

**Анализ
мониторинга по изучению культурных запросов населения
и оценке деятельности
МКУК «Прочноокопский культурно-досуговый центр» (социальный опрос)**

Период проведения мониторинга: с 11 по 21 ноября 2025 года.

Цель исследования:

Выявление удовлетворенности потребителей качеством услуг в сфере культуры, определение проблемных зон оказания услуг и изучение потребностей и пожеланий посетителей для улучшения качества предоставляемых услуг.

Методология:

Вид опроса: печатные анкеты.

Место проведения: станица Прочноокопская.

Объем выборки: заполнено и возвращено 202 анкеты из 500 распространенных.

Рабочая группа по анализу опроса:

Сотникова И.М., директор МКУК «Прочноокопский КДЦ»;

Калюжная М.А., художественный руководитель МКУК «Прочноокопский КДЦ»;

Соха О.В., заведующий методическим сектором МКУК «Прочноокопский КДЦ»;

Хрипунова И.И., главный специалист администрации Прочноокопского сельского поселения.

1. Общие сведения о респондентах:

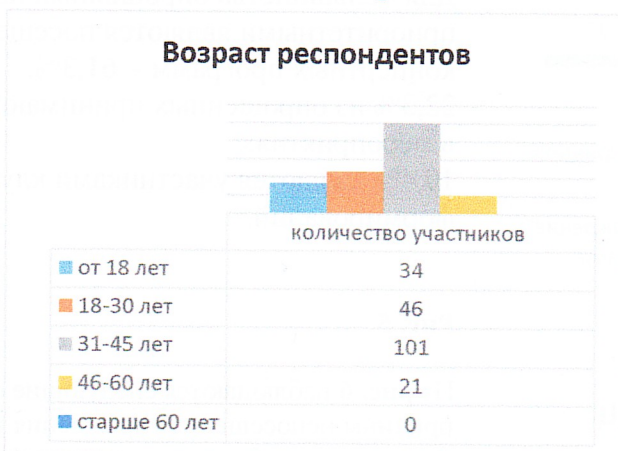


Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Среди наиболее активных посетителей выделяются респонденты в возрастной категории 31-45 лет, составляющие половину всех посещающих учреждение культуры респондентами в возрасте 31-45 лет (**рис.1**) – 50%.

Наиболее часто культурно-досуговый центр посещают женщины (**рис 2.**) – 84,7%. Наибольший контингент среди посетителей - работающее население (49%). Это свидетельствует о высокой востребованности досуговых предложений среди трудящихся граждан.

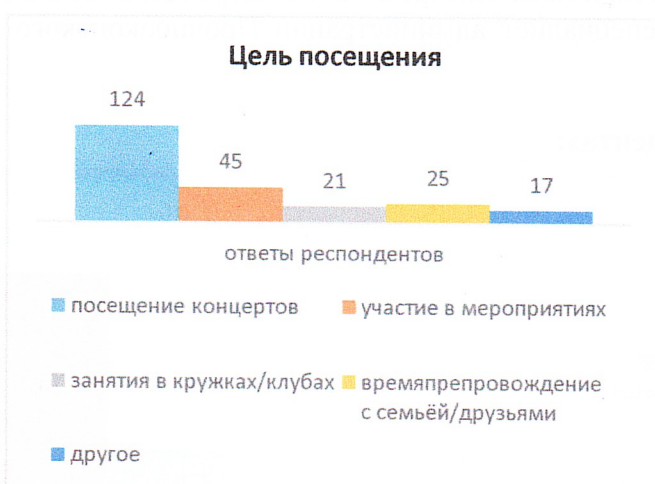
2. Текущая активность в Прочноокопском культурно-досуговом центре

Исследование показало следующие тенденции в частоте посещения культурно-досугового центра:



регулярное посещение учреждения культуры осуществляют 11,4 %; периодическое посещение характерно для 16,8 %; редкое посещение отмечено у 19,3 %; никогда не посещают учреждение 52,5 %.

Рис. 4



В разделе анкеты «Цель посещения» респондентам предлагалось выбрать несколько вариантов ответов. Для большинства опрошенных наиболее приоритетными являются посещения концертных программ - 61,3%. 22,3% из опрошенных принимают участие в мероприятиях. 10,4% являются участниками клубных формирований.

Рис. 5



Из рис. 6 наблюдаются следующие основные причины непосещения учреждения культуры. Отсутствие свободного времени - 41,6%. 16,8% респондентов не знают о мероприятиях. Недостаточно интересные мероприятия - 9,4%. 8,4% отметили неудобное время работы. 7,9% опрошенных далеко добираться. 7,9% отметили в ответе пункт «другое» без указания причины.

Рис. 6

3.Интересы и предпочтения

Из диаграммы, представленной на **рис. 7**, показаны результаты ответов о направлениях деятельности, интересующих респондентов.

Приоритетными направлениями деятельности среди опрошенных признаны:
танцевальные коллективы (47,5%);
вокальные кружки (30,2%);
деятельность в области декоративно-прикладного искусства (25,8%).

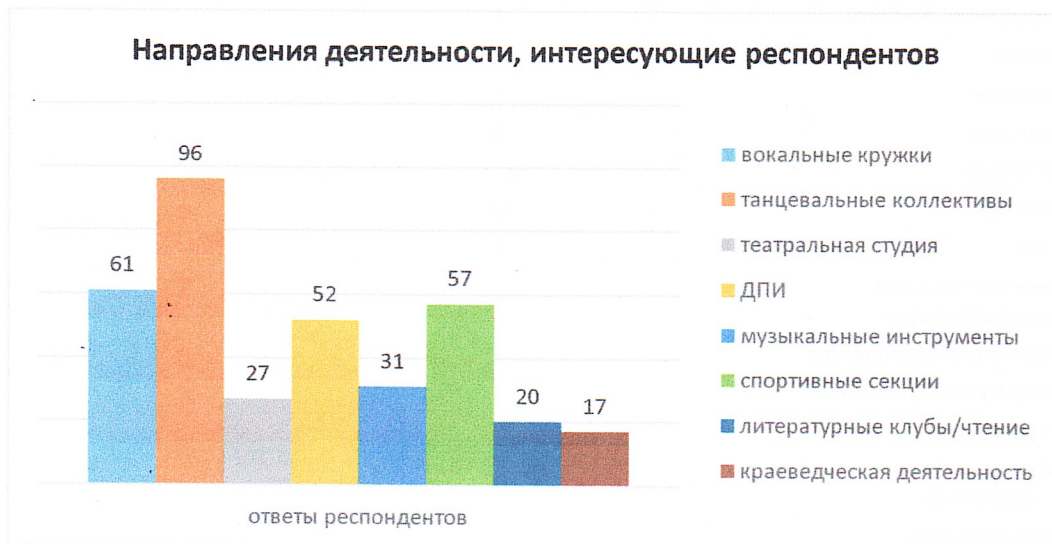


Рис.7

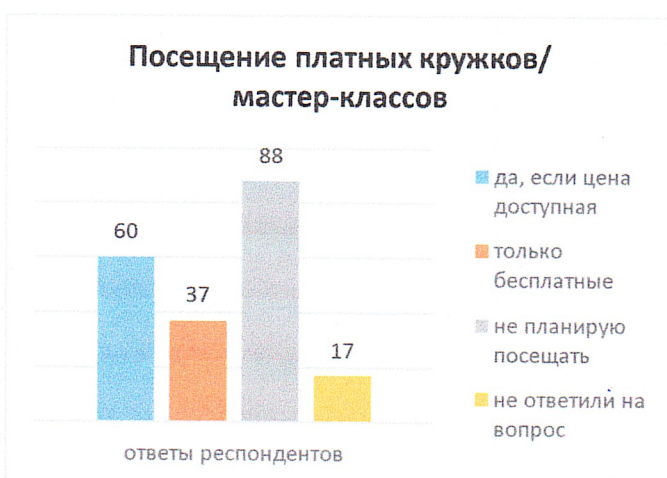


Рис. 8.

Анализ результатов опроса о посещениях платных кружков и мастер-классов показал следующее распределение мнений среди респондентов:
43,6% заявили, что не планируют посещать платные мероприятия;
29,7% выразили согласие посещать платные мероприятия при условии доступной ценовой политики;
18,5% сообщили, что будут посещать только бесплатные мероприятия;
8,4% предпочли не отвечать на данный вопрос.

Анализируя предпочтения респондентов относительно мероприятий, проводимых в учреждении культуры (**рис. 9**), мы видим ярко выраженные тенденции и приоритеты среди опрошенных. Вот основные выводы и рекомендации на основе полученных данных:

Наибольшее количество голосов получили выставки (25,3%) и фестивали (24,8%). Это свидетельствует о высоком интересе аудитории к культурным событиям, связанным с искусством, традициями и новыми тенденциями.

Следующими популярными направлениями стали кинозалы (4% опрошенных) и лекции (4%). Эти категории привлекают зрителей разного возраста, стремящихся расширить кругозор и насладиться качественным контентом.

Хотя концерты (2%) и спектакли (0,5%) набрали меньше голосов, они остаются важными элементами культурной программы.

Малое число голосов, набранных патриотическими мероприятиями (0,5%) и спортивными активностями (1%), не означает отсутствие интереса. Такие активности важны для формирования общегражданской идентичности и здорового образа жизни.

Небольшое количество выборов киберсоревнований (1,5%) показывает растущую популярность цифровых форматов досуга, особенно среди молодежи. Аналогично, детские мероприятия (1%) указывают на необходимость развивать образовательные и развлекательные инициативы для юных жителей.

Предпочительные мероприятия

Рис. 9

	ответы респондентов
затрудняюсь ответить	4
лекции	8
концерты	4
кинотеатр	8
фестивали	50
выставки	51
театр	1
представления для самых маленьких	1
спортивные мероприятия	2
уроки музыки (пианино)	1
детские мероприятия	2
мероприятия для подростков	1
патриотические мероприятия	1
цирк	2
дисотеки	2
спектакли	1
киберспорт	3
КВН	1
мастер-классы ДПИ для детей	1
мастер-классы ДПИ для взрослых	1
йога	1
тематические вечера	1
встречи с интересными и известными людьми	2
всё устраивает	6
не ответили на вопрос	90

4. График работы и удобство

В какое время удобнее посещать занятия/мероприятия

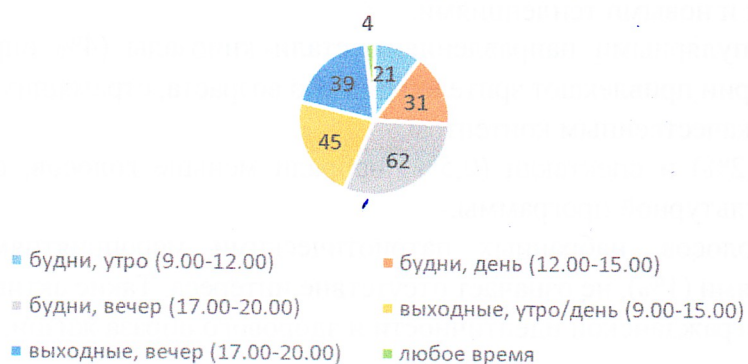


Рис. 10

Анализ предпочтений респондентов по времени посещения занятий и мероприятий в культурно-досуговом центре выявил ряд интересных закономерностей. Подробные результаты представлены на **рисунке 10**.

Будни вечером наиболее популярны: Наибольшее количество опрошенных респондентов (30,7%) предпочитают посещать учреждение культуры именно в будние дни вечером, вероятно, потому что большинство работающих и обучающихся имеют свободный доступ к таким мероприятиям после окончания рабочего/учебного дня.

Выходные утром и днем также привлекательны: Значительное количество участников опроса указали утреннее и дневное время выходного дня (22,3%), показывая важность свободного времени для участия в мероприятиях.

Утро и середина дня будней менее востребованы: Утро и день рабочих дней выбирают значительно меньший процент респондентов (соответственно 10,4% и 15,4%). Вероятно, это связано с занятостью большинства взрослого населения работой или учебой в это время суток.

Вечер выходных дней привлекает многих: Вечером выходного дня (19,3%) также значительна доля желающих посетить мероприятия, хотя этот показатель немного ниже, чем у вечерних будней.

Небольшая группа предпочитает любое время: Лишь небольшой процент респондентов указал, что готов посещать мероприятия в любое удобное время (2%).

В то же время, рассматривая анализ следующего пункта анкеты, мы видим, что те же респонденты ответили на вопрос об удобстве графика работы: «вполне удобен», «частично удобен», что вызывает некоторое разногласие опрошенных респондентов согласно их ответам по предыдущему пункту о предпочтительном времени посещения мероприятий/занятий.

На диаграмме (**рис. 11**) представлены результаты ответов об удобстве графика работы учреждения культуры.

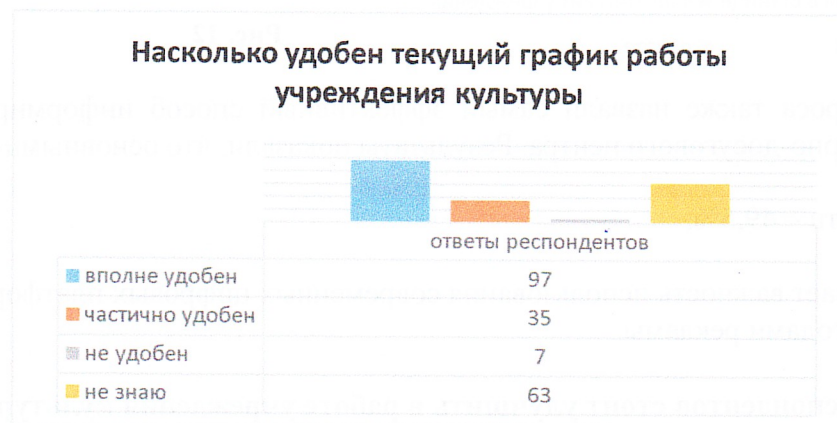


Рис. 11

вполне удобен – 48%. Около половины опрошенных респондентов довольны графиком работы. Это позитивный показатель, говорящий о том, что существенная часть посетителей находит действующий режим удобным для себя;

частично удобен – 17,3%. Часть респондентов отметила, что график частично соответствует их потребностям. Возможно, причины связаны с ограничением выбора временных промежутков или отсутствием подходящего режима работы для некоторых групп населения;

не удобен – 3,5%. Только небольшая часть респондентов выразила полное недовольство уровнем удобства. Этот низкий показатель является положительным сигналом, однако нельзя игнорировать мнение даже небольшого числа недовольных графиком работы граждан;

затрудняются ответить – 31,2%. Третью часть респондентов трудно отнести к какой-то конкретной группе, так как они не смогли однозначно определить свое отношение к графику.

5. Информирование и обратная связь

Анализ ответов респондентов на вопрос «Как Вы узнаете о проводимых мероприятиях в учреждении культуры?» (рис. 12) показал следующее распределение источников информации:

Афиши/объявления в станице: 52,5%. Традиционные методы распространения информации продолжают оставаться эффективными и играют важную роль в привлечении внимания широкой публики. Использование визуальных элементов помогает охватывать большее количество потенциальных посетителей.

Социальные сети/сайт учреждения: 51%. Современные платформы коммуникации позволяют оперативно обновлять информацию и распространять её среди активных пользователей интернета. Создание качественных постов и регулярное обновление сайта способствует повышению узнаваемости и вовлечённости аудитории.

Информация от соседей/друзей: 19,8. Важна работа с локальным сообществом и поддержание доверительных отношений с жителями населённого пункта. Активное участие сотрудников учреждения культуры в социальных событиях повышает доверие и мотивирует людей делиться информацией друг с другом.

Другие источники: 3%.



Рис. 12

Участники опроса также назвали самый эффективный способ информирования о мероприятиях культурно-досугового центра. Результаты показали, что основными каналами являются:

социальные сети – 49,5%;

афиши – 29,2.

Это подчеркивает важность использования современных цифровых платформ наряду с традиционными методами рекламы.

6. Что по мнению респондентов стоит улучшить в работе учреждения культуры



Рис. 13

Предложения респондентов по улучшению работы учреждения культуры демонстрируют довольно высокий уровень удовлетворенности существующими условиями.

Тем не менее, отдельные пункты свидетельствуют о наличии областей, нуждающихся в совершенствовании.

Анализ предложений:

Всё устраивает (58%). Большая часть респондентов выражает полную удовлетворённость деятельностью учреждения культуры. Это положительный индикатор общей успешности работы учреждения.

Ремонт здания/помещений (16,8). Примерно четверть участников опроса высказали пожелание обновить инфраструктуру помещений.

Ремонт/замена музыкального оборудования (11%). Несколько меньшая доля респондентов обращает внимание на техническое оснащение. Качественное музыкальное оборудование играет ключевую роль в создании комфортной атмосферы и поддержании высокого уровня мероприятий.

Показ кинофильмов (2,5%). Некоторое количество респондентов желает увидеть возрождение кинотеатра или включение кинопоказов в программу культурно-досугового центра.

7. Итоги и рекомендации

По результатам анализа мониторинга по изучению культурных запросов населения и оценке деятельности МКУК «Прочноокопский культурно-досуговый центр» (социальный опрос) рабочая группа рекомендует:

В целях повышения привлекательности культурно-досугового центра, увеличения числа регулярных посетителей и удовлетворения культурных запросов населения:

1.Повысить информированность:

Усилить работу по информированию о планируемых мероприятиях через соцсети, официальный сайт и афиши.

Использовать информационные площадки мессенджера МАХ для расширения круга потенциальных посетителей.

2.Модернизировать техническое оснащение:

Произвести ремонт или замену устаревшего музыкального оборудования.

Инвестировать средства в создание современной звуковой и световой системы.

3. Произвести ремонт здания и помещений культурно-досугового центра (на перспективу) в рамках программы «Развитие культуры», направленной на поддержку и развитие сферы культуры в регионах России.

4.Сохранять и развивать творческие направления:

танцы, вокал и декоративно-прикладное искусство, их участие в праздниках, фестивалях и конкурсах различного уровня. Популяризировать творческие достижения коллективов.

5. Оптимизировать график работы:

Проанализировать график работы культурно-досугового учреждения и актуализировать его на основании запросов опрошенных респондентов и рекомендаций Министерства культуры Краснодарского края.

Рабочая группа:

директор

МКУК «Прочноокопский КДЦ»

художественный руководитель

заведующий методическим сектором


главный специалист администрации

Прочноокопского сельского поселения

 Сотникова И.М.

 Калужная М.А.

 Соха О.В.

 Хрипунова И.И.

28 ноября 2025г.