

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

по результатам проведения социологического исследования на тему «Потребительская оценка качества предоставления социальных услуг в КГБУСО «Кризисный центр для мужчин» г. Барнаула»

Для исследования потребительской оценки качества социального обслуживания в Кризисном центре для мужчин методами измерения показателей качества стали социологические. Для исследования потребительской оценки учитывались качественные характеристики, такие как: компетентность и уровень мастерства исполнителя услуги; доступность персонала; доверие к персоналу; эффективность контактов исполнителя и потребителя; вежливость, чуткость, комфортность условий обслуживания; эстетика интерьера.

Для получения качественных результатов социологического исследования по изучению потребительской оценки качества социальных услуг в Кризисном центре, проведённого сотрудниками учреждения совместно с факультетом социологии Алтайского государственного университета, необходимо отметить, прежде всего, что исследование проводилось с помощью анкетирования потребителей социальных услуг. Использовались анкеты с вопросами и вариантами ответов, которые респонденты заполняли сами в присутствии интервьюера. Анкетирование включало в себя 24 вопроса. В анкете использовались как закрытые, так и открытые вопросы.

С целью выявления потребительской оценки качества предоставления социальных услуг в Кризисном центре Алтайского края социологическое исследование проводилось с ноября 2018 по апрель 2019 года.

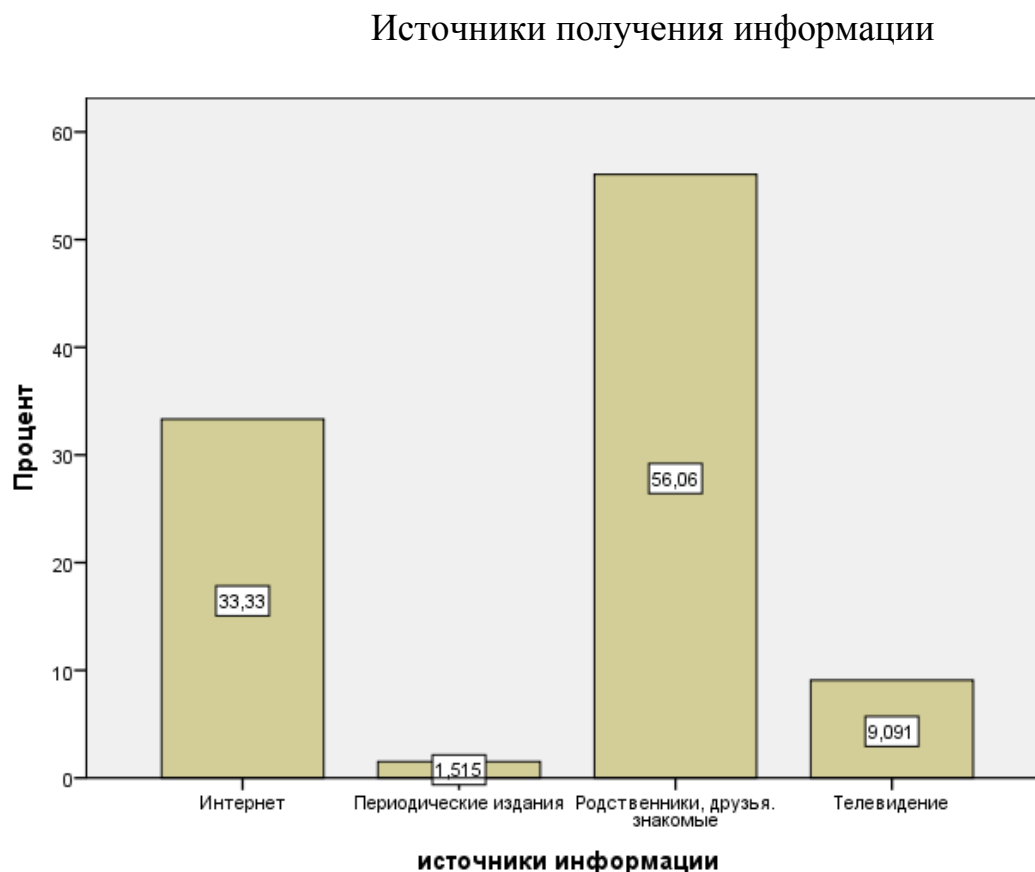
В ходе социологического исследования опрошен 81 респондент мужского пола, что составляет около половины от среднесписочного количества респондентов за месяц.

Полученные данные обработаны с помощью программы SPSS 20.

Для наиболее полного анализа далее необходимо обозначить вопросы, задаваемые респондентам в анкете, а также процентное соотношение опрашиваемых потребителей услуг в зависимости от выбора варианта ответа либо указания собственного ответа на открытые вопросы.

На вопрос «Из каких источников Вы узнали о деятельности КГБУСО «Краевой кризисный центр для мужчин?»» более половины респондентов (56,06%) ответили, что узнали о деятельности Центра от своих родственников, друзей и знакомых. Около трети мужчин (33,33%) в качестве источника информации назвали Интернет. 9,09% потребителей отметили телевидение в качестве первоисточника информации об учреждении. Только 1,515% опрошенных получили информацию о Кризисном центре из периодических изданий (см. рис. 1).

Рис. 1

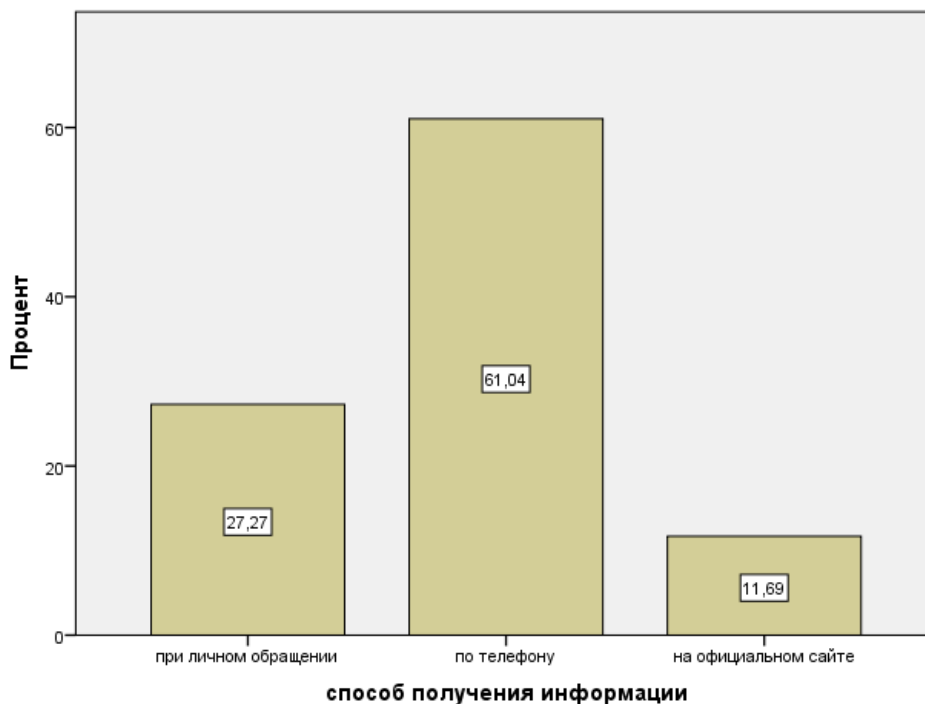


Также в части первого вопроса анкеты в качестве варианта ответа «другое» 13 респондентов указали следующие источники: школа, вывеска, детский сад, направление от психиатра, опека, от врача психиатра, от друга, от инспектора по делам несовершеннолетних, от невролога, невролог в поликлинике, посоветовали в поликлинике, проходил мимо, психолог с детского сада.

На вопрос «Каким образом Вы получили информацию о перечне и порядке предоставления социальных услуг в Центре?» 61,04% мужчин ответили, что получили информацию о перечне услуг по телефону. 27,27% респондентов отметили в качестве способа получения информации об услугах личное обращение в Центр. 11,69% потребителей услуг указали, что получили информацию о социальных услугах на официальном сайте (см. рис. 2).

Рис. 2

Способы получения информации о Центре



В части второго вопроса анкеты в качестве варианта ответа «другое» 3 респондента отметили следующие способы получения информации об услугах: от знакомых, со слов знакомых, направление от невролога.

На вопрос «Насколько полученная Вами информация была исчерпывающей?» больше половины респондентов (67,09%) ответили, что получили абсолютно исчерпывающую информацию об учреждении. 30,38% опрошенных считают, что получили скорее исчерпывающую информацию о Центре. Около 2,53% мужчин отметили полученную информацию об услугах как скорее неполную (см. рис. 3).

Рис. 3

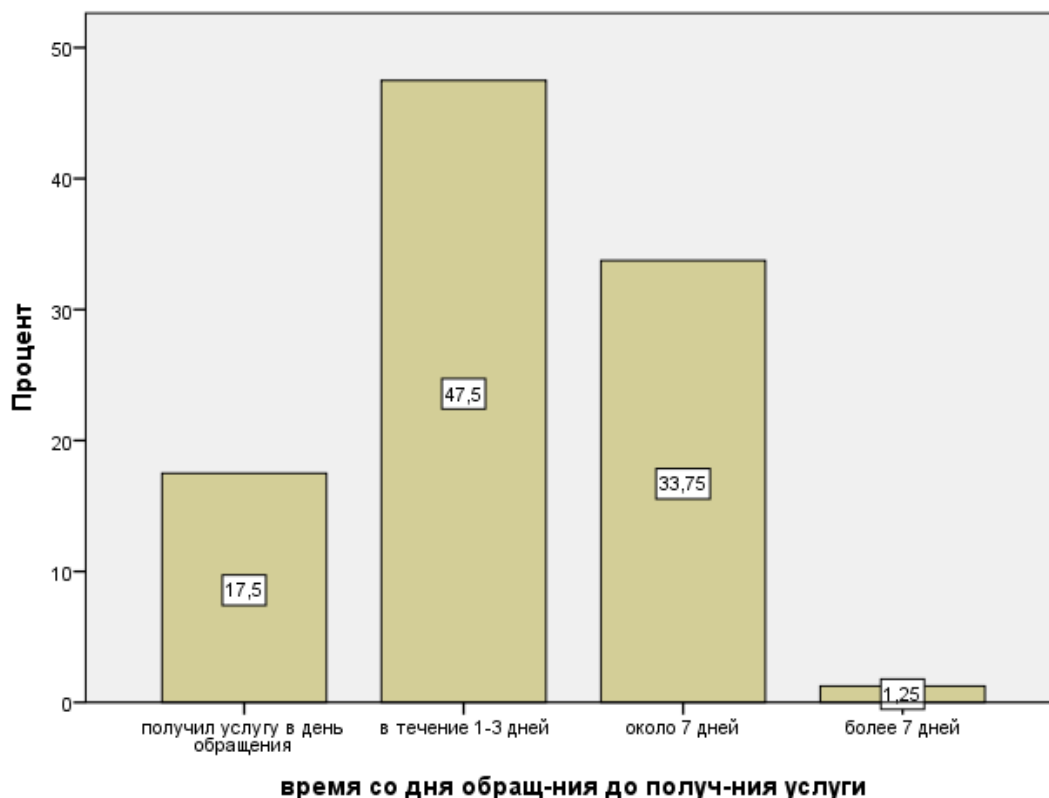


На вопрос «Укажите, пожалуйста, сколько времени со дня обращения в КГБУСО «Краевой кризисный центр для мужчин» Вам пришлось ожидать предоставления необходимой услуги?» чуть менее половины респондентов (47,5%) ответили, что ожидали необходимую услугу в течение 1-3 дней. 33,75% мужчин ожидали услугу около 7 дней. 17,5% опрошенных получили

услугу в день обращения. Лишь 1,25% респондентов ждали необходимую услугу более 7 дней (см. рис. 4).

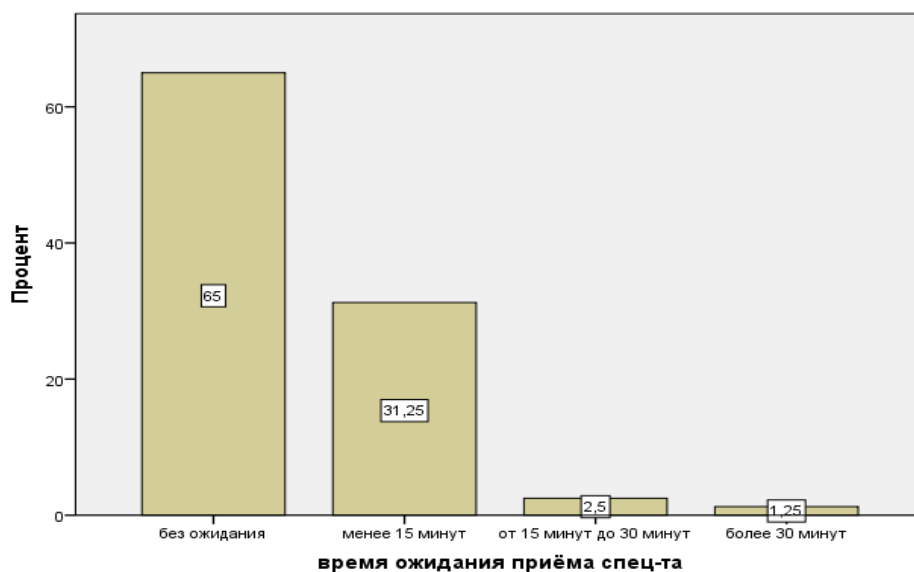
Рис. 4

Промежуток времени с момента обращения до получения услуги



На вопрос «Укажите, пожалуйста, сколько времени Вы ожидали приема специалиста в Центре?» 65% респондентов ответили, что попали на прием к специалисту без ожидания. 31,25% опрошенных потратили менее 15 минут на ожидание специалиста. 2,5% мужчин ждали приема от 15 до 30 минут. 1,25% респондентов потратили более 30 минут на ожидание приема специалиста (см. рис. 5).

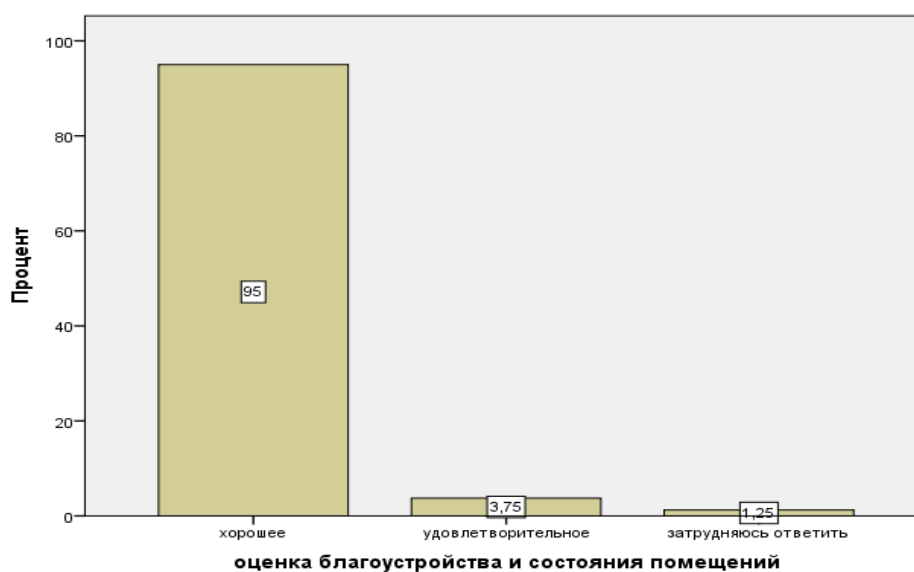
Период ожидания приёма специалиста



На вопрос «Как Вы оцениваете благоустройство и состояние помещений Центра?» большинство респондентов ответили, что благоустройство и состояние помещений хорошее. 3,75% мужчин оценили состояние учреждения как удовлетворительное. 1,25% опрошенных затруднились ответить на данный вопрос (см. рис. 6).

Рис. 6

Потребительская оценка благоустройства помещений

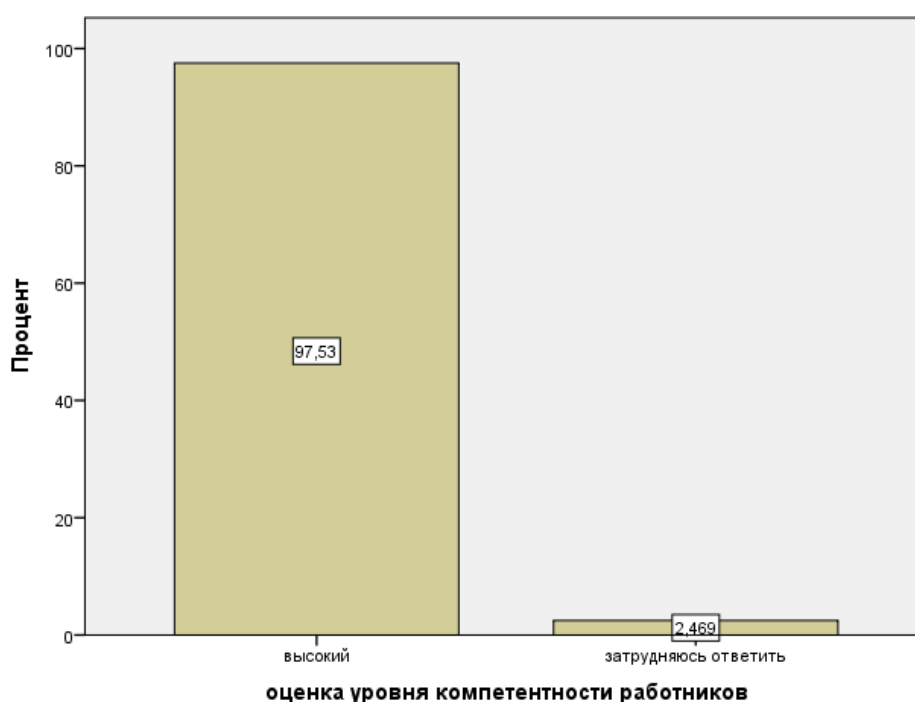


На вопрос «Как Вы оцениваете степень доброжелательности, вежливости и внимательности работников организации?» все 100% опрошенных респондентов отметили высокую степень доброжелательности, вежливости и внимательности работников Кризисного центра для мужчин.

На вопрос «Как Вы оцениваете уровень компетентности работников организации?» почти все респонденты (97,53%) ответили, что высоко оценивают уровень компетентности работников. Лишь около 2,47% опрошенных затруднились ответить на вопрос (см. рис. 7).

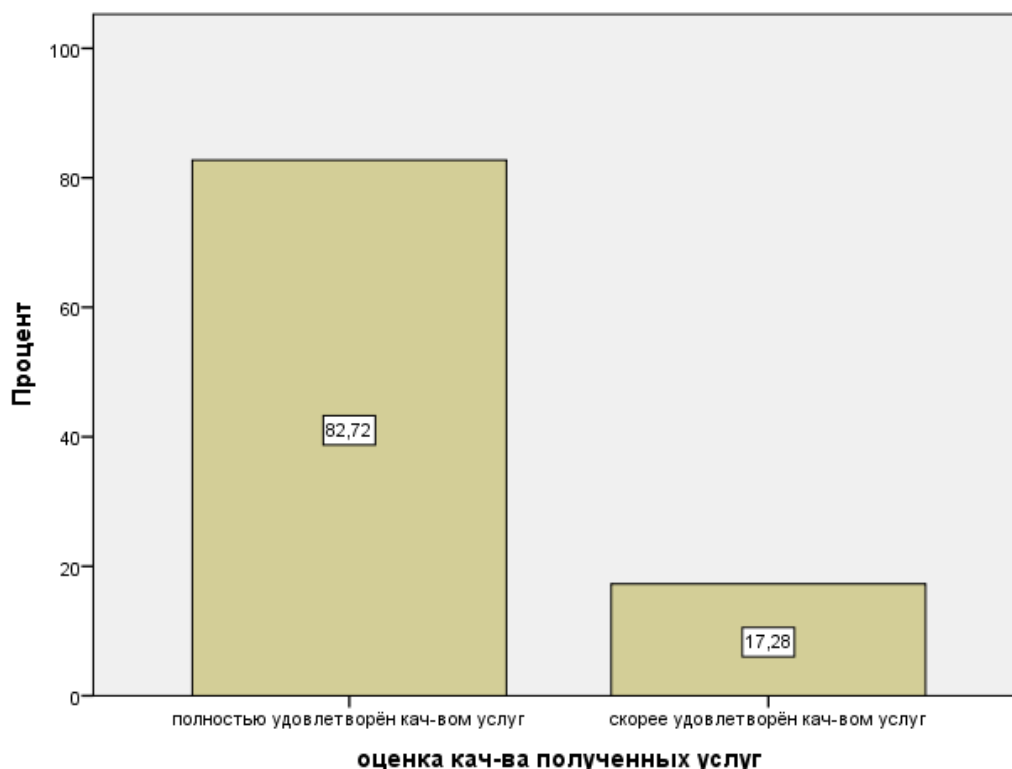
Рис. 7

Потребительская оценка компетентности специалистов Центра



На вопрос «Как Вы оцениваете качество полученных Вами услуг?» 82,72% респондентов ответили, что полностью удовлетворены качеством полученных социальных услуг. 17,28% потребителей скорее удовлетворены качеством услуг (см. рис. 8).

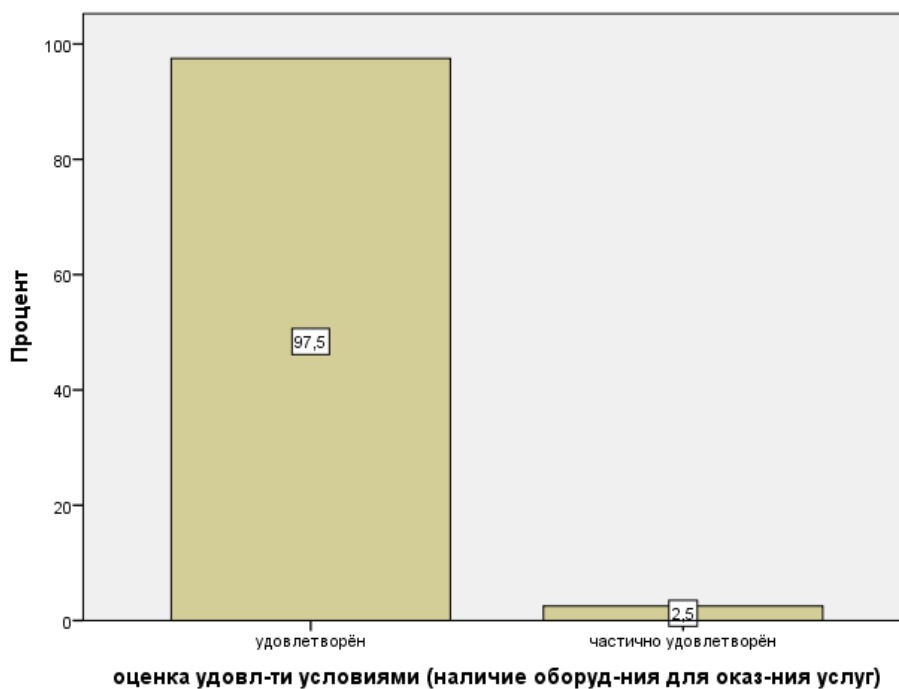
Оценка потребителями качества оказанных им услуг



При ответе на вопрос «Оцените Вашу удовлетворенность условиями предоставления социальных услуг» потребителям услуг предлагалось отдельно оценить наличие оборудования для оказания социальных услуг, мебель и мягкий инвентарь, конфиденциальность предоставления услуг, а также оперативность оказания социальных услуг.

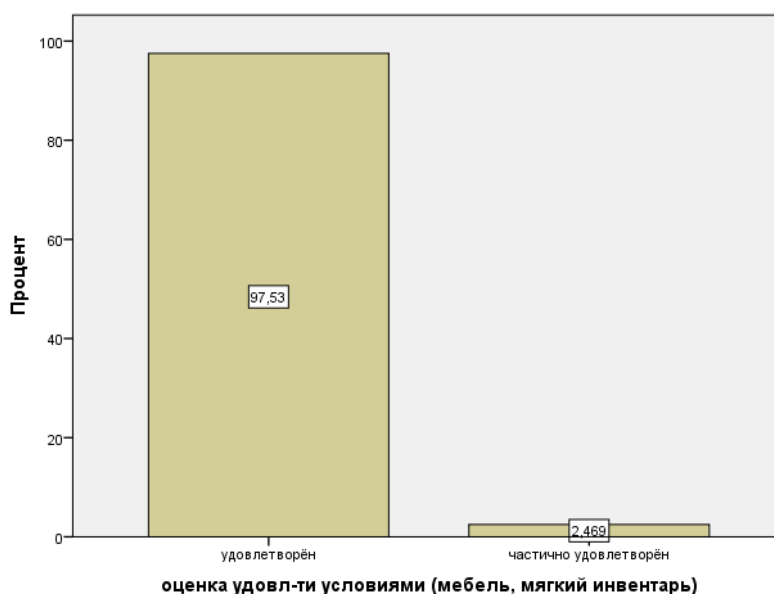
Имеющимся оборудованием для оказания социальных услуг удовлетворены 97,5% потребителей. 2,5% респондентов частично удовлетворены оборудованием (см. рис. 9).

Оценка наличия оборудования для оказания социальных услуг



Мебелью и мягким инвентарем удовлетворены 97,53% потребителей услуг. Около 2,47% респондентов частично удовлетворены мягким инвентарем (см. рис. 10).

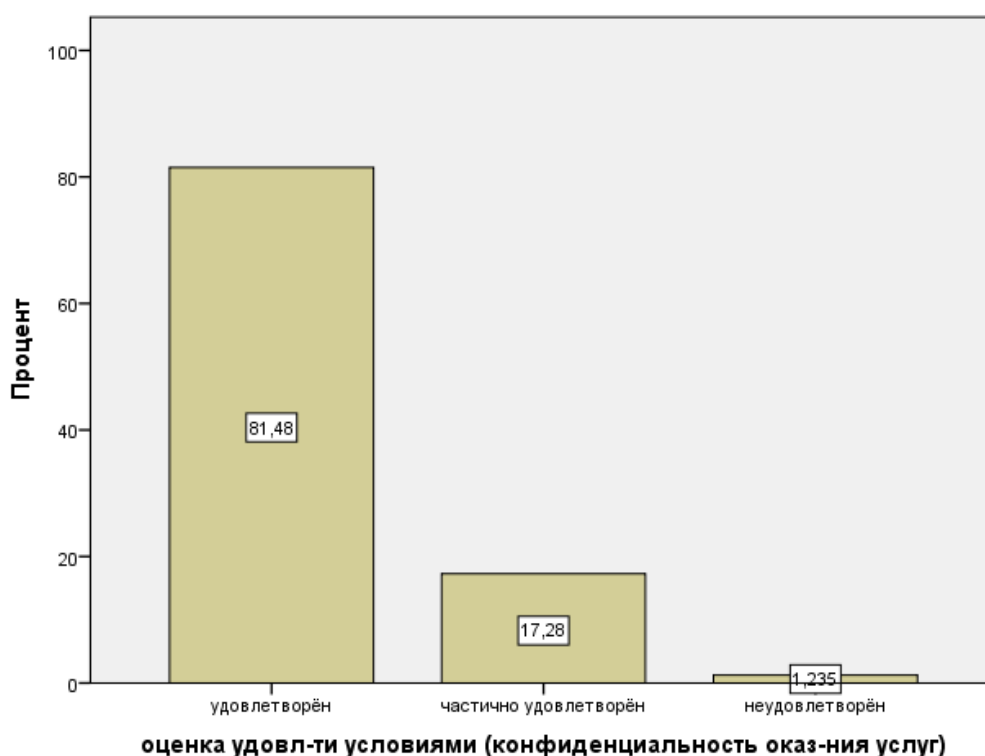
Оценка мебели и мягкого инвентаря учреждения



Конфиденциальностью предоставления социальных услуг удовлетворены 81,48% мужчин. 17,28% респондентов частично удовлетворены конфиденциальностью. Около 1,23% потребителей неудовлетворены конфиденциальностью предоставления услуг (см. рис. 11).

Рис. 11

Оценка конфиденциальности предоставления социальных услуг



В отношении оперативности оказания услуг следует отметить, что около 92,6% респондентов удовлетворены ей, 7,407% - частично удовлетворены (см. рис. 12).

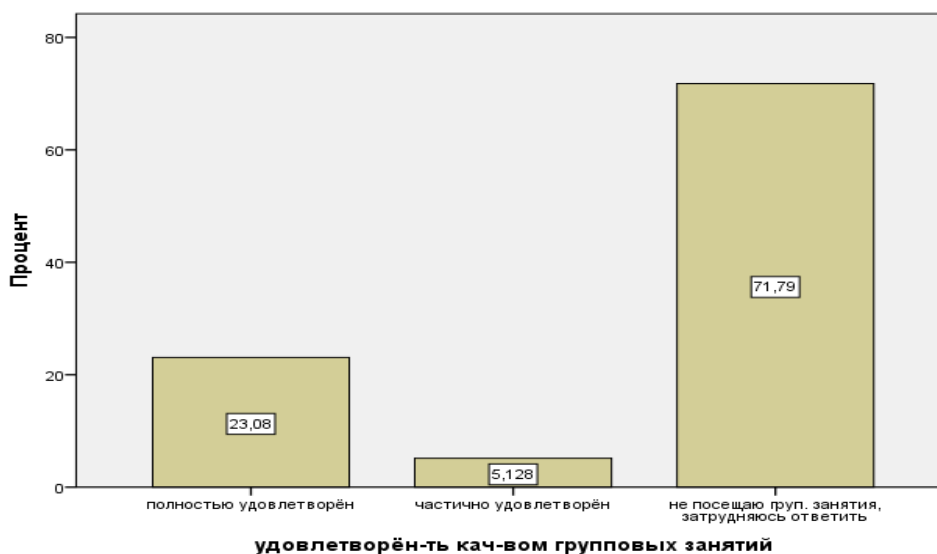
Оценка оперативности оказания социальных услуг



На вопрос «Удовлетворены ли Вы качеством групповых занятий?» 23,08% потребителей услуг ответили, что полностью удовлетворены групповыми занятиями. 5,128% респондентов частично удовлетворены качеством таких занятий. 71,79% мужчин не посещают групповые занятия (см. рис. 13).

Рис. 13

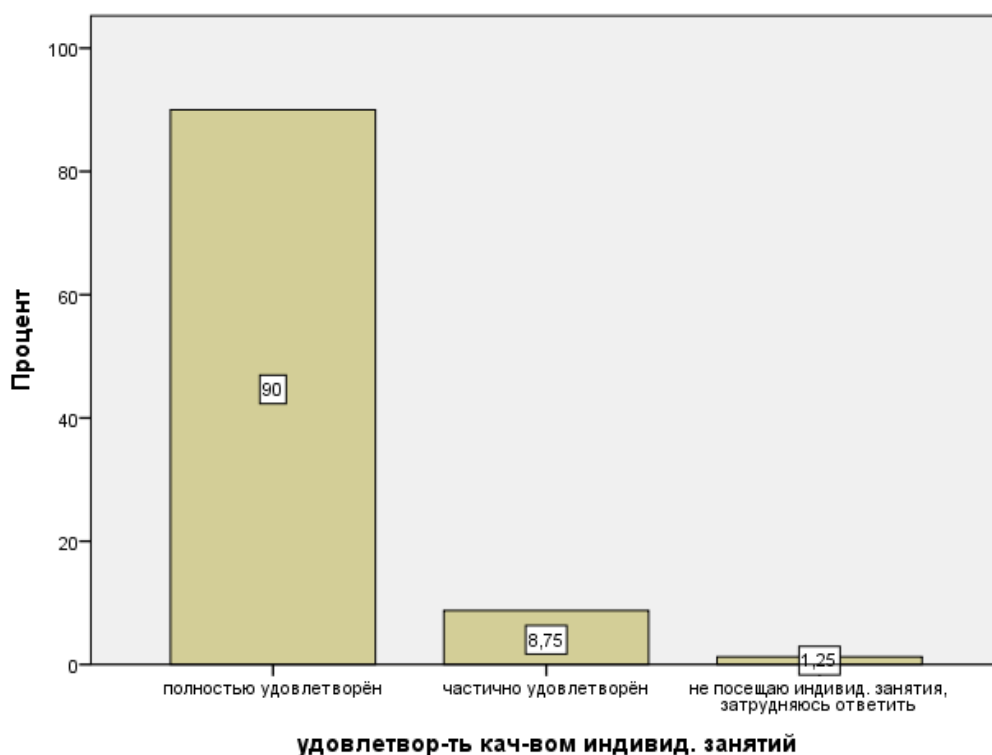
Оценка удовлетворённости качеством групповых занятий



На вопрос «Удовлетворены ли Вы качеством индивидуальных занятий?» большинство респондентов (90%) ответили, что полностью удовлетворены индивидуальными занятиями. 8,75% мужчин частично удовлетворены такими занятиями. 1,25% потребителей не посещают данные занятия и поэтому затрудняются ответить (см. рис. 14).

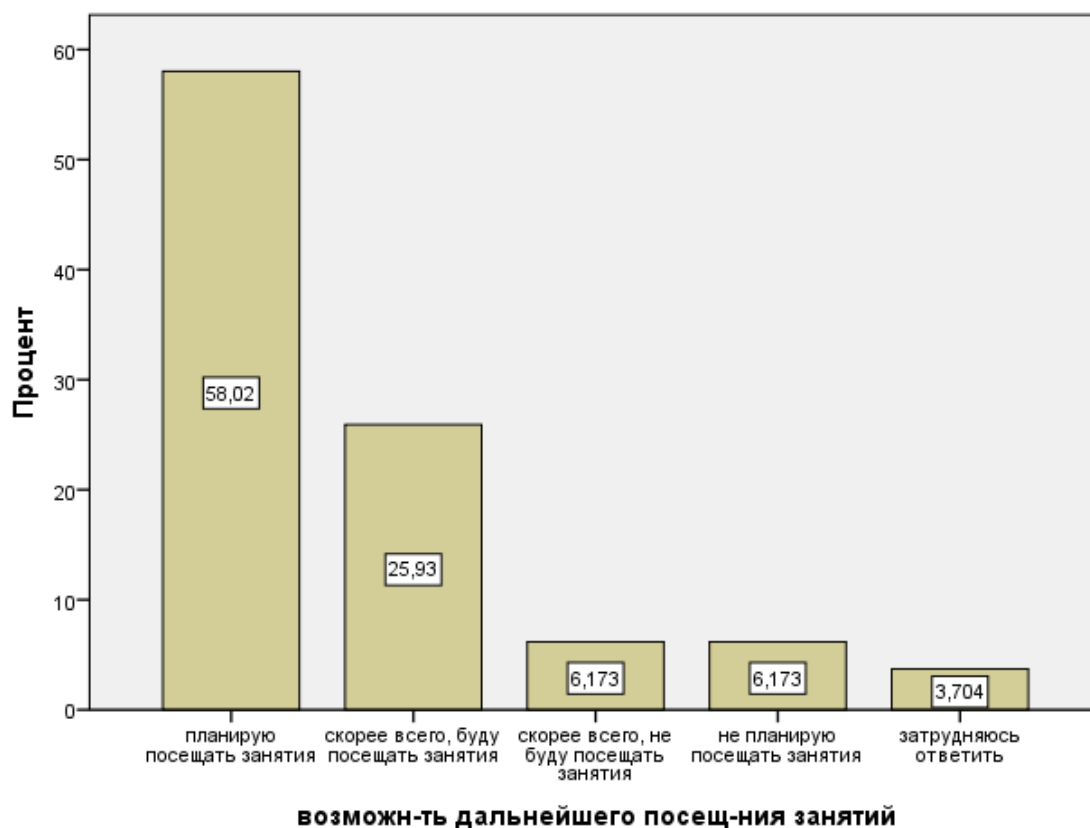
Рис. 14

Оценка удовлетворённости качеством индивидуальных занятий



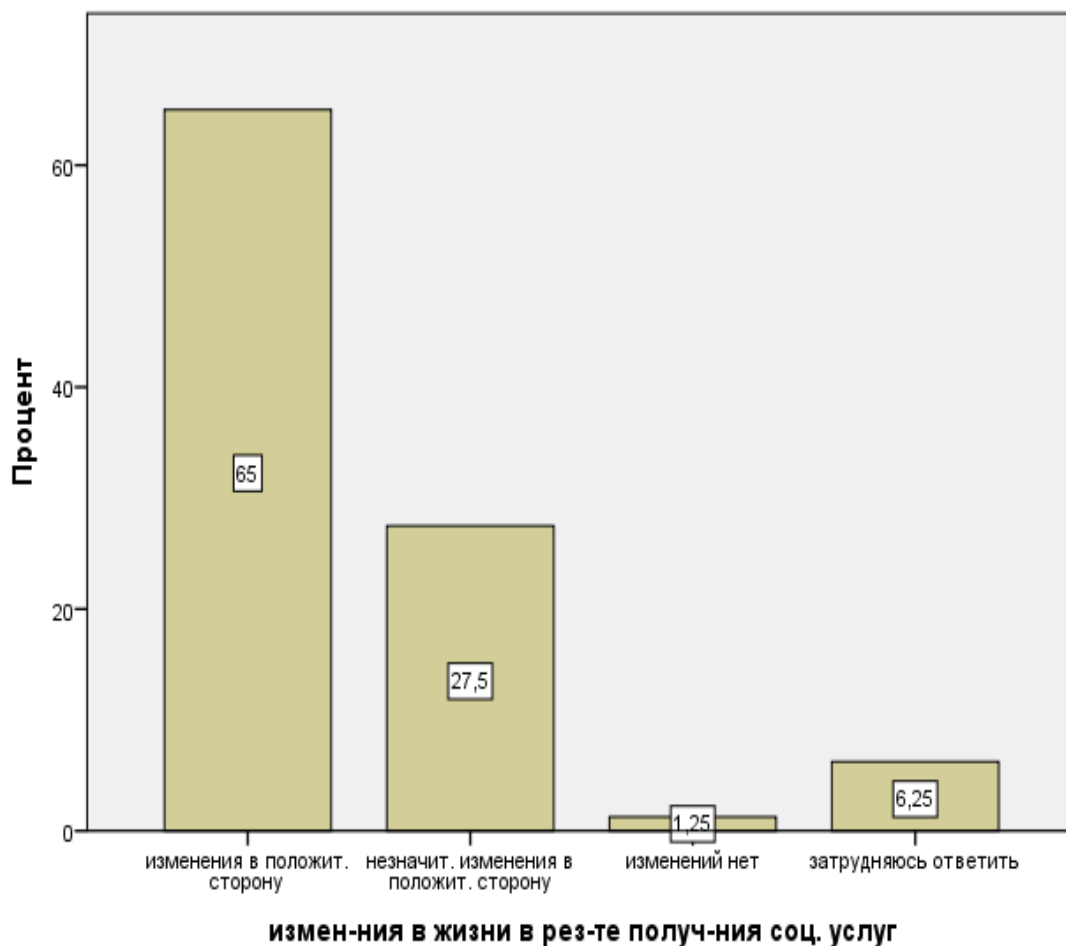
На вопрос «Вы собираетесь дальше посещать занятия в Центре?» 58,02% потребителей ответили, что планируют посещать занятия в Центре. 25,93% респондентов, скорее всего, будут посещать занятия. 6,173% мужчин, скорее всего, не будут посещать занятия и столько же опрошенных (6,173%) не планируют посещать занятия в Кризисном центре для мужчин. Около 3,7% респондентов затруднились ответить на данный вопрос (см. рис. 15).

Планы потребителей услуг по поводу дальнейшего посещения занятий



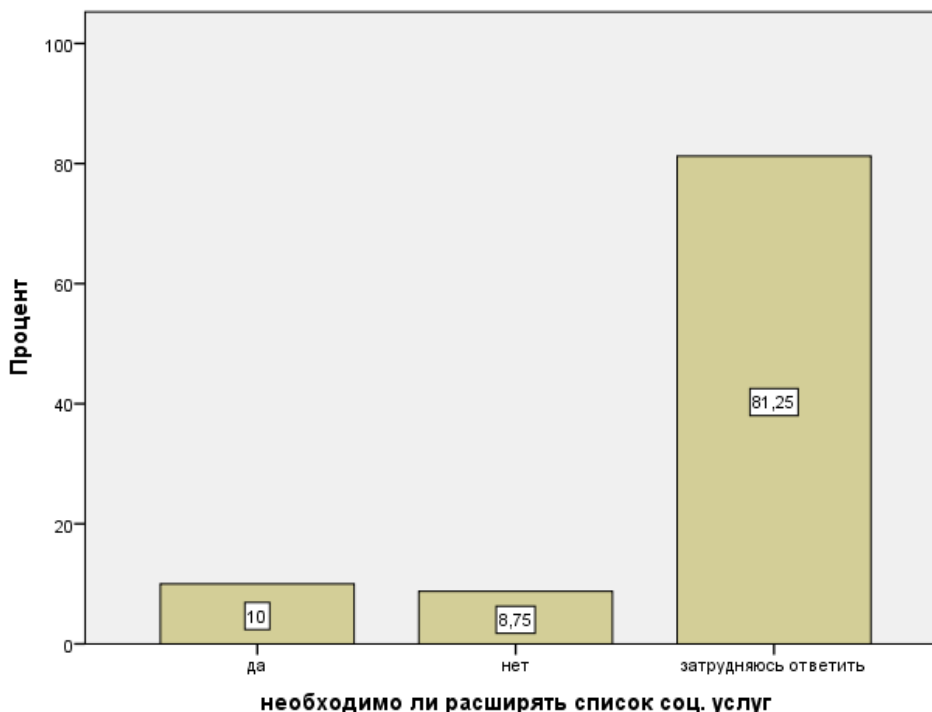
На вопрос «Укажите, пожалуйста, какие изменения произошли в Вашей жизни в результате получения социальных услуг?» 65% респондентов ответили, что произошли положительные изменения в их жизни после получения необходимых социальных услуг. 27,5% опрошенных отметили незначительные изменения в положительную сторону. 1,25% мужчин считают, что изменений нет. 6,25% респондентов затруднились ответить на вопрос (см. рис. 16).

Мнение потребителей относительно изменений в их жизни после получения услуг



На вопрос «Считаете ли Вы необходимым расширить список предоставляемых социальных услуг Центра?» 10% респондентов ответили положительно, то есть они считают необходимым расширить список услуг. 8,75% потребителей отметили, что не нужно расширять перечень услуг. 81,25% опрошенных затруднились ответить на вопрос (см. рис. 17).

Мнение потребителей относительно необходимости расширения списка оказываемых услуг



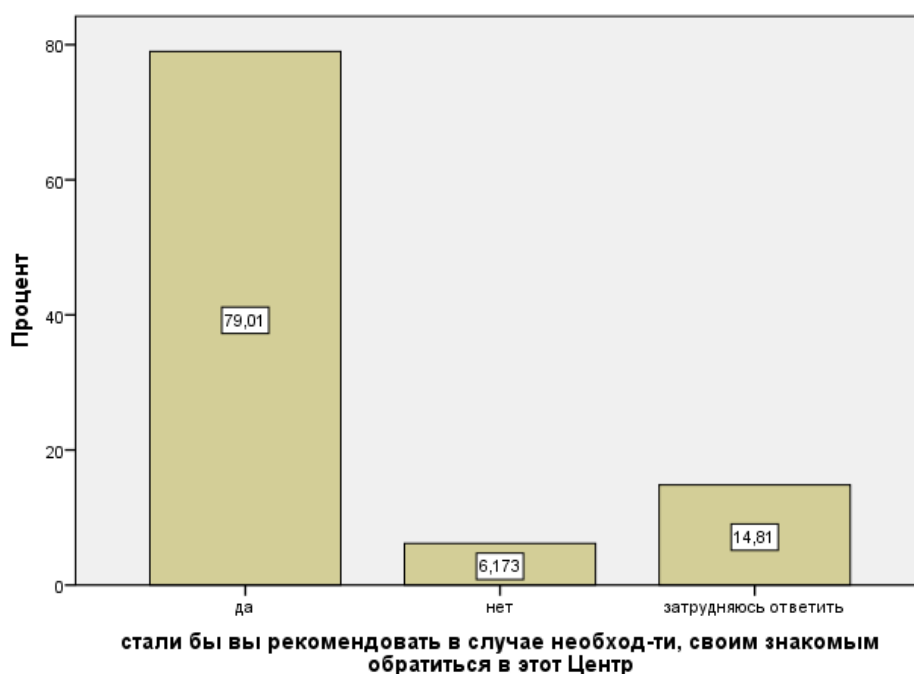
На вопрос «Если необходимо расширить список предоставляемых социальных услуг Центра, то укажите, какие именно услуги Вы считаете необходимым добавить» ответили 7 респондентов, которые посчитали нужным сказать о необходимости следующих услуг:

- возможные медицинские услуги,
- групповые занятия для взрослых,
- детский кулер с водой,
- добавить больше психологов,
- если такие еще существуют, не считая нынешних,
- логопед,
- материальная помощь.

На вопрос «Стали бы Вы рекомендовать своим друзьям и знакомым обратиться в Центр в случае возникновения у них подобных жизненных ситуаций?» около 79% респондентов ответили, что стали бы рекомендовать данный Центр при необходимости своим знакомым. 6,173% мужчин не стали бы рекомендовать данное учреждение. 14,81% опрошенных затруднились ответить (см. рис. 18).

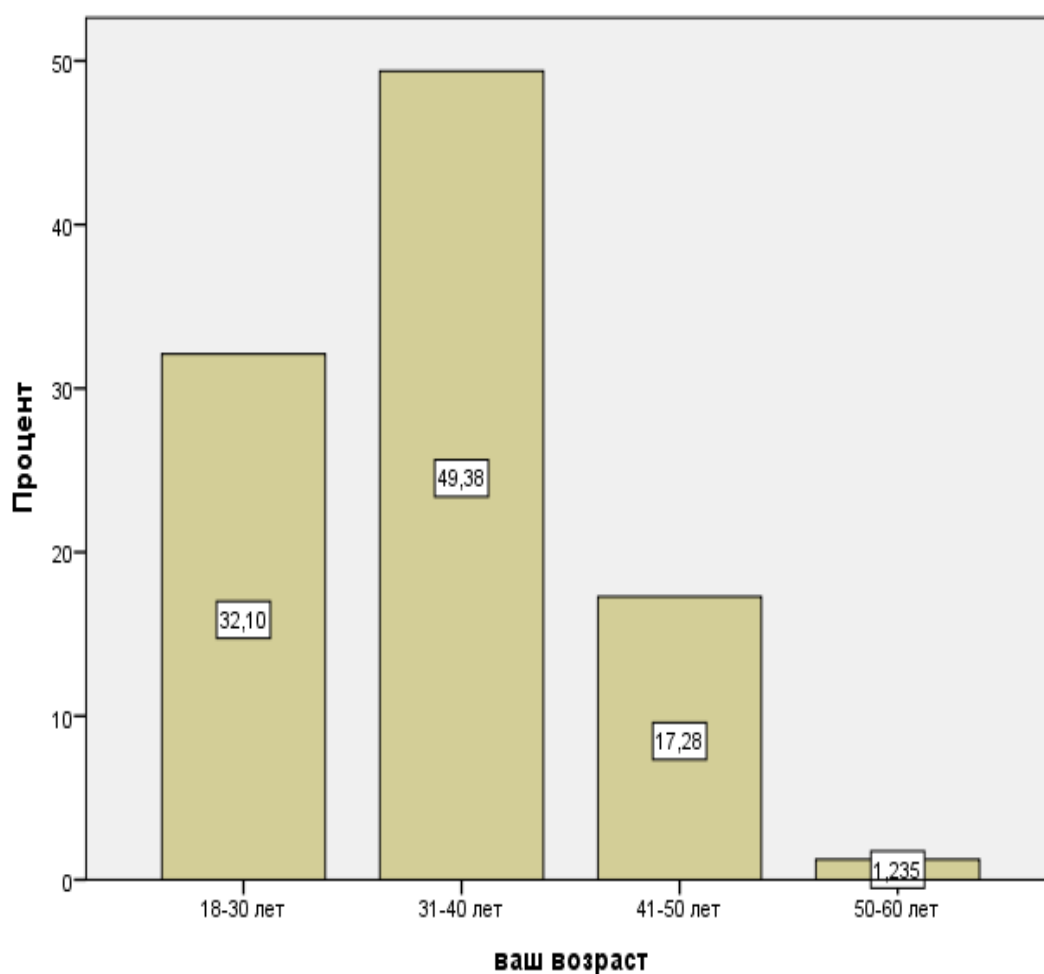
Рис. 18

Желание потребителей услуг рекомендовать учреждение знакомым при необходимости



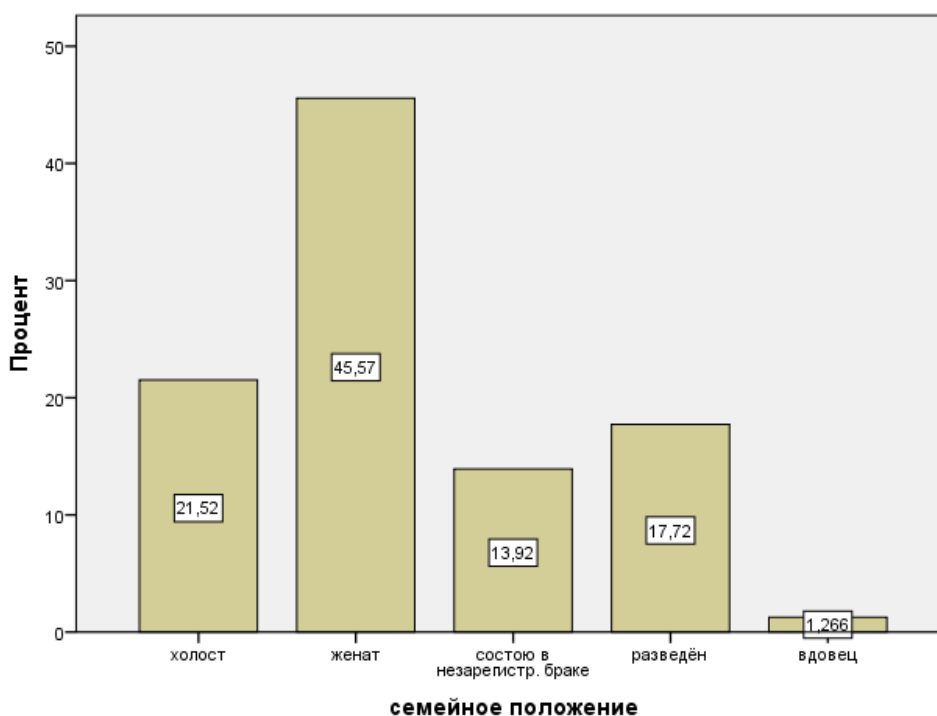
В проведённом социологическом исследовании приняли участие потребители услуг разных возрастных групп. Преобладает группа отвечающих в возрасте 31-40 лет (49,38% респондентов), затем по процентному соотношению – группа в возрасте 18-30 лет (32,1%), далее следует группа в возрасте 41-50 лет (17,28%), а самой наименьшей по численности группой являются респонденты в возрасте 50-60 лет (1,235%) (см. рис. 19).

Соотношение возрастных категорий экспертов



Если рассматривать семейное положение опрошенных респондентов, то преобладают потребители услуг с семейным положением «женат» (45,57%), холостых – 21,52% респондентов, состоящих в незарегистрированном браке – 13,92%, вдовцов – 1,266%, находящихся в разводе – 17,72% опрошенных (см. рис. 20).

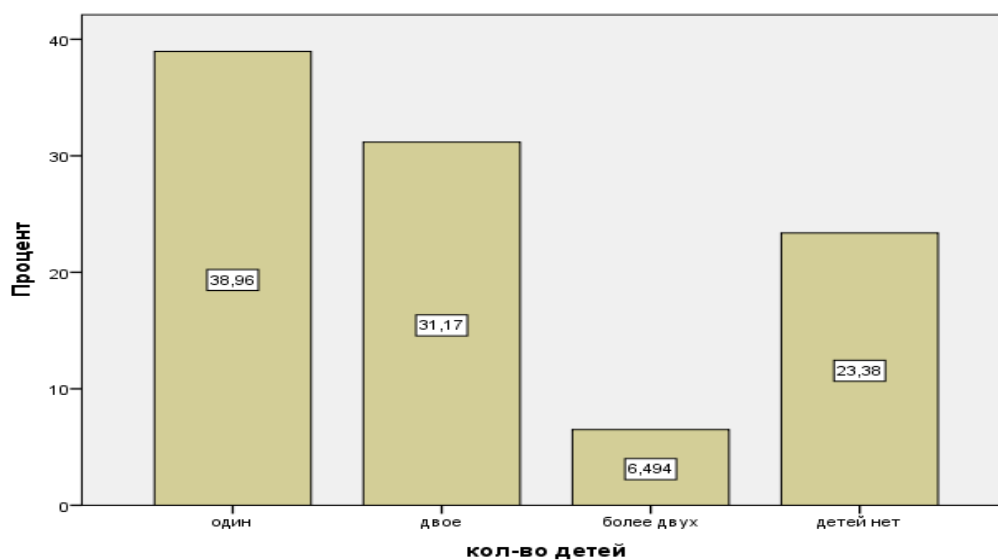
Семейное положение респондентов



Необходимо также отметить, что 38,96% опрошенных потребителей услуг имеют одного ребенка, 31,17% респондентов – двух детей, около 6,5% - более двух детей, у 23,38% опрошенных - детей нет (см. рис. 21).

Рис. 21

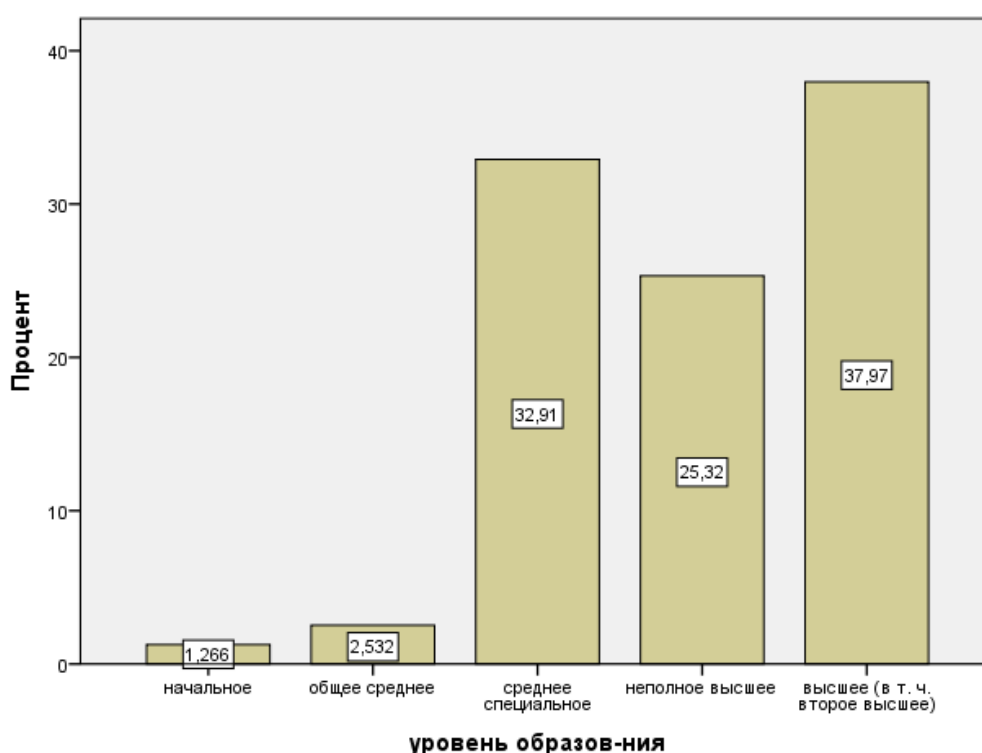
Наличие детей у опрошенных потребителей услуг



Что касается уровня образования принявших в социологическом исследовании потребителей услуг, то здесь преимущество имеет группа респондентов с высшим (в т. ч. вторым высшим) образованием (37,97% потребителей услуг), 32,91% имеют среднее специальное образование, 25,32% - неполное высшее, около 2,5% - общее среднее. Только 1,266% респондентов имеет начальное образование (см. рис. 22).

Рис. 22

Уровень образования у респондентов



В анкете также отводилось внимание пожеланиям и предложениям респондентов к организации работы Центра.

В данном пункте анкеты 15 человек высказали свои пожелания и предложения, среди которых можно выделить следующие:

- оставаться на том же уровне,
- успехов в работе и больше положительных результатов,
- чтобы такие Центры существовали и не закрывались,

- затрудняюсь ответить,
- больше хороших клиентов,
- процветания,
- удачи,
- хороших клиентов,
- все нравится,
- процветания,
- частичный ремонт подоконника, стен в детской игровой комнате,
- всех благ,
- спасибо за помощь,
- процветания Центру
- продолжайте работать и дальше на этом уровне.

Подводя итог социологического исследования по теме «Потребительская оценка качества предоставления социальных услуг в КГБУСО «Кризисный центр для мужчин» г. Барнаула», проводимого с осени 2018 г. по весну 2019г., можно обозначить следующие выводы:

- В целом потребители услуг довольны качеством предоставленных им социальных услуг;
- По мнению большинства опрошенных, все помещения учреждения должным образом оборудованы для оказания социальных услуг;
- В Центре работают высококвалифицированные специалисты, грамотные сотрудники;
- Большинство услуг оказывается своевременно;

- Почти все опрошенные потребители услуг удовлетворены доброжелательностью, отзывчивостью, а также компетентностью сотрудников Кризисного центра для мужчин.

Таким образом, согласно результатам проведённого исследования, потребительскую оценку качества социальных услуг в Кризисном центре для мужчин Алтайского края можно признать высокой по всем имеющимся показателям.