**Отчёт о проведении анкетного опроса**

по определению качества предоставляемых учреждением услуг, своевременной корректировке работы и улучшения взаимодействия с клиентами

**Сроки проведения:** III квартал, 2021 г.

**Место проведения:** г. Ставрополь, ГБУСО «Ставропольский ЦСПСиД».

**Количество опрошенных:** 40 человек.

*В результате проведенного социологического опроса, было выявлено:*

1. Участие в социологическом опросе по выявлению качества предоставляемых услуг приняли клиенты, которые:

- впервые обратились в Центр - 40% опрошенных;

- обращаются в Центр время от времени - 7% опрошенных;

- пользуются услугами больше года - 11% опрошенных;

- являются постоянным клиентом Центра - 42% опрошенных.

2. Респонденты, участвующие в опросе, воспользовались в учреждении следующими услугами:

- социально-бытовыми - 5% опрошенных;

- социально-медицинскими - 25% опрошенных;

- социально-педагогическими - 62% опрошенных;

- социально-психологическими - 47% опрошенных;

- социально-правовыми - 10% опрошенных;

- консультационные - 12% опрошенных,

- срочные - 7% опрошенных.

1. Набор услуг, предоставляемых Учреждением устраивает 85% опрошенных, 15% опрошенных - скорее устраивает, чем нет.
2. Информацией об Учреждении, доступностью и открытостью предоставляемых услуг респонденты удовлетворены на 85%, 15% скорее удовлетворены, чем нет.
3. Для клиентов Центра, принявших участие в опросе, качество услуг означает:

- доступность (услугу легко получить в удобном месте, в удобное время, без лишнего её ожидания) - 57% опрошенных;

- надёжность оказания услуги (выполнение услуги точно, основательно и в срок) - 42% опрошенных;

- компетентность/профессионализм обслуживающего персонала - 65% опрошенных;

- обходительность персонала - 25% опрошенных;

- индивидуальный подход к клиенту - 50% опрошенных;

- внешний вид персонала - 17% опрошенных;

- хорошая репутация Центра - 10% опрошенных;

- безопасность услуги и обращения в Центр - 15% опрошенных;

- осязаемость услуги - 10% опрошенных;

- оснащённость Центра: интерьеры, оборудование, новейшие технологии - 10% опрошенных.

6. Качеству услуг, полученным респондентами в Центре, соответствуют следующие характеристики:

- оптимальное соотношения цены и качества - 7% опрошенных;

- доступность - 65% опрошенных;

- надёжность - 35% опрошенных;

- компетентность/профессионализм обслуживающего персонала - 72% опрошенных;

- обходительность персонала - 32% опрошенных;

- индивидуальный подход к клиенту - 52% опрошенных;

- внешний вид персонала - 15% опрошенных;

- хорошая репутация Центра - 10% опрошенных;

- безопасность услуги и обращения в Центра - 15% опрошенных;

- осязаемость услуги - 12% опрошенных;

- оснащённость Центра: интерьеры, оборудование, новейшие технологии - 15% опрошенных.

7. Наиболее значимым при получении услуги для респондентов являются следующие факторы:

- цена - 15% опрошенных;

- качество - 57% опрошенных;

- оптимальное соотношение цены и качества - 12% опрошенных;

- соотношение ожиданиям клиентов - 20% опрошенных;

- доступность услуги - 47% опрошенных;

- оказание услуги в срок - 37% опрошенных;

- надёжность услуги - 17% опрошенных;

- безопасность услуги - 12% опрошенных;

- компетентность обслуживающего персонала - 30% опрошенных;

- интерьер Центра - 5% опрошенных;

- оборудование и технологии Центра - 7% опрошенных.

1. По степени важности качеств, которыми должен обладать специалист, оказывающий услуги, респонденты отметили:

- компетентность (профессионализм) - 85% опрошенных;

- обходительность персонала - 60% опрошенных;

- индивидуальный подход к клиенту - 65% опрошенных;

- пунктуальность специалистов - 22% опрошенных;

- приятный внешний вид, наличие униформы - 17% опрошенных.

1. Персонал учреждения к респондентам относится хорошо, вежливо и доброжелательно - 100% опрошенных.
2. Качеством предоставляемых Центром услуг удовлетворены - 93% опрошенных клиентов, 7% опрошенных ответили - скорее да.
3. Слабой стороной услуг, которыми воспользовались респонденты является:

- занятия в разное время - 2% опрошенных;

- хотелось бы, чтобы занятия проводились по 40 минут - 2% опрошенных;

- нехватка специалистов - 2% опрошенных;

- летом очень жарко в кабинете - 2% опрошенных;

- время ожидания - 2% опрошенных.

12. К мерам, которые могут способствовать улучшению качеств предоставляемых услуг, респонденты отнесли:

- работа над составляющими качествами услуги - 2% опрошенных;

- профессионализм и обходительность обслуживающего персонала - 2% опрошенных;

- хорошая репутация Центра - 10% опрошенных;

- совершенствование интерьера - 37% опрошенных;

- приобретение оборудования - 30% опрошенных;

- использование новейших технологий - 22% опрошенных;

- расширение ассортимента услуг - 30% опрошенных;

- изучение потребностей и запросов клиентов - 17% опрошенных.

13. Обратиться за услугами в Центр друзьям посоветовали бы 100% респондентов.

14. Имидж учреждения 80% опрошенных клиентов оценили, как «Высокие стандарты и качество обслуживания», 13% опрошенных оценили, как «Молодое, но стремящееся к повышению качества услуг учреждение», 7% опрошенных, как «обеспечение услугами нетребовательного клиента».

Наибольшее количество респондентов, принявших участие в социологическом опросе, являются постоянными клиентами центра, а так же те, кто впервые обратились в Центр. Чаще всего респонденты, обращаются в Центр за получением следующих услуг: социально-педагогические, социально-психологические, социально-медицинские и социально-бытовыми.

Как показал опрос, для клиентов учреждения качество получаемой услуги, в первую очередь означает: “компетентность/профессионализм обслуживающего персонала”, “доступность”, индивидуальный подход к клиенту - что говорит о специальных знаниях и связанных с ними специальными умениями, которыми обладают специалисты Центра, выполняя свою работу. Все услуги выполняются точно, основательно и в срок, что говорит о “надёжности оказания услуги”; не менее важными показателями оказались “безопасность услуги и обращения в Центр” и возможности получения услуги в удобном месте, в удобное время, без лишнего ее ожидания, что говорит о “доступности” услуги, так же были отмечены “обходительность персонала”, “хорошая репутация Центра” и его “оснащенность”. Из чего следует сделать вывод о том, что специалисты Центра и учреждение выполняют свою работу качественно и в срок, что является главными показателями эффективно выполненной работы.

В ходе опроса респондентов было выявлено, что для клиентов самыми важными качествами, которым обладает специалист, который оказывает услугу, является его “компетентность/профессионализм”, “индивидуальный подход к клиенту”, “обходительность персонала” и “пунктуальность”.

Так же клиентам Центра было предложено оценить имидж учреждения, большая часть респондентов отметили “высокие стандарты и качество обслуживания”.

Слабой стороной услуг, которыми воспользовались респонденты они отметили: нехватка специалистов, хотелось бы, чтобы занятия проводились по 40 минут, время ожидания, занятия проходят в разное время, летом очень жарко в кабинете.

Все опрошенные респонденты посоветовали бы своим друзьям обратиться за услугами в Центр, что говорит о высоком уровне доверия к учреждению.

Таким образом, за отчетный период качеством предоставляемых Центром услуг полностью удовлетворены большинство опрошенных клиентов - 93% (37 человек), что говорит об ответственном и профессиональном подходе к выполнению своей работы специалистов учреждения.

Так же респондентами было отмечено, что способствовать еще большему улучшению качеств предоставляемых услуг поможет совершенствование интерьера, приобретение оборудования, использование новейших технологий, расширение ассортимента услуг, изучение потребностей и запросов клиентов.

Следует отметить, наиболее важными характеристиками получаемых услуг респонденты считают “компетентность обслуживающего персонала”, “качество, безопасность услуги”, “доступность услуги”, “оказание услуги в срок”, “надёжность услуги” и “соответствие ожиданиям клиентов”. Поэтому, необходима регулярная и своевременная корректировка данных направлений.

Социолог Давыдова Т.А.