

# Zjišťování potřeb uživatelů sociálních služeb včetně uživatelských výzkumů

Základní informace o využití metodiky	
<b>Cíl metodiky</b>	Seznámit se s nástroji vedoucími ke kvalitnímu shromažďování dat, jejich zpracování a interpretaci v souvislosti s potřebami uživatelů
<b>Řešené otázky</b>	Jak efektivně sbírat data? Jak spolupracovat s odborníky? Co od sběru dat očekávat? Jak data využít?

Obsah		strana
<b>1.</b>	<b>Východiska</b>	3
<b>2.</b>	<b>Příprava zjišťování</b>	3
2.1	KROK 1: Vymezení cílů a hlavních úkolů	3
2.2	KROK 2: Stanovení místa, prostoru	5
2.3	KROK 3: Zpracování časového harmonogramu	5
2.4	KROK 4: Stanovení metodiky	5
2.5	KROK 5: Zpracování rámcové rozvahy využití pracovních kapacit	5
2.6	KROK 6: Vymezení potřebných finančních prostředků	7
<b>3.</b>	<b>Metody zjišťování</b>	7
3.1	Metoda hodnocení stávajících programů	8
3.2	Metoda tzv. „klíčových informantů“	8
3.3	Veřejné setkání	8
3.4	Řízený skupinový rozhovor	8
3.5	Případová studie	9
3.6	Studium písemných pramenů	9
3.7	Rozhovor	10
3.8	Dotazník	11
<b>4.</b>	<b>Zpracování výsledků zjišťování</b>	12
<b>5.</b>	<b>Závěrečná prezentace a závěrečná zpráva o zjišťování</b>	12
<b>6.</b>	<b>Zjišťování vedená uživateli služeb</b>	13



### Doporučená literatura

Bauman, Z.: Myslet sociologicky. Netradiční uvedení do sociologie. Slon, Praha 1996.
Disman, M.: Jak se vyrábí sociologická znalost. Karolinum, Praha 1993.
Hedl, J.: Úvod do kvalitativního výzkumu. Karolinum, Praha 1999.
Hubíková, O., Kubalčíková, K.: Hodnocení kvality a efektivnosti sociálních služeb – zapojení uživatele. Text prezentace pro Společnost sociálních pracovníků ČR. Brno – Jihlava 2006.
Kardiak, M., Milly, S.: Sociologický výzkum. Bratislava 1971.
Kavalír, A.: Komunitní plánování sociálních služeb – příklad uplatnění antropologie v praxi. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni 2006.
Kvale, S.: InterViews: An Introduction to qualitative research interviewing. Sage, Thousand Oaks 1996.
Petrusek, M.: Teorie a metoda v moderní sociologii. Karolinum, Praha 1993.
Rubin, A., Babbie, E.: Research methods for social work. Wadsworth, Printed in USA 2001.
Schneider, M., Koudelka, F.: Úvod do základů sociologických výzkumů. Vydavatelství Univerzity Palackého v Olomouci, Olomouc 1993.
Silverman, D.: Ako robiť kvalitatívny výskum. Ikar 2005: 8055109044, 2005.
Žižlavský, M.: Metodologie pro sociální politiku a sociální práci. MU, Brno 2003.

### Slovníček základních pojmů

<b>Metoda</b>	<p>Je tvořena systémem pravidel a principů, které určují třídy možných systémů operací vedoucích od určitých výchozích podmínek k dosažení stanoveného cíle. V podstatě je metoda prostředkem člověka k dosažení stanovených cílů.</p> <p>Výběr vhodné metody umožňuje vypracovat plán práce založený na pravidlech dané metody a stanovující systém operací (pracovních kroků), které mají být k dosažení cíle uskutečněny.</p>
<b>Hypotéza</b>	<p>Je zdůvodněný předpoklad o dosud neznámé skutečnosti. Má mít takové vlastnosti, které umožňují objasnění určitých faktů. Vychází ze skutečnosti, že každá výzkumná činnost se ve své podstatě musí opírat o dosud dosažené výsledky a rozvíjet.</p> <p>Z logického hlediska je hypotéza obsažena v premisách úsudku, jehož závěrem je tvrzení o faktu, které musíme vysvětlit a doložit. Je nutné zdůraznit, že i nulová informace má svou hodnotu a i zamítnutí vámi formulované hypotézy má svou objektivní cenu.</p>
<b>Výzkum</b>	<p>Je to obecnější způsob zkoumání s vyšším stupněm abstrakce a s vědeckými cíli. Zkoumají se širší souvislosti sledovaných jevů a hledají se příčinné závislosti, které je možno zobecnit a vystihnout do určitých zákonitostí. Ty pak ukazují na proměny šetřeného jevu od jeho vzniku k současnosti a na jeho možný a pravděpodobný vývoj v budoucnosti.</p> <p>Cílem výzkumu jsou tedy teoretické i praktické výsledky.</p>
<b>Průzkum</b>	<p>Je zaměřen na vyřešení aktuálního úkolu s bezprostřední aplikací získaných poznatků pro praxi nebo k ověřování předběžných hypotéz. Je tedy operativní neboli aplikovaný. Většinou jde o průzkum tzv. užitkový, konkrétně zaměřený na bezprostřední úkol.</p>

## Východiska

Potřeby uživatelů služeb jsou pro vás základní informací při vytváření plánu rozvoje sociálních služeb, a to proto, že tento **plán má vycházet vstřícně potřebám uživatelů služeb s ohledem na místní možnosti a podmínky**. Zjišťování potřeb uživatelů je jedním ze zásadně nových přístupů a je tím, co dělá plánování služeb „komunitním“. Bez přímého zapojení uživatelů byste opět prováděli jen statistická zjišťování počtu a rozložení sociálních služeb v území. Nikdy byste se nedozvěděli, zda škála, počet a kvalita sociálních služeb vyhovuje občanům ve vaší obci.

Zjišťování potřeb uživatelů odhalí:

- nedostatky a mezery v poskytovaných sociálních službách,
- oblasti, ve kterých lidem zatím nepomáhá žádná služba.

Je samo o sobě přínosné, že začnete uživatele služeb ve vaší obci vyhledávat, oslovovat a že začnete přemýšlet o tom, co doopravdy potřebují. Ne na základě obecných statistik a tabulek, ale přímo z jejich vyprávění a odpovědí. Zapojení uživatelů, dotazování, zabývání se jejich problémy, zjišťování jejich potřeb a vyhodnocování a využívání získaných poznatků je velmi novým „oborem“.

Výzkum potřeb uživatelů by neměl sloužit jako náhrada přímé účasti (participace) uživatelů v procesu plánování sociálních služeb. Každý výzkum přetransformuje vyjádření uživatelů (příslušníků zkoumaných cílových kategorií uživatelů) do jazyka expertů. Přímá účast uživatelů naopak zprostředkuje bezprostřední stanoviska a zájmy osob, které mohou upozornit na podstatné detaily, které žádné šetření nezachytí.

Smysl, resp. cíl zkoumání lze vymezit v zásadě dvojí:

- jeho prostřednictvím lze **popsat povahu potřeb a zájmů uživatelů daných cílových skupin** (ovšem s předpokladem, že platí shora zmíněné, tzn. nerezignujeme na samotnou účast uživatelů),
- prostřednictvím výzkumu lze **zapojit uživatele do formulace cílů politiky sociálních služeb v dané lokalitě** (tzn. slouží současně jako nástroj participace i jako prostředek zjišťování).

Zjišťování potřeb uživatelů služeb bývá obvykle nejslabším článkem procesu plánování sociálních služeb v ČR. Paradoxně právě zjištěné potřeby uživatelů by měly být osou, na kterou se váží další rozhodnutí. Důvodem těžkostí je, že techniky zjišťování potřeb uživatelů potřebují dostatečné znalosti z oblasti sociologie a kulturní antropologie. Koordinátor, členové řídicí skupiny či další účastníci však obvykle nejsou zároveň odborníky právě v této oblasti, takže jednak neumějí tento průzkum kvalitně navrhnout, realizovat a zpracovat, ale v podstatě ani zadat.

Při zjišťování potřeb je nezbytná **spolupráce s odborníky** – je důležité, aby sběr dat vedl odborník, který šetření zašití a připraví vzdělání tazatelů. Důležitá je **spolupráce s poskytovateli služeb** – jen těžko uspějí např. mezi uživateli návykových látek či osobami ohroženými prostitucí atd. tazatelé, kteří se v terénu neorientují. Přitom je žádoucí, aby se na realizaci zjišťování potřeb uživatelů podíleli **sami účastníci plánování** v co největší míře. Pokud zadáte celé zkoumání potřeb uživatelů služeb pouze expertům, může se stát, že jako výstup výzkumu získáte údaje, které nedostatečně mapují to, co potřebujete vědět.

### DOPORUČENÍ

Při šetření potřeb pouze expertním přístupem se z něho vytrácí místní jedinečnost. Pokud chcete zadat výzkum expertům, vždy se podílejte na přípravě.

## Příprava zjišťování

### KROK 1: Vymezení cílů a hlavních úkolů

Práce na zjišťování potřeb zahajte tím, že si **stanovíte**:

- **cíl** nebo několik cílů,
- **hlavní úkoly**, které mají být splněny,
- **plán postupu prací**.

Volba vhodných metod musí být spjata s cílem a předmětem práce.

Přínosy

Výzkum versus participace

Cíl výzkumu

Problematika zjišťování potřeb

Význam spolupráce

M5

Zahájení prací

### DŮLEŽITÉ

Zjišťování potřeb uživatelů bez předem stanoveného cíle nebo využívání metod z jiných měst může vést k tomu, že prostředky na výzkum vydáte zbytečně, protože se nedozvíte to, co potřebujete.

#### Definice cílů

Cíl šetření by měla definovat pověřená skupina – řídicí skupina, pracovní skupiny + další spolupracovníci podle pověření. Při stanovování a formulaci cílů **odpovídejte na otázku: „CO?“** Podstatou odpovědi je co nejpřesnější informace o tématu a jeho rozpracování z následujících hledisek:

- stanovení a formulace cíle, případně cílů,
- vymezení hlavních úkolů, které mají být k dosažení cíle (cílů) splněny; toto vymezení rozpracovává v podstatě celou práci do postupných pracovních kroků.

### PŘÍKLAD

Ilustračním příkladem cíle výzkumu je např. potřeba zjistit, do jaké míry stávající sociální služby pokrývají potřeby uživatelů sociálních služeb v našem městě.

#### Dostupné informace o uživatelích

Zamyslete se nad tím, jaké informace o vybraných cílových skupinách uživatelů máte. Co víte již nyní před samotným zjišťováním? Mohou to být informace:

- získané od zástupců zapojených uživatelů,
- obecně známé problémy a potřeby uživatelů,
- názory odborníků na problematiku vybraných cílových skupin,
- problémy a potřeby popsané v odborných studiích<sup>1</sup>,
- výstupy získané z popisu aktuální sociální situace,
- získané od poskytovatelů služeb, kteří je prezentují z vlastní dlouhodobé zkušenosti, nebo např. na základě výstupů z individuálních plánů uživatelů nebo z výzkumů hodnocení kvality služeb (u poskytovatelů, kteří mají zavedené standardy kvality),
- získané z názorů veřejnosti.

### POSTUP

Informace, které o cílových skupinách máte, společně sepište a vyhodnoťte. Při vyhodnocení je možné přizvat na pomoc odborníka (v roli konzultanta) ze sociální oblasti, aby vám pomohl lépe definovat:

- co ještě nevíte a na co byste se měli při zjišťování potřeb uživatelů dále zaměřit,
- které údaje je možné ještě získat jinou, méně pracnou a méně nákladnou formou.<sup>2</sup>

#### Důležité informace o uživatelích

V diskusi si ověřte, zda o lidech z cílových skupin víte<sup>3</sup>:

- co potřebují, aby se jim lépe žilo,
- jak vnímají vlastní život,
- jaké mají představy o změnách a zlepšeních, která by ve svém životě chtěli,
- s čím z toho všeho potřebují pomoci,
- proč s tím potřebují pomoci (co je vede k tomu, pomoc hledat, čím to, že to nezvládají vlastními silami),
- kdo všechno jim s tím může pomoci a zda to sami ví a umějí pomoc najít,
- jaké místo v tom má mít sociální služba,<sup>4</sup>
- jak zjistíme odpovědi na tyto otázky.

#### Stanovení a formulace cílů

Ve všech diskusích vedoucích ke stanovení a formulaci cílů výzkumu je nezbytná účast uživatelů služeb. Můžete využít již aktivně zapojených zástupců, ale například i techniku diskuse se skupinou uživatelů služeb.

- 1 Na stránkách Výzkumného ústavu práce a sociálních věcí ([www.vupsv.cz](http://www.vupsv.cz)) jsou k dispozici studie a výzkumy z celé řady oblastí sociální sféry.
- 2 Přitom je třeba vzít v úvahu, že stávající informace máte o lidech, kteří již jsou uživateli nějakých služeb. Existují však ještě potenciální uživatelé, široká veřejnost, jejichž potřeby je také nezbytné zjišťovat.
- 3 Z uvedených otázek je zřetelné, že nehodnotíte kvalitu konkrétní služby, ale celkové potřeby uživatelů. Důrazně upozorňujeme na tento rozdíl. Spokojenost uživatelů s konkrétní službou můžete samozřejmě zjišťovat také, je však nezbytné v takových případech dodržovat postupy, které jsou sestavené speciálně pro zjišťování dodržování standardů kvality sociálních služeb. Trvalé zjišťování a hodnocení spokojenosti uživatelů konkrétní služby je úkolem poskytovatele, který danou službu poskytuje.
- 4 Otázky převzaté z publikace „Zavádění standardů kvality do praxe. Průvodce pro poskytovatele.“

## SHRNUTÍ

Ve chvíli, kdy víte, co potřebujete zjistit, můžete připravit zadání výzkumu. Přesně vymezte, co chcete, a konzultujte svůj názor s odborníky. Následně výzkum zadejte.

### KROK 2: Stanovení místa, prostoru

Následuje **soubor odpovědí na otázku „KDE?“** Odpověď na tuto otázku formulujte z hlediska místa a prostoru, ve kterém má být dotyčný problém (úkol) řešen:

- část obce,
- městská část,
- celá obec,
- svazek obcí,
- region apod.

Vymezení místa a prostoru musí být v souladu s vymezeným a definovaným územím, pro které plánujete.



### KROK 3: Zpracování časového harmonogramu

Dále je na řadě **odpověď na otázku „KDY?“** V tomto kroku si ujasněte a zpracujte časový harmonogram, který rámcově stanoví, v jakých časových termínech mají být splněny jednotlivé úkoly, které vyplynuly z odpovědí na otázku: „CO?“

## DOPORUČENÍ

Ponechte si dostatečný časový prostor pro řešení jednotlivých úkolů včetně určité rezervy pro ne-předvídané okolnosti.

### KROK 4: Stanovení metodiky

V návaznosti na to, co jste dosud stanovili (CO, KDE, KDY), si **zodpovězte otázku „JAK?“** Při jejím zodpovídání postupujte od obecného ke konkrétnímu.

## POSTUP

1. Upřesněte si základní východiska, očekávání a cíle.
2. Navrhněte vhodnou metodiku práce. Navrhněte jednotlivé metody, které se jeví jako optimální – pokud máme dostatek informací o cílové skupině, pak můžeme použít dotazník, pokud máme málo informací, musíme udělat rozhovory, které vám teprve ukážou, jaké jsou problémy.
3. Stanovte základní logický postup prací a způsob zpracování informací.
4. Stanovte druh a způsob výstupu (závěrečná zpráva atd.).
5. Vše sestavte v ucelený systém vhodných nástrojů k řešení zadání.

Výsledným efektem odpovědi na otázku „JAK?“ je tedy:

- systém, jak řešit zadání,
- určitá stručná osnova,
- obsah výstupu.

Přínosy

### KROK 5: Zpracování rámcové rozvahy využití pracovních kapacit

Po vyjasnění odpovědí na výše uvedenou otázku následuje **soubor odpovědí na otázku „KDO?“** Smyslem odpovědí na tuto otázku je získat představu a pokud možno i přehled o následujících okruzích problémů:

- rozsah potřebného počtu řešitelů (pracovní skupiny, řídicí skupina atd.),
- druh a rozsah spolupráce s jinými týmy, organizacemi (získání informací, konzultace, subdávky, oponentury),
- rámcové rozplánování pracovníků na jednotlivé úkoly.

V řadě obcí (zejména obce, kde se lidé většinou osobně znají) zřejmě budete umět na zmíněné otázky o uživatelích sami odpovědět a nebudete muset používat žádné další speciální techniky pro zjišťování potřeb uživatelů. Pokud se lidé mezi sebou dokážou domluvit, dokážou naslouchat, dokážou si vyjít vstříc, sejít se, plánovat a realizovat sociální služby pružně, nemusí dělat finančně náročný vědecký průzkum. Je důležité ptát se uživatelů, sousedů, známých. Pokud je tomu tak

Samostatná práce účastníků procesu plánování

u vás v obci, je toto zjišťování potřeb dostačující a můžete naplánovat služby, které budou odpovídat potřebám cílových skupin ve vaší obci.

### DOPORUČENÍ

Výše popsané zjišťování potřeb je minimum. Je třeba ho udělat i ve velkém městě a mělo by předcházet všem zadáním výzkumu. Lidé by se měli sejit a umět se ptát a naslouchat potřebám uživatelů. Nejsou tím myšleny odborné strukturované rozhovory, ale jen „přátelské“ rozhovory. To jsou věci, které můžete dělat sami, bez pomoci odborníka.

#### Potřeba výzkumu

Ve větších obcích nebo při zjišťování potřeb málo známých nebo nedostatečně popsaných cílových skupin (cizinci, oběti násilí, lidé opouštějící ústavní zařízení apod.) však zjistíte, že na některé otázky neznáte jednoznačné odpovědi a není jednoduché je získat. Musíte je zjistit pomocí výzkumu.

#### Potřeba spolupráce s odborníkem

V praxi vyvstává otázka, zda samotný výzkum mohou zvládnout účastníci v obci (například pracovní skupina) sami, nebo zda je vždy nutné zapojit odborníka, který průzkum provede. Odpověď na tuto otázku není jednoznačná, protože rozsah zadání výzkumu a to, jaké je nutné použít techniky, se v každé obci liší.



Pokud si nejste jisti nebo pokud se nemůžete rozhodnout, zda je ve vašich silách dál pokračovat s prováděním a vyhodnocováním výzkumu zjišťování potřeb uživatelů, neváhejte se obrátit na odborníka v oblasti plánování sociálních služeb. Jeho role spočívá v tom, že vám bude schopen navrhnout, jak rozsáhlou pomoc potřebujete v souvislosti s tím, jak závažný problém řešíte a jaké zdroje na jeho řešení máte k dispozici (finanční, personální atd.).

#### Role odborníka

Od odborníka chtějte, aby vám řekl:

- jaký výzkum se bude dělat (kvantitativní či kvalitativní, viz níže),
- jaké metody použít,
- kde získat zdroje dat,
- jak kterou cílovou skupinu podchytit pro výzkum.

Odborník s vámi průběžně konzultuje postup přípravy zadání a výzkumu.

### DOPORUČENÍ

Vedení a realizace výzkumu pouze a samostatně experty není v rámci plánování sociálních služeb vhodné. Získáte pouze expertní pohled, který nebude zohledňovat místní jedinečnost a možnosti. Experty je nezbytné využít při přípravě dotazníku, řízeného rozhovoru apod., k výpočetnímu zpracování a při samotném výpočetním třídění dat.

#### Výběr odborníka

Při výběru konkrétních odborníků je užitečné projít si nabídky více firem a řídit se podle kritérií, která jsou pro vás důležitá:

- cena,
- předcházející zkušenosti odborníka se zjišťováním potřeb,
- reference atd.

Blíže viz Pracovní materiály k metodice č. 5.



S vybraným odborníkem vždy sepište písemnou smlouvu. Inspirujte se Metodikou uzavírání smluv, kterou najdete na CD.

#### Role účastníků procesu plánování

Účastníci procesu plánování během výzkumu poskytují konzultace najatému odborníku. Náplně jednotlivých konzultací s odborníkem při přípravě zadání a návrhu výzkumu vycházejí z následujících bodů:

1. Rozumějí principům metody komunitního plánování a seznámí s nimi odborníka.
2. Rozumějí místním problémům a možnostem a poskytují informace odborníkovi.
3. Jsou seznámeni s aktuální sociální situací a upozorňují odborníka na již zpracovaná data a zdroje informací v místě.
4. Rozumějí sociálním službám v obci a seznamují s jejich problematikou odborníka.
5. Vědí, co potřebují zjistit, aby mohli dále plánovat, a definují ve spolupráci s odborníkem přesně zadání výzkumu tak, aby získané výsledky výzkumu mohli použít pro další plánování.
6. Podílejí se na výběru vhodných metod pro výzkum – odborník nabídne možné metody a seznámí je s nimi; odůvodní jejich výběr pro konkrétní použití.
7. Sami realizují výzkum dle zadání. Realizaci výzkumu podle návodu od odborníka mohou účastníci zvládnout sami. Je to výhoda, protože se sami seznámí s uživateli, získají přehled o všech vstupních informacích a nejsou odkázáni jen na zpracované výstupy. Navíc je zajímavá i finanč-

ní stránka takového uspořádání, kdy není nutné najímat agenturu, která by prováděla samotný průzkum (samotné dotazování nebo rozhovory s uživateli).

## KROK 6: Vymezení potřebných finančních prostředků

A konečně je potřeba **zodpovědět otázku: „ZA KOLIK?“** Odpovědí na tuto otázku je:

- rozsah potřebných finančních prostředků, které řešení zadání vyžaduje,
- současně i jejich rámcové členění:
  - platy,
  - subdodávky,
  - materiál,
  - výpočetní technika apod.

Tím dostanete určitý finanční rozpočet řešení zadání.

## Metody zjišťování

Metodami výzkumu rozumějte:

- konkrétní postupy,
- způsoby shromažďování,
- způsoby vyhodnocování empirických dat (informace, které zjistíme dotazníkem, rozhovorem, studiem písemných dokumentů aj.).

### DŮLEŽITÉ

Při zjišťování potřeb uživatelů je nutné vytvořit **podmínky k dodržení zákona č. 101/2000 Sb.**, o ochraně osobních údajů.

Jaké potřeby a přání uživatelé sociálních služeb mají, můžeme zjistit:

- nepřímo studiem písemných pramenů,
- přímo od uživatelů (rozhovory, dotazníky).

Zdroje informací

### DOPORUČENÍ

Na potřeby uživatelů se musíte vždy ptát uživatelů. Není možné získávat názory na potřeby uživatelů pouze od poskytovatelů sociálních služeb, protože jejich zájmy i pohled na věc se od „uživatelských“ mohou velmi lišit.

V kontextu plánování sociálních služeb i v kontextu vaší konkrétní a specifické situace má každá metoda svá možná omezení a naopak své přednosti. Při výběru konkrétních metod je nutné brát v potaz, zda se pohybujeme spíše na úrovni kvantitativních či kvalitativních výzkumů (viz tabulka 1). S touto otázkou i s výběrem metody vám pomohou odborníci.

Výběr konkrétních metod

M5

Tabulka 1: Srovnání kvalitativního a kvantitativního výzkumu

Kvantitativní výzkum	Kvalitativní výzkum
<ul style="list-style-type: none"> <li>● jen poměrně málo informací,</li> <li>● nezachytíme souvislosti,</li> <li>● informace standardizovaná, předem je dáno:           <ul style="list-style-type: none"> <li>– o čem se bude mluvit,</li> <li>– v jakém pořadí,</li> <li>– formulace odpovědí – dotázaný nemá možnost otvírat vlastní témata, nabízí vlastní postřehy a komentáře apod.,</li> </ul> </li> <li>● co je důležité určuje výzkumník a ne dotázaný,</li> <li>● můžeme lépe srovnávat, data statisticky zpracovat,</li> <li>● velké množství lidí,</li> <li>● možnost zobecnění</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● mnoho informací do hloubky,</li> <li>● možnost podchytit složitější souvislosti, pochopit komplexnější vztahy, zachytit i implicitní, skryté věci,</li> <li>● témata určují oba, tazající se i dotazovaný,</li> <li>● je pravděpodobnost, že se objeví nová témata, něco, co výzkumník nenapadlo,</li> <li>● malý počet lidí,</li> <li>● nemůžeme zobecnit</li> </ul>



Pro zjišťování potřeb doporučujeme použít níže uvedené metody. K nim lze najít další informace na CD.

### Metoda hodnocení stávajících programů

Obsah metody

Hodnocení (neboli evaluace) existující sociální služby (sociálních služeb) pro vybranou cílovou skupinu uživatelů v dané lokalitě se provádí metodou **posuzování předem stanovených parametrů**. Tyto parametry mohou být stanoveny např. tak, aby vyjadřovaly „ideální typ“ či „optimální způsob“ poskytování služby, např.:

- model poskytování služby známý v zahraničí,
- domácí model, který je uváděn jako „příklad dobré praxe“.

S využitím evaluačních technik pak zjišťujete, zda se poskytování služby (systému služeb) pro danou skupinu v dané lokalitě tomuto modelu přibližuje, přesněji ve kterých parametrech se přibližuje, kde těchto parametrů nedosahuje (popř. z jakých důvodů a co je třeba změnit).

### Metoda tzv. „klíčových informantů“

Obsah metody

Metoda je postavena na **vhodném výběru osob, které jsou schopny nám poskytnout poznatky o potřebách a zájmech dané cílové skupiny**. Abychom mohli data považovat za relevantní, je nutné věnovat zásadní pozornost způsobu výběru těchto reprezentantů. Můžeme:

- zvolit taková kritéria, která nám pomohou vybrat tzv. průměrného zástupce dané cílové skupiny,
- jiným postupem např. vybrat extrémní zástupce.

Získávání informantů

Klíčové informanty obvykle získáváme předchozím dobrým poznáním (praxí či výzkumem) služeb či institucí pro danou cílovou skupinu. Klíčovými informanty mohou být také např. pracovníci zařízení služeb nebo pracovníci na úřadech – šetření klíčových informantů lze provádět paralelně na různých úrovních.

Využití

Data či poznatky od těchto informantů je vhodné získat zejména prostřednictvím rozhovoru, méně vhodné je dotazníkové šetření. Mohou nám pomoci např. k lepšímu poznání vnitřní struktury dané cílové skupiny a její následné diferenciaci na další subskupiny.

### Veřejné setkání

Obsah metody



Smyslem veřejného setkání (community forum) příslušníků vybrané cílové skupiny (nezaměňovat s veřejným fórem, seminářem či veřejnou diskusí k procesu plánování sociálních služeb – viz metodika 3) je **vytvořit takový prostor, aby osoby zainteresované na daném problému spontánně otevíraly témata a uváděly problémy a potíže, které považují v této souvislosti za podstatné** (pro ně samotné).

#### POSTUP

Setkání musí být vedeno zkušeným moderátorem.

Ze setkání by měl být proveden zvukový záznam.

Ten je následně analyzován a prostřednictvím analýzy jsou vyhodnocena témata:

- opakující se,
- akcentovaná,
- kritická,
- kontroverzní apod.

### Řízený skupinový rozhovor

Obsah metody

Zjišťování potřeb metodou řízeného skupinového rozhovoru (Focus group) zatím v praxi plánování sociálních služeb není příliš využíváno, přestože jde o velmi užitečný nástroj jak testovat výchozí předpoklady a získávat nové informace. Focus group se účastní skupina přibližně v rozsahu 12–15 osob (někteří autoři uvádějí ne více než 8). **Skupina diskutuje pod vedením výzkumníka na předem daná témata** (tj. výzkumník má předem připraven scénář rozhovoru, podle kterého diskusi vede), tím se odlišuje od shora popsaného „community forum“, kdy témata nejsou předem daná a očekává se, že vzejdou z diskuse. Nicméně metoda „focus group“ zároveň otevírá prostor, aby diskutující ve svých odpovědích na předložená témata otevírali také svá vlastní. Metoda je však veškerá náročná na schopnosti moderátora (výzkumníka), který diskusi řídí.



Výhoda „focus group“ spočívá v tom, že lze uspořádat rozhovory na stejné téma s různými skupinami odděleně, např.:

- s uživateli z dané cílové skupiny,
- s potenciálními uživateli,
- s pracovníky zařízení služeb (tzn. zástupci poskytovatele),
- se zástupci zadavatele.

Následně lze výstupy z diskuse těchto jednotlivých skupin porovnat. Stejně tak je ovšem možné vytvořit skupinu sestavenou ze všech shora uvedených zainteresovaných osob.

## POSTUP

Diskuse v rámci focus group musí být vždy zvukově zaznamenána a odborně analyzována.

Prostřednictvím analýzy se zachytí:

- nejen jasná vyjádření diskutujících,
- ale také implicitně obsažené výpovědi – např.:
  - kdo reaguje na jaký podnět,
  - která témata se ukazují jako tabu,
  - kterým dotazům zúčastnění neporozuměli apod.

## Případová studie

Smyslem případové studie (vybraného programu nebo služby) je **provedení důkladné analýzy jednoho případu poskytování sociálních služeb**, tedy např. jednoho konkrétního zařízení sociálních služeb. Výsledek případové studie je obvykle platný pouze pro zvolený případ, při dobře zvolených kritériích výběru a následné validaci výsledků (tzn. jejich ověření další metodou jako např. focus group) je však možné výsledky částečně zobecnit. Základem je kvalitní výběr zkoumaného případu (optimální je opět volba tzv. „průměrného typu“). Existují různé typy případových studií, tedy:

- zmíněná studie sociální služby,
- případová studie uživatele (tj. osoby),
- případová studie sociální skupiny atd.

## Studium písemných pramenů

Při studiu písemných pramenů jde o **studium informací, jejichž sběr byl již z jiných důvodů proveden dříve**, a při vlastním výzkumu se jedná už jen o sekundární (druhotné) zpracování tohoto materiálu. K těmto pramenům se obračíte tehdy, nemůžete-li získat podklady k výzkumu z přímého pozorování, ať pro časovou nebo místní odlehlost událostí, resp. z jiných důvodů (např. výzkum nemocných apod.). Výjimkou jsou statistické materiály používané před výzkumem k propočtu velikosti a složení průzkumného souboru.

V praxi se setkáváme s:

- dokumenty, které vznikly se záměrem shromáždit určité údaje (jsou to např. úřední statistické dokumenty, úřední výkazy, soudní akta atd.),
- osobními dokumenty (deníky, dopisy, paměti apod.), které vznikly převážně z iniciativy svého autora a v nichž zpravidla vypovídá o svých zážitcích, názorech, postojích atd.,
- jinými hmotně fixovanými sděleními, jejichž úkolem nebylo ani tak zachování, jako spíše hromadné předávání určitých informací (patří sem např. novinové a časopisecké články, video záznamy atd.),
- informacemi z řady odborů obecních úřadů, jako jsou žádosti o služby, stížnosti,
- informacemi od lékařů a České správy sociálního zabezpečení,
- výzkumnými zprávami a jinými odbornými publikacemi,
- koncepčními a strategickými dokumenty.

Ve výchozím materiálu je již předem limitováno:

- kolik informací máte k dispozici,
- jak jsou tyto informace pravdivé (odpovídají skutečnosti) a spolehlivé,
- jaký druh informace vám dokumenty mohou poskytnout.

Informace obsažené v dokumentech se obvykle jen zčásti shodují s představou, jaké informace byste pro účely vašeho výzkumu potřebovali. Přesto je využití již existujících dokumentů v plánování sociálních služeb značné. Jako nenahraditelný zdroj mohou sloužit dlouhodobé výzkumy a odborné analýzy týkající se lidí v nepříznivých sociálních situacích (lidé drogově závislí, osoby bez příštířeší, týrané a zneužívané děti atd.).

Použití

Obsah metody

Obsah metody

Zdroje informací

Význam metody

**Výběr a hodnocení dokumentů** Výběr dokumentů je samozřejmě dán jednak potřebami výzkumu, jednak existencí, resp. přístupností dokumentu. Při rozhodování o tom, zda je možné určitý dokument použít, zvažujte také kvalitu informace. Pokud jde o kritické hodnocení dokumentů, mějte zde na mysli především to, že obsažené informace mohou být určitým způsobem zkreslené. Můžete tyto informace využít pouze jako orientační.

### Rozhovor

**Obsah metody** Rozhovor jako technika je nepřírozená **forma kontaktu dvou osob, tazatele a dotazovaného** (či skupiny dotazovaných). Do kontaktu zde přicházejí dvě navzájem cizí osoby a navazují styk, v němž nemají obě strany rovnocennou úlohu. Jde v podstatě o kontakt jednostranný, z vůle a na přání jedné strany, který druhá strana ovšem trpí a s nímž souhlasí. Tazatel:

- musí zaručit osobní utajení sdělených skutečností,
- nehodnotí je,
- užívá je pouze jako prostředek výzkumu.

**Omezení metody** Rozhovor je velice nákladná metoda, právě proto, že předpokládá osobní kontakt. Výrazným omezením je mnohem nižší počet dotazovaných (např. v porovnání s dotazníkem), časová i finanční nákladnost. Dalším omezením je skutečnost, že z odpovědí od nízkého počtu osob (řádově desítek) není možné vyvodit zobecnění pro celou skupinu (např. z třiceti rozhovorů s lidmi bez domova nelze jednoznačně vyvodit, že stejné problémy či potřeby mají všichni lidé bez domova).

**Výhody metody** Výhodou metody rozhovoru je, že se díky němu dají získávat jedinečné náměty a názory dotazovaných a postihnout příčiny a souvislosti. Rozhovor je vhodný způsob získávání informací zejména od určitých skupin uživatelů, protože pro získávání jejich názorů je nezbytný osobní kontakt s nimi. Klíčovou výhodou rozhovoru jako techniky sběru dat je možnost bezprostředního kontaktu výzkumníka se zkoumanou realitou a účastníky výzkumu. Výzkumníkovi umožní v případě zkoumaného jevu (např. názor na kvalitu služby) vstoupit do perspektivy zainteresované osoby, tzn. umožnit osobě, se kterou hovoří, aby jej uvedla do svého světa, otevřela problémy a témata, která jsou pro ni ve vztahu ke zkoumanému jevu významná.

**Vedení rozhovoru** Vedení rozhovoru (ve smyslu výzkumné techniky) vyžaduje určitou dovednost, interpersonální porozumění, citlivost, koncentraci a dodržování daných zásad a podmínek. Blíže viz dokument Pracovní materiály k metodice č. 5 umístěný na CD. Existují určité obecné taktiky, které se při této technice získávání dat uplatňují. Je třeba zvážit:



- délku rozhovoru (obvykle by neměla překročit 45 minut),
- obsah otázek,
- jejich formy,
- pořadí.

**Kladení otázek** Pro řazení otázek neexistují fixní pravidla. Obvykle se začíná otázkami, které se týkají neproblémových skutečností. V další fázi rozhovoru se snažíme získat informace o názorech a pocitech, které se vztahují k předmětu výzkumu. Demografické a identifikační otázky jsou poměrně nudné a nemusí být pro dotazovaného příjemné, proto je klademe v průběhu rozhovoru nebo s nimi rozhovor končí. Také platí, že nejdříve klademe otázky o přítomnosti a teprve následně otázky o minulosti nebo budoucnosti.

**Typy rozhovoru** Při rozlišování rozhovoru je nejdůležitějším **kritériem formální stránka rozhovoru**. Rozlišení se opírá o přísnost postupu a způsob kladení otázek:



- standardizovaný (formalizovaný, kategorizovaný) rozhovor,
- nestandardizovaný (volný) rozhovor.

Rozdíl mezi těmito dvěma typy rozhovoru je především ve stupni systemizace rozhovoru a ve stupni sjednocení otázek. Blíže viz dokument Pracovní materiály k metodice č. 5 umístěný na CD.

**Problematika tazatele** Na rozdíl od dotazníku, který je eventuálně přístupný i dodatečné kontrole, v rozhovoru tomu tak většinou není. Chyby tazatele lze většinou jen těžko odhalit. Největší důraz je potřeba položit na přípravu, resp. proškolení tazatelů. Snahou je dosáhnout stavu, kdy je možno spolehnout se na to, že tazatel je nezúčastněný, neutrální, „cizí“. Tazatelem nemůže být poskytovatel služby daného uživatele (tj. např. sociální pracovníce se nemůže ptát svých klientů apod.), jejich znalosti problémů a potřeb lze využít pouze jako sekundární (druhotné) informace.



## DŮLEŽITÉ

Důležité je dát dotazovanému prostor a čas, aby se mohl vyjádřit, aby otevřel svá témata. Proto nejsou vždy a na vše nejvhodnější dotazníková šetření, kterými zachytíte jen okrajová témata. Neukážou témata, která jsou pro uživatele důležitá, protože dotazníkem jim nastolujete jen svá témata.

## Dotazník

Dotazník je relativně málo nákladný – časově, finančně i personálně. Vyžaduje poměrně málo času jak v provádění, tak i při zpracování výsledků. Není příliš náročný na počet pracovníků ani jejich přípravu na práci s ním v terénu (na rozdíl od rozhovoru). Dává dotazovaným větší prostor (delší čas) rozmyslet si odpověď, než je tomu u rozhovoru. Umožňuje získat údaje od mnoha osob, které jsou od nás prostorově vzdáleny. Dotazník je vhodné využít tam, kde máme předem dostatek informací o problému (tématu, potřebách) a potřebujeme si tyto informace ověřit (potvrdit, vyvrátit, utřídit dle důležitosti atd.).

Výhody metody

Hlavní nevýhodou dotazníkových šetření je obecně nízká návratnost (pokud nejsou distribuovány a sbírány osobně, tím se však zvyšuje nákladnost této metody). Dotazník může zprostředkovat pouze omezený rozsah informací a neumožňuje rozkrývat a porozumět vztahům, souvislostem a příčinám. Sestavit kvalitní dotazník je velmi náročné a při chybné formulaci otázek může dojít k výraznému zkreslení odpovědí.

Nevýhody metody

Pokud jde o požadavky, které jsou na dotazník kladeny, musí tato technika splňovat následující:

Obsah metody

- dotazník má obsahovat všechny podstatné problémy, na které výzkum hledá odpověď, na které nemůže odpověď získat jiným způsobem,
- otázky mají být formulovány tak, aby bylo možno na ně získat vyčerpávající odpovědi,
- dotazník má být konstruován a otázky v něm postaveny takovým způsobem, aby neodradil a neznechutil dotazovaného, ale naopak ho nabádal k odpovědím,
- otázky v dotazníku mají být zformulovány zcela srozumitelným způsobem,
- otázky mají být zformulovány tak, aby odpovědi na ně byly zcela jednoznačné,
- v dotazníku mají být otázky, na které je možno upřímně odpovídat,
- formulace otázek má být taková, aby na ně respondent mohl odpovídat bez nadměrné myšlenkové námahy,
- dotazník nemá respondenta příliš namáhat, nemá tedy být příliš obsažný a dlouhý.

## DOPORUČENÍ

### 1. Vytyčení problému

Problém, který chcete dotazníkem zkoumat, musíte rozložit na jednotlivé otázky. Tyto konkrétní otázky v dotazníku musí používat jednoznačných termínů a musí být důležité pro zodpovězení vytyčeného problému.

Zásady konstrukce dotazníku

### 2. Znalost prostředí a problému

V době, kdy začnete sestavovat dotazník, už musíte mít podrobné znalosti o sledovaném problému (např. kdo jsou uživatelé sociálních služeb apod.) a současně i o prostředí, v němž se uskuteční výzkum. Dále je nutné si uvědomit, že dotazníkem nemůžete zjistit všechno a že dotazník nemůže být libovolně obsáhlý. Je třeba v něm nechat místo jen pro takové problémy, které nemůžete řešit jiným způsobem (tj. studiem článků, analýzou dokumentů, nestandardizovanými rozhovory apod.). Dotazník musí být co nejvýstižnější a co nejkratší, bezprostředně zaměřený na podstatu sledovaného problému.

### 3. Účelnost otázek

V dotazníku mají být jen otázky bezprostředně spojené s hlavním tématem výzkumu. Rozhodně v dotazníku není místo pro otázky „pro každý případ“, jejichž zařazení bývá časté a souvisí se špatnou zásadou „když už děláme výzkum, ať to stojí za to!“ Je nutné mít neustále na zřeteli, že každá otázka musí vyplýnout z určité hypotézy a musí sloužit splnění hlavního cíle výzkumu.

## POSTUP

Celá procedura přípravy dotazníku si vyžaduje **přípravné práce** v podobě:

- formulování problému,
- studia odborné literatury,
- seznámení se samotným problémem a prostředím, v němž bude studován.

Ukazuje se vhodné si na počátku:

- ujasnit, co konkrétně chceme zjišťovat,
- rozebrat celý problém na jednotlivé okruhy (např. dostupností k jednotlivým sociálním službám).

Snáze tak budete schopni se zeptat na to, co vlastně chcete vědět, a budete schopni lépe formulovat otázky. Důležité je rovněž na počátku stanovit i tzv. indikátory (ukazatele, vlastnosti – např. věk), které slouží jako nástroj analýzy.

V další etapě **formulujte jednotlivé otázky**. Je třeba rozhodnout i o účelnosti a nutnosti otázek. V této fázi přípravy dotazníku konzultujte s odborníky sociologie, s odborníky z oblasti, ve které se výzkum uskuteční, a také s kolegy, přáteli a s lidmi, kteří vám k danému problému mohou poskytnout jakékoli informace. Po nutných konzultacích teprve můžete přistoupit k vlastnímu formulování problémů ve formě otázek a pak přistoupit k orientačnímu předvýzkumu<sup>5</sup>.

Blíže viz dokument Pracovní materiály k metodice č. 5 umístěný na CD.

## Zpracování výsledků zjišťování

Východiska	Při zpracovávání výsledků výzkumu záleží na složitosti šetření. Můžete: <ul style="list-style-type: none"> <li>• použít ruční zpracování – a to v případě, že se jedná o jednoduchou anketu s malým počtem otázek, malým počtem respondentů aj.,</li> <li>• spojit se s odborníkem – v případě, že půjde o rozsáhlejší šetření s větším počtem respondentů.</li> </ul>
Nároky na odborníka	Odborník by měl: <ul style="list-style-type: none"> <li>• průběžně prezentovat průběžné výsledky průzkumu pracovním skupinám,</li> <li>• osobně předkládat průběžné zprávy,</li> <li>• osobně předložit závěrečnou zprávu.</li> </ul>
Počítačové zpracování	Pro zpracování většího množství dat se používá počítačů. Tento postup je ekonomický a všestranně výhodný. Přípravují a zpracovávají příslušní odborníci.
Prvotní práce s daty	Při zpracování hromadných empirických dat je prvním krokem: <ul style="list-style-type: none"> <li>• kritika úplnosti materiálů,</li> <li>• posouzení hodnověrnosti a spolehlivosti prvotních informací.</li> </ul>
Třídění dat	Poté nastupuje fáze uspořádání dat, která se provádí pomocí jejich třídění. Jde o klasifikaci dat a jejich uspořádání do určitých skupin – tříd, které je předpokladem pro měření souvislostí mezi těmito třídami dat. Možnosti třídění dat spočívají v objektivnosti podobností a opakovatelnosti sociálních jevů. Podobnost je posuzována na základě jejich vlastností a řídí se logickými principy. Zpracovávají příslušní odborníci.

## Závěrečná prezentace a závěrečná zpráva o zjišťování

Východiska	Konečným efektem práce výzkumného týmu, resp. odborníka je prezentace výstupů pracovním skupinám a řídicí skupině a pečlivě vypracovaná závěrečná zpráva o výzkumu.
------------	---

### PŘÍKLAD

Struktura závěrečné zprávy

#### 1. Shrnutí výsledků

Zde jde o to, aby bylo hned v úvodu co nejstručněji vyjádřeno, co výzkum přinesl. Vychází se ze zkušeností, že shrnutí je jedinou částí zprávy, kterou většina čtenářů skutečně čte. Proto věnujte maximální pozornost stylizaci i výrazové přesnosti shrnutí. Můžete tuto část závěrečné zprávy rozdělit do dvou oddílů:

- v prvním shrnutí popište populárnější formou,
- ve druhém pak formou odbornou.

V obou oddílech se držte popisu analýz a interpretace faktů.

5 Předvýzkum použijte pro jakékoliv šetření v rámci jeho přípravné fáze. Předvýzkum má ověřovací nebo orientační charakter. Především vám pomůže ověřit, zda sestavené otázky pro rozhovor či dotazník jsou respondentům srozumitelné. Provádějte ho na malém vzorku cílové populace. Předvýzkum byste měli na odborníkovi požadovat.

**2. Předpokládané využití výsledků úkolu**

V případě průzkumného úkolu se podává návrh praktických opatření na podkladě získaných výsledků (např. chybějící asistenční služba, časová nedostupnost služby apod.). V případě závěrečné zprávy v rámci výzkumného úkolu se např. uvede instituce (organizace), která by na základě zjištěných skutečností měla sestavit návrhy konkrétních opatření.

**3. Návrh dalšího postupu**

V návrhu dalšího postupu je obvykle navržena oponentura (v případě plánování sociálních služeb např. řídicí skupina, rada města, zastupitelstvo apod.), forma publikace výsledků výzkumu apod.

**4. Shrnutí zadání**

Ve zprávě se uvede v původní formě text zadání. Zároveň se připojí zdůvodnění případných změn během řešení úkolu.

**5. Podrobný rozbor problému**

Jde vlastně o jádro zprávy, kde jsou obsaženy všechny důležité závěry z výzkumu. Podle potřeby se v této části uvádějí i tabulky, grafy a statistické charakteristiky – vždy s příslušnou interpretací. Takový materiál (např. tabulky absolutních a relativních četností), z něhož ani řešitelé úkolu nedovedli vyvodit žádné závěry, se ke zprávě nepřikládá.

**6. Popis průběhu výzkumného úkolu**

Zde se uvádí, jak výzkumný úkol probíhal, jakými stadii prošel, a odkazuje se na odpovídající části v jiných bodech závěrečné zprávy.

**7. Podrobné metodické zhodnocení**

Hodnotí se použité techniky, uvádějí se okolnosti, které mohly ovlivnit platnost výsledků, uvádějí se zkušenosti, které by mohly být důležité pro jiné obce zabývající se sběrem dat v rámci procesu plánování.

**Zjišťování vedená uživateli služeb**

Uživatelé (včetně těch budoucích, kteří ještě příslušnou službu nenašli či pro ně služba zatím neexistuje) jsou jedinou skupinou mezi účastníky plánování, která může volně nakládat s daty o sobě;

- mají velkou výhodu při přístupu k dalším lidem (z řad uživatelů služeb i široké veřejnosti),
- mají nejvíce informací z prostředí, ve kterém se bezprostředně pohybují, nejvíce vědí o přáních, potřebách a problémech dalších lidí,
- mají osobní kontakty na další uživatele, kteří s nimi mohou mluvit beze strachu,
- mají spoustu informací o tom, co by lidé chtěli, ale nosí je v hlavě.<sup>6</sup>

Budoucím úkolem v plánování sociálních služeb je pomoci uživatelům dostat jejich přání, potřeby a problémy „z hlav“ na papír, pomoci jim je shrnout, zpracovat, sepsat a dát jim prostor jít mezi další lidi a ověřovat si u nich, jestli to (sepsané) pro ně taky platí. Šetření, která by si vedli a zpracovávali sami uživatelé, se v praxi plánování sociálních služeb zatím příliš neuplatňují a do budoucna je zde prostor a úkol ostatních účastníků uživatele v tomto podporovat a pomoci jim.

**DOPORUČENÍ**

Při šetřeních jsou uživatelé služeb vhodnými spolupracovníky pro dotazování. Jejich výhodou je to, že dokážou navázat užší kontakt s mnoha lidmi ze stejné sociální skupiny.

**DŮLEŽITÉ**

Šetření potřeb a zájmů uživatelů je nezbytně nutné odlišit od hodnocení služeb stávajícími klienty – šetření potřeb je širší rámec a zahrnuje také osoby, které aktuálně nejsou uživateli žádné služby.

Spolupráci s uživateli rozhodně navažte při předvýzkumu. Uživatelé mohou spolupracovat při:

- definování oblastí výzkumu,
- samotném formulování konkrétních otázek.

Upozorňujeme však na to, že pokud se konkrétní uživatelé budou podílet na tvorbě otázek, nelze s nimi dále spolupracovat. Otázkám totiž budou rozumět a nezjistí, jestli respondenti některým

Východiska

M5

Zapojení uživatelů do předvýzkumu

<sup>6</sup> Text vychází z popisu, kterým sami sebe charakterizovali uživatelé různých sociálních služeb na vzdělávacím semináři.

otázkám nerozumí nebo je chápou jinak, jsou již poučení. Pro předvýzkum musíme vždy použít respondenty, kteří se na výzkumu nepodílí.

**Rizika zapojení uživatelů**

Rizikem při zapojení uživatelů, kteří se podílejí na zjišťování potřeb výzkumu ve vlastní cílové skupině, může být to, že mohou vést respondenty ke „správným“ odpovědím, podsouvat vlastní názory aj. s cílem dosažení silnějšího hlasu, který přinutí „ty nahoře“ změnit stávající stav.

**Výhody zapojení uživatelů**

Výhodou je, pokud se již ve vašem regionu schází skupina aktivních uživatelů služeb, např. aktivní kluby důchodců, sdružení zdravotně postižených nebo maminky z mateřského centra. Pokud je ve vašem městě uživatelská skupina lidí s mentálním postižením nebo lidí s psychickým onemocněním, neobávejte se spojit i s nimi.

Můžete také iniciovat vznik uživatelské skupiny, avšak musíte počítat s tím, že počáteční období, po které se skupina teprve učí společně domlouvat a jednat, může být poměrně dlouhé. Všechny uživatelské skupiny také potřebují pro své organizování alespoň zpočátku kvalitní podporu (konzultanta, facilitátora – neutrální osobu, která je odpovědná za proces, nikoli za obsah a výsledek) a organizační zázemí.

**Klientská šetření**

Poskytovatelé využívají ke zjišťování spokojenosti s poskytovanými službami klientská šetření. Šetření provádí nezávislá organizace bez přítomnosti pracovníků.

### POSTUP

Postup při zajištění výzkumu uživateli:

1. Nalezení (nebo iniciování) uživatelské skupiny a seznámení se s lidmi
2. Příprava průzkumu podle schopností členů skupiny
3. Vysvětlení záměru průzkumu a proškolení skupiny
4. Získávání dat
5. Zpracování dat
6. Seznámení skupiny s výsledky
7. Dojednání další spolupráce

### Otázky pro sebehodnocení

1.	Dodrželi jsme doporučený postup při přípravě našeho zjišťování? U všech diskusí o znalosti potřeb a znalosti situace u nás v obci (regionu, městě, městské části, kraji) byli přítomni zástupci uživatelů?
2.	Víme, co je cílem našeho zjišťování, víme, proč se do něho pouštíme a co se chceme na jeho konci dozvědět? Máme písemně zpracované zadání, které můžeme předložit odborníkovi a všem dalším osobám, které se budou zjišťování účastnit?
3.	Je stanoveno a všichni víme, kde a kdy bude zjišťování probíhat?
4.	Víme, jak budeme konkrétně postupovat, abychom naplnili svoje zadání a na konci zjišťování se dozvěděli, co se dozvědět chceme? Máme vybranou metodu nebo více metod (např. rozhovor, focus group, studium dokumentů atd.) a jsme připraveni na použití této metody?
5.	Rozhodli jsme se, zda si přizveme na pomoc se zjišťováním odborníka? Víme, které fáze přípravy zjišťování s ním potřebujeme konzultovat? Co očekáváme, že samostatně připraví? Na čem se dále bude podílet a jak velkou měrou?
6.	Víme, kolik potřebujeme na naše zjišťování financí, máme je získané, příp. je znám zdroj, odkud je získáme?