



Tháng 11 Năm 2024

*Khảo Sát Về Sự HÀi Lòng Và  
Trải Nghiệm Của Cá Nhân  
Và Gia Đình  
Năm Tài Chính 23-24*  
**BÁO CÁO KẾT QUẢ**

---

**Khảo Sát Về Sự HÀi Lòng Và Trải Nghiệm Của Cá Nhân Và Gia Đình  
Năm Tài Chính 23/24  
Báo Cáo Kết Quả  
Tháng 11 Năm 2024**

Bối Cảnh

Hoạt động tại Trung Tâm Vùng Harbor (Harbor) được định hướng bởi tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị của chúng tôi. Ngoài ra, chúng tôi còn tuân theo Kế hoạch Chiến lược 2023-2026 đã được Hội Đồng Quản Lý Harbor thông qua vào tháng 3 năm 2022. Kế hoạch tập trung vào một số lĩnh vực quan trọng: Tăng cường trải nghiệm và sự hài lòng của cá nhân và gia đình, tăng cường phối hợp dịch vụ, tăng cường phát triển nguồn lực hỗ trợ và củng cố sự tham gia của cộng đồng. Chúng tôi khuyến khích quý vị đọc những tuyên bố định hướng này cũng như Kế Hoạch Chiến Lược trong phần "Giới thiệu về chúng tôi (About Us)" trên [trang mạng của Harbor](#).

Chúng tôi luôn lắng nghe và tiếp nhận phản hồi từ các cá nhân và gia đình mà chúng tôi phục vụ. Một trong những cách chúng tôi thực hiện là thông qua khảo sát, đây là biện pháp chính mà chúng tôi sử dụng để xem liệu công việc của chúng tôi về Kế Hoạch Chiến Lược có tác động tích cực đến các cá nhân và gia đình mà chúng tôi phục vụ hay không.

Vào tháng 5 và tháng 6 năm 2024, Harbor đã phân phối Khảo Sát Về Sự HÀi Lòng Và Trải Nghiệm Của Cá Nhân Và Gia Đình (Individual and Family Experience and Satisfaction Survey) cho tất cả cá nhân và gia đình mà chúng tôi phục vụ. Cuộc khảo sát tập trung vào bốn lĩnh vực:

Truyền Thông Và Cung Cấp Thông Tin: Phần này của khảo sát yêu cầu phản hồi về nội dung thông tin chúng tôi cung cấp, liệu thông tin đó có dễ truy cập và dễ hiểu hay không và liệu thông tin đó có giúp đưa ra quyết định sáng suốt về các dịch vụ và hỗ trợ hay không.

Bộ Phận Dịch Vụ Khách Hàng: Phần này yêu cầu ý kiến về chất lượng dịch vụ khách hàng mà nhân viên Harbor nhận được trong sáu tháng qua, đặc biệt là về tính chuyên nghiệp, thái độ tích cực, sự tôn trọng và giao tiếp.

Lập Kế Hoạch Dịch Vụ Lấy Con Người Làm Trung Tâm: Phần này tập trung vào những kinh nghiệm liên quan đến quy trình lập kế hoạch dịch vụ lấy con người làm trung tâm trong các cuộc họp về Kế Hoạch Dịch Vụ Gia Đình Cá Nhân (Individualized Family Service Plan, hoặc IFSP) hoặc Kế Hoạch Chương Trình Cá Nhân (Individual Program Plan, hoặc IPP). Quy trình lập kế hoạch dịch vụ lấy con người làm trung tâm nhằm giúp các cá nhân, gia đình và nhóm hỗ trợ, bao gồm cả điều phối viên dịch vụ, cùng nhau xây dựng IFSP hoặc IPP do cá nhân chỉ đạo và bao gồm những nội dung quan trọng đối với cá nhân đó.

Sự Đa Dạng Của Công Đồng Nhà Cung Cấp Của Harbor: Đối với những người nhận các dịch vụ do Harbor tài trợ ngoài dịch vụ quản lý trường hợp, phần khảo sát này yêu cầu đưa ra quan điểm về tính đa dạng của các nhà cung cấp dịch vụ của Harbor, đặc biệt là những người hỗ trợ các cá nhân được Harbor phục vụ.

Sau khi xây dựng khảo sát, chúng tôi đã triển khai một quy trình để đảm bảo mọi người chúng tôi phục vụ đều có thể tham gia khảo sát và được khuyến khích hoàn thành khảo sát.

Trước khi tiến hành khảo sát, chúng tôi đã tạo một tin nhắn video và email được cá nhân hóa từ Harbor để chia sẻ với tất cả cá nhân và gia đình mà chúng tôi phục vụ. Bản tin Mùa xuân Năm 2024 trong Harbor Happenings Newsletter của chúng tôi cũng chia sẻ thông tin về cuộc khảo sát và khuyến khích mọi người cung cấp phản hồi bằng cách hoàn thành cuộc khảo sát.

Vào giữa tháng 5, cuộc khảo sát đã được gửi qua email và/hoặc thư bằng nhiều ngôn ngữ tới tất cả cá nhân và gia đình mà chúng tôi phục vụ. Cuộc khảo sát có sẵn trực tuyến cho đến giữa tháng 6 và chúng tôi đợi đến cuối tháng 6 để nhận các bản khảo sát được gửi qua thư trước khi bắt đầu tóm tắt kết quả.

### Kết Quả Nổi Bật

Bản tóm tắt này có kèm theo bản trình bày chi tiết về kết quả. Sau đây là một số điểm nổi bật từ bản trình bày chi tiết đó.

Trả lời: Chúng tôi đã nhận được 721 bản khảo sát. Các cuộc khảo sát đều ẩn danh, nhưng khi kết thúc khảo sát, mọi người có thể yêu cầu chúng tôi gọi điện và cung cấp thông tin liên lạc của họ. Trong số 721 bản khảo sát được nhận, 122 người đã yêu cầu và nhận được cuộc gọi phản hồi từ một trong những Quản lý viên Quản lý Trường hợp của chúng tôi.

Nhân Khẩu Học: Phần lớn (66%) người trả lời khảo sát là thành viên gia đình và 30% là cá nhân trực tiếp nhận dịch vụ từ Harbor. Gần một nửa trong số họ cho biết họ đã được Harbor phục vụ trong 10 năm hoặc hơn. Sáu mươi phần trăm (60%) đại diện cho những cá nhân từ 22 tuổi trở lên. Dân tộc và ngôn ngữ chính của những người trả lời khảo sát nhìn chung phù hợp với dân tộc và ngôn ngữ chính của mọi người được Harbor phục vụ, với một vài trường hợp ngoại lệ. Trong khi 38% số người trả lời khảo sát tự nhận mình là người gốc Tây Ban Nha, thì 45% tổng số cá nhân được Harbor phục vụ tự nhận mình là người gốc Tây Ban Nha. Trong khi 20% số người trả lời khảo sát tự nhận mình là người châu Á thì có 14% tổng số cá nhân được Harbor phục vụ tự nhận mình là người châu Á. Hai ngôn ngữ chính của người dân tại Harbor là tiếng Anh chiếm 81% và tiếng Tây Ban Nha chiếm 17%. Đối với những người tham gia khảo sát, 78% cho biết tiếng Anh là ngôn ngữ chính và 14% cho biết tiếng Tây Ban Nha là ngôn ngữ chính.

Kết Quả Chính:

**Tổng quát:** Khi được yêu cầu đánh giá trải nghiệm tổng thể và mức độ hài lòng với Harbor, tổng cộng 88% đánh giá là tốt, xuất sắc hoặc nổi bật.

**Truyền Thông Và Cung Cấp Thông Tin:** Tổng cộng có 81% trả lời rằng họ hài lòng hoặc rất hài lòng với thông tin và tài liệu do Harbor cung cấp.

**Bộ Phận Dịch Vụ Khách Hàng:** Khi được yêu cầu đánh giá trải nghiệm dịch vụ khách hàng trong sáu tháng qua, tổng cộng 88% đánh giá là tốt, xuất sắc hoặc nổi bật.

**Lập Kế Hoạch Dịch Vụ Lấy Con Người Làm Trung Tâm:** Khi được hỏi liệu điều phối viên dịch vụ của họ có kỹ năng xây dựng Kế Hoạch Dịch Vụ Gia Đình Cá Nhân (Individualized Family Service Plan, hoặc IFSP) hoặc Kế Hoạch Chương Trình Cá Nhân (Individual Program Plan, hoặc IPP) hay không và liệu IFSP/IPP của họ có tập trung vào con người hay không, thì tổng cộng 87% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý.


**Sự Đa Dạng Của Cộng Đồng Nhà Cung Cấp Của Harbor:** Khi được hỏi liệu họ có nhiều nhà cung cấp để lựa chọn trước khi quyết định nhà cung cấp nào có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu và sở thích của mình hay không, 64% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý. Tổng cộng 85% đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với niềm tin rằng Harbor có các nhà cung cấp dịch vụ có thể đáp ứng các nhu cầu ngôn ngữ và văn hóa khác nhau của cộng đồng chúng ta.

Tổng Kết

Chúng tôi biết ơn tất cả các cá nhân, gia đình và thành viên trong nhóm hỗ trợ đã chia sẻ phản hồi có giá trị này với chúng tôi. Vui lòng tiếp tục chia sẻ phản hồi của quý vị thông qua các cuộc khảo sát, buổi lắng nghe và nhóm thảo luận mà chúng tôi tổ chức trong suốt cả năm.

Khi chúng tôi nỗ lực thực hiện Kế hoạch Chiến lược của Harbor, chúng tôi vẫn cam kết cải thiện ở mọi khía cạnh. Thông tin cập nhật về tiến độ thực hiện các mục tiêu và mục đích chiến lược của chúng tôi được chia sẻ hàng quý tại các cuộc họp của Hội Đồng Quản Lý.

Thay mặt cho Ban Quản Trị Harbor, đội ngũ nhân viên và tôi, xin cảm ơn sự hợp tác của các quý vị khi chúng ta cùng nhau định hình tương lai của Trung Tâm Vùng Harbor.



Patrick Ruppe  
Harbor Regional Center  
Giám Đốc Điều Hành  
Patrick.Ruppe@harborrc.org

# *Bối Cảnh*

## KẾ HOẠCH CHIẾN LƯỢC CỦA HARBOR CHO GIAI ĐOẠN 2023-2026

- Được Hội Đồng Quản Lý thông qua vào Tháng 3 năm 2022 <https://www.harborrc.org/strategic-plan>
- Các Lĩnh Vực Trọng Tâm, Mục Tiêu Và Mục Đích
  - Cải Thiện Trải Nghiệm Và Sự HÀi Lòng Của Cá Nhân Và Gia Đình\*
  - Tăng Cường Phối Hợp Dịch Vụ\*
  - Tăng Cường Phát Triển Nguồn Lực Hỗ Trợ\*
  - Tăng Cường Sự Tham Gia Của Cộng Đồng

\* Các lĩnh vực trọng tâm được đề cập trong cuộc khảo sát hiện tại



# *Bối Cảnh*

## QUY TRÌNH KHẢO SÁT

- Thông điệp video từ Giám Đốc Điều Hành gửi đến tất cả các cá nhân và gia đình đang nhận dịch vụ của Trung tâm Harbor vào tháng 5 năm 2024
- Bài viết trên bản tin Harbor Happenings Newsletter vào đầu tháng 5 năm 2024
- Khảo sát qua email và/hoặc thư bằng nhiều ngôn ngữ cho cá nhân và gia đình vào giữa tháng 5 năm 2024
- Khảo sát có sẵn đến giữa tháng 6 năm 2024
- Đã trao đổi với 122 người trả lời yêu cầu gọi lại vào cuối bản khảo sát





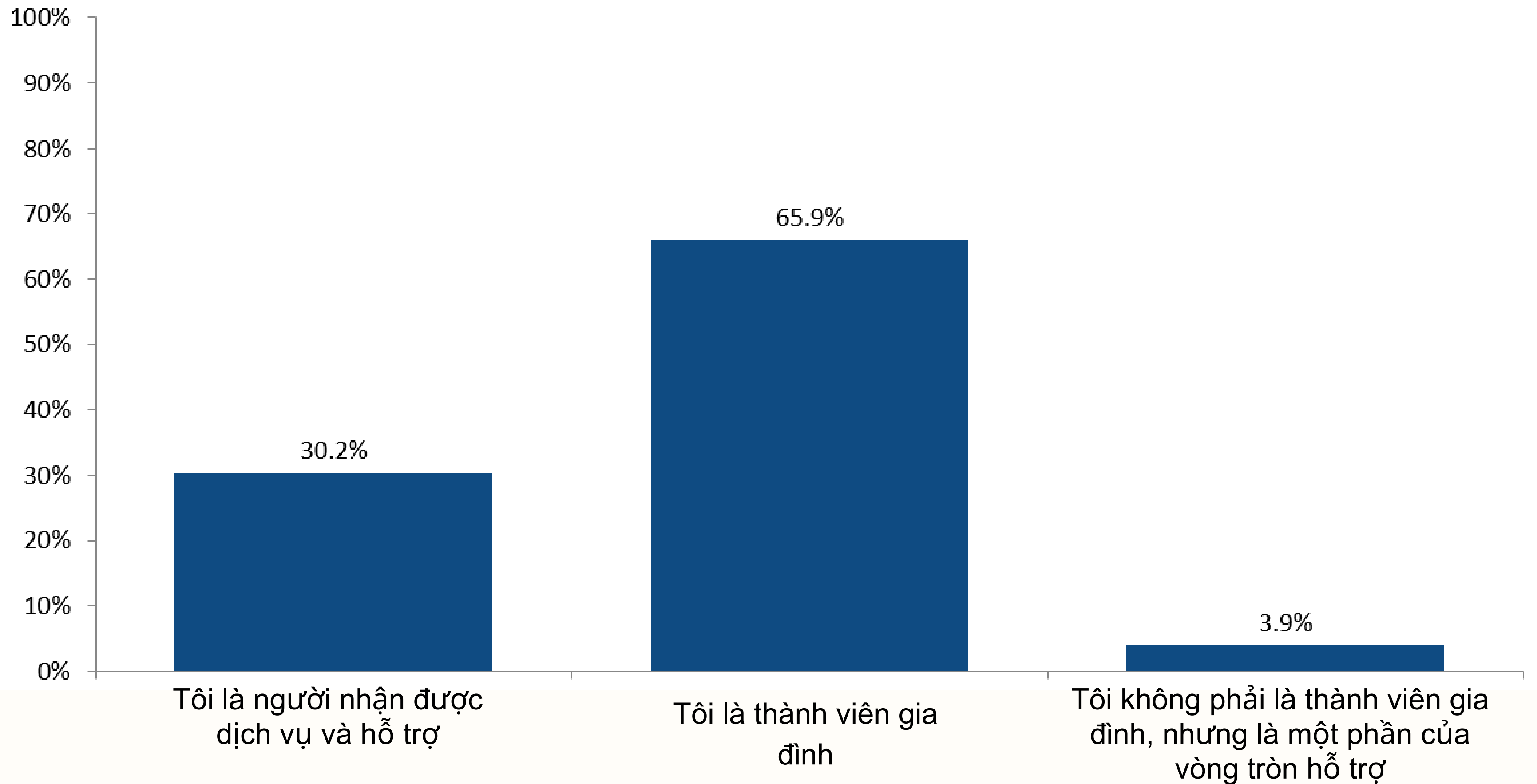
Tháng 11 Năm 2024

# *Thông tin Nhân Khẩu Học của Người Trả Lời Khảo Sát*

Đã nhận được 721 câu trả lời khảo sát

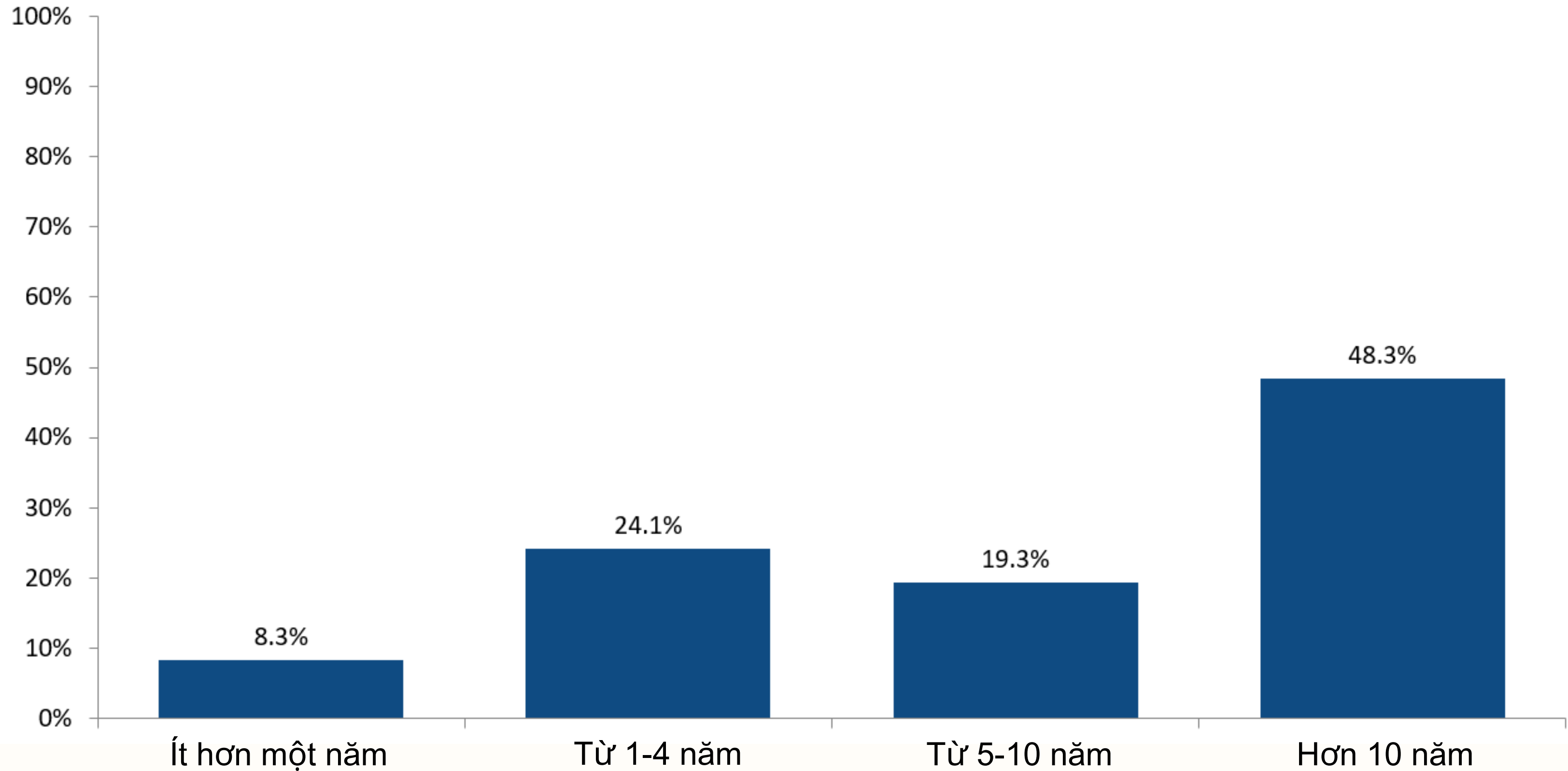


# *Tuyên bố nào áp dụng tốt nhất cho quý vị?*

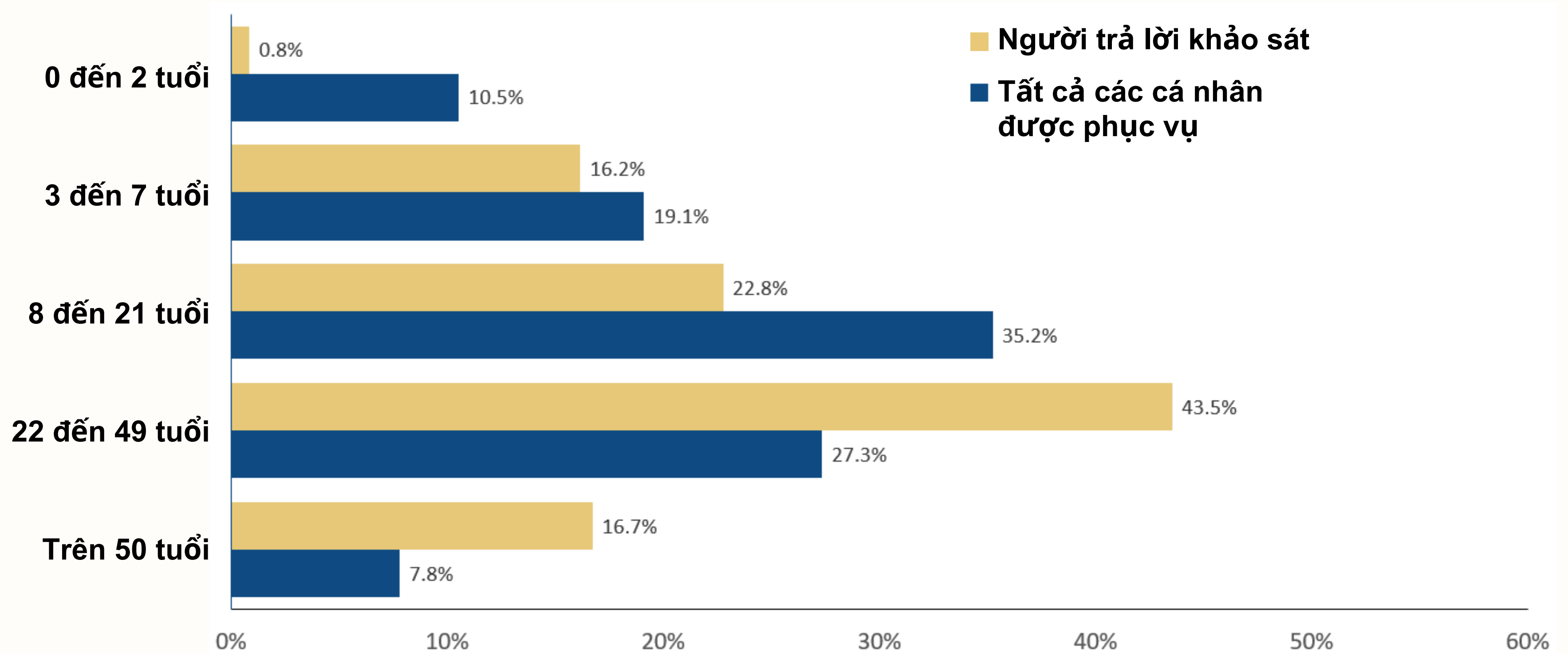




## *Quý vị đã được Trung Tâm Vùng Harbor phục vụ trong bao lâu?*



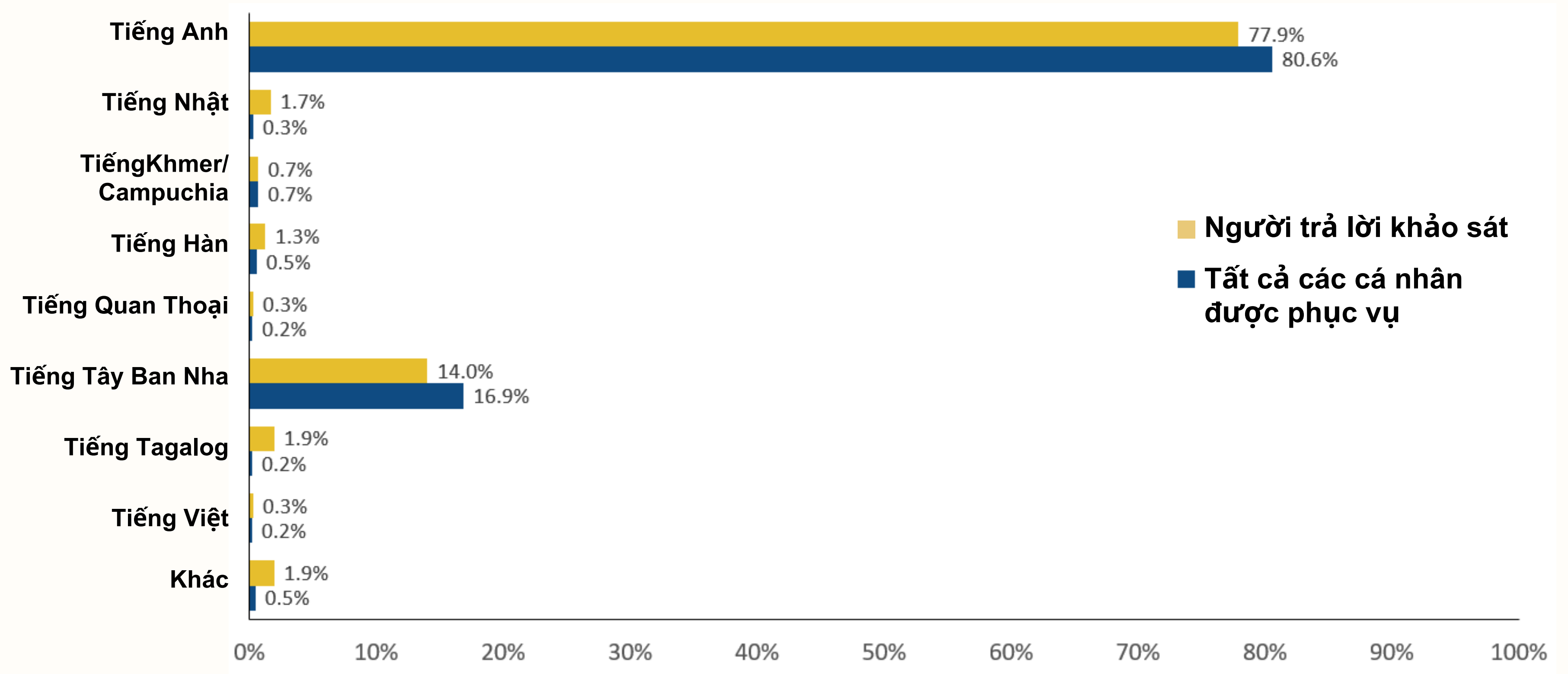
*Độ tuổi của các cá nhân được phục vụ trả lời khảo sát  
So với độ tuổi của tất cả các cá nhân được phục vụ bởi Harbor*





# Ngôn ngữ ưa thích của người trả lời khảo sát

## So với ngôn ngữ ưa thích của tất cả các cá nhân được phục vụ bởi Harbor



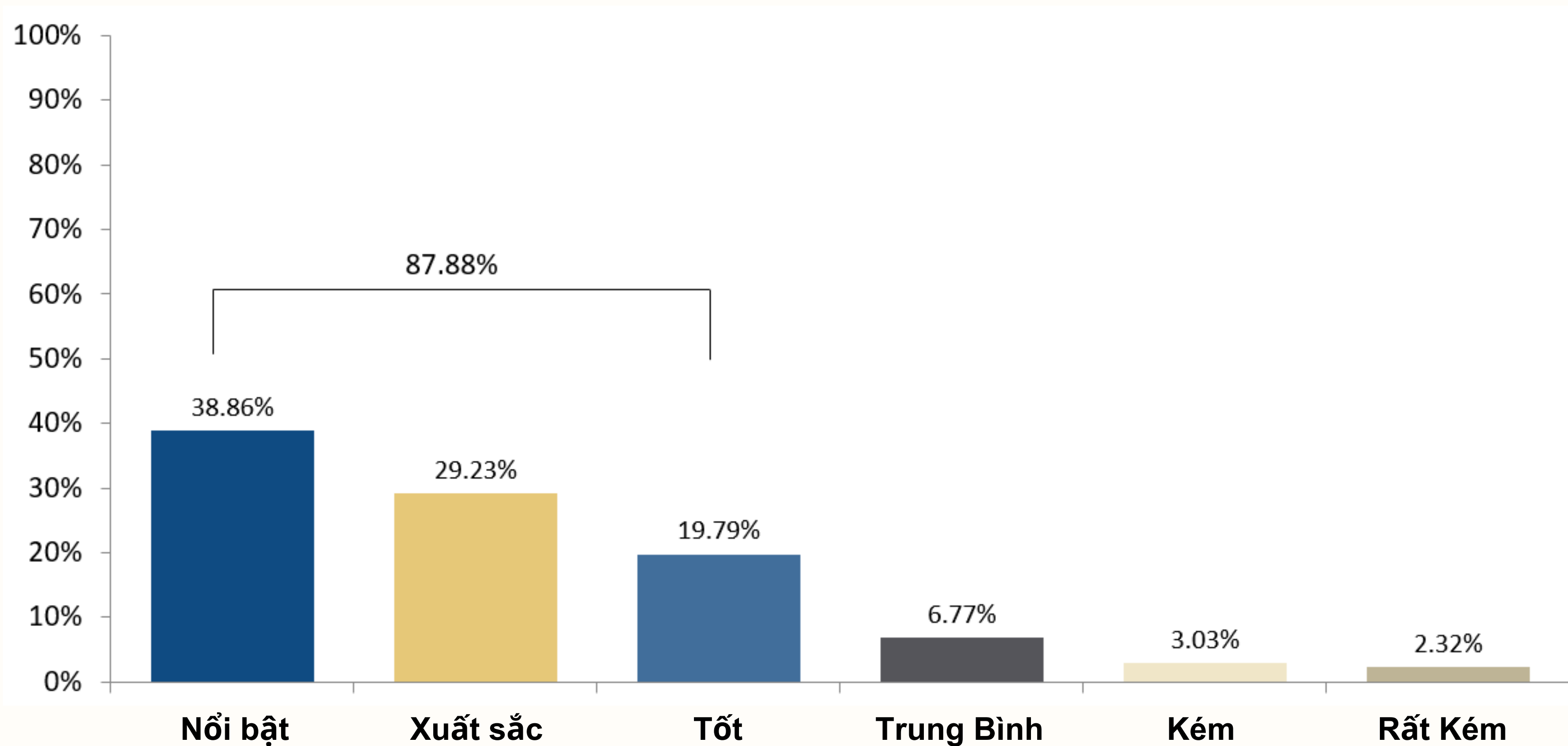


Tháng 11 Năm 2024

*Trải Nghiệm  
Tổng Thể và Sự  
Hài Lòng*



# *Đánh giá trải nghiệm tổng thể và sự hài lòng của quý vị với Trung Tâm Vùng Harbor*





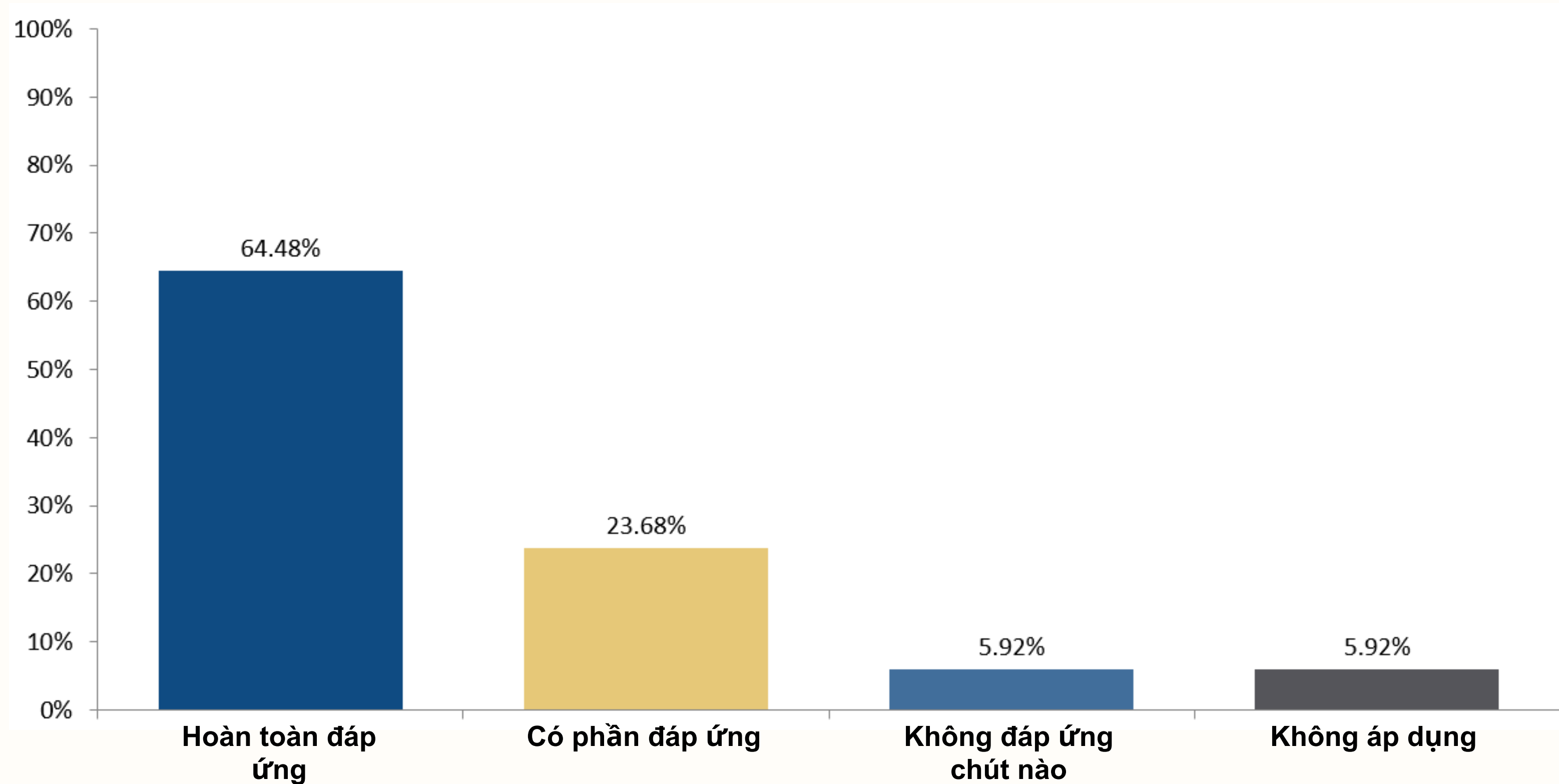
Tháng 11 Năm 2024



# *Thông Tin Và Truyền Thông*

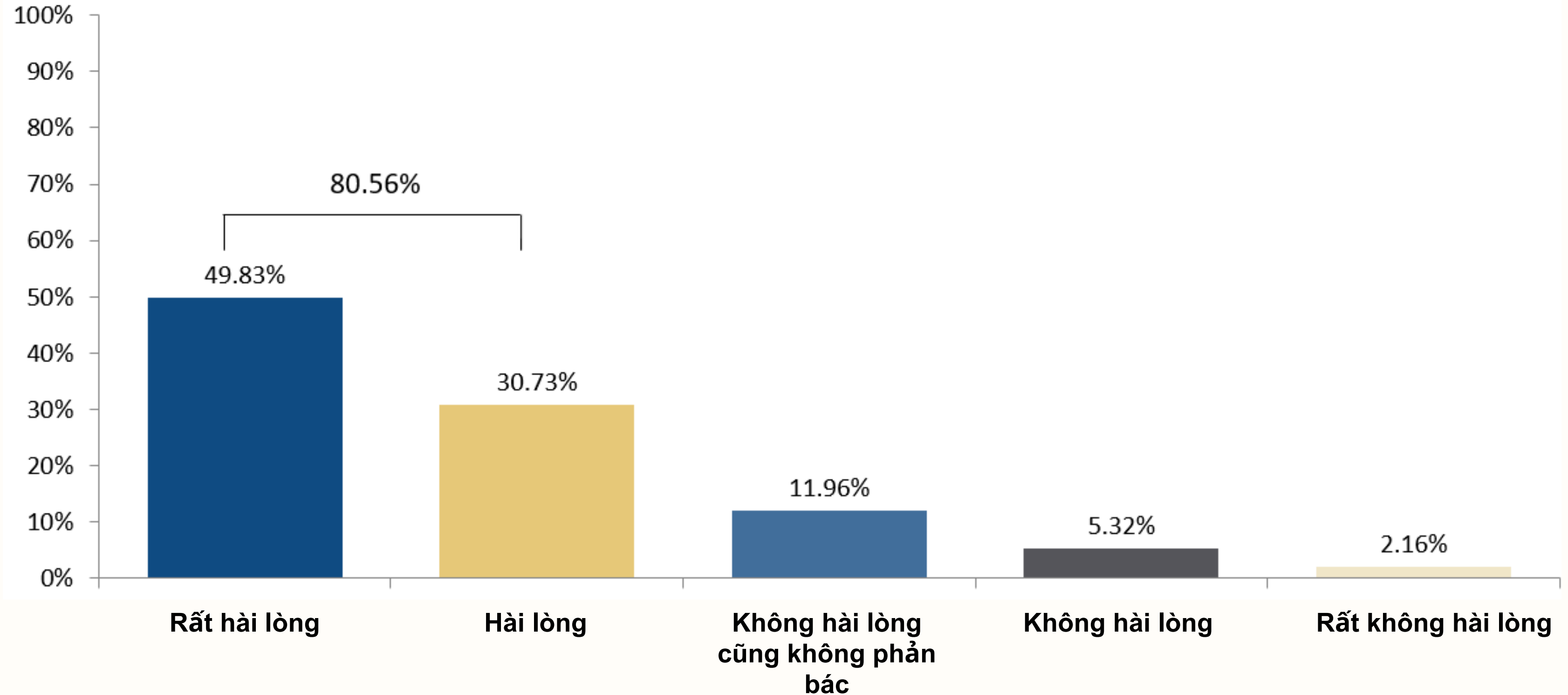
Phần này của cuộc khảo sát yêu cầu phản hồi về nội dung thông tin mà Harbor cung cấp, liệu thông tin đó có dễ truy cập và dễ hiểu hay không và liệu thông tin đó có giúp cá nhân và gia đình đưa ra quyết định sáng suốt về các dịch vụ và hỗ trợ hay không.

*Harbor phản hồi như thế nào (chẳng hạn như phản hồi nhanh chóng và tích cực ra sao) khi quý vị yêu cầu thông tin hoặc tài liệu?*





# Nhìn chung, quý vị hài lòng như thế nào với thông tin và tài liệu do Harbor cung cấp?





<b>Thông tin được cung cấp bởi Harbor...</b>	<b>Đồng ý</b>	<b>Hoàn toàn đồng ý</b>
<b>Giúp tôi đưa ra quyết định sáng suốt về các dịch vụ và hỗ trợ.</b>	<b>34%</b>	<b>49%</b>
<b>Tôn trọng văn hóa của tôi.</b>	<b>34%</b>	<b>52%</b>
<b>Tập trung vào con người (tập trung vào nhu cầu, giá trị và sở thích của tôi).</b>	<b>33%</b>	<b>49%</b>
<b>Rất dễ hiểu.</b>	<b>35%</b>	<b>50%</b>
<b>Có liên quan đến tôi.</b>	<b>37%</b>	<b>45%</b>
<b>Nhạy cảm với sự đa dạng văn hóa của cộng đồng Harbor.</b>	<b>32%</b>	<b>47%</b>

*Thông tin hiện đang được nhận như thế nào hoặc ở đâu so với cách thức ưa thích để nhận thông tin từ Harbor*

Các cách để nhận thông tin	Hiện tại	Ưa thích
E-mail	57%	62%
Điều phối viên dịch vụ của Harbor	54%	48%
Bản tin Harbor Newsletter	29%	28%
Tờ rơi và tờ gấp của Harbor	28%	27%
Tờ thông tin của Harbor	15%	16%
Trang mạng của Harbor	13%	12%
Nhân viên Harbor khác	9%	8%
Tin nhắn văn bản	8%	21%
Facebook	4%	4%
Blog	3%	2%
Instagram	2%	4%



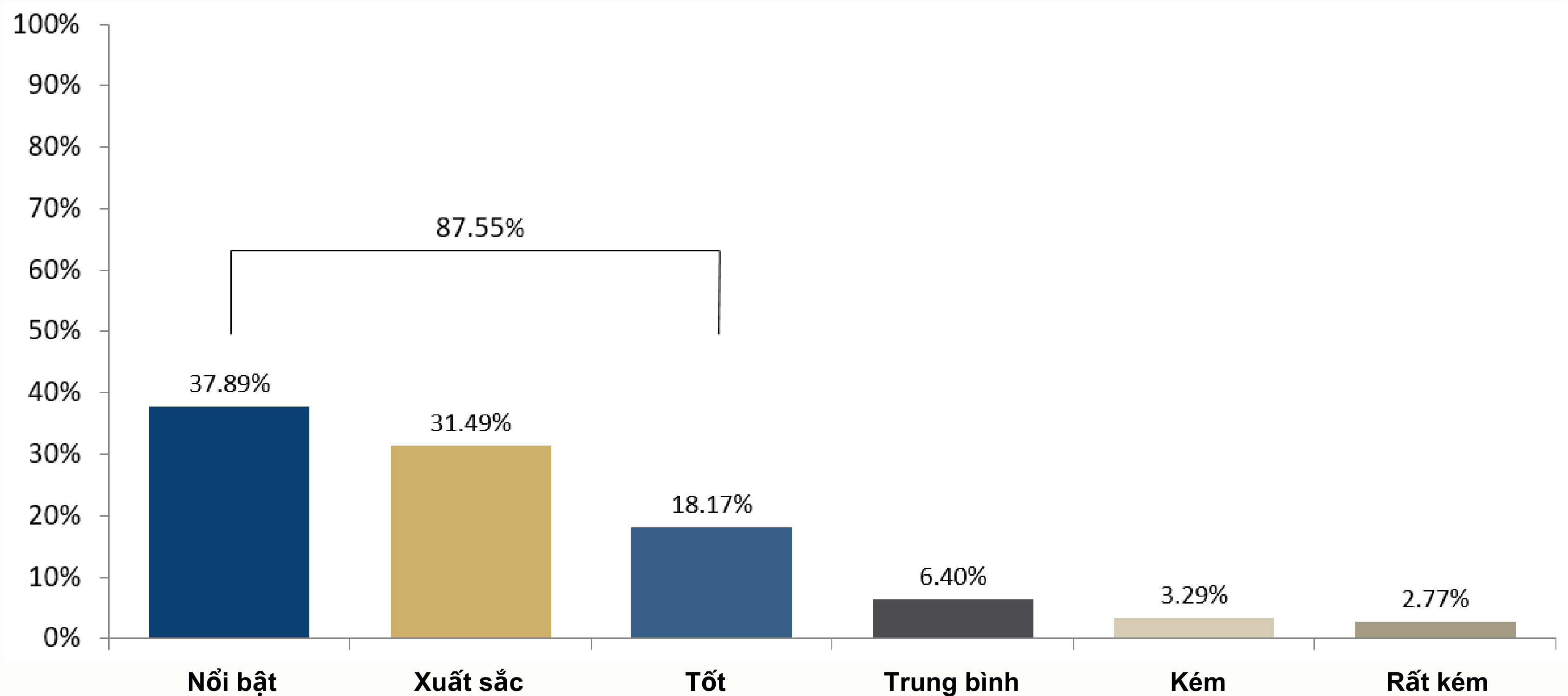
Tháng 11 Năm 2024

# *Dịch Vụ Khách Hàng*

Phần Dịch Vụ Khách Hàng của cuộc khảo sát hỏi về chất lượng dịch vụ khách hàng nhận được từ nhân viên Harbor trong sáu tháng qua, đặc biệt là về tính chuyên nghiệp, thái độ tích cực, sự tôn trọng và giao tiếp.



# *Đánh giá dịch vụ khách hàng của Harbor dựa trên trải nghiệm của quý vị trong sáu tháng qua*



<b>Dịch Vụ Khách Hàng của Harbor dựa trên trải nghiệm trong sáu tháng qua...</b>	<b>Thường xuyên</b>	<b>Luôn luôn</b>
Nhân viên phản hồi email, cuộc gọi và/hoặc thư một cách kịp thời.	23%	57%
Nhân viên lịch sự khi giao tiếp.	16%	75%
Tôi có thể dễ dàng liên lạc với nhân viên khi muốn nói chuyện với ai đó.	21%	57%
Nhân viên cung cấp cho tôi thông tin chính xác và dễ hiểu.	20%	64%
Nhân viên đưa ra các giải pháp và/hoặc phương án thay thế để giải quyết vấn đề/mối quan tâm của tôi.	17%	61%
Nhân viên rất hiểu văn hóa và sở thích của tôi.	17%	65%
Nhân viên giao tiếp với tôi bằng ngôn ngữ tôi muốn.	8%	84%
Nhân viên lắng nghe mối quan tâm của tôi.	14%	73%



## *Lập Kế Hoạch Dịch Vụ Lấy Con Người Làm Trung Tâm*

Phần thứ ba của cuộc khảo sát tập trung vào trải nghiệm của cá nhân và gia đình với quy trình lập kế hoạch dịch vụ lấy con người làm trung tâm trong các cuộc họp về Kế hoạch dịch vụ gia đình cá nhân (IFSP) hoặc Kế hoạch chương trình cá nhân (IPP) của họ hoặc những người thân yêu của họ.

<b>Lập Kế Hoạch Dịch Vụ Lấy Con Người Làm Trung Tâm</b>	<b>Đồng ý</b>	<b>Hoàn toàn đồng ý</b>
<b>Cuộc họp IFSP/IPP của tôi được tổ chức vào thời gian và địa điểm thuận tiện cho tôi.</b>	<b>25%</b>	<b>67%</b>
<b>Điều phối viên dịch vụ của tôi đã lắng nghe tôi.</b>	<b>23%</b>	<b>70%</b>
<b>Điều phối viên dịch vụ của tôi đã hỗ trợ tôi nói về những điều quan trọng đối với tôi.</b>	<b>22%</b>	<b>69%</b>
<b>Điều phối viên dịch vụ của tôi tôn trọng sự lựa chọn và ý kiến của tôi.</b>	<b>23%</b>	<b>69%</b>
<b>Điều phối viên dịch vụ của tôi có kỹ năng trong việc phát triển IFSP/IPP cho tôi/thành viên gia đình tôi.</b>	<b>23%</b>	<b>64%</b>
<b>Kế hoạch IFSP/IPP của tôi/thành viên gia đình tôi tập trung vào cá nhân tôi (tập trung vào nhu cầu, giá trị và sở thích của tôi).</b>	<b>25%</b>	<b>62%</b>
<b>Kế hoạch IFSP/IPP của tôi/thành viên gia đình tôi đáp ứng được nhu cầu của tôi/thành viên gia đình tôi.</b>	<b>25%</b>	<b>61%</b>



## *Sự đa dạng của các nhà cung cấp dịch vụ*

Phần cuối cùng của cuộc khảo sát là về Sự đa dạng của Cộng đồng Nhà cung cấp dịch vụ của Harbor. Phần này dành riêng cho những người nhận được các dịch vụ do Harbor tài trợ ngoài việc quản lý trường hợp. Họ được hỏi về quan điểm của mình về sự đa dạng của các nhà cung cấp dịch vụ của Harbor, đặc biệt là những người hỗ trợ họ.



<b>Sự đa dạng của cộng đồng nhà cung cấp của Harbor</b>	<b>Đồng ý</b>	<b>Hoàn toàn đồng ý</b>
Tôi đã phải lựa chọn giữa nhiều nhà cung cấp trước khi quyết định xem ai có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu và sở thích của tôi.	27%	37%
Nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ tôi theo cách tôn trọng văn hóa của tôi.	31%	59%
Nhà cung cấp dịch vụ giao tiếp với tôi bằng ngôn ngữ tôi muốn.	25%	70%
Nhà cung cấp dịch vụ cung cấp cho tôi thông tin và tài liệu dễ hiểu.	26%	64%
Nhà cung cấp dịch vụ của tôi có nhân viên đến từ nhiều nền văn hóa khác nhau và nói nhiều ngôn ngữ khác nhau.	27%	50%
Tôi tin rằng Harbor có những nhà cung cấp dịch vụ có thể đáp ứng những nhu cầu khác nhau về văn hóa và ngôn ngữ của cộng đồng chúng ta.	30%	55%



Tháng 11 Năm 2024

# Lời Kết

01

Chúng tôi trân trọng tất cả các cá nhân, gia đình và thành viên trong nhóm hỗ trợ đã cung cấp những câu trả lời có giá trị này cho chúng tôi!

02

Harbor luôn lắng nghe và tiếp nhận phản hồi từ cộng đồng.

Vui lòng tiếp tục chia sẻ phản hồi của quý vị thông qua các cuộc khảo sát và nhóm tập trung/lắng nghe mà chúng tôi tổ chức trong suốt năm.

03

Chúng tôi nỗ lực cải thiện trong mọi lĩnh vực khi chúng tôi tiếp tục thực hiện Kế Hoạch Chiến Lược Của Harbor



Hãy thường xuyên truy cập trang mạng của Harbor để biết thông tin cập nhật về các cuộc khảo sát trong tương lai!