могли оценить уровень комфортности пребывания в Концертном объединении: устраивают ли Вас места для сидения, работа гардероба, чистота помещений?

№	Вариант ответа	%
1.	полностью устраивает, соответствует всем представлениям о комфорте;	68.75
2.	в целом, устраивает, выгодно отличается от аналогичных учреждений;	18.75
3.	уровень комфорта достаточно средний, но не критичный;	6.25
4.	уровень комфортности недостаточный	6.25
5.	не задумываюсь о комфортности пребывания в учреждении;	0.00
6.	уровень комфортности ниже нормы, не заслуживает высоких оценок, не отвечает требованиям элементарного удобства	0.00
7	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 2. Устраивает ли Вас расположение Концертного объединения, возможность добраться до него пешком или на транспорте?

№	Вариант ответа	%
1.	полностью устраивает, учреждение удобно расположено как в транспортной, так и в пешей доступности;	84.38
2.	в целом, устраивает, не вызывает особых проблем;	15.62
3.	расположение доступно лишь по одному (пешему/транспортному) способу передвижения;	0.00
4.	расположено не вполне удобно по всем видам передвижения, но это не критичный вариант;	0.00
5.	не задумываюсь об этом, это не определяющий критерий оценки учреждения;	0.00
6.	совершенно неудобное расположение, возникают проблемы и в выборе транспорта, и в пешем маршруте.	0.00
7	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 3. Могли бы Вы высказать свое мнение о графике работы Концертного объединения?

№	Вариант ответа	%
1.	удобный график, позволяющий бывать в в любое, удобное для пользователей, время	71.88
2.	график не вполне устраивает, но это связано с моим личным режимом работы, а не с условиями работы учреждения	21.88
3.	график работы не вполне устраивает, но это не является существенной проблемой	3.12
4.	считаю, что график работы организации нуждается в некоторой корректировке	3.12
5.	не устраивает время открытия/закрытия организации	0.00
6.	не задумываюсь об этом	0.00
7	довольно неудобный график работы, не позволяющий удовлетворять полноценно запросы потребителя	0.00
8	меня совершенно не устраивает время работы учреждения	0.00
9	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 4. Магнитогорское концертное объединение предоставляет возможности использования электронных сервисов, в том числе, с помощью мобильных устройств (рассылка смс-сообщений с информацией о мероприятиях, акциях, событиях). Устраивает ли Вас данный вид услуг?

№	Вариант ответа	%
1.	полностью устраивает	50.00
2.	в целом, устраивает	37.50
3.	есть некоторые сложности использования, но, в целом, нет особых проблем	3.12
4.	неудобные способы получения информации	0.00
5.	очень низкий уровень	3.12
6.	затрудняюсь ответить	6.25

Вопрос 5. Существует такое понятие, как культура общения. Другими словами – компетентность, доброжелательность и вежливость сотрудников в общении с посетителями. Как бы Вы оценили наличие этих качеств у сотрудников, персонала Концертного объединения?

№	Вариант ответа	%
1.	персонал доброжелателен, вежлив, компетентен во всех интересующих вопросах	78.12
2.	культура общения с посетителями на достаточном уровне у большинства сотрудников	21.88
3.	культура общения с посетителями на высоком уровне лишь у отдельных сотрудников	0.00
4.	культура общения с посетителями на достаточном уровне лишь у отдельных сотрудников	0.00
5.	средний, но не критичный уровень компетентности и доброжелательности	0.00
6.	в организации есть существенные проблемы в выстраивании контактов с посетителями	0.00
7.	уровень взаимодействия критический: персонал не отличается компетентностью и культурой общения	0.00
8.	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 6. Если говорить обобщенно о качестве работы Магнитогорского концертного объединения, какую бы оценку Вы дали, как бы оценили уровень оказания услуг?

№	Вариант ответа	%
1.	очень высокий уровень, концертное объединение работает качественно и профессионально	50.00
2.	уровень довольно высокий, выгодно отличается от аналогичных учреждений	43.75
3.	качество работы концертного объединения находится на среднем, но не критичном уровне	3.12
4.	работа концертного объединения нуждается в совершенствовании, пока не обеспечено высокое качество услуг	3.12
5.	концертное объединение демонстрирует весьма низкий уровень качественной организации работы	0.00
6.	не могу оценить, затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 7. А как бы Вы оценили в баллах разнообразие творческих сил (коллективов, солистов) Магнитогорского концертного объединения?

№	Вариант ответа	%
1.	1	0.00
2.	2	0.00
3.	3	0.00
4.	4	0.00
5.	5	3.12
6.	6	3.12
7.	7	25.00
8.	8	12.50
9.	9	53.12
10.	затрудняюсь ответить	3.12

Вопрос 8. С каким из приведенных суждений относительно Магнитогорского концертного объединения Вы могли бы согласиться?

№	Вариант ответа	%
1.	это современное учреждение, у которого хорошие перспективы развития;	90.62
2.	это обычное учреждение, мало чем отличающееся от аналогичных;	9.38
3.	это учреждение в значительной мере уступает аналогичным учреждениям, оно не современно и не может предложить интересные формы работы	0.00
4.	это современное учреждение, у которого хорошие перспективы развития;	0.00
5.	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 9. Какие из приведенных ниже коллективов Магнитогорского концертного объединения вызывают Ваш особый интерес, отличаются, на Ваш взгляд, особым профессионализмом?

№	Вариант ответа	%
1.	концертный оркестр духовых инструментов (КОДИ);	25.00
2.	оркестр русских народных инструментов «Калинушка»;	50.00
3.	камерный хор;	62.50
4.	эстрадно-джазовый ансамбль «L-Band»;	37.50
5.	шоу-группа «Баян-позитив»;	37.50
6.	струнное шоу «Вилона»	15.62
7.	другие	3.12
8.	ни один	0.00
9.	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 10. А какие солисты в вокальном или инструментальном жанрах, на Ваш взгляд, заслуживают наиболее высоких оценок?

№	Вариант ответа	%
1.	Владимир Терентьев	40.62
2.	Ирина Лукашенко;	18.75
3.	Оксана Дегтярева;	37.50
4.	Татьяна Шмелева;	53.12
5.	Эника;	21.88
6	Владимир Лонгли;	15.62
7	Лариса Цыпина;	40.62
8	Семен Мазурок;	31.25
9	Анна Вальс;	31.25
10	Сергей Соколов;	15.62
11	Сергей Ионов	9.38
12	другие	15.62
13	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 11. Как бы Вы, в целом, могли оценить интенсивность развития Магнитогорского концертного объединения?

№	Вариант ответа	%
1.	развивается весьма интенсивно, появляется много интересных событий, премьер, акций;	62.50
2.	не вполне интенсивно развивается, но весьма стабильно существует – можно найти возможность удовлетворить запросы зрителей;	34.38
3.	раньше развитие было более интенсивным, сейчас же ситуация несколько ухудшилась;	0.00
4.	очень сложно найти что-то достойное внимания;	0.00
5.	я бы оценил(а) развитие как кризисное	0.00
6.	затрудняюсь ответить	3.12

Вопрос 12. Потребность в какого рода художественных мероприятиях и культурных акциях Вы испытываете?

№	Вариант ответа	%
1.	неожиданных и авангардных – скандальных, шокирующих акциях, порождающих общественные дискуссии и споры;	12.50
2.	традиционных, классических постановках, выставках, концертах, отражающих культурное достояние страны;	62.50
3.	просветительских акциях: творческих семинарах, образовательных лекциях в области искусства;	9.38
4.	дебютных постановках молодых авторов, открывающих новые имена;	18.75
5.	гастрольных турах мировых и отечественных звезд;	37.50
6.	акциях, популяризирующих достижения Магнитогорска;	9.38
7	эстрадных мероприятиях (по образу советской эстрады);	1.75
8	народных массовых гуляниях;	9.38
9	не испытываю таких потребностей	0.00
10	затрудняюсь ответить	3.12
11	другое	0.00

Вопрос 13. Как бы Вы оценили репертуар Концертного объединения?

№	Вариант ответа	%
1.	достаточно стабильный, в котором соотносится новое и традиционное	71.88
2.	репертуар не обновляется в течение долгого времени, он слишком рутинный и не вызывает интереса	0.00
3.	интенсивно обновляется, много премьер и новых мероприятий	28.12
4.	не располагаю полной информацией о репертуаре	0.00
5	затрудняюсь ответить	3.12

Вопрос 14. Каким Вам видится соотношение «классика - современность» в репертуаре театра?

№	Вариант ответа	%
1.	оптимальное соотношение: они органично дополняют и обогащают друг друга	81.25
2.	наблюдается некоторый перевес в сторону классики	9.38
3.	практически не образцов классического искусства, сплошь и рядом современные постановки	9.38
4.	современного искусства слишком мало	0.00
5	другое	0.00
6	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 15. Интересуют ли Вас музыкальные произведения уральских авторов?

№	Вариант ответа	%
1.	мне было бы интересно познакомиться с такими произведениями, больше узнать о творчестве своих земляков;	65.62
2.	этот фактор вряд ли будет для меня решающим;	21.88
3.	мне малоинтересны уральские авторы	6.25
4.	затрудняюсь ответить	6.25

Вопрос 16. Выделите наиболее привлекательные для Вас жанры и направления?

№	Вариант ответа	%
1.	симфонические концерты;	34.38
2.	концерты вокальной музыки;	46.88
3.	фортепианные вечера;	15.62
4.	концерты органной музыки;	25.00
5.	концерты камерной инструментальной музыки;	21.88
6.	хоровые миниатюры, концерты хоровой песни;	40.62
7	концерты камерного оркестра;	25.00
8	вечера джазовой музыки;	53.12
9	концерты популярных эстрадных коллективов;	40.62
10	концерты народных коллективов, фольклорных ансамблей;	40.62
11	хореографические постановки ансамблей народного танца	21.88
12	другое	0.00
13	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 17. Каким образом Вы бы хотели получать информацию о деятельности коллективов и солистов Магнитогорского концертного объединения, о проводимых мероприятиях и осуществляемых акциях?

№	Вариант ответа	%
1.	из наружной рекламы;	65.62
2.	баннеров, Интернет-сайтов, информации в социальных сетях;	40.62
3.	из средств массовой информации;	46.88
4.	из смс-рассылок, уведомлений через электронную почту;	18.75
5.	от распространителей билетов в учреждения культуры и искусства;	15.62
6.	не нуждаюсь в подобной информации	0.00
7	другое	0.00
8	затрудняюсь ответить	3.12

Вопрос 18. На что Вы обычно ориентируетесь, когда принимаете решение побывать на каком-то художественном событии?

№	Вариант ответа	%
1.	на рекламу, информацию о данном событии;	46.88
2.	на советы друзей и знакомых, коллег по работе;	28.12
3.	на тематику события, отвечающую или не отвечающую моим интересам;	40.62
4.	ориентируюсь в основном на незнакомый материал: иду на то, что никогда раньше не видел(а);	3.12
5.	на месторасположение учреждения;	0.00
6.	иду только тогда, когда мне предлагают билеты на мероприятие, неважно, что это за событие;	0.00
7	на известность, славу исполнителей, задействованных в данном событии;	18.75
8	ориентируюсь в основном, на учреждение искусства, а не на событие;	3.12
9	исхожу из своего свободного времени: иду на те события, которые совпадают с временем моего отдыха;	15.62
10	на PR-эффект данного события (сопровожающие его скандалы, обсуждения);	3.12
11	ориентируюсь обычно на цены;	9.38
12	другое	0.00
13	практически нигде не бываю, а потому и не могу сказать, что могло бы спровоцировать меня на посещение учреждения искусства	0.00
14	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 19. Как бы Вы оценили соотношение цены и качества предлагаемой в Концертном объединении продукции?

№	Вариант ответа	%
1.	оптимальная: цена почти всегда соответствует качеству продукции;	56.25
2.	обычно цена превышает качество продукции;	6.25
3.	качество продукции, как правило, выше, чем цена на билет;	21.88
4.	не могу оценить	18.75
5.	затрудняюсь ответить	0.00

Вопрос 20. Ваш пол

№	Вариант ответа	%
1.	мужской	34.38
2.	женский	65.62

Вопрос 21. Ваш возраст

№	Вариант ответа	%
1.	до 18 лет	0.00
2.	19-25	15.62
3.	25-30	15.62
4.	31-40	15.62
5.	41-50	34.38
6.	51-60	12.50
7.	61 и старше	6.25

Вопрос 22. Семейное положение

№	Вариант ответа	%
1.	женат (замужем)	46.88
2.	не женат (не замужем)	53.12

Вопрос 23. Наличие детей

№	Вариант ответа	%
1.	нет	34.38
2.	есть	65.62

Вопрос 24. Материально-финансовое положение

№	Вариант ответа	%
1.	не испытываю значительных финансовых трудностей, удовлетворяю все свои запросы	21.88
2.	живу в большем финансовом благополучии, чем окружающие	6.25
3.	средств хватает на стабильную жизнь без излишеств	62.50
4.	денег едва хватает, чтобы сводить концы с концами	6.25
5.	испытываю постоянные финансовые трудности	0.00
6.	живу за чертой бедности	3.12
7.	не могу оценить своё финансовое положение	6.25
8.	затрудняюсь ответить	0.00

Приложение №3. ПРОТОКОЛ АНАЛИЗА САЙТА

МАУК «Магнитогорское концертное объединение»

Открытость и доступность информации				
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ	Коэффициент значимости информ. объекта (Z_{ik})	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац. объекта (P_{ik})	Общий балл
- полное и сокращенное наименование организации культуры	1	5	1	5
- место нахождения	1		1	
- почтовый адрес, схема проезда, адрес электронной почты	1		1	
- структура организации культуры	1		1	
- сведения об учредителе, учредительные документы	1		1	
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ	Коэффициент значимости информ. объекта (Z_{ik})	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац. объекта (P_{ik})	Общий балл
- общая информация об учреждении	1	4,5	1	5
- информация о государственном задании на текущий финансовый год;	0		0	
- информация о выполнении государственного задания за отчетный финансовый год;	1		1	
- информация о плане финансово-хозяйственной деятельности на текущий год;	0,5		1	
- информация о годовой бухгалтерской отчетности за отчетный финансовый год;	1		1	
- информация о результатах деятельности и об использовании имущества;	1		1	
- информация о контрольных мероприятиях и их результатах за отчетный финансовый год.	0		0	
Комфортность условий предоставления услуг и доступность их получения				
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ	Коэффициент значимости информ. объекта (Z_{ik})	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац. объекта (P_{ik})	Общий балл
- перечень услуг, предоставляемых организацией.	1	3	1	4
- ограничения по ассортименту услуг	0		0	
- ограничения по потребителям услуг	0		0	
- дополнительные услуги, предоставляемые организацией культуры	1		1	
- услуги, предоставляемые на платной основе	0,5		1	
- стоимость услуг	0,5		1	
- предоставление преимущественного права пользования услугами учреждения	0		0	
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ	Коэффициент значимости информ. объекта	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац.	Общий балл

	(Z_{ik})		объекта (P_{ik})	
Сохранение возможности навигации по сайту при отключении графических элементов оформления сайта, карта сайта	0,5	3,5		2
Время доступности информации с учетом перерывов в работе сайта	0,5			
Наличие независимой системы учета посещений сайта	0,5		1	
Раскрытие информации независимой системы учета посещений сайта	0,5		1	
Наличие встроенной системы контекстного поиска по сайту	0,5			
Бесплатность, доступность информации	0,5			
Отсутствие нарушений отображения, форматирования или иных дефектов	0,5			
Дата и время размещения информации	0		0	
Доступ к разделу «Независимая оценка качества предоставления услуг» должен быть обеспечен не более чем за 2 перехода по сайту с использованием меню навигации	0		0	
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ				
	Коэффициент значимости информ. объекта (Z_{ik})	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац. объекта (P_{ik})	Общий балл
- электронный билет организации культуры/электронный каталог/	0	0	0	0
- он-лайн регистрация/возможность бронирования билетов/электронных документов	0		0	
- электронная очередь/электронная запись в учреждение	0		0	
- виртуальные экскурсии по организации культуры	0		0	
Коммуникативные показатели				
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ				
	Коэффициент значимости информ. объекта (Z_{ik})	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац. объекта (P_{ik})	Общий балл
- информация о руководителе организации культуры, информация об официальных мероприятиях, визитах и о рабочих поездках руководителя организации культуры	1	4	1	4
- состав работников, фамилии, имена, отчества, должности руководящего состава организации культуры	1		1	
- режим, график работы организации культуры	1		1	
- телефон справочной службы, телефон руководителя организации культуры (приемная)	1		1	
- раздел для направления предложений по улучшению качества услуг организации	0		0	
- онлайн-консультант организации культуры (система мгновенных сообщений и интерактивного общения с представителем организации культуры)	0		0	

Удовлетворенность качеством оказания услуг				
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ / БАЛЛЫ	Коэффициент значимости информ. объекта (Z_{ik})	Общий балл	Коэффициент поисковой доступности информац. объекта (P_{ik})	Общий балл
- ссылка на раздел оценки качества оказания услуг организации культуры (или виджет на сайте учреждения)	0	0	0	0
- ссылка (баннер) на автоматизированную систему независимой оценки качества оказания услуг организаций культуры	0		0	
- информационные сообщения о проведении независимой оценки	0		0	
- порядок (методика) проведения независимой оценки качества услуг организации культуры	0		0	
- результаты независимой оценки качества оказания услуг организации культуры	0		0	
- предложения об улучшении качества их деятельности; план по улучшению качества работы организации культуры	0		0	
ИТОГО:		20 (из 40 возможных)	20 (из 43 возможных)	

Оценка уровня открытости и доступности информации

МАУК «Магнитогорское концертное объединение» на Официальном
сайте для размещения
информации о государственных и муниципальных учреждениях
www.bus.gov.ru

Наименование информационного объекта (требования)	Значимость информац. Объекта (Z_{ik})	Поисковая доступность информац. Объекта (P_{ik})
Общая информация об учреждении;	1	1
Информация о государственном задании на текущий финансовый год;	1	1
Информация о выполнении государственного задания за отчетный финансовый год;	1	1
Информация о плане финансово-хозяйственной деятельности на текущий год;	1	1
Информация о годовой бухгалтерской отчетности за отчетный финансовый год;	0,5	1
Информация о результатах деятельности и об использовании имущества;	0,5	1
Информация о контрольных мероприятиях и их результатах за отчетный финансовый год.	0,5	1
ИТОГО:	5,5	7

Автор:

Синецкий Сергей Борисович

директор ООО Институт управления и социального проектирования
«Информ-проект», доктор культурологии, доцент