

Azienda Sanitaria Provinciale di Vibo Valentia



Dr. Agostino Scardamaglio

Semantic Grading Score

*la graduazione semantica nella misura del livello
di soddisfazione*



UMG
dubium sapientiae initium

UNIVERSITA' DEGLI STUDI "MAGNA GRAECIA"
Scuola di Specializzazione in Igiene e Medicina Preventiva CATANZARO



SITI
SOCIETA' ITALIANA DI IGIENE
Medicina Preventiva e Sanità Pubblica
Sezione Calabria

II GIORNATA DI STUDIO
23 NOVEMBRE 2013

Campus "Salvatore Venuta"- Germaneto (CZ)

LA MISURA DEGLI ATTEGIAMENTI

La misura degli atteggiamenti è una procedura ampiamente utilizzata nella ricerca sociale e trova la sua pratica applicazione sia nelle ricerche di mercato che nel monitoraggio aziendale delle risorse umane.

Alla base di queste metodiche c'è l'idea che anche caratteri meramente psichici possano essere rilevati, con opportune tecniche, in quanto proprietà continue e misurabili.



Dr. A. Scardamaglio

GLI STRUMENTI DI RILEVAZIONE

Lo strumento più utilizzato è il questionario formalizzato costituito da un certo numero di items per la rilevazione delle informazioni.

La modalità di risposta ad ogni item è prefigurata secondo una scala di giudizio composta da 3, 5, 7 livelli che consente di stabilire il grado di accordo del rispondente nei confronti delle affermazioni proposte.



Dr. A. Scardamaglio

LO STUDIO

Lo studio, che ha visto l'utilizzo del SGS (Semantic Grading Score), è stato effettuato tra i dipendenti dell'Azienda Sanitaria Provinciale di Vibo Valentia nel mese di Maggio 2013 con lo scopo di monitorare il "clima interno" attraverso la misura del grado di soddisfazione per il lavoro del cosiddetto "cliente interno".



Dr. A. Scardamaglio

LO STUDIO

La metodica dello score SGS è stata messa a punto in quanto si è ritenuto che conferisse al punteggio un aspetto quantitativo idoneo a misurare, con facilità, le variabili esplorate.



Dr. A. Scardamaglio

IL SIGNIFICATO DEI PUNTEGGI

I punteggi, pur basandosi sui valori di frequenza per il loro calcolo, hanno il pregio di essere più adimensionali e meno legati alle contingenze numeriche dello studio particolare.

Ove utilizzati, permettono a differenti ricercatori di eseguire operazioni di benchmarking, cioè, di confronto



Dr. A. Scardamaglio

CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

E' un indicatore ampiamente utilizzato e basato sulla quantizzazione delle risposte che hanno il valore più alto tra le modalità polarizzate.

Tra le varie formulazioni in uso è stata utilizzata quella ritenuta più semplice da calcolare.

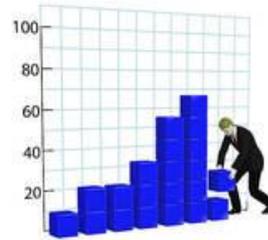


Dr. A. Scardamaglio

SEMANTIC GRADING SCORE (SGS)

E' l'indicatore utilizzato dall'autore dello studio.
Si ottiene attribuendo alle modalità di risposta i valori in quarti fatto 100 il valore massimo di soddisfazione e 0 il valore minimo.

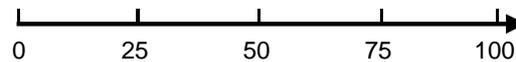
Il gradiente di valori 0, 25, 50, 75, 100 corrisponde alle modalità della scala pentenaria utilizzata.



Dr. A. Scardamaglio

SEMANTIC GRADING SCORE (SGS)

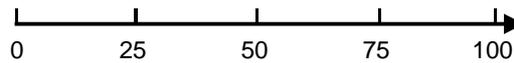
Data una retta orientata sulla quale è rappresentato un minimo al valore "0" ed un massimo al valore "100".



Dr. A. Scardamaglio

SEMANTIC GRADING SCORE (SGS)

Posto che il suddetto intervallo rappresenti il campo di variazione del grado di soddisfazione desunto dalla risposta, di tipo chiuso, ad un quesito espresso in modalità pentenaria.

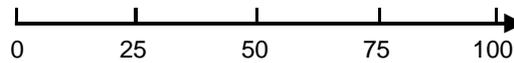


- 0 = assolutamente no (a)
- 25 = probabilmente no (b)
- 50 = forse (c)
- 75 = probabilmente si (d)
- 100 = assolutamente si (e)



SEMANTIC GRADING SCORE (SGS)

Si assume che il campo di variazione del grado di soddisfazione, polarizzato secondo il verso dei valori crescenti della retta, sia compreso tra 0 e 100.



NOTAZIONE

$$SGS = \frac{\sum q}{n} \quad CSI = \frac{\sum d + \sum e}{n} \cdot 100$$

Dove per ogni item:

- a, b, c, d, e numero di rispondenti per le singole modalità di risposta al questionario (“d”, “e” modalità di risposta migliori per il gradi di soddisfazione)
- q sommatoria dei valori “per quarti” (0-25-50-75-100) utilizzati per quantificare le modalità di risposte (a,b,c,d,e)
- n numero di rispondenti effettivi al questionario (esclusi i mancanti).

LA SPERIMENTAZIONE

E' stato utilizzato un **survey trasversale** a mezzo di questionario, strutturato nella modalità chiusa, somministrato agli impiegati dell'azienda sanitaria nel rispetto della privacy e delle garanzie di anonimato.



LA SPERIMENTAZIONE

Il questionario, costituito da 16 items essenziali ma allo stesso tempo incisivi, è snello e finalizzato a tenere alta l'attenzione del rispondente in un tempo che non sia ritenuto eccessivo.

I quesiti sono stati raggruppati in sei determinati (drivers). I primi cinque comprendono, ognuno, tre items. Il sesto costituisce il classico quesito di chiusura che esprime il giudizio complessivo.



Dr. A. Scardamaglio

LA SPERIMENTAZIONE

Lo scaling delle modalità di risposta (atteggiamenti) è stato prefigurato secondo il modello della scala di Likert pentenaria con riferimento al grado di accordo dei rispondenti verso le affermazioni contenute negli items.

Il campionamento, di tipo stratificato, è stato condotto suddividendo la popolazione dei dipendenti in 4 sottopopolazioni differenziate per l'appartenenza all'area sanitaria, amministrativa, tecnica e professionale.



Dr. A. Scardamaglio

ANALISI DEI DATI

- ✓ La matrice generale dei dati codificati del questionario costituisce l'elemento di partenza sul quale è stata avviata l'elaborazione dei dati.
- ✓ La batteria dei dodici items è stata predisposta secondo sei drivers di giudizio.
- ✓ L'attribuzione dei punteggi finali è avvenuta sia in base alla metodica del "grading semantico" che di quella dell' "indice di customer satisfaction".



Dr. A. Scardamaglio

REPORTING

I passi salienti dell'analisi sono stati rappresentati attraverso istogrammi raffiguranti la misura dei punteggi riportati, il loro confronto e la verifica della loro tendenza a correlare.



Dr. A. Scardamaglio

DRIVERS DI GIUDIZIO

GRADO DI FIDUCIA NEI CONFRONTI DELL'AZIENDA
GIUDIZIO SULL' ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO
SENSO DI APPARTENENZA ALL'AZIENDA
EMPOWERMENT
LAVORO IN QUANTO SERVIZIO PER IL CITTADINO VINCOLATO DA NORME
AZIONI AZIENDALI PER AUMENTARE LA SODDISFAZIONE PER IL LAVORO



Dr. A. Scardamaglio

ITEMS DEL QUESTIONARIO

N	DOMANDA	a	b	c	d
1	Ha fiducia nel management aziendale?				
2	Ha stima del suo superiore?				
3	Sente di essere valutato correttamente?				
4	Riceve tutte le informazioni di cui ha bisogno per lavorare bene?				
5	Nel suo ambito lavorativo le esperienze professionali vengono scambiate e condivise?				
6	Il suo carico di lavoro è ragionevole?				
7	Sente di contribuire alla realizzazione degli obiettivi aziendali (missione)?				
8	Sente di poter condividere e difendere le scelte aziendali?				
9	Sente di fare parte di un gruppo di lavoro che collabora per raggiungere obiettivi comuni?				
10	Prendersi delle responsabilità è un'attitudine che viene incoraggiata nel posto dove lavora?				
11	Scaricare responsabilità e/o criticità è un'abitudine che non esiste in Azienda. E' vero?				
12	Se fa un buon lavoro viene in qualche modo premiato?				
13	In Azienda è diffusa la cultura che il cittadino-utente viene prima di ogni altra cosa?				
14	I cittadini-utenti sono trattati come un investimento per il futuro?				
15	Vi è attenzione particolare per il rispetto della legge e/o delle regole di comportamento?				
16	Ritiene che l'Azienda si stia attivando per aumentare il suo grado di soddisfazione per il lavoro?				

a - assolutamente no b - probabilmente no c - forse
 d - probabilmente sì e - assolutamente sì

Dr. A. Scardamaglio

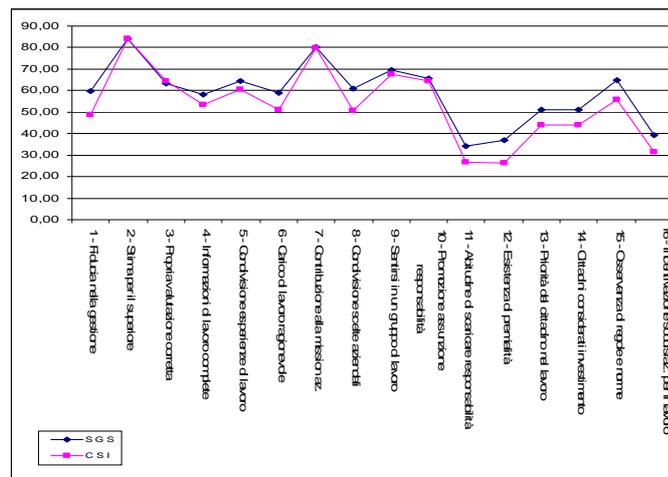
PUNTEGGI TOTALIZZATI

Punteggi degli items	SGS	CSI
1 - Fiducia nella gestione	59,82	48,81
2 - Stima per il superiore	84,15	84,15
3 - Propria valutazione corretta	63,11	64,63
4 - Informazioni di lavoro complete	58,33	53,57
5 - Condivisione esperienze di lavoro	64,58	60,71
6 - Carico di lavoro ragionevole	58,93	51,19
7 - Contribuzione alla mission aziendale	80,06	79,76
8 - Condivisione scelte aziendali	60,80	50,62
9 - Sentirsi in un gruppo di lavoro	69,58	67,47
10 - Promozione assunzione responsabilità	65,48	64,29
11 - Abitudine di scaricare responsabilità (assenza)	34,15	26,83
12 - Esistenza di premialità	36,90	26,19
13 - Priorità del cittadino nel lavoro	51,19	44,05
14 - Cittadini considerati investimento	51,19	44,05
15 - Osservanza di regole e norme	64,88	55,95
16 - Incentivazione soddisfaz. per il lavoro	39,46	31,33

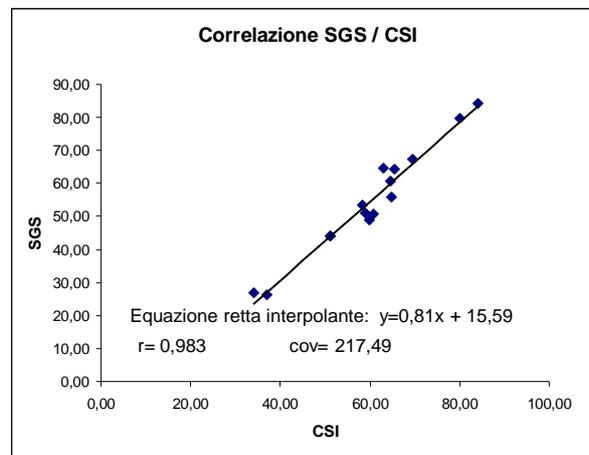


Dr. A. Scardamaglio

CONFRONTO TRA I PUNTEGGI



Dr. A. Scardamaglio

CORRELAZIONE TRA I PUNTEGGI

Dr. A. Scardamaglio

ESITI DEL CONFRONTO

- ✓ Confrontato con il **Customer Satisfaction Index (CSI)**, l'SGS si è dimostrato ad esso sostanzialmente sovrapponibile per il tipo di score riscontrato marcatamente orientato alla prevalenza di punteggi alti (elevato grado di soddisfazione). Nel caso di punteggi più bassi si prevede una ulteriore precisione.
- ✓ I valori dei due tipi di punteggio sono risultati, nello studio considerato, in perfetta correlazione lineare.



Dr. A. Scardamaglio

CONCLUSIONI

- ✓ Il **Semantic Grading Score (SGS)**, opportunamente implementato su items strutturalmente e semanticamente semplici, è risultato abbastanza maneggevole in assenza di evidenti fenomeni distorsivi.
- ✓ Appare quindi un indice di misurazione affidabile del grado di soddisfazione in quanto adeguatamente espressivo del potenziale semantico contenuto negli items.



Dr. A. Scardamaglio



Dr. Agostino Scardamaglio

Grazie