



Společná iniciativa OECD a Evropské unie,  
financovaná převážně z prostředků EU.

# **Efektivní konzultace s cílovými skupinami vaší charty**

**Charty služeb, druhý školicí seminář  
Praha, 19. a 20. června 2006**



# Argumenty ve prospěch zapojení uživatelů služeb a občanů

- 3. Zlepšení kvality vašich existujících služeb zajištěním širších zdrojů informací, zkušeností a potenciálních řešení**
- 4. Návrh nových služeb, které jsou pro uživatele služeb významné, a zvyšují kvalitu jejich života**
- 5. Stanovení ambiciózních cílů, a ne jen cílů, které jsou pro vaši organizaci snadno dosažitelné**

# (1) Zlepšování kvality služeb zapojením jejich uživatelů

**Ve Spojeném království spolupracuje  
řada nemocnic s bývalými  
pacienty při poskytování podpory  
rizikovým pacientům**

- **před operací**
- **během rekonvalescence**

**Bývalí pacienti mají tu výhodu, že**

- **jsou přesvědčivější než  
lékařský personál**
- **znají lépe každodenní problémy**
- **sníží počet návštěv  
u praktického lékaře**

**Co o tom řekli pacienti**

„Expert Patient Programme  
mi opravdu pomohl zvládat  
lépe nejen mou artritidu, ale  
také můj život. Před tímto  
programem moje  
každodenní náplň byla  
jednotvárná.“

„Mám pocit, že jsem udělal  
velký pokrok. Získal jsem  
důvěru v to, že svou situaci  
zvládnou.“

# Diskuse ve skupině

**Jaký je příklad z vaší organizace?**

## (2) Návrh nových služeb, které jsou pro uživatele významné

### Konzultace s Pasovou službou Spojeného království

„Výrazně jsme se zlepšili v tom, jak se zeptat našich zákazníků, co chtějí,“ říká Christine Nickles, ředitelka odboru komunikace Pasové služby Spojeného království. Služba provedla v roce 2000 průzkum u zákazníků s cílem zjistit, zda obvyklá lhůta deseti dnů odpovídá jejich potřebám. Průzkum zjistil, že je poptávka po speciální, rychlejší službě, a že lidé jsou ochotni si za ni připlatit. V důsledku toho nyní Pasová služba Spojeného království nabízí vyřízení věci do týdne nebo do druhého dne.

„Lidé chtějí rychlou a vstřícnou službu,“ říká Christine. „Někteří potřebují pas obzvláště rychle a tím, že jsme se jich zeptali, jsme objevili poptávku po dvou různých lhůtách vyřízení, do týdne a do druhého dne, a mohli jsme tak vytvořit službu, která těmto potřebám odpovídá. Lidé byli ochotni si připlatit, což znamená, že ostatní zákazníci tuto rychlejší službu nedotují.“

# Diskuse ve skupině

**Jaký je příklad z vaší organizace?**

### **(3) Stanovení ambiciózních cílů**

**Mnoho britských organizací bylo přesvědčeno, že je důležité rychle přijmout hovor volajícího zákazníka. Proto si mnohé z nich stanovily cíl zvednout sluchátko nejpozději po šestém zazvonění.**

**Konzultace s veřejností však odhalily, že to pro občany není podstatné. Občanům jde především o to, aby člověk, kterému se dovolají, byl kompetentní a dokázal jim účinně pomoci nebo je alespoň předat další osobě, která jejich požadavek vyřeší.**

# Diskuse ve skupině

**Jaký je příklad z vaší organizace?**



# Konzultace s kým?

- nejvyšším manažerem vaší organizace?
- vaším marketingovým oddělením?
- vaším středním managementem?
- externími konzultanty/poradci?
- ministrem/primátorem/starostou?
- personálem v přímém styku se zákazníky v organizacích sektoru služeb?
- nevládními neziskovými organizacemi?
- uživateli služby?
- ... někým jiným?

# Definice kvality je věcí mnoha zainteresovaných stran

	<i>Kvalita vnímaná <b>jednotlivcem</b></i>	<i>Kvalita vnímaná <b>společností</b></i>
<i>Kvalitu je <b>jednoduché</b> vyhodnotit</i>	<i>O kvalitě vědí <b>uživatelé</b></i>	<i>O kvalitě vědí <b>politici</b> (+ terc. sektor)</i>
<i>Kvalitu je <b>složitě</b> vyhodnotit</i>	<i>O kvalitě vědí <b>odborníci</b> (spolu s uživateli)</i>	<i>O kvalitě neví <b>žádná skupina</b> – politici musejí rozhodnout</i>

Zdroj: **Walsh, K (1991) Competitive Tendering for Local Authority Services - Initial Experiences. Londýn: Ministerstvo životního prostředí.**

# Jak nejlépe věc konzultovat?

**Zvolený přístup závisí na:**

- cílích konzultace
- zdrojích dostupných pro konzultaci
- časovém harmonogramu
- kapacitě respondentů

## (1) Průzkumy

- + užitečné při hodnocení spokojenosti uživatelů se službami, zvláště jsou-li opakované**
- + výsledky jsou vysoce legitimní, jestliže je vzorek reprezentativní**
- průzkumy jsou nákladné a vyžadují personál, který je obeznámen s analýzou průzkumu**
- průzkumy staví respondenty do pasivní role a ztěžují zjišťování kvalitativních informací (počet otevřených otázek musí být omezen)**

## **(2) Občanský panel**

**Reprezentativní vzorek přibližně 1000 až 2000 lidí, jejichž názory na různé otázky jsou pravidelně zjišťovány**

- + Panel stačí ustavit jednou (1/3 účastníků se obměňuje jednou za dva roky)**
- + Panel umožňuje rychlé konzultace, zvláště pokud probíhají on-line**
- Typicky nedochází k žádné interakci mezi organizací a členy panelu**

### **(3) Vzorkové skupiny**

**Vzorkové skupiny tvoří malý vzorek uživatelů, který může a nemusí být reprezentativní, to podle sestavení skupiny**

- + Vzorkové skupiny umožňují projednávat složitější otázky, interakci mezi účastníky ve skupině lze využít pro vytváření konstruktivních nápadů ke zlepšení**
- + Vzorkové skupiny nejsou finančně náročné, i když účastníci by měli dostat malou finanční odměnu**
- Moderátor vzorkových skupin musí být nezávislý a znalý technik vedení rozhovoru**

# Možné problémy konzultací

- Jak oslovit potenciální uživatele?
- Jak provádět konzultace s konkrétními skupinami uživatelů (např. děti, mentálně postižení)
- Jak přesvědčit personál, aby naslouchal neodborníkům?

# Plánování konzultací

- **Prvotní vymezení všech významných zainteresovaných stran, skupin a představitelů** pro každou službu, k níž se charta služeb vztahuje. Sem by měly patřit interní a externí zainteresované subjekty, jako např. členové zastupitelstva, uživatelé služeb, ostatní občané, menšiny (např. podle věku, rasy, etnické příslušnosti, postižení), zástupci komunity, charitativní a dobrovolnické skupiny a organizace atd.
- **Stanovení jasných cílů konzultace:**
  - Stanovte, proč konzultaci provádíte
  - Jaké informace chcete získat
  - S kým budete konzultaci provádět a na co se budete ptát
  - Která forma konzultace bude vhodná pro kterou skupinu zainteresovaných subjektů (zvláště u těžko dosažitelných skupin)
  - A konečně – snad nejdůležitější bod – co s těmito informacemi budete dělat



# Další kroky

**A. Začněte vypracovávat plán konzultací ještě předtím, než z tohoto semináře odejdete**

- pro svůj personál
- pro cílovou skupinu (skupiny) charty
- pro ostatní významné skupiny zainteresovaných subjektů

**Snažte se vměstnat každý plán na jednu stránku!**

**B. Pošlete příslušné plány konzultací, včetně dotazníků a popisu metodiky, panu Tomáši Zmeškalovi [zmeskal@mvcr.cz] nebo Mgr. Tereze Novotné [tnovotna@mvcr.cz] do 24. července 2006**