

L'indagine telefonica

Attanasio, Capursi, Sciandra
Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

21 luglio 2015

Indagine censuaria precedente

Valutazioni dei servizi offerti da parte dei pazienti (oggetto di 2 tesi di laurea degli studenti del Corso laurea in Statistica) **omogenee e estremamente positive** Esempio Tesi

- Dubbi sull'attendibilità
- Elevati costi

⇒ Sperimentazione di una nuova metodologia d'indagine.

Obiettivi

- L'obiettivo **primario** è ottenere informazioni attendibili sui servizi di cura da parte dell'utenza, così come richiesto dalla normativa, per monitorare i servizi sanitari offerti all'utenza, con l'obiettivo di avviare politiche di miglioramento.
- L'obiettivo **secondario** è formare gli operatori delle aziende sanitarie (URP, referenti qualità, ecc.) a monitorare e valutare in maniera autonoma i servizi offerti.
- Un terzo obiettivo **trasversale** è il coinvolgimento alla partecipazione di tutti gli operatori, che lavorano nella sanità, al processo di monitoraggio e di miglioramento dei servizi sanitari.

Come perseguire gli obiettivi

INDAGINE SULLA
PERCEZIONE DEI
SERVIZI

Scheda di intervista
telefonica

DIFFUSIONE CULTURA DELLA
VALUTAZIONE

Giornata di formazione (OGGI)

L'indagine prevede una giornata di formazione il cui obiettivo è:



- dare agli operatori dei suggerimenti utili alla conduzione dell'intervista telefonica;
- informarli e condividere con loro gli obiettivi della nuova indagine;
- renderli autonomi nella fase di raccolta dati.

Piano di Ripartizione delle interviste

REGIONE SICILIA

	Numeri Totali	INTERVISTE			
		Università	Aziende	Totale	fraz * 100
RICOVERI	445.200	3.000	9.000	12.000	2,70
DAY HOSPITAL	163.792	500	4.000	4.500	2,44
VISITE Ambulatoriali	22.487.000	1.500	12.000	13.500	0,06
Totale				30.000	

- Ripartizione proporzionale rispetto al singolo reparto
- Maggiore peso ai ricoveri
- da ripartire su 3 anni

Ripartizione interviste

SIMULAZIONE CARICO DI LAVORO – AZIENDA VE POLICLINICO CT

	Numeri Totali	INTERVISTE		
		Università	Aziende	Totale
RICOVERI	51.682	83	249	332
DAY HOSPITAL	22.080	67	404	472
VISITE Ambulatoriali	1.399.000	93	747	840
Totale				1.644

N.B. 30 min/1 interv = 821 h di lavoro in 3 anni

Informativa e Consenso



- La raccolta dell' Informativa è demandata alla singola Azienda
- Periodo di raccolta: luglio-agosto 2015
- Pazienti a cui chiedere il Consenso: coloro che sono dimessi secondo il piano stabilito dall'Azienda (es. giorni pari, ecc...)
- Numero Consensi: tre volte il numero di interviste programmate
- Per i pazienti anziani o minori si deve contattare un familiare.

INFORMATIVA

Predisposizione Software



- Periodo: luglio-agosto 2015
- Elaborazione software: Policlinico Catania

Indagine Pilota

Piano Indagine Pilota

FASI	AZIONI	Numeri	Tempi	Chi lo fa
0	Incontro odierno: presentazione ricerca		18 giugno 2015	Università+ Regione+ VE Pol
1a	Corso formazione	no. Operatori da concordare con l'azienda	21-24 luglio 2015 (due sedi Ct e PA)	Università + personale aziende
2a	Raccolta Informativa&Consenso (I&O)	Vedi piano indagine pilota 633 (211x 3)	luglio 2015	Referenti + Operatori aziende
3a	Software Caricamento + Istruzioni operative caricamento I&O	luglio-agosto 2015	VE policlinico CT
4a	Interviste indagine pilota	Piano per presidio	settembre 2015	Referenti + Operatori aziende + università
5a	Verifica/ridefinizione schede di intervista	fine settembre 2015	tutti

PIANO RICOVERI

PIANO AMBULATORI

Schede di intervista



Somministrazione di tre diverse schede di intervista: una per i ricoveri e una per i servizi diagnostici e ambulatoriali e una per i day hospital.

Obiettivo: validare la scheda di intervista.

SCHEDA RICOVERI

SCHEDA AMBULATORI

SCHEDA DAY HOSPITAL

L'intervista

L'**intervista** è uno strumento di ricerca sociale finalizzato alla rilevazione di dati utili basato su una relazione in cui bisogna **escludere** qualsiasi **finalità di *valutazione di una performance*** e/o di ***influire volontariamente*** su atteggiamenti o su comportamenti, individuali o di gruppo.

Tipi di intervista

- **interviste strutturate (o standardizzate)**: sono caratterizzate dall'utilizzo di domande estremamente strutturate e codificate e da una **forte “distanza”** tra i due soggetti che interagiscono;
- **interviste semi-strutturate e non strutturate**: garantiscono un modesto o forte coinvolgimento reciproco tra intervistato e intervistatore.

Esempio Tesi

L'intervista strutturata

Ha il compito di raccogliere dati a fini statistici

Si indaga su:

- fatti
- conoscenze
- opinioni
- atteggiamenti
- motivazioni, ovvero
- **customer satisfaction**

Le modalità di intervista



- **interviste telefoniche** : prevedono un'interazione diretta tra i due attori coinvolti, ma solo attraverso uno scambio verbale, ossia sulla base di stimoli linguistici e vocali; lo strumento di rilevazione deve essere molto strutturato ed estremamente semplice;



- **interviste faccia a faccia**: non praticabile per motivi logistici.

L'indagine telefonica



Prevede la raccolta dei dati per mezzo della somministrazione di una scheda di intervista per via **telefonica**.

La letteratura sulle indagini telefoniche punta l'attenzione sulla *copertura* statistica, ovvero il tasso di risposte.

Nel nostro caso il problema dovrebbe essere limitato dall'uso dell'informativa.

- **Vantaggi**

- ① tassi di risposta elevati (si spera :-))
- ② bassi costi di realizzazione
- ③ possibilità di controlli automatici
- ④ brevi tempi di realizzazione

- **Come ottenerli?**

- ① introdurre informazioni relative all'obiettivo della ricerca
- ② rendere noti gli enti coinvolti
- ③ preparare gli intervistatori /intervistati

Come comportarsi?

- essere *molto breve* (al massimo 10 minuti)
- prevedere *salti logici* evidenti
- rendere i temi *leggeri e interessanti*
- non richiedere sforzi di memoria
- essere molto chiari

Gli intervistati devono:

- essere consapevoli e gestire con padronanza le sezioni (4) del questionario
- riuscire a muoversi da una sezione ad un'altra della scheda d'intervista con flessibilità
- non mostrare preferenze rispetto alle diverse sezioni
- non dare mai giudizi personali

Insieme di tecniche che permettono di **identificare le parole giuste** da utilizzare nelle domande e nelle risposte.

Quale linguaggio/i usare?

- a seconda dell'interlocutore cambiare “registro”
- usare il dialetto se necessario
- presentarsi con una frase introduttiva; **esempio:**

Gentile signora/e, come si ricorda Lei ha dato l'autorizzazione ad essere intervistata/o al momento della Sua dimissione. Ha adesso cinque minuti da dedicarmi per rispondere a qualche domanda relativa alla suo esperienza ospedaliera/ambulatoriale?

Regole da rispettare:

- ricordarsi delle caratteristiche del rispondente
- evitare parole complicate, sia nella formulazione delle domande che nella modulazione delle risposte
- evitare sigle o acronimi
- utilizzare al massimo 20 parole per formulare le domande
- utilizzare aggettivi semplici di uso comune e con significato preciso
- evitare le doppie negazioni in una sola frase

Evitare:

- frasi ipotetiche
- domande doppie
- l'uso dei proverbi o detti popolari o citazioni
- le risposte “non lo so”
- doppi sensi
- una domanda che sottointendono una risposta
- l'uso di termini legati alla politica

Evitare:

- l'avverbio “mai” nella domanda
 - l'avverbio “sempre” nella domanda
 - domande doppie
 - le parole “straniere”
 - l'uso di parole offensive
-
- evitare ... di non usare il buon senso

Intervista su telefono cellulare

Telefono fisso o cellulare?



Le interviste telefoniche su telefono cellulare possono essere caratterizzate da un **errore di misurazione** più elevato rispetto a quelle realizzate su telefono fisso.

L'insorgenza di tale errore può derivare dal:

- contesto e circostanza in cui l'intervista viene condotta
- incapacità di attrarre l'attenzione del rispondente

Fattori di distrazione

Possibili fonti di distrazione:

- visive e acustiche;
- **attive** (qualcuno prova contemporaneamente ad attrarre l'attenzione o a parlare all'intervistato) o **passive** (rumore o movimenti di fondo);

Sebbene queste considerazioni valgano per qualsiasi tipo di intervista, nel caso di indagine su telefono cellulare le fonti di distrazione sono ancora più elevate in virtù dell'elevato numero di luoghi e circostanze in cui l'intervista potrebbe essere condotta.

Fattori di distrazione

- **Multitasking:** la possibilità di svolgere altre attività contemporaneamente al realizzarsi dell'intervista (cucinare, guidare, guardare la tv), potrebbe ridurre l'attenzione dell'intervistato e quindi compromettere la sua piena comprensione delle domande.
- **Presenza di altre persone:** potrebbe condurre l'intervistato a dare delle risposte che non corrispondono a verità.
- **Attenzione verso le norme sociali:** il rispondente potrebbe non rilevare il suo vero pensiero per non venir meno alle regole imposte dalla società.
- Chiedere, se si capisce che l'intervistato è distratto, quando sarebbe possibile richiamare.

Attenzione

Fare attenzione al fatto che il rispondente vuole chiudere velocemente l'intervista.

Questo comporta:

- il rispondente, per fare il minimo sforzo, tende a dare la prima o l'ultima risposta tra quelle elencate
- tendenza a rispondere “non lo so”, “non mi ricordo” o “non ho un'opinione in merito”
- tendenza ad accettare asserzioni indipendentemente dal contenuto (acquiescence bias) derivante da due possibili processi psicologici: concordanza e conformità.

In questo caso l'intervistatore deve mostrarsi flessibile a modificare l'ordine di presentazione delle possibili risposte.

Conclusioni

Dal momento che obiettivo fondamentale dell'indagine pilota è la valutazione della scheda d'intervista, ricordiamo che **compito fondamentale dell'intervistatore** sarà quello di *annotare tutti i problemi riscontrati* in fase di somministrazione della scheda di intervista per *segnalarne le criticità* al fine di correggerle e potenziare la funzionalità dello strumento.