



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГКУ РС(Я) «ЯРСБНС
им. И.Н. Егорова - Горного»
Корнилова А.С.

«09» *сентября* 2025 г.

ИНСТРУКЦИЯ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИНДЕКСА ЛОЯЛЬНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ГКУ РС(Я) «ЯКУТСКАЯ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ СПЕЦИАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ И СЛАБОВИДЯЩИХ ИМ. И.Н. ЕГОРОВА - ГОРНОГО»

I. Общие положения

1.1. Определение уровня лояльности – важнейший этап исследования удовлетворенности пользователей и оценки эффективности деятельности учреждения. В работе с незрячими и слабовидящими особое значение имеют доступные и понятные методы сбора обратной связи. Настоящая Инструкция подробно описывает процедуры проведения ежегодного опроса с использованием тактильных меток, обеспечивающих доступность для лиц с нарушениями зрения.

1.2. Настоящая Инструкция разработана в соответствии с международными стандартами качества (ISO 9001:2015), а также с рекомендациями Европейской ассоциации оценки качества обслуживания (EFQM), и использует проверенные методики оценки уровня лояльности: Net Promoter Score (NPS), Customer Satisfaction Score (CSAT) и Customer Effort Score (CES).

1.3. Основная цель – повысить качество обслуживания, укрепить доверие и развивать долгосрочные отношения с пользователями, получая объективные данные о их степени поддержки и рекомендации библиотеки.

1.4. Инструкция регламентирует проведение мониторинга, сбор, обработку и анализ данных, а также обеспечивает применение полученных результатов для повышения эффективности работы и формирования отчетности по государственному заданию.

1.5. Ответственность за организацию и выполнение мероприятий по определению уровня лояльности возлагается на отдел обслуживания. Непосредственное проведение опросов и обработку данных осуществляют сотрудники, назначенные ответственными за работу с пользователями и качеством обслуживания.

1.6. В случае обнаружения ошибок, утрат или искажений данных ответственные лица обязаны незамедлительно информировать руководство и принимать меры по исправлению ситуации.

1.7. Настоящая Инструкция является внутренним документом, не противоречит существующим нормативным актам и дополнительно

регламентирует процессы взаимодействия со всеми категориями пользователей.

II. Цель и задачи

2.1. Основная цель: определить уровень поддержки и рекомендации библиотеки среди пользователей за год, а также выявить направления для улучшения условий и услуг.

2.2. Задачи:

- Разработать и внедрить доступную методику сбора обратной связи;
- Гарантировать честность и объективность ответов без зрительной коммуникации;
- Проанализировать собранные данные для внесения в отчет по выполнению государственного задания и предложить мероприятия для повышения лояльности.

III. Разработка и подготовка опроса

3.1. Вопрос для оценки:

«Рекомендуете ли вы нашу библиотеку друзьям, знакомым или коллегам?»

Ответы: «Да» или «Нет».

3.2. Для ответов используются две тактильные метки, отличающиеся наощупь:

- «Да» — бумажная метка в форме круга;
- «Нет» — бумажная метка в форме треугольника.

Метки должны быть легко различимы наощупь, долговечны и устойчивы к износу. Перед началом опроса сотрудник или волонтер должен показать образцы и объяснить пользователю, какая метка означает какой ответ.

3.3. Обязанности сотрудника или волонтера:

- Знать правильную технологию использования тактильных меток;
- Уметь правильно формулировать вопрос и получать ответ, избегая ошибок;
- Объяснить пользователю важность его мнения, подчеркнуть ценность его участия;
- По необходимости – поощрять участие словами благодарности.

IV. Организация проведения опроса

4.1. Процедура проведения опроса:

- Сотрудник или волонтер вслух задает вопрос: «Рекомендуете ли вы нашу библиотеку друзьям, знакомым или коллегам?»
- Пользователь показывает выбранную тактильную метку.
- Сотрудник или волонтер аккуратно кладет метку в запечатанный ящик для хранения ответов.

4.2. Частота проведения опроса:

- Опрос проводится один раз в год, с января по декабрь.
- В течение года каждый квартал отслеживается динамика ответов, но основной показатель собирается за год.

V. Обработка данных и расчет NPS

5.1. Подсчет результатов:

- Количество ответивших «Да» — промоутеры.
- Количество ответивших «Нет» — критики.
- Общее число ответов — база для расчетов.

5.2. Расчет Индекса Лояльности (NPS):

$$NPS = (\text{Процент промоутеров} - \text{Процент критиков}) \times 100\%$$

- Процент промоутеров: (число «Да») / (общее число ответов) \times 100%
- Процент критиков: (число «Нет») / (общее число ответов) \times 100%

5.3. Интерпретация:

- $> +50\%$ — высокий уровень лояльности, большинство пользователей рекомендуют библиотеку.
- $0\% - +50\%$ — средний уровень, есть потенциал для улучшений.
- $< 0\%$ — низкий уровень, требует анализа причин и принятия корректирующих мер.

VI. Итоги и мониторинг

- Ежегодно готовится отчет по NPS, его динамике, выявленным проблемам и рекомендациям.
- Полученные данные используются для стратегического планирования, формирования отчетности о выполнении государственного задания и дальнейшего совершенствования условий обслуживания.