

# Q/DGWH

## 文化 馆 数 字 服 务 标 准

Q/DGWH TG20305.1-2024

### 东莞市文化馆数字服务质量评价 与改进指南

2024-04-19 发布

2024-04-22 实施

东 莞 市 文 化 馆 发 布

# 目 次

前 言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 服务质量评价内容 .....	1
4.1 民意互动 .....	1
4.2 满意度测评 .....	1
4.2.1 测评步骤 .....	1
4.2.2 测评途径 .....	2
4.2.3 指标构成 .....	2
5 结果运用 .....	4
6 改进 .....	4
附 录 A （资料型） 东莞市文化馆数字服务公众满意度计算方法 .....	5

## 前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由东莞市文化馆提出并归口。

本文件起草单位：东莞市文化馆。

本文件主要起草人：黄伟金、叶嘉敏。

# 东莞市文化馆数字服务质量评价与改进指南

## 1 范围

本文件规定了文化馆数字服务质量评价与改进的评价内容、方式与方法、结果运用和改进等内容。本文件适用于文化馆数字服务质量评价与改进工作。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 文化馆数字服务满意度

市民使用文化馆数字服务平台或接受服务后，对服务内容的便捷性、实用性、及时性、可获得性、可接受性等方面的心理期望和切身体验之间的达到满意程度的评价。

### 3.2 测评

针对研究对象所进行的采集资料数据、综合测算与分析的过程。

[引用自 GB/T 39045-2020 中 2.2]

## 4 服务质量评价内容

### 4.1 民意互动

通过“文化莞家”数字服务平台以及线下活动等意见征集渠道，开展民意互动服务，了解市民心声，积极为市民解决诉求。

### 4.2 满意度测评

#### 4.2.1 测评步骤

##### 4.2.1.1 确定测评方案

每年一次，一般是每年的第一季度前完成对上年度的测评。开展测评前应制定测评方案，方案内容可包括目的、范围、内容、实施步骤和时间安排等。必要时可组织论证确保方案的合理性和适用性。

##### 4.2.1.2 确定调查抽样范围

满意度测评需进行抽样，抽样样本采取随机抽样方法。

#### 4.2.1.3 采集数据

确定测评途径，采集测评数据。

#### 4.2.1.4 有效问卷筛选

受访者对具体指标全部或部分评价，均可作为有效数据，问卷纳入统计样本量。对样本偏离、存在前后矛盾、答案明细不合理的问卷应按废卷处理，必要时可多次采集或补充采集。

#### 4.2.1.5 样本大小

样本大小计算公式如下：

$$n=10 + 5\%N \dots\dots\dots (1)$$

式中：

$n$  —— 样本大小；

$N$  —— 基数。

#### 4.2.1.6 结果计算

分析计算满意度测评得分（计算方法见附录 A 的 A.1）。

#### 4.2.1.7 撰写测评报告

通过分析得出真实、准确的测评结论并对其进行描述，提出相关建议，形成测评结果，以测评报告的形式呈现，测评报告以包括测评分值、测评对象和测评开展的情况、测评的基本结论和主要发现、提出对策建议、附录说明（包含指标体系等内容）。

### 4.2.2 测评途径

满意度测评途径通常包括现场采集和非现场采集两类。现场采集可通过面访申请人的方式，非现场采集可采用电话访问、在线调查、问卷调查、短信评价、暗访抽查等方式。

### 4.2.3 指标构成

表 1 东莞市文化馆数字服务公众满意度指标体系

序号	一级指标	二级指标	指标说明
1	可知晓行	受访者是否知晓文化馆数字服务的存在	考察东莞市文化馆数字服务的知名度。
2		受访者所了解的文化馆数字服务获取途径有哪些	考察东莞市文化馆数字服务方式方法的适用性和有效性，即公众获得文化馆数字服务信息的容易程度。
		受访者所了解的文化馆数字服务宣传推广途径有哪些	考察东莞市文化馆数字服务宣传推广活动的有效性。

序号	一级指标	二级指标	指标说明
3	可接近性	受访者是接受过文化馆线下服务	考察受访者对文化馆线下服务的了解程度的。
4		受访者到达文化馆的交通成本	考察受访者到达文化馆的交通便利程度。
5		受访者到达文化馆的交通成本	考察受访者到达文化馆的交通成本。
6		受访者对文化馆数字服务场所开放时间段的满意程度	考察受访者对文化馆开放时间的接受程度。
7	可获得性	受访者是否使用过文化馆的数字服务设施	考察文化馆数字服务设施的可获得性。
8		受访者对数字服务设施使用的频率	考察受访者对文化馆数字服务设施的满意程度
9		受访者使用数字服务设施的满意程度	
10		文化馆数字服务平台功能是否能满足受访者需求	
11		受访者是否使用文化馆线上数字资源	考察受访者对文化馆数字服务资源的满意程度
12		受访者对文化馆线上数字资源的满意程度	
13		受访者对文化馆数字服务人员的的满意程度	
14	可接受性	文化馆数字资源和服务的操作流程容易程度	考察文化馆数字服务的可接受性
15	可适应性	文化馆是否有用户反馈渠道	考察文化馆数字服务的可适应性
16		受访者的反馈需求是否得到满足	
17		受访者是否曾参与文化馆组织的群众满意度测评	

序号	一级指标	二级指标	指标说明
18	总体满意度	总体满意度	考察公众对文化馆数字服务的总体满意程度。

## 5 结果运用

- 5.1 测评结果可用于文化馆数字服务成效的参考依据。
- 5.2 提出服务优化的措施，持续改进服务质量，提升文化馆数字服务满意度。
- 5.3 向公众公开满意度，接受社会公众监督，促进文化馆数字服务体系的不断完善。

## 6 改进

- 6.1 应明确相关负责人，按照监督评价结果提出改进目标、措施、时限等要求。
- 6.2 应定期对满意度测评的方法、指标、程序等要素进行改进，确保其合理性和实用性。
- 6.3 应建立改进跟踪复查机制，实时公开和反馈复查验证信息。

## 附录 A

(资料性)

## 东莞市文化馆数字服务公众满意度计算方法

## A.1 满意度测评各级指标得分计算方法

## A.1.1 三级指标分项得分

三级指标分项得分见公式 (B.1) :

$$q_i = \frac{\sum_{j=1}^n q_j}{n} \dots\dots\dots (B.1)$$

式中:

 $q_j$  ——n 个样本中第 j 个服务对象对第 i 个调查测评项目的打分; $q_i$  ——n 个抽样样本对第 i 个调查测评项目打分的平均值;

n——样本大小 (评价频次)。

## A.1.2 二级指标分项得分

二级指标分项得分见公式 (B.2) :

$$q_{1.1} = \frac{q_{1.1.1} \times 0.1 + q_{1.1.2} \times 0.1}{2} \dots\dots\dots (B.2)$$

式中:

 $q_{1.1}$  ——二级指标 1.1 的加权平均得分。同理: 得出  $q_{1.2}$  和  $q_{1.3}$  的得分。

## A.1.3 一级指标分项得分

一级指标分项得分见公式 (B.3) :

$$q_1 = q_{1.1} + q_{1.2} + q_{1.3} \dots\dots\dots (B.3)$$

式中：

$q_1$ ——一级指标 1 的得分。

同理：得出  $q_2$  和  $q_3$  的得分。

#### A. 1. 4 满意度测评得分

满意度测评得分见公式 (B. 4)：

$$Q = q_1 + q_2 + q_3 \dots\dots\dots (B. 4)$$

式中：

$Q$ ——满意度测评得分。

