



**ANALISI DEL QUESTIONARIO DI GRADIMENTO
DEL SERVIZIO
(CUSTOMER SATISFACTION)**

**ANALISI DEL QUESTIONARIO DI GRADIMENTO DEL
SERVIZIO
(CUSTOMER SATISFACTION)
ANNO 2020**

1 PREMESSA

Il livello di soddisfazione degli utenti costituisce, pertanto, una risorsa essenziale per il miglioramento dei servizi offerti; l'utente di un servizio, non diversamente dal consumatore di prodotti, sempre al centro dell'attenzione di imprese produttrici e distributrici di beni di consumo, viene chiamato a partecipare alla definizione del servizio e/o alle modalità di erogazione dello stesso. In quest'ottica ha operato il legislatore, fornendo strumenti nuovi e spingendo le strutture sanitarie a realizzare ed assicurare all'utenza la "qualità" in misura proporzionata ai bisogni che sono tenute o si impegnano a soddisfare.

In particolare, la Regione Campania, con il DCA 51/19 "integrazione dei requisiti di accreditamento istituzionale", stabilisce quale requisito obbligatorio per l'accreditamento istituzionale della rilevazione del grado di soddisfazione dell'utenza, anche nei confronti degli utenti (customer satisfaction).

Questa Struttura ha, tra le altre, le seguenti funzioni:

- predispone il questionario per le indagini annuali di gradimento del servizio delle varie unità d'offerta nei confronti degli utenti, dei loro familiari/caregiver e del personale dipendente;
- determina le modalità e i tempi di distribuzione e raccolta dei questionari;
- cura l'analisi dei dati e la presa in considerazione delle criticità emerse;
- attiva le conseguenti azioni di miglioramento del servizio ed eventuali interventi correttivi nell'organizzazione e nelle procedure;
- diffonde i risultati delle indagini e delle misure di miglioramento adottate tramite occasioni pubbliche, la distribuzione di materiale informativo, la pubblicazione sul sito web aziendale o con altre modalità;

2 IL QUESTIONARIO

Il questionario somministrato (allegato al termine di questa relazione) è del tipo "quantitativo-standardizzato", cioè basato solo su domande chiuse a risposta singola, che precedono un ventaglio di risposte definite a priori basato su 4 possibilità di risposta, ottimizzato negli anni al fine di coprire la rilevazione del grado di soddisfazione relativo a tutte le figure professionali, i processi oltre che all'organizzazione del centro.

Lo schema del questionario prevede:



ANALISI DEL QUESTIONARIO DI GRADIMENTO DEL SERVIZIO (CUSTOMER SATISFACTION)

- la parte della "Soddisfazione" dove sono inserite le domande attraverso le quali si intende comprendere il livello di gradimento del servizio espresso dall'utente;
- uno spazio finale per note/osservazioni che permette anche un minimo di indicazioni di tipo qualitativo.

Si è tentato, con poche ma mirate domande, di indagare anche alcuni aspetti che presentavano criticità nelle indagini effettuate gli anni precedenti. Ciò ha consentito di ricavare utili indicazioni per il futuro. Naturalmente il questionario è in forma anonima, per garantire la massima libertà di espressione al compilatore, lasciando tuttavia la possibilità di sottoscriverlo. Le domande dirette all'ospite sono state distribuite in gruppi omogenei per tematica, e precisamente:

- Cortesia e diponibilità
- tempi di attesa
- Privacy e riservatezza
- Ospitalità e Comfort
- Qualità dell'assistenza

3 MODALITA' DI DISTRIBUZIONE

Il questionario è consegnato ai nostri utenti in sala dialisi almeno una volta all'anno ed i pazienti vengono invitati a compilare e riporre nell'apposita urna chiusa gli stessi.

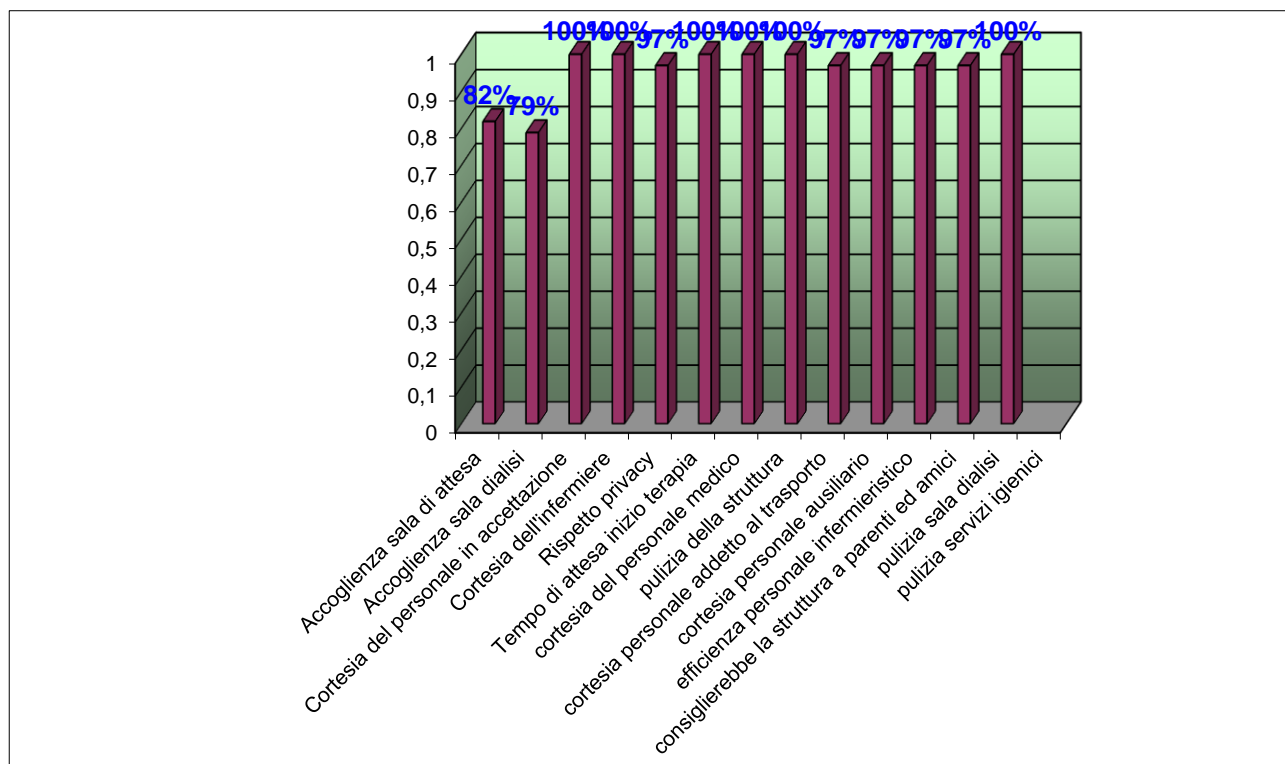
Sono stati raccolti 86 questionari dai per la sede di Napoli e Casavatore (53 per il Centro Kidney di Fuorigrotta e 33 per il Centro di Casavatore).

4 ANALISI DEL QUESTIONARIO

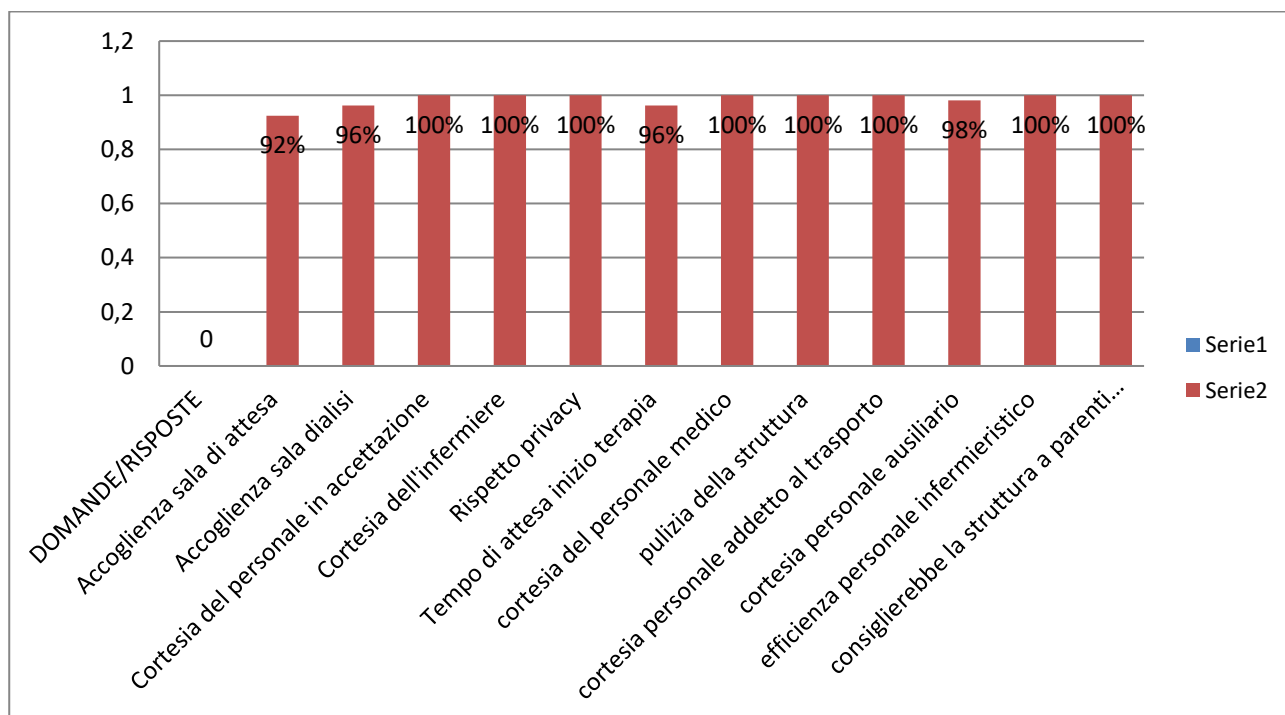
Il questionario affronta in linea generale il tema dell'accesso/accoglienza e riservatezza, informazioni all'utenza.

Dall'analisi degli andamenti emerge un complessivo assestamento delle percentuali di gradimento espresse nelle ultime rilevazioni annuale.

SEDE DI CASAVATORE:



SEDE DI NAPOLI:





ANALISI DEL QUESTIONARIO DI GRADIMENTO DEL SERVIZIO (CUSTOMER SATISFACTION)

5 SPAZIO PER OSSERVAZIONI, CRITICHE, GIUDIZI, ELOGI

Al fine di intercalare l'analisi quantitativa con quella qualitativa è stato predisposto, al termine del questionario, un apposito spazio dove gli intervistati hanno potuto esprimere critiche, giudizi ed opinioni, ma anche elogi e valutazioni positive per il servizio offerto.

Una parte degli utenti ha approfittato di questa possibilità. Ne emergono sinceri elogi, e nessuna criticità rilevante se non per la sede di Casavatore giudizi negativi rispetto alla qualità del caffè erogato dal distributore automatico. Di fatto a seguito dell'emergenza Covid-19 la Direzione ha proibito l'ingresso del personale esterno dei bar adiacenti. Possiamo capire l'osservazione ma la tutela nei confronti del personale e dei pazienti in primis è il bene primario da preservare.

6 CONCLUSIONI

L'analisi realizzata ha mostrato risultati complessivamente molto positivi e attestati, ormai da alcuni anni, su livelli di gradimento molto elevati.

Questo fatto gratifica il lavoro compiuto dalla Direzione alla ricerca di un servizio di sempre maggiore qualità, grazie anche al costante dialogo mantenuto con l'utenza.