

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta humanitních studií

Katedra řízení a supervize v sociálních a zdravotnických organizacích

Bc. Ilona Jakoubková

**Marketingový plán rozvoje pečovatelské služby Doksy**

*Diplomová práce*

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Milan Trpišovský, MBA

Praha 2015

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jsem jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně Univerzity Karlovy a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v depozitáři UK a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 11.5.2015

Bc. Ilona Jakoubková

.....

## Poděkování

Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala osobám, které mě podporovaly a bez jejichž pomoci by tato práce nevznikla:

- Děkuji vedoucímu diplomové práce Ing. Mgr. Milanu Trpišovskému, MBA za odborné konzultace, cenné rady a připomínky v průběhu zpracování diplomové práce.
- Dále děkuji PhDr. Jiřímu Šafrovi, Ph.D. za cenné rady a náměty k výzkumné části této práce.
- Děkuji Mgr. Pavlu Rivoľovi MBA za poskytnutí praktických návodů k práci.
- Zvláštní poděkování patří mé rodině a mým přátelům, kteří mě po celou dobu studia podporovali.

I.	ÚVOD.....	9
II.	TEORETICKÁ ČÁST .....	10
1	Teoretické vymezení základních pojmů .....	10
1.1	Marketing .....	10
1.1.1	Hodnota pro zákazníka .....	11
1.1.2	Segmentace trhu.....	11
1.1.3	Marketingový plán.....	13
1.1.4	Marketingová analýza.....	13
1.1.5	Vztah mezi marketingem a podnikovou strategií .....	14
1.2	Marketing ve službách .....	14
1.2.1	Odlišení služby od konkurence.....	15
1.2.2	Zvýšení kvality služeb .....	16
1.2.3	Zvýšení produktivity práce při poskytování služeb.....	16
1.3	Marketingový mix.....	17
1.3.1	Zákazník.....	18
1.3.2	Cena .....	18
1.3.3	Místo .....	19
1.3.4	Propagace.....	19
1.4	Strategické řízení.....	20
1.4.1	Poslání.....	21
1.4.2	Vize .....	21
1.4.3	Strategické cíle.....	21
1.4.4	Akční plány.....	22
1.4.5	Strategická analýza .....	22
2	Sociální služby.....	26
2.1	Zákon o sociálních službách .....	26
2.1.1	Druhy a formy sociálních služeb .....	27
2.1.2	Pečovatelská služba .....	28
2.1.3	Příspěvek na péči .....	28
2.2	Strategie OSN a navazující strategie v ČR a ve světě v péči o seniory .....	30
2.3	Domácí péče o seniory .....	31
2.3.1	Historie domácí péče v ČR a v Evropě.....	32
2.3.2	Současné evropské trendy domácí péče.....	33

2.4	Péče o seniory v komunitním prostředí.....	34
2.5	Poskytování sociálních služeb v tržním prostředí.....	36
III.	PRAKTICKÁ ČÁST .....	38
3	Charakteristika organizace.....	38
3.1	Cíl pečovatelské služby.....	41
3.2	Cílová skupina.....	42
3.3	Poslání pečovatelské služby.....	43
4	Strategická analýza .....	44
4.1	Analýza makrookolí .....	44
4.1.1	Politické prostředí .....	44
4.1.2	Ekonomické prostředí .....	45
4.1.3	Sociální prostředí .....	47
4.1.4	Technologická vyspělost odvětví.....	50
4.1.5	Ekologická vyspělost- životní prostředí a jeho ochrana .....	50
4.1.6	Legislativa – právní prostředí .....	51
4.1.7	Shrnutí analýzy obecného okolí.....	53
4.2	Analýza mikrookolí.....	54
4.2.1	Vyjednávací síla zákazníků .....	55
4.2.2	Vyjednávací síla dodavatelů .....	56
4.2.3	Hrozba vstupu nových konkurentů do odvětví.....	56
4.2.4	Hrozba substitutů .....	57
4.2.5	Konkurence firem v daném oboru .....	58
4.2.6	Shrnutí analýzy mikrookolí .....	59
4.3	Vnitřní analýza .....	59
4.3.1	Technické vybavení .....	59
4.3.2	Pracovní prostředí a podmínky .....	61
4.3.3	Lidské zdroje.....	61
4.3.4	Finanční zdroje .....	63
4.3.5	Marketingové faktory .....	66
4.3.6	Shrnutí výsledků vnitřní analýzy .....	68
4.4	SWOT analýza .....	69
4.5	Strategický cíl.....	70
5	Návrhová část .....	71

5.1	Marketingový výzkum .....	71
5.1.1	Cíl výzkumu.....	71
5.1.2	Metodika výzkumu .....	72
5.2	Shrnutí výsledků.....	76
5.3	Marketingové cíle.....	78
5.4	Doporučení marketingové strategie .....	79
5.4.1	Hodnota pro zákazníka .....	79
5.4.2	Komunikace .....	80
5.4.3	Komfort.....	80
5.4.4	Cena .....	82
5.5	Marketingový plán .....	82
5.5.1	Akční plány.....	83
IV.	ZÁVĚR.....	89
	Seznam použité literatury a zdrojů .....	90
	Seznam grafů .....	94
	Seznam obrázků.....	94
	Seznam tabulek .....	95
	Seznam příloh .....	95

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá zpracováním marketingového plánu v oblasti rozvoje konkrétní pečovatelské služby. Cílem práce je pomocí vhodně zvoleného marketingového mixu rozšířit stávající terénní pečovatelskou službu.

První, teoretická, část práce vysvětluje marketing, včetně souvisejících pojmů a rozebírá strategické řízení a koncept strategické analýzy. Popisuje zákon o sociálních službách a zásady péče o seniory v přirozeném prostředí, v důsledku demografického vývoje.

Praktická část je členěna na kapitolu výzkumnou, zahrnující marketingový výzkum, provedený mezi uživateli terénních pečovatelských služeb a na kapitolu analytickou. Výsledky marketingové strategické analýzy jsou zahrnuty do SWOT analýzy. Na základě zjištěných podkladů je vypracován marketingový plán, v němž je zvolen vhodný marketingový mix pro rozšíření konkrétní terénní pečovatelské služby.

Na závěr jsou zhodnoceny výsledky realizace marketingového plánu a provedeno další doporučení, které přispívá k rozšíření služeb a k úspěchu organizace na trhu.

Klíčová slova: demografický vývoj, marketing, marketingová strategie, marketingový mix, marketingový plán, péče o seniory, strategické řízení, terénní pečovatelská služba

## **Abstract**

The diploma thesis follows up the treatment of marketing plan in area of concrete home care service development. The purpose of the thesis enlarges field home care service by the development of appropriately chosen marketing plan.

The first, theoretical, part of thesis explains marketing including related terms, and it analyzes strategic management and the concept of strategic analysis. It describes a law about the social services and the principles of senior care in real surroundings in case of the demographics.

The practical part has been articulated for the research chapter, including marketing research between home care service consumers/clients, and the analytical chapter. The result of marketing strategic analysis. On the base of detected documents was developed the marketing plan, which is covering appropriate marketing mix for development concrete field home care services.

In conclusion there are valorized objectives of marketing plan realization, and there are another recommendations, whose contribute for enlarge of services and the success of the organization at the market.

**Keywords:** demographics, field home care service, marketing, marketing mix, marketing plan, marketing strategy, senior care, strategic management



## I. ÚVOD

Cílem této diplomové práce je vypracování marketingového plánu pro rozvoj již fungující terénní pečovatelské služby. K vytvoření marketingového plánu slouží výstupy strategické analýzy a výsledky dotazníkového šetření u stávajících uživatelů terénních sociálních služeb. Cíl byl zvolen na základě vlastních profesních zkušeností a znalostí a na podkladě sledování vývoje demografické struktury, kdy je jasným trendem stárnutí populace a zvyšující se preference péče o seniory v komunitním prostředí, ideálně v jejich vlastní domácnosti. Legislativní činnost státu směřuje k otevírání trhu sociálních služeb všem zainteresovaným zájemcům pro vstup do tohoto odvětví. Konkurenční prostředí v oblasti poskytování sociálních služeb v České republice není sice dosud přesycené nabídkou, ovšem není daleko doba, kdy i v této oblasti bude uspokojování potřeb a přání uživatelů, jakožto zákazníků, klíčovou podmínkou pro udržení na trhu.

Předkládaná diplomová práce je členěna na část teoretickou a část praktickou. Teoretická část vysvětluje pojem marketingu, jeho všeobecné vymezení a popis marketingu ve službách. V této části je zmíněna segmentace trhu, zdůrazněna hodnota pro zákazníka a popsán marketingový mix. Dále si v první části představujeme strategické řízení a koncept strategické analýzy. Teoretická část rovněž zahrnuje rozbor zákona o sociálních službách, blíže rozvádí pojem příspěvek na péči, nastiňuje strategii a zásady v péči o seniory v ČR a ve světě, z pohledu současnosti i v historickém sledu.

Hlavním cílem praktické části je vypracovat marketingový plán a pomocí vhodně zvoleného marketingového mixu dosáhnout zviditelnění a rozšíření konkrétní terénní pečovatelské služby. Jako podklad pro zpracování marketingového plánu slouží výsledky z vypracované strategické analýzy a výsledky dotazníkového šetření, provedeného u uživatelů pečovatelských služeb.

Závěr diplomové práce nabízí zpracované akční plány, které mohou přispět k rozšíření služeb a k úspěchu organizace na trhu.

## II. TEORETICKÁ ČÁST

### 1 Teoretické vymezení základních pojmů

#### 1.1 Marketing

Matoušek uvádí: „Vznik marketingu se datuje do 20 let 20. století, vznikl v USA a teorie a praxe prošla do dnešních dnů rychlým vývojem. Marketing je podnikatelská metoda, která umožňuje podniku hledat odbytový trh pro své výkony, trh vytvářet a systematicky o něj pečovat“ (Matoušek, 2008: 345).

V novém pojetí se marketing snaží o uspokojení potřeb zákazníka, porozumění jeho potřebám a přinášení nové hodnoty za příznivou cenu.

Amstrong a Kotler definují marketing jako „společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků, či jiných hodnot“ (Amstrong, Kotler, 2004).

Obrázek č.1: Základy marketingové koncepce



Zdroj: Amstrong, Kotler, 2004

Marketing je způsob myšlení a jednání celé organizace a pouze koordinované úsilí všech složek organizace zajistí jeho nejvyšší účinnost (Rezidenční péče, 2008: 5).

### **1.1.1 Hodnota pro zákazníka**

Podle Slavíka každý produkt, tedy zboží nebo služba, jenž firma umístí na trh, má tři základní rozměry:

- vlastní přínos
- hmotný rozměr.
- psychologický rozměr neboli nástavbu či aureolu.

Je velmi důležité zjistit, jaký přínos nákupem konkrétního produktu zákazník získá (Slavík, 2014).

Keller a Kotler ve své publikaci uvádějí, že úspěšný marketing vyžaduje, aby společnosti měly takové schopnosti, jako je znalost hodnoty pro zákazníka, její vytváření, poskytování a udržování (Keller, Kotler 2007).

Podle Kotlera usiluje novodobý marketing o to, abychom viděli v každém zákazníkovi jedince a o všechny zákazníky dobře pečovali. Míra péče o zákazníky ovšem nemusí být stejná, mnohem výhodnější je dělit zákazníky podle jejich důležitosti. Více výhod by měli dostat lepší zákazníci z toho důvodu, abychom o ně nepřišli, a také z důvodu, abychom motivovali ostatní zákazníky k posunu do vyšší kategorie a k získání větší důležitosti a výhod (Kotler, 2003).

Kotler také říká, že pokud jsme schopni sestavit správnou kombinaci jakosti, služeb a ceny, odpovídající cílovému trhu, zajistíme tím hodnotu. Schopnost podniku poskytovat svým zákazníkům hodnotu je také provázána s jeho schopností uspokojovat vlastní zaměstnance a další zájmové skupiny (Kotler, 2003).

### **1.1.2 Segmentace trhu**

Podle Machkové, chceme-li dobře zacílit na zákazníka marketingovými nástroji, rozčleníme si trh na homogenní podmnožiny, tzv. trh „segmentujeme“. Výhodou segmentační strategie je skutečnost, že je shodná s Paretovým pravidlem, dle něž relativně malý počet zákazníků kupuje nepoměrně větší část produktů. Pravidlo se označuje obecně jako 20/80 a znamená, že na rozhodujícím obratu firmy se podílí obvykle malý počet

odběratelů. Pokud vyhledáme kupní potenciál cílového trhu přesným zacílením malého procenta správných potencionálních zákazníků, můžeme si tím zajistit velkou efektivnost. Efektivnost také zajistíme tím, že přesně určíme potřeby a přání těchto zákazníků. Segmentační strategie nám pomůže umístit lépe produkty na trhu a vytvořit potřebné marketingové mixy. Pokud budou co nejpřesněji marketingové mixy odpovídat potřebám a přáním zákazníků, dokážou vytvořit, případně posílit jejich loajalitu a také konkurenční pozici firmy (Machková, 1998).

Dle Kellera a Kotlera je nejefektivnější cílený marketing, protože se zaměřuje na ty spotřebitele, u nichž má největší šanci uspět.

Účinný cílený marketing neboli mikromarketing, vyžaduje:

- tržní segmentaci
- tržní targeting
- tržní positioning.

Tržní segmentace identifikuje a vyprofiluje odlišné skupiny zákazníků, kteří se liší ve svých potřebách a preferencích.

Tržní targeting, neboli zacílení, znamená volbu jednoho či více tržních segmentů, do nichž bude chtít organizace vstoupit.

Tržní positioning je způsob oslovení zvoleného segmentu určitým tipem tržní nabídky, tržní výhody nebo komunikace (Keller, Kotler, 2007).

Machková uvádí, že positioning umožňuje vymezit produkt vůči konkurenci a upravit nabídku s ohledem na očekávání spotřebitelů (Machková, 1998).

Opakem cíleného marketingu je nyní již ustupující masový neboli hromadný marketing, jehož se drželi ve 20. století velcí výrobci a jehož výsledkem byla hromadná výroba, hromadná distribuce a hromadná komunikace o stejném produktu pro všechny spotřebitele stejným způsobem. Hromadný marketing vytváří největší potencionální trh a vede k nejmenším nákladům, což se odráží v nejnižších cenách nebo nejvyšších maržích (Keller, Kotler, 2007).

### 1.1.3 Marketingový plán

Slavík ve své knize popisuje plán prodeje a marketingu jako dokument, který představuje cíle a úkoly organizace:

- z hlediska produktů, tedy výrobků a služeb
- z hlediska trhů, na nichž se organizace pohybuje
- podle způsobu, jakým jsou výrobky a služby dodávány zákazníkům.

V tomto dokumentu jde o to, určit co komu nabízíme a v čem jsme lepší než konkurence (Slavík, 2014).

Kotler uvádí, že marketingový plán obsahuje tyto kroky: „*situační analýzu, cíle strategie, taktické kroky, rozpočet a kontrolu*“ (Kotler, 2003:67).

Podle Kotlera vytvářejí procesy plánování, implementace a kontroly dokonalý cyklus vstupních údajů a zpětných vazeb. Pokud se nedaří stanovených cílů dosahovat, znamená to, že plán realizujeme chybně nebo již plán neodpovídá současné situaci a potřebuje korigovat (Kotler, 2003).

Keller a Kotler označují marketingový plán jako ústřední nástroj k řízení a koordinaci marketingových činností, který operuje na dvou úrovních: strategické a taktické. Strategický marketingový plán rozpracovává cílové trhy a hodnotovou nabídku, založenou na analýze tržních příležitostí. Taktický marketingový plán specifikuje marketingové taktiky, včetně vlastních výrobků, propagace, obchodování, tvorby cen, prodejních kanálů a služeb. Dnes týmy připravují marketingový plán na základě informací od všech pracovníků v důležitých funkcích a plány jsou realizovány na příslušných úrovních společnosti. Sledované výsledky jsou v případě nutnosti napraveny (Keller, Kotler, 2007).

### 1.1.4 Marketingová analýza

Dle Brejchové je cílem marketingové analýzy vytvořit profil klienta, zmapovat velikost i segmentaci trhu a nalézt důvody k tomu, aby při koupi klient preferoval naše produkty (Brejchová, 2013).

Kotler uvádí, že pro dosažení úspěchu je potřeba, aby organizace dokázala probrat a sladit údaje, využít cenné informace, aby měla kompatibilní informační systémy (Kotler, 2003).

Podle Světlíka se marketingový výzkum skládá ze čtyř základních kroků. Prvním krokem je definování problému a stanovení cílů výzkumu, následuje získávání informací, analýza údajů a v závěru je vypracována zpráva a jsou učiněna potřebná opatření (Světlík, 1996).

### **1.1.5 Vztah mezi marketingem a podnikovou strategií**

Slavík říká, že podniková strategie definuje dlouhodobý směr a cíl organizace k uspokojení potřeb zainteresovaných osob; optimálně využívá vlastních zdrojů – lidí, techniky, peněz a nehmotného majetku k dosažení konkurenční výhody. Ve vztahu k marketingu však podniková strategie představuje komplexnější pohled na organizaci. Přestože strategické řízení zahrnuje marketing, kromě zákaznických a konkurenčních vztahů se zabývá i vnitřním prostředím a vnitřními procesy podniku a zároveň jeho širším okolím, než je pouze trh. Marketing ovšem představuje důležitý zdroj informací pro podnikovou strategii a vnáší do podnikové strategie zpětnou vazbu o její úspěšnosti skrze informace z trhu (Slavík: 2014).

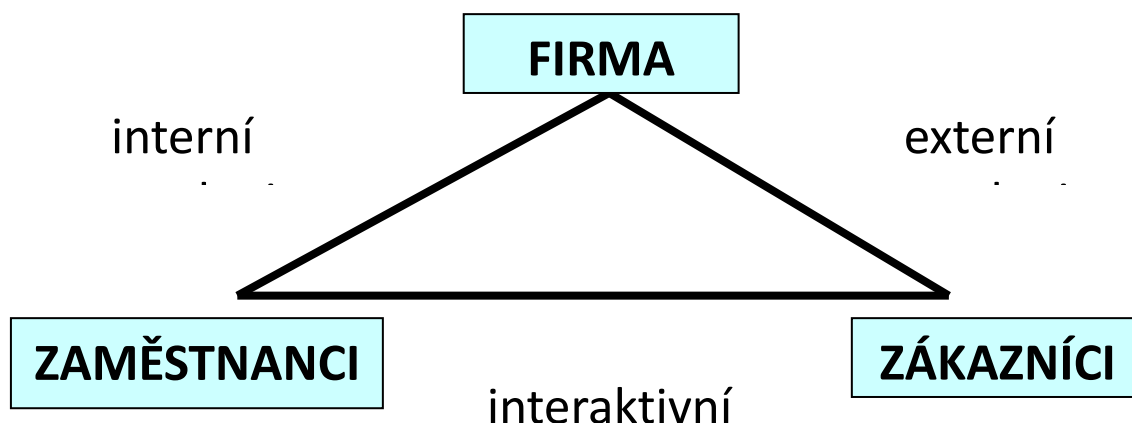
Dle Kotlera si organizace ke své prosperitě potřebuje stanovit záměry a cíle. Nejprve je potřeba ujasnit si hlavní cíl, ze kterého vyplývají specifické cíle pro vedení podniku a jednotlivá oddělení. Cíle je potřeba pečlivě promyslet a poté zvolit strategie, jak cíle dosáhnout. Specifické cíle uvádějí do pohybu plánovací procesy a vztahují se k nim odměny a motivační prvky (Kotler, 2003).

## **1.2 Marketing ve službách**

Amstrong a Kotler uvádějí, že charakteristickou vlastností služeb je jejich:

- nehmotná povaha
- nedělitelnost
- rozmanitost kvality
- pomíjivost (Amstrong, Kotler, 2004).

Obrázek č.2: Tři formy marketingu v oblasti služeb



Zdroj: Amstrong, Kotler, 2004

Mendlíková a Šedivý definují rozdíl služeb od výrobků, kterých se klient nebo zákazník může předem dotknout a vyzkoušet si je. Oproti výrobkům nelze služby skladovat, vyměnit, rozdělit ani je vložit do obalu. Není možné si je před nákupem prohlédnout, nemůžeme je ochutnat, slyšet ani cítit. Jestliže je jednou služba spotřebována, nelze ji vrátit. Ve většině případů službu poskytuje člověk a je tedy závislá na lidském výkonu. Z tohoto důvodu může být služba pokaždé jiná, podle toho, kdo ji poskytuje (Mendlíková, Šedivý, 2011).

Třemi hlavními úkoly, před kterými marketing služeb stojí, jsou: **odlišení služby od konkurence, zvýšení kvality služeb a zvýšení produktivity práce.**

### 1.2.1 Odlišení služby od konkurence

V oblasti služeb je stále těžší odlišit se v očích zákazníků od ostatních firem. Je proto potřeba posílit symboliku a značky firmy, nabídnout služby navíc, které konkurence neposkytuje, rozvíjet schopnosti a spolehlivost zaměstnanců.

Odlišit od konkurence se lze mnoha způsoby ; jedním z takovýchto způsobů může být například vztah organizace k vlastním zaměstnancům.

Hanzl uvádí, že zahraniční studie, které zkoumaly výborně řízené podniky, zjistily, že pokud mají manažeři stejně dobré vztahy k zaměstnancům i zákazníkům, odráží se jejich vztah k zaměstnancům ve vztahu ke klientům. Tito manažeři vytvářejí pro své

zaměstnance co nejlepší pracovní prostředí a pravidelně vyhodnocují spokojenost zaměstnanců se zaměstnáním (Hanzl, 2008).

### **1.2.2 Zvýšení kvality služeb**

Kvalita je dle Kotlera tou nejlepší pojistkou, jak si udržet věrnost zákazníků, je obranou proti konkurentům a je jedinou cestou, jak si zajistit trvalý růst a stálé zisky (Kotler, 2003).

Amstrong a Kotler uvádějí, že definovat kvalitu služeb je mnohem těžší, než je tomu u výrobků. Nejprve je potřeba zjistit, jaká jsou očekávání zákazníků, týkající se kvality a zároveň počítat s tím, že jednotlivé názory na kvalitu služby se mohou značně lišit.

Pravděpodobně nejlepším důkazem kvality služby je počet zákazníků, kteří se vracejí a žádají službu znovu. Udržet si své zákazníky dokáže firma, která je schopna uspokojovat jejich potřeby a plnit jejich přání.

Poskytovatelé služeb se snaží o vysokou a trvalou kvalitu pro zákazníka za každých okolností. Problémy však nelze vymýtiti stoprocentně, i u těch nejlepších firem se zákazník někdy setká s nedokonalostí a chybami. Přestože firma nemůže problémy vymýtiti zcela, může se naučit je řešit a úspěšným řešením si pomoci ke zvýšení dobré pověsti. Důležitým krokem je posílení pravomoci zaměstnanců, kteří nejvíce přicházejí do styku se zákazníky a zaměstnance motivovat k tomu, aby měli zájem zjistit, jaké mají zákazníci problémy. Zaměstnanci by také měli pomoci managementu navrhnout řešení, která zlepší celkovou kvalitu služeb (Amstrong, Kotler, 2004).

Kotler ve své publikaci radí, abychom věnovali pozornost stížnostem zákazníků, neboť, dle Kotlera, jsou klienti, kteří si stěžují, nejlepšími přáteli firmy. Upozorňují totiž na problém, který je možné řešit a zamezit tak odchodu jiných klientů od služeb firmy (Kotler, 2003).

### **1.2.3 Zvýšení produktivity práce při poskytování služeb**

Amstrong a Kotler jsou přesvědčeni, že produktivitu práce, ke které jsou poskytovatelé služeb tlačeni v důsledku výrazného růstu nákladů, lze zvýšit několika způsoby. V první řadě je možné dokonaleji vyškolení zaměstnance, aby dokázali podávat lepší výkony, dále je možné zvýšit kvantitu poskytovaných služeb na úkor kvality nebo poskytování služeb zjednodušit. K úsporám může vést také použití internetu a správně



navržené internetové stránky s dostatkem informací. Zákazníkům to pomůže specifikovat jejich požadavky, jsou informovanější, což následně šetří čas zaměstnancům firmy, při telefonickém objasňování otázek. Požadovaná efektivita by ovšem neměla bránit inovaci a schopnosti reagovat na problémy a přání zákazníků (Amstrong, Kotler, 2004).

### 1.3 Marketingový mix

Dle Kotlera je marketingový mix metoda, která stanovuje produktové strategie a produktové portfolio. Charakterizuje se souborem nástrojů, jejichž prostřednictvím můžeme ovlivňovat tržby. Tradiční nástroje marketingového mixu se označují jako 4P: výrobek (produkt), cena (price), místo (place) a propagace (promotion).

Firma vybírá marketingové nástroje, které odpovídají příslušné fázi *životního cyklu výroby*. Účinný marketing vyžaduje řízení marketingového mixu jako integrovaného celku, nikoli jeho rozdělení do rukou mnoha jednotlivců nebo oddělení (Kotler, 2003).

V současné době se hovoří o novém marketingovém mixu, který je rozšířen až na „9P“, kdy je nutné zaměřit pozornost na klienta (people), zisk (profitable), proces (proces), umístění (positioning) a proaktivitu (proactive). Nadále se vedou vědecké diskuze, které vyjmenovávají až „15P“. Bez ohledu na tyto počty „P“, je nutné nástroje marketingového mixu dobře zvládnout, neboť napomáhají v lepší orientaci a pohledu na celý marketing a jeho plánování (Hotelový marketing, 2014).

Marketingový mix se neustále mění, ovšem podstatné je to, že v centru dění se dnes nachází zákazník, který má na výběr, díky přístupu ke všem potřebným informacím. Úkolem marketingu se nyní stává **individuální zjištění potřeb** každého zákazníka (Moderní marketing, 2015).

Shultry, Tannenbaum a Lauterborn ve své práci o marketingových komunikacích (1992) navrhli namísto klasických 4P marketingového mixu zavést 4C marketinkový mix, kdy:

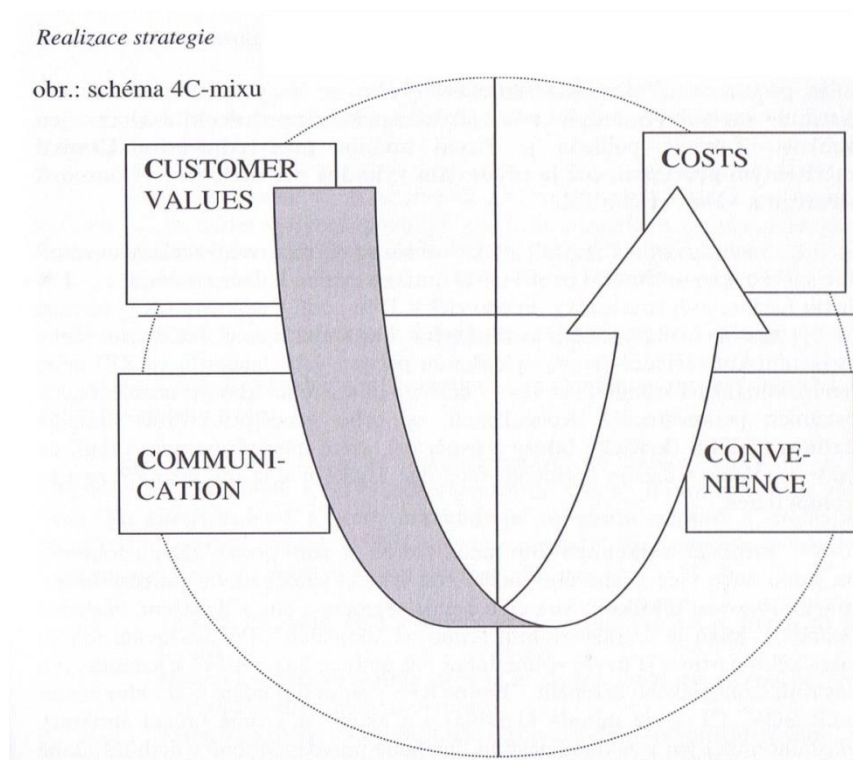
**Produkt** (product) se stává spotřebitelem (**consumer**).

**Cena** (price) se stává nákladem (**cost**).

**Místo** (place) se stává výhodou (**convenience**).

**Podpora, propagace** (promotion) se stává komunikací (**communication**) (Buinessvize, 2015).

Obrázek č.3: Schéma 4C-marketingového mixu



Zdroj: Exner, Raiter ,Stejskalová, 2005

### 1.3.1 Zákazník

Kotler uvádí, že dnes díky nadměrné výrobní kapacitě neexistuje nedostatek zboží, ale nedostatek zákazníků. Firmy jsou proto nuceny přejít od zaměření na výrobu produktů k zaměření na získání zákazníků. Pokud nechtějí o zákazníky přijít, musí se o ně starat. Budoucnost marketingu představuje *databázový marketing*, v němž má podnik o každém zákazníkovi dostatek údajů a ve správný čas mu dokáže nabídnout produkt, uzpůsobený jeho konkrétním potřebám (Kotler, 2003).

### 1.3.2 Cena

Synek ve své publikaci uvádí, že v praxi je cena určena jako peněžní částka, sjednaná při prodeji a nákupu zboží a že nejčastěji se s cenami setkáváme při nákupu v maloobchodních prodejnách, na trzích a při prodeji výrobků mezi podniky (Synek, 2011).

Slavík říká, že cenu produktu lze stanovit trojím způsobem:

- na základě nákladů ;
- na základě poptávky ;
- na základě konkurence (Slavík, 2014).

Kotler je toho názoru, že v době globalizace a hyperkonkurence je vytvářen velký tlak na snižování cen. Díky internetu mohou lidé snadněji porovnávat ceny a vybírat nejlevnější nabídky. Marketing tedy stojí před úkolem odolávat makrotrendům a na výzvy odpovídat lepší segmentací, vytvářením silnějších značek a skvělých systémů řízení vztahů se zákazníky (Kotler, 2003).

### **1.3.3 Místo**

Kotler uvádí, že místo znamenalo původně trh, kde se fyzicky scházeli prodávající a kupující, avšak dnešní ekonomové popisují trh jako soubor kupujících a prodávajících, kteří osobně obchodují prostřednictvím telefonu, poštou nebo jakkoli jinak, s určitým výrobkem. Marketingoví pracovníci vnímají prodávající jako „odvětví“ a „trhem“ jsou označování nakupující. Trhy představují lidi, kteří dobrovolně uzavírají dohody, jejichž výsledkem je spokojenost na obou stranách. Marketing je v tomto případě demokratizačním prvkem, jehož podstatou je zajistit výměnu – dát něco, pro získání něčeho jiného, což se považuje za nejmorálnější a nejúčinnější způsob (Kotler, 2003).

### **1.3.4 Propagace**

Podle Slavíka je propagace taková míra komunikace, která představuje firemní sdělení určené k posílení povědomí o výrobcích a službách, k vyvolání zájmu, upoutání pozornosti a motivaci ke koupi. Cílem propagace je informovat, přesvědčit a připomenout a podle toho se dělí na tři základní typy:

- Informativní propagace – jejím cílem je vytvořit poptávku po produktu;
- Přesvědčovací propagace – uvádí výhody konkrétního produktu v porovnání s produkty konkurence a snaží se zákazníka přimět k okamžitému nákupu;
- Připomínací propagace – připomíná existenci již zavedeného a známého produktu.

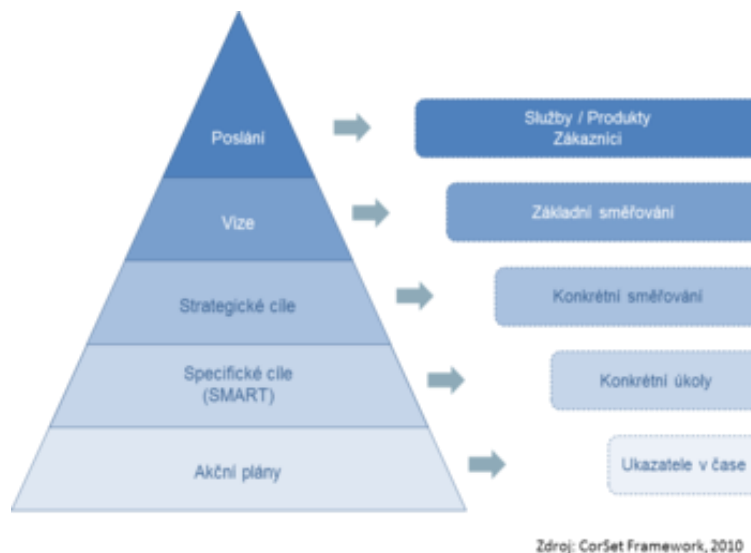
Při vytváření propagace je důležité položit si základní otázky: Jaké jsou cíle propagace, jaké by měla obsahovat sdělení, kolik peněz je na propagaci vyčleněno, jaká by

měla být použita média k propagaci a otázka, podle jakých kritérií se budou hodnotit výsledky propagace (Slavík, 2014).

## 1.4 Strategické řízení

Strategické řízení je oblastí řízení zaměřenou na dlouhodobé plánování a směřování organizace, udává její cíl. Strategické řízení v organizaci zajišťuje, že se věci nedějí náhodně ale podle předem naplánovaných, dlouhodobých záměrů a je klíčovou a nejvyšší manažerskou aktivitou. Jediný a nejvyšší smysl strategického řízení je, aby všichni pracovníci věděli, jaké jsou společné cíle a usměrnili své chování a jednání k jejich dosažení. Výstupem strategického řízení je dobře fungující a prosperující organizace.

Obrázek č. 4: Hierarchie strategických cílů



Zdroj: Managentmania, 2015

Celý proces strategického řízení probíhá ve 4 základních, neustále se opakujících fázích (tzv. Strategický cyklus):

- **Formulace strategie** - mise organizace, její vize a strategických cíle
- **Plánování** strategie- vytvoření strategického plánu a harmonogramu realizace
- **Realizace** strategie- alokace zdrojů, organizování, realizace projektů, aktivit a opatření k naplnění strategických cílů
- **Kontrola** strategie, monitoring stavu a vyhodnocování strategie – posuzování a diagnostikování výsledků, provedení nápravných opatření a případná aktualizace.

### **1.4.1 Poslání**

Mendlíková a Šedivý uvádějí, že jasné poslání (mission) předurčuje právní formu organizace. Zaměstnanci musí být s posláním organizace ztotožnění a veřejnost musí poslání chápat a rozumět mu. Funkční poslání, které dobře plní svou roli, vymezuje jedinečnost organizace, vyjadřuje, co organizace dělá a pro koho, je stručné, srozumitelné, jednoduché a motivační. Organizace silným a výstižným posláním reaguje na společenskou potřebu a naplňuje ji. Poslání informuje veřejnost a podporovatele organizace o jejím přínosu, motivuje zaměstnance, dobrovolníky, určuje tvář a image organizace, umožňuje fundraising. Z poslání vycházejí hodnoty, které organizace vyznává (Mendlíková, Šedivý, 2011).

Boukal doporučuje, že spíše než definovat poslání názvem produktu, služby nebo z hlediska použité technologie, je lepší, aby poslání bylo vymezeno jako uspokojení potřeb zákazníka, neboť produkty, služby i technologie se mohou rychle měnit, zatímco potřeby většinou zůstávají (Boukal a kol., 2013).

### **1.4.2 Vize**

Vize vyjadřuje představu o budoucnosti a dlouhodobý charakter rozvoje organizace, říká ve své publikaci Kotler a dále uvádí, že firmy a podniky jsou zakládány proto, aby naplnily určité poslání a vizi. Vize má být formulována jasným způsobem a neustále připomínána zaměstnancům, partnerům, zákazníkům, aby bylo zřejmé, k čemu se organizace hlásí (Kotler, 2003).

Mendlíková a Šediví zastávají názor, že vize rozvíjí poslání organizace a definuje záměr organizace navenek i dovnitř. Vize přímo podporuje princip dlouhodobé udržitelnosti, tzn. dbá na to, aby nezisková organizace budovala svoji kapacitu i stabilitu (Mendlíková, Šedivý, 2011).

### **1.4.3 Strategické cíle**

Strategické cíle jsou nejvyšší cíle organizace, definované zpravidla top managementem, který je zároveň odpovědný za jejich dosažení. Dobře nastavené cíle nejsou zaměřené pouze na určitou oblast firmy, ale jsou vyvážené pro celou organizaci. Strategické cíle navazují na poslání organizace, jsou klíčové pro upřesnění vize a pomáhají

manažerům řídit a motivovat pracovníky na úrovni celé organizace. Strategické cíle jsou dále rozpracovány na **cíle specifické**.

Při tvorbě specifických cílů, jež upřesňují strategické cíle a jsou přiřaditelné konkrétním odpovědným osobám, se doporučuje postupovat dle principů **SMART**. Tento princip zaručuje, že cíle jsou konkrétní, měřitelné, dosažitelné, realistické a časově splnitelné.

Specifické cíle tak pomáhají dostat strategii organizace na úroveň jednotlivých pracovníků.

#### **1.4.4 Akční plány**

Akční plány jsou aktivity, jejichž prostřednictvím mají být naplněny cíle strategie. Akční plán může být součástí strategie nebo se může jednat o samostatný dokument.

#### **1.4.5 Strategická analýza**

Keřkovský, Valsa ve své publikaci uvádějí: „*Základem formulace každé strategie by měla být strategická analýza, při níž jsou identifikovány všechny podstatné faktory a okolnosti determinující návrh strategie*“ (Keřkovský, Valsa, 2012: 58).

Strategická situační analýza je velmi důležitou součástí tvorby strategie, jelikož umožňuje managementu zmapovat a vyhodnotit současnou situaci a předpoklady úspěchu firmy; určuje, na co by se měl management soustředit a kam by mělo jeho snažení v budoucnu směřovat.

Analýza začíná definicí či redefinicí poslání, pokračuje **externí analýzou** makrookolí a mikrookolí a následuje **interní analýza**. Na závěr strategické analýzy je obvykle řazena **SWOT analýza**, jako celkové shrnutí nejdůležitějších výstupů. Výsledkem této analýzy je stanovení silných a slabých stránek organizace a rovněž identifikace příležitostí a hrozeb (Strateg, 2015a) .

**Externí analýza** spočívá v hledání možných hrozeb a potencionálních příležitostí a měla by být zaměřena na dvě výše zmíněné části prostředí - na makrookolí a mikrookolí podniku.

PESTEL *analýza makrookolí* zahrnuje:

- Politické prostředí;
- Ekonomické prostředí;
- Sociální prostředí;
- Technologickou vyspělost daného hospodářství a kultury;
- Ekologickou vyspělost daného hospodářství, tj. životní prostředí a jeho ochranu;
- Legislativu – právní prostředí.

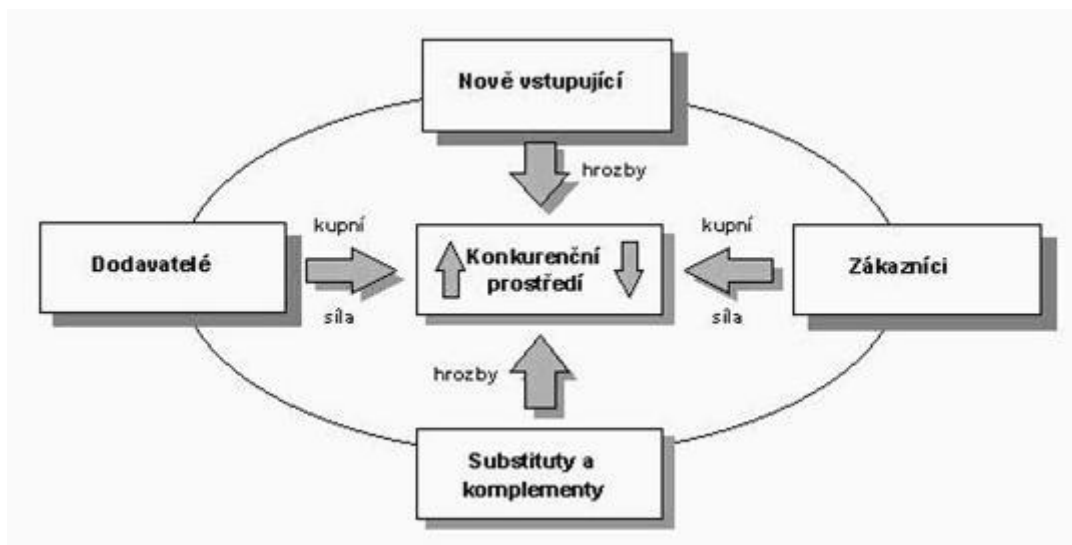
Slavík uvádí, že pro osoby a organizace, které vytvářejí okolní prostředí firmy, se používá označení „*zainteresované subjekty*“ neboli „*stakeholders*“. Řízení zainteresovaných subjektů představuje způsob, jak identifikovat a sladit zájmy zainteresovaných osob a skupin ve prospěch podnikání (Slavík, 2014).

*Analýza mikrookolí* se rozděluje na analýzu odvětví a analýzu konkurence. Aby management získal přehled o konkurenčním prostředí, doporučuje se využít model pěti sil Michaela E. Portera.

Vodáček, Vodáčková definují ve své publika model konkurenčních sil, který uvažuje o konkurenci:

- v rámci odvětví, tj. mezi výrobci stejných nebo funkčně podobných výrobků a služeb,
- ze strany dodavatelů,
- ze strany kupujících,
- nových subjektů, kteří hrozí vstupem na trh,
- nových podniků, kteří dokáží nahradit dosavadní prodávané výrobky a služby svých protivníků na trhu novými substituty (Vodáček, Vodáčková, 2009).

Obrázek č. 5: Porterův model pěti sil



Zdroj: Kovář, 2008

Model má pomoci managementu uvědomit si, jaké všechny konkurenční síly v odvětví působí a jaký je jejich vliv na odvětví a podnik. Při tvorbě strategie s uvedenými faktory musí management počítat a může se pokusit je i ovlivnit ve svůj prospěch.

Konkurenčním firmám by se měl management podniku věnovat podrobněji. V první řadě je třeba vymezit konkurenty a definovat jejich charakteristiky. Následně je vhodné konkurenty rozdělit do skupin podle podobnosti jejich strategie či záměru.

**Interní analýza** je zaměřena na zhodnocení zdrojů, které jsou klíčové pro konkurenceschopnou dodávku veřejných služeb, a o jejichž rozvoj je potřebné průběžně pečovat.

Dle Slavíka jsou základními zdroji při poskytování služeb především:

- **Lidské zdroje**, jež jsou ve službách základními strategickými zdroji. Kvalifikovaní, ochotní a spolupracující zaměstnanci vytvářejí zároveň pověst dané organizace, jakožto důležitý **nehmotný zdroj** a dávají psychologický rozměr poskytované službě. Především lidé mohou vytvořit těžko napodobitelnou konkurenční výhodu podniku. Analýza musí například popsat strukturu lidských zdrojů, kvalifikaci a motivaci zaměstnanců. Důležité je se soustředit i na jejich potřeby, význam potřeb pro spolupracovníky a míru jejich uspokojení ze strany



organizace. Výsledky rozboru může management využít pro motivaci pracovníků a tím eliminovat riziko vyplývající z odchodu klíčových zaměstnanců firmy.

- **Unikátní technologie**, které mohou být přínosem pro konkurenční výhodu dodavatele.
- **Finanční zdroje** spíše podmiňují existenci ostatních strategických zdrojů, málokdy však bývají ve veřejných službách sami o sobě strategickými. Dostatek finančních zdrojů může ovlivnit například možnost nákupu strategických technologií, nebo pomoci finančně ohodnotit klíčové pracovníky organizace (Slavík, 2014).

Všechny zdroje zařazené v uvedených skupinách je nutné analyzovat především s ohledem na jejich jedinečnost a obtížnou dosažitelnost pro konkurenty.

V jistém smyslu je interní analýza důležitější než analýza externího prostředí, avšak management musí řádně zpracovat obě analýzy, aby na jejich základě dokázal skloubit příležitosti, které okolí nabízí, s vlastními zdroji a schopnostmi organizace.

### **SWOT analýza**

Množství údajů získaných prostřednictvím externí a interní analýzy je vhodné ve zjednodušené a přehledné formě shrnout tak, aby měl management všechny podstatné informace k dispozici.

Nejjednodušším, i když velmi významným, nástrojem je SWOT analýza, která slouží pro posouzení vzájemných vztahů mezi silnými stránkami, slabými stránkami, ohroženími a příležitostmi.

Obrázek č. 6: Diagram SWOT analýzy



Zdroj: Buchta, Sedláčková, 2006

Agresivní růstově orientovanou strategii někdy označovanou jako „max-max“ či „SO“ (Strengths a Opportunities) může podnik realizovat, pokud jeho silné stránky odpovídají příležitostem, jež nabízí okolí.

Diverzifikační strategii („min-max“ či „ST“) podnik použije, pokud jeho silné stránky ohrožuje nepřítel okolí. Východiskem je minimalizace ohrožení a maximalizace silných stránek.

Turnaround strategie („max-min“ či „OW“) je vhodná tehdy, pokud okolí poskytuje dostatek příležitostí, avšak podnik má množství slabých stránek. Podnik musí slabé stránky minimalizovat, aby mohl příležitosti využít.

Obranná strategie („min-min“ či „WT“) se doporučuje tehdy, pokud u podniku převažují slabé stránky a navíc okolní prostředí podnik ohrožuje. Podnik musí minimalizovat hrozby i své slabé stránky. V krajním případě musí své pozice opustit.

SWOT analýzu je vhodné zpracovat i pro každého z konkurentů firmy, protože na základě SWOT analýz může management podniku lépe odhadovat reakce konkurence (Strateg, 2015b).

## 2 Sociální služby

### 2.1 Zákon o sociálních službách

Sociální služby v ČR jsou upraveny **zákonem č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, ve znění pozdějších předpisů**. Hlavními tematickými okruhy zákona jsou sociální služby a podmínky, podle kterých je možné služby poskytovat. Zákon také řeší v této době nový typ dávky – příspěvek na péči. Příspěvek na péči je určen osobám, které vzhledem ke svému zdravotnímu stavu potřebují ke zvládnutí běžných životních úkonů pomoc od jiné osoby. Je na uvážení každého příjemce příspěvku, jak příspěvek využije ve smyslu „nákupu“ služeb a zda se rozhodne pro využití péče od neformální sítě - rodiny, přátel, sousedů nebo využije služeb formální instituce.

Senioři, kteří chtějí zůstat v domácím prostředí, mohou využít například pečovatelskou službu, osobní asistenci, odlehčovací službu, pobyt v denním stacionáři. Za tyto služby platí úhradu, jejíž maximální výši stanovuje vyhláška č. 505/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Bezplatně je poskytováno sociální poradenství.

### 2.1.1 Druhy a formy sociálních služeb

Sociální služby zahrnují tyto druhy a formy sociálních služeb:

1. **Sociální poradenství – základní** (potřebné informace přispívající k řešení nastalé nepříznivé sociální situace) a **odborné** (je zaměřeno na potřeby jednotlivých skupin – poradny, terapeutická činnost, zapůjčení kompenzačních pomůcek, apod.)
2. **Služby sociální péče** - napomáhají osobám zajistit jejich fyzickou a psychickou soběstačnost s cílem umožnit jim, aby se mohli v nejvyšší možné míře zapojit do běžného života – patří sem např.:
  - Osobní asistence
  - Pečovatelská služba
  - Tísňová péče
  - Odlehčovací služby
  - Stacionáře
  - Domovy pro seniory
  - Chráněné bydlení
3. **Služby sociální prevence** – napomáhají zabránit sociálnímu vyloučení osob, které jsou tímto ohroženy pro krizovou sociální situaci a tím chránit společnost před vznikem a šířením nežádoucích společenských jevů. Těmito službami jsou např.:
  - Raná péče
  - Telefonická krizová pomoc
  - Tlumočnické služby
  - Azylové domy
  - Krizová pomoc
  - Terénní programy
  - Nízkoprahová denní centra
  - Noclehárny
  - Služby následné péče
  - Sociálně aktivizační služby pro rodiny s dětmi
  - Sociálně terapeutické dílny
  - Terapeutické komunity
  - Sociální rehabilitace

### **2.1.2 Pečovatelská služba**

Pečovatelská služba je poskytovaná formou terénní nebo ambulantní těm osobám, které mají sníženou soběstačnost zejména z důvodu věku, chronického onemocnění nebo zdravotního postižení. Je rovněž poskytována rodinám s dětmi, jejichž situace vyžaduje pomoc jiné fyzické osoby. Zde se může jednat o případy, když se v rodině např. narodí trojčata. Pečovatelská služba poskytuje ve vymezeném čase v domácnosti osob a v zařízeních sociálních služeb, tyto základní činnosti:

Úkony péče o vlastní osobu, pomoc při osobní hygieně, poskytnutí nebo zajištění stravy, pomoc při zajištění chodu domácnosti a zprostředkování kontaktu se společenským prostředím.

Za poskytování pečovatelských činností je stanovena úhrada, jejíž maximální výši upravuje vyhláška. Taxativně je vymezena úhrada za praní a žehlení prádla, dovoz a donášku jídla a za velký týdenní nákup nebo nákup ošacení a vybavení domácnosti. Hodinová sazba je stanovena podle skutečně spotřebovaného času za úkony, kterými je zprostředkování kontaktu se společenským prostředím, např. doprovázení k lékaři, na orgány veřejné moci a instituce poskytující veřejné služby, dále za běžný úklid a údržbu domácnosti, běžné nákupy a pochůzky, donášku vody, topení v kamnech a pomoc při běžném úklidu a údržbě domácnosti. V současné době, dle vyhlášky č. 505/2006 ve znění pozdějších předpisů, činí maximální hodinová sazba za vyjmenované činnosti 130 korun.

### **2.1.3 Příspěvek na péči**

Příspěvek na péči je upraven v zákoně o Sociálních službách č. 108/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

Příspěvek na péči náleží tomu, kdo je v důsledku dlouhodobě nepříznivého zdravotního stavu závislý na péči a pomoci jiné osoby a to v oblasti běžných denních činností a vlastní soběstačnost. Z poskytnutého příspěvku osoby hradí pomoc, kterou jim může dle jejich rozhodnutí poskytovat osoba blízká, asistent sociální péče, registrovaný poskytovatel sociálních služeb, dětský domov nebo speciální lůžkové zdravotnické zařízení hospicového typu.

Náklady na příspěvek se hradí ze státního rozpočtu. O příspěvek se musí požádat. Žádost se podává na kontaktním pracovišti krajské pobočky Úřadu práce. Příslušnost se určuje dle místa trvalého pobytu žadatele o příspěvek.

Řízení o přiznání příspěvku na péči se zahajuje na základě písemné žádosti podané na tiskopisu předepsaném ministerstvem. Krajská pobočka Úřadu práce (sociální pracovník) provádí pro účely rozhodování o příspěvku nejprve sociální šetření, při kterém se zjišťuje schopnost samostatného života osoby v jejím přirozeném sociálním prostředí. Následně krajská pobočka Úřadu práce zašle příslušné okresní správě sociálního zabezpečení žádost o posouzení stupně závislosti osoby. Při posuzování stupně závislosti osoby vychází okresní správa sociálního zabezpečení ze zdravotního stavu osoby doloženého nálezem vydaným poskytovatelem zdravotních služeb, z výsledku sociálního šetření a zjištění potřeb osoby, popřípadě z výsledků funkčních vyšetření a z výsledku vlastního vyšetření posuzujícího lékaře.

Na základě tohoto posudku pak krajská pobočka Úřadu práce vydá rozhodnutí o tom, zda se příspěvek na péči přiznává či nikoliv. Proti tomuto rozhodnutí se lze odvolat. Odvolání se podává k úřadu, který napadené rozhodnutí vydal, o odvolání pak rozhoduje MPSV.

Žádost o příspěvek na péči tedy vyřizuje Úřad práce a žadatel o příspěvek se musí podrobit sociálnímu šetření a vyšetření zdravotního stavu pro stanovení stupně závislosti.

Při posuzování stupně závislosti osoby se hodnotí schopnost zvládat tyto základní životní potřeby: mobilita, orientace, komunikace, stravování, oblékání a obouvání, tělesná hygiena, výkon fyziologické potřeby, péče o zdraví, osobní aktivity a péče o domácnost (péče o domácnost se neposuzuje u osob do 18 let).

Závislost je stanovena ve 4 stupních. Pro osoby do 18 let činí měsíční výše příspěvku:

- 3000 Kč, jde-li o stupeň I (lekká závislost)
- 6000 Kč, jde-li o stupeň II (středně těžká závislost)
- 9000 jde-li o stupeň III (těžká závislost)
- 12000 Kč, jde-li o stupeň IV (úplná závislost)

U osob nad 18 let činí výše měsíčního příspěvku:

- 800 Kč, jde-li o stupeň I (lehká závislost)
- 4000 Kč, jde-li o stupeň II (středně těžká závislost)
- 8000 Kč jde-li o stupeň III (těžká závislost)
- 12000 Kč, jde-li o stupeň IV (úplná závislost)

(Zákon o sociálních službách č. 108/2006 Sb.)

Příspěvek na péči se zřejmě upraví. Ministerstvo práce a sociálních věcí hodlá provést v letošním roce změny v příspěvku na péči. Ministryně práce a sociálních věcí Michaela Marksová (ČSSD) potvrdila záměr úpravy příspěvku na péči tak, aby byla zdravotně hendikepovaným lidem poskytnuta nejkvalitnější možná péče a aby nebyly opomenuty okruhy lidí, které na příspěvek mají nárok. O zvýšení příspěvků na péči usiluje rovněž Národní rada osob se zdravotním postižením. Opatření by podle autorů studie zvýšilo tlak na vznik terénních sociálních služeb a vytvořila by se nová pracovní místa (Novinky, 2015a).

## 2.2 Strategie OSN a navazující strategie v ČR a ve světě v péči o seniory

Hlavními myšlenkami zásad pro seniory, které byly přijaty Valným shromážděním OSN v roce 1991, jsou **nezávislost, zařazení do společnosti, péče, seberealizace a důstojnost**.

Senioři by měli přes svůj věk a případné zdravotní omezení mít možnost **nezávislosti**, to znamená mít přístup k odpovídající stravě, vodě, obydlí, oděvu a zdravotní péči; mít zajištěn příjem, podporu rodiny a společnosti; žít v prostředí, které je bezpečné a přizpůsobitelné osobním preferencím a měnícím se schopnostem; žít ve svém domově, jak nejdéle je to možné. Kvalitou života v seniorském věku se ve své publikaci z roku 2010 zabývá Helena Haškovcová, která poukazuje nejen na způsoby vhodných forem bydlení pro seniory, ale zabývá se celkovou péčí o jejich zdraví, bydlení a rovněž kulturního vyžití. Dle Haškovcové jsou přínosem konference s tematikou zabývající se vhodným vybavením bytů pro seniory a to nejen nábytkem, ale návrhem celkového uspořádání a přizpůsobením bytového prostoru k předcházení rizik, zranění, a pádů. Byty pro seniory je vhodné projektovat v nižších patrech pro snadnou obsluhu ze strany pracovníků pečovatelské služby a také je užitečné byty zabezpečit dohledovými a signalizačními systémy.

Haškovcová také upozorňuje na příležitost výrobců v oblasti doplňků stravy pro seniory, v oblasti prodeje vyhovující, pohodlné obuvi a oblečení z osvědčených materiálů; zmiňuje kulturní vyžití, kam náleží příležitost knihoven k rozvinutí své specializace na zapůjčení nahraných textů knih pro seniory se slabým zrakem apod. (Haškovcová, 2010).

**Zařazení do společnosti** má seniorům umožnit aktivní účast na politice, obohacení mladé generace svými znalostmi a zkušenostmi. Rozvíjet možnost stát se dobrovolníky na místech odpovídajících jejich zájmům a schopnostem a vytvářet hnutí nebo asociace starých lidí.

Senioři by měli mít užitek z rodinné **péče** a ochrany společnosti v souladu se systémem kulturních hodnot každé společnosti. Mít přístup k sociálním a právnickým službám, které jim zajistí ochranu; mít možnost čerpat zdravotní péči k udržení nebo nabytí optimální úrovně tělesného duševního a emočního zdraví a zabránit tím k propuknutí nemoci. Bez ohledu, v jakém senioři žijí obydlí, zařízení sociálních služeb nebo léčebném zařízení, požívají lidská práva a základní svobody, což zahrnuje respektování důstojnosti, víry, potřeb a soukromí, činí rozhodnutí o péči o sobě a o kvalitě svého života.

**Seberealizace** dává seniorům možnost využívat příležitosti k plnému rozvoji svých schopností a přístup ke vzdělávacím, kulturním duchovním a rekreačním zdrojům společnosti.

Samozřejmostí má být život seniorů v bezpečí a **důstojnosti** nemělo by být využíváno jejich tělesné nebo duševní závislosti, mělo by být s nimi dobře zacházeno bez ohledu na jejich věk, pohlaví, rasovou nebo etnickou příslušnost, postižení a další stav a měli by být hodnoceni nezávisle na jejich ekonomickém přínosu (MPSV, 2014).

### 2.3 Domácí péče o seniory

Domácí péče je podle WHO jakákoli forma péče poskytovaná lidem v jejich domovech. Komplexní domácí péče se dělí na zdravotní péči, sociální péči a laickou pomoc. Mezi výhody domácí péče patří její ekonomičnost, víceoborovost, individuální péče, komplexnost, dlouhodobá péče a podpora zdraví. V ČR je zakotvena v Koncepti domácí péče. Její rozvoj je ovlivňován stávajícími trendy společnosti a jasně definován legislativou ČR. Co se týče forem domácí péče, rozlišujeme akutní domácí péči (domácí hospitalizaci), dlouhodobou domácí péči, preventivní domácí péči, domácí hospicovou péči a domácí péči ad hoc. Struktura domácí péče obnáší síť zařízení, personální zajištění

domácí péče, technické a prostorové vybavení pracoviště a kontrolu kvality poskytované péče. Domácí péče může být financována z fondu veřejného zdravotního pojištění, přímou platbou pacienta nebo ze sponzorských darů, nadací či grantů. Z veřejného pojištění je hrazená domácí péče v rozsahu 3 hodin denně (po revizi lékařem při vyšší potřebě až 5 hodin denně). Sociální péče je v domácí péči zastoupena pečovatelskou službou (Domácí péče, 2014).

### **2.3.1 Historie domácí péče v ČR a v Evropě**

Vzhledem k tomu, že domácí péče v Evropě nemá jednotný vývoj, je napříč Evropskou unií rozdílná jak metodika, tak opatření týkající se domácí zdravotní péče. Vývoj domácí zdravotní péče a sociální péče byl především úzce spjatý s naléhavou potřebou vytvoření komplexního systému zdravotní a sociální péče o obyvatele. V jednotlivých zemích se sociální zabezpečení a lékařská péče ubíraly různými směry, díky kterým, využívají státy Evropy různé formy financování, ale i různé formy poskytování samotné zdravotní péče.

Výsledkem je rozmanitost různých pojetí a strategií, jak domácí zdravotní péči financovat, organizovat anebo samotné zajištění služeb domácí zdravotní péče v praxi. Je velký rozdíl v míře odpovědnosti, která je buď na úrovni komunální, regionální anebo národní. Rozdílná je i podpora primární péče jednotlivými organizacemi.

Z historického pohledu - domácí zdravotní péče v Evropě byla spojována z velké části s primární péčí (tzn. v rámci rodiny pacienta), anebo za přispění dobrovolnické či církevní instituce. Nicméně platí stále, že rodina a síť nejbližších příbuzných zůstává dlouhodobě základním pilířem v péči o seniory nebo invalidní klienty, bez ohledu na sociální systém v dané oblasti.

V průběhu dvacátého století se velkokapacitní instituce a nemocnice staly převládající, dominantní formou zajištění zdravotní pomoci širokému spektru, včetně seniorů, dětí, invalidů a lidem s mentálním postižením. V průběhu padesátých let však narůstala kritika těchto zařízení jak ze strany profesionálů, tak ze strany samotných klientů napříč západní Evropou a severskými státy. Už od šedesátých let vznikaly první pokusy o snížení dlouhodobého umístění seniorů a dětí v rámci nemocničního zařízení. Postupně se dařilo zdokonalovat poskytování domácí zdravotní péče. Byly přijímány zásady známé jako deinstitutionalizace, komunitní péče, průběžná péče a péče integrovaná. Domácí péče



byla chápána jako alternativní anebo náhradní zaopatření zdravotní péče vůči hospitalizaci jako takové. Prvotním cílem bylo uznání klíčové role rodiny a nezbytné zapojení primární péče právě na úrovni rodin. Například ve Skandinávských zemích a Anglii nebylo přímého nařízení k posunu od nemocničních zařízení k rodinné péči, ale spíše posun ve smyslu od institucí k formám komunitních služeb.

Teprve poté došlo k vyzdvižení rodinné péče o klienta. Celý proces se v Evropě odehrával v různých časových obdobích. V bývalých post-komunistických státech byl jev institucionalizace - obecně platnou formou poskytování péče až do počátku roku 1990.

Domácí zdravotní péče a nemocniční zařízení patří mezi tradiční formy zdravotní péče. Naproti tomu domy s pečovatelskou službou a tzv. „HomeHelp“ jsou poměrně nové trendy, které jsou považovány za zcela komplexní formy zprostředkování péče pro seniory, které reflektují vývoj v celé společnosti a tudíž i ve zdravotnictví.

V podstatě všechny Evropské státy se shodují na důležitosti poskytování celého spektra péče určené pro ohrožené skupiny, ačkoliv přesný význam těchto termínů, přijatá opatření a strategický přístup k tematickým problémům se liší stát od státu a to vzhledem k možnostem a historickému kontextu dané lokality. Proto například v jižní části Evropy se formální domácí péče ještě zcela nerozvinula. Na druhou stranu u některých severovýchodních států je nedostatečně vyvinutý dobrovolnický sektor. Takové rozdíly jsou vysvětlovány z části rozdílnou historií, různou základní úrovní zabezpečení, tradiční rolí státu a občanské společnosti a rozvíjejících se předpokladů, vymezujících úroveň zodpovědnosti pro domácí zdravotní péči (Adp-cr, 2014).

### **2.3.2 Současné evropské trendy domácí péče**

Na podzim roku 2014 proběhlo ve Švédském Stockholmu setkání odborníků a zástupců ministerstev odpovídajících za sociální oblast v zemích EU. Cílem setkání bylo formou odborných diskuzí a prezentací hledat v souvislosti s očekávanými demografickými změnami a snižováním veřejných příjmů, optimální postupy v dlouhodobé domácí péči o seniory, jak na formální, tak neformální úrovni.

Struktura, financování, kapacita, dostupnost a poměr formální a neformální podoby dlouhodobé domácí péče jsou klíčovými otázkami, které kvůli stárnutí populace zaměstnávají vlády i odborníky v zemích Evropské unie i v dalších vyspělých zemích světa. Z názorů, které zaznávají, je ve většině zemí, kde je striktně oddělována sociální a

zdravotní část formální domácí péče, je tento stav označován za neefektivní, bránící rozvoji těchto služeb a neumožňující odpovědně reagovat na potřeby uživatelů.

Z mezinárodního porovnání sociální a zdravotní péče, tj. péče dlouhodobé s akcentem na péči domácí (formální i neformální) byly učiněny následující závěry:

Všechny země řeší problém udržitelnosti svých systémů, a to nejen z pohledu zdrojů finančních, ale i lidských. Zvyšování nákladů těchto systémů vyplývá z vyššího počtu osob vyžadujících péči (a to jak s ohledem na trend stárnutí populace, resp. negativní přírůstky obyvatelstva, ale i s ohledem na zvyšující se počet lidí trpících Alzheimerovou chorobou či jinými typy demence).

Uspokojivá racionální řešení na budoucí očekávané problémy a možné krize hledají Evropské země – konkrétně Švédsko, Belgie, Německo a Nizozemí v těchto závěrech:

- Klást větší důraz na neformální péči, přesun větší odpovědnosti na rodinu a příjemce péče, podpora dobrovolnictví a sousedských výpomocí.
- Širší využití a podpora nových technologií, které by ve formální péči vedly ke zvýšení produktivity a v neformální péči ke zvýšení pocitu bezpečí a umožnění delšího setrvání v domácím prostředí.
- Přesuny kompetencí a odpovědností na samosprávné celky, které mimo jiné znamenají rezignaci státu na dlouhodobou udržitelnost systémů péče a přesun těchto problémů na regionální úroveň.
- Zvažování přesunů odpovědností a kompetencí lékařského, ošetrovatelského a sociálního personálu. Převod vybraných lékařských kompetencí na všeobecné sestry a následně dále na ošetrovatelky a pečovatele, pečovatelky. Jde o trend, který jasně reaguje nejen na zvyšující se celkové i jednotkové náklady, ale i nedostatek lidských zdrojů v těchto oblastech.

Dalším závěrem je, že s ohledem na dlouhodobou udržitelnost systému sociálně-zdravotní péče bude nutné zachovat i do budoucna všechny její formy tj. jak pobytové, tak i ambulantní a terénní či respitní formy péče a primární odpovědnost zůstane ve veřejné správě, která se stále více bude snažit zdůraznit odpovědnost rodinnou a tuto upřednostňovat (Horecký, 2014).

## **2.4 Péče o seniory v komunitním prostředí**

Pojem „komunita“ označuje společenství osob, které mají vzájemné vztahy mezi sebou a k prostředí ve kterém žijí. Lze ji definovat geograficky v přirozeném sídelním

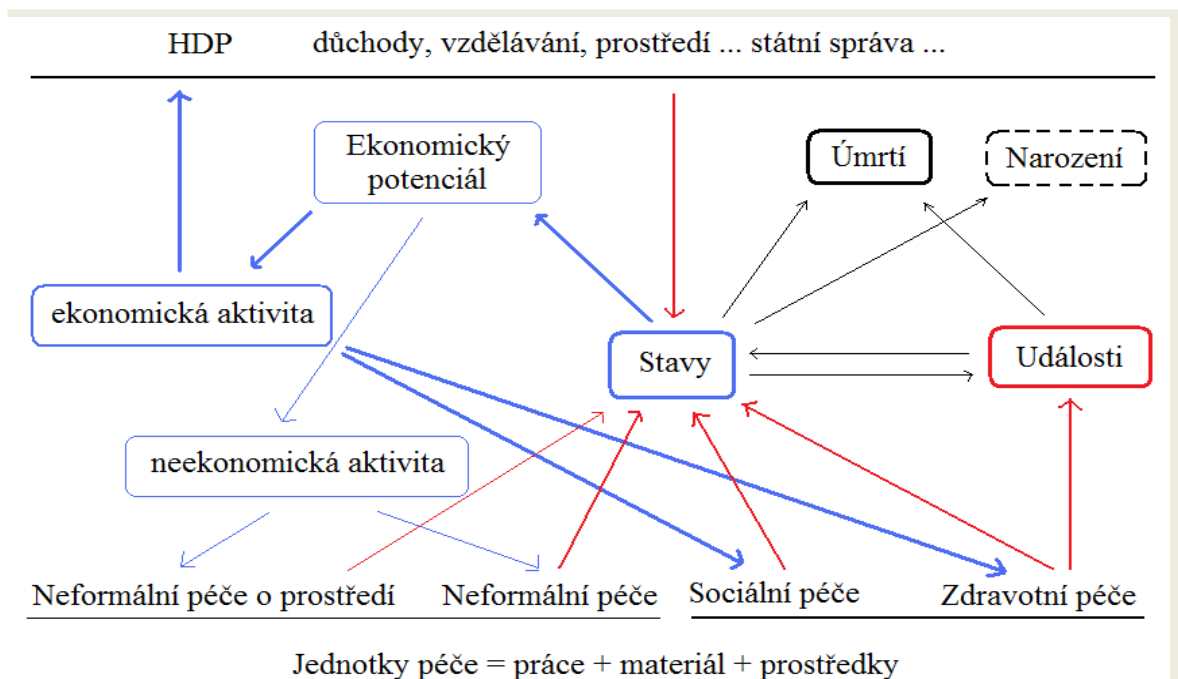
tvaru (jako „malé okresy“) s počtem obyvatel cca od 20 do 50 tisíc lidí, ale rovněž jako komunitu zájmovou, uměleckou, vědeckou, apod. (Štegmánová, 2014).

Komunitní péče o seniory znamená poskytnutí potřebné péče starším lidem v jejich domovech formou odborné péče nebo laické pomoci.

Pokud mohou senioři setrvat co nejdéle ve svém domácím prostředí, s podporou a péčí rodiny, případně s podporou služeb sociální a zdravotní péče, lze tento způsob péče o seniora považovat za optimální. Není to ovšem možné ve všech případech, za určitých okolností je poskytování péče v přirozeném prostředí obtížné. Funkční postižení, které narušuje soběstačnost a nepříznivá zdravotní a sociální situace, vyžadují u seniora většinou poskytování dlouhodobé péče. Dlouhodobá péče se týká všech složek lidské bytosti – biologické, psychické, sociální i spirituální. Kvalitní péče pomáhá zachovávat lidskou důstojnost, je podřízena životním potřebám a sociálním rolím a také pokud možno přáním seniorů. Stav seniora v případě funkčního postižení vyžaduje poskytování sociální podpory i zdravotnických intervencí.

Sdílená péče, kdy senior zůstává ve svém domácím prostředí a na pečování se podílí rodina spolu s formálními institucemi, je optimální variantou. Dochází v tomto případě k prolínání, doplňování a vzájemné podpoře odborné i laické péče.

Obrázek č.7: Sociálně ekonomický model



Zdroj: Štegmánová, 2014

## 2.5 Poskytování sociálních služeb v tržním prostředí

Významnou podmínkou účinnosti, efektivity a kvality služeb, je schopnost poskytovatelů zvládnout konkurenční, resp. tržní tlak. Management organizací poskytujících sociální služby dnešní moderní doby nemůže opomíjet skutečnost, že poskytování sociálních služeb je určitou součástí trhu a v posledním období se velmi dynamicky rozvíjí. Zřizovatelé a poskytovatelé služeb mají velký zájem na tom, aby registrovaní poskytovatelé byli v tomto segmentu trhu stále konkurenceschopnější. Registrovaný poskytovatel, který respektuje a naplňuje standardy kvality a uspěl při inspekci kvality sociálních služeb je na trhu úspěšnější a více konkurenceschopný. Právě naplňování standardů kvality může organizace, poskytující sociálních služby, pevněji zakotvit ve stále složitějších podmínkách trhu v oblasti poskytování sociálních služeb. Trh sám o sobě umožňuje svobodu volby, výběru, uplatnění osobní svobody a lidských práv jednotlivce. Poskytovatel na trhu působí v prostředí, které je v tomto případě výrazně ovlivněno nejen samotnou spotřebou a potřebou služby, ale současně také kvalitou. Aspekty kvality jako alternativní nabídka služeb, kulturní prostředí s antidekubitním programem, pestrá strava, dodržování standardů kvality, komunikující a vzdělaný personál aj., jsou pro budoucnost sociálních služeb významné konkurenční výhody skutečně kvalitních poskytovatelů. Spotřeba, nabídka a poptávka sociálních služeb v ČR je však významně ovlivněna skutečností, že maximální ceny velké většiny poskytovaných sociálních služeb určuje prováděcí vyhláška č. 505/2006 Sb., čímž je omezena možnost plně uplatnit tržní pravidla.

Jedním z určujících faktorů úspěšnosti poskytovatelů sociálních služeb je zvládnutí moderního managementu financování sociálních služeb, čemuž odpovídá vícezdrojové financování. To je tvořeno příjmy od uživatelů, dále příjmy ze státních, krajských, obecních zdrojů a z veřejného zdravotního pojištění. Nezastupitelnou roli ve financování sociálních služeb hrají procesy zefektivňování služeb, hledání vnitřních zdrojů úspor materiálových i personálních a také určitá míra přenosu ekonomických kompetencí na uživatele. Současně je možné využít dalších alternativních zdrojů např. v oblasti posílení vedlejší hospodářské činnosti, akreditovaného vzdělávání, využití fungujícího vnitřní kontrolní systému a systému prevence vzniku mimořádných událostí, dále zapojení příjmů z různých bonusů do zdrojů poskytovatele a využívání dotačních titulů z ESF (evropského sociálního fondu), či z tzv. Norských fondů atd.

Je potřeba zdůraznit, že byť pod tlakem trhu, složitějších podmínek financování, je nesmírně důležité neopomíjet význam respektu ke všem právům a oprávněným zájmům uživatelů, který musí i v samotné praxi důsledně dodržovat všichni poskytovatelé (Jan Sembdner, Rezidenční péče, 2009:10).

### III. PRAKTICKÁ ČÁST

#### 3 Charakteristika organizace

Příspěvková organizace Domov pro seniory Doksy, registruje celkem tři služby a to denní stacionář, domov pro seniory a terénní pečovatelskou službu. Zřizovatelem organizace je Město Doksy.

*Historický vývoj organizace:*

r. 1994 - po delimitaci Okresního ústavu sociálních služeb v České Lípě převzalo Město Doksy terénní pečovatelskou službu, kterou od tohoto roku provozovalo jako svou rozpočtovou organizaci.

r. 1996 - městem Doksy byla založena příspěvková organizace „Domov důchodců Doksy“

r. 2004 - terénní pečovatelská služba byla převedena pod tuto příspěvkovou organizaci „Domov důchodců Doksy“.

r. 2007 – s účinností zákona o sociálních službách byl název „domov důchodců“ uveden do souladu se zákonným názvem „domov pro seniory“. Organizace „Domov pro seniory Doksy, příspěvková organizace byla v tomto roce 2007 dále rozšířena o novou službu denní stacionář.

*Současný stav organizace tvoří:*

- Denní stacionář
- Domov pro seniory
- Terénní pečovatelská služba

Péče o seniory na území města Doksy je tak komplexně zajištěna dle aktuální potřeby a zdravotního stavu uživatelů, od péče o uživatele s nejmenší mírou podpory, zajišťovanou s pomocí terénních pečovatelských služeb, přes ambulantní služby v denním stacionáři, až po komplexní 24 hodinovou péči v domově pro seniory.

Každá jednotlivá služba má svůj nezastupitelný význam, avšak s ohledem na společenské trendy, kdy vlivem stárnutí populace je preferována terénní péče v domácím prostředí, je v této práci preferována terénní pečovatelská služba.

Organizační schéma je přílohou č. 2 této diplomové práce.

## **Terénní pečovatelská služba**

Ze tří registrovaných služeb organizace byla pro diplomovou práci zvolena terénní pečovatelská služba vzhledem k tomu, že současný společenský vývoj spěje k upřednostňování péče v domácím prostředí a rezidenční služby budou vyhrazeny zejména uživatelům s nejvyšší mírou podpory.

Dle zákona o sociálních službách § 40, zák. 108/2006 Sb., je pečovatelská služba poskytována osobám, které mají sníženou soběstačnost z důvodu věku, chronického onemocnění nebo zdravotního postižení a jejichž situace vyžaduje pomoc jiné fyzické osoby.

Pečovatelská služba je velmi potřebná a vzhledem k narůstání počtu osob v seniorském věku se dá předpokládat, že zájem o tyto služby nadále poroste. Jde o službu společensky prospěšnou, originalita služby spočívá v její komplexnosti, která zaručuje uživatelům péči o jejich osobu a zároveň o jejich domácnost

Terénní pečovatelskou službu poskytuje organizace „Domov pro seniory Doksy“ ve vymezeném čase od 6.30 do 15.00 hodin, v pracovní dny, od pondělí do pátku, v domácnostech osob s trvalým pobytem na území města Doksy.

V případě poskytovaných služeb se jedná o tyto činnosti: pomoc při zvládnutí běžných úkonů péče o vlastní osobu, pomoc při osobní hygieně nebo poskytnutí podmínek pro osobní hygienu, poskytnutí stravy nebo pomoc při zajištění stravy, pomoc při zajištění chodu domácnosti a zprostředkování kontaktu se společenským prostředím.

Všechny poskytované činnosti jsou s jednotlivými uživateli ujednány ve Smlouvě. Nejvíce požadovaným úkonem je rozvoz obědů ; velmi často je smluvně ujednán úklid domácnosti, úkon praní a žehlení prádla, dále nákupy, pochůzky, doprovod k lékaři a na úřady a pomoc při osobní hygieně.

Benefitem služby oproti konkurenci je zejména rozvážení teplých obědů, včetně potřebných dietních pokrmů. Obědy jsou připravovány přímo v organizaci, ve službě domov pro seniory, který disponuje vlastní kuchyní. Jídelníček je tedy sestavován pro cílovou skupinu seniorů a je připravována rovněž již výše zmíněná strava dietní. Jídelníček v organizaci sestavuje odborník, nutriční terapeut. U stravy, která je v seniorském věku obzvláště důležitá, je dále sledována při rozvozu kritická teplota jídel, aby nedošlo ke

snížení kvality stravy, případně k nákaze. Organizace pro tyto účely poskytuje uživatelům na rozvoz jídel vlastní jídlonosiče, včetně termoobalů, které pracovníce služby kontrolují a v případě potřeby přemývají, rovněž z důvodu zamezení možnosti šíření nákazy.

V letních měsících je naopak automobil, využívaný k rozvozu stravy, vybaven chladicím zařízením – monoklimatickými ledničkami - pro distribuci zeleninových salátů.

Další předností terénní pečovatelské služby Doksy je skutečnost, že se jedná o místní organizaci, uživatelé dobře znají pečovatelky a mají k nim důvěru.

Pracovnice pružně reagují na požadavky nových zájemců o službu, neodkladně provádí sociální šetření v domácnosti a následně, bez průtahů, sepisují smlouvu dle potřeby uživatele.

Většina uživatelů odebírá službu dovoz obědů a proto i další služby, jako nákupy, pochůzky, koupání, praní prádla, volí rovněž u naší organizace.

Uživatelé hradí úkony za služby dle platného ceníku schváleného zřizovatelem a zveřejněného na webových stránkách organizace. Částky za jednotlivé úkony jsou podloženy vyhláškou č. 505/2006 ve znění pozdějších předpisů, která je prováděcí normou k Zákonu o sociálních službách č. 108/2006 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Vyhláška stanovuje maximální výše úhrad za poskytování pečovatelské služby. V současné době je hodinová sazba za prováděné úkony stanovena na 130,- Kč skutečně spotřebovaného času na úkony vymezené ve vyhláše, za dovoz stravy je možno účtovat maximálně 25,- Kč a za 1 kg vypraného prádla 60,- Kč. Velký nákup je možno účtovat částkou 110,- Kč.

Ceník jednotlivých úkonů je přílohou č.3 této magisterské práce.

Uživatelé využívají na úhradu služeb zejména příspěvek na péči, pokud je jim na základě posouzení příslušného Úřadu práce přiznán. Přijaté částky od uživatelů pokryjí přibližně 1/3 potřebných nákladů na poskytovanou službu, další finanční zdroje tvoří příspěvek od zřizovatele a dotace od MPSV. Od roku 2015 je povinný podíl zřizovatele stanoven na 30% celkových potřebných nákladů ; zbývající část je dofinancována z dotace MPSV prostřednictvím Krajského úřadu, na nějž přešla tato povinnost od státu v rámci rozpočtového určení daní.

Organizace může pro financování činnosti využívat rovněž dary od soukromých subjektů nebo od okolních obcí.



V roce 2014 získala organizace celkem 60 tisíc korun od okolních obcí, jako účelový dar, na zakoupení nového automobilu pro rozvoz obědů.

### **3.1 Cíl pečovatelské služby**

Cílem terénní pečovatelské služby Doksy je poskytnout pomoc a podporu v takovém rozsahu, aby mohli občané co nejdéle setrvat v domácím prostředí bez nutnosti přemístění do zařízení s nepřetržitým provozem.

Cílem je dále:

- podpora a pomoc v činnostech, které občan nezvládá
- podpora a pomoc při zajištění základních potřeb
- provádět poskytované úkony na základě individuálních potřeb, schopností a zdravotního stavu občana
- podporovat rozvoj a zachování stávající soběstačnosti a samostatnosti občana v jeho přirozeném prostředí

### **Terénní pečovatelská služba Doksy poskytuje tyto činnosti**

/základní činnosti dané vyhláškou při poskytování pečovatelské služby/

#### **1/ Základní sociální poradenství / bezplatně /**

#### **2/ Poskytování stravy nebo pomoc při zajištění stravy**

- Zajištění stravy odpovídající věku, zásadám racionální výživy a potřebám dietního stravování
- Dovoz a donáška jídla
- Pomoc při přípravě jídla a pití
- Příprava a podání jídla a pití

#### **3/ Pomoc při zajištění chodu domácnosti**

- Běžný úklid a údržba domácnosti
- Pomoc při zajištění velkého úklidu domácnosti
- Běžné nákupy a pochůzky
- Údržba domácích spotřebičů

- Praní a žehlení osobního a ložního prádla

#### **4/ Pomoc při osobní hygieně**

- Pomoc při úkonech osobní hygieny
- Pomoc při základní péči o vlasy

#### **5/ Pomoc při zvládnání běžné péče o vlastní osobu**

- Pomoc a podpora při podávání jídla a pití
- Pomoc při oblékání a svlékání (včetně speciálních pomůcek)
- Pomoc při přesunu na lůžko nebo vozík

#### **6/ Zprostředkování kontaktu se společenským prostředím**

- Doprovázení dospělých do školy, školského zařízení, zaměstnání, k lékaři, na orgány veřejné moci a instituce poskytující veřejné služby a doprovázení zpět

#### **7/ Fakultativní služby**

- Dohled nad požitím léků
- Příprava uživatele k prevozu (do nemocnice, na vyšetření)
- Použití elektrospotřebiče poskytovatele
- Dohled nad osobou v domácím prostředí - denní dohled

### **3.2 Cílová skupina**

Cílovou skupinou jsou senioři, kteří z důvodu zdravotního omezení potřebují pečovatelské služby. Služby jsou poskytovány mladším a starším seniorům, jejichž schopnost sebeobsluhy je prokazatelně snížena. Dále je poskytována pomoc a podpora osobám s dočasnými zdravotními problémy, které jsou v jistém rozsahu činností odkázány na pomoc druhé osoby. Do cílové skupiny nepatří osoby vyžadující nepřetržitou péči.

Individuální potřeby u nových žadatelů zjišťuje sociální pracovnice, která provádí sociální šetření v domácnosti každého nového žadatele o službu.

Kapacita naší služby je 70 osob. Pokud by počet žadatelů v důsledku stárnutí populace narůstal, je naše organizace připravena služby rozšířit.

Nabídka pečovatelských služeb je dána vyhláškou č. 505/2006 Sb. Pracovníci mají pro výkon poskytovaných služeb předepsané odborné vzdělání dle zákona o sociálních

službách č.108/2006 Sb., dále musí dle zákona splňovat další vzdělávání v počtu 24 hodin ročně. Toto vzdělání umožní pracovníkům kvalifikovaně uspokojit požadované úkony služeb.

#### **Pečovatelská služba neposkytuje své služby:**

- občanům, kteří nesplňují podmínky cílové skupiny
- občanům, jejichž zdravotní stav vyžaduje trvalé odborné ošetření zdravotním personálem, ošetření a obsluhu jinou osobou po dobu 24 hodin denně nebo osobně vyžadují trvalý dohled
- občanům, kde byla nařízena karanténa pro podezření z nákazy přenosnou chorobou při onemocnění ; pokud tento případ nastane v průběhu již zvedené služby, je poskytování služby přerušeno a situace je vyřešena převozem klienta na infekční oddělení nemocnice v Ústí nad Labem.
- občanům s poruchou chování, agresivními projevy a psychiatrickou diagnózou
- občanům, kteří opakovaně nedodržují a porušují podmínky dané v Pravidlech pro poskytování pečovatelské služby

#### **Podmínky pro odmítnutí uzavření Smlouvy o poskytnutí pečovatelské služby**

- pokud poskytovatel nemá dostatečnou kapacitu k poskytování služby
- pokud zájemce nespadá do okruhu osob, které splňují kritéria pro poskytování služby

### **3.3 Poslání pečovatelské služby**

Posláním terénní pečovatelské služby Doksy je poskytnout takovou pomoc a podporu občanům, která umožňuje zachovat v maximální míře jejich dosavadní způsob života, pomáhat v nepříznivých životních situacích zajišťovat základní potřeby, zvládat život v domácím prostředí a práce spojené s chodem domácnosti.

Pečovatelská služba je poskytována rovněž občanům, kteří se následkem nemoci, krátkodobého zhoršení zdravotního stavu (operace, úraz), dostali (dočasně) do nepříznivé životní situace. V těchto výjimečných případech lze službu zřídit na dobu určitou a to po dobu léčby nebo rekonvalescence.

## 4 Strategická analýza

Strategickým cílem organizace je rozvoj jedné ze tří registrovaných služeb, jedná se o terénní pečovatelskou službu. Cíle dosáhneme pomocí marketingového plánu, stanovením marketingových cílů a zvolením vhodné marketingové strategie. Zpracování plánu vychází z provedeného marketingového výzkumu.

Celý proces je podložen zpracováním strategické analýzy, ve struktuře uvedené v teoretické části magisterské práce. Je třeba zhodnotit a analyzovat jak vnější, tak vnitřní faktory, které mohou proces rozvoje zmíněné služby ovlivnit. Výsledky těchto analýz využijeme pro zpracování SWOT analýzy.

### 4.1 Analýza makrookolí

Ke zhodnocení vnějšího prostředí bude využita PESTEL analýza, která zahrnuje rozbor oblastí, jež mohou rozvoj organizace ovlivnit. Jedná se o oblast politického prostředí, oblast ekonomickou, sociální, ekologickou a legislativní.

#### 4.1.1 Politické prostředí

Současná vládní koalice, kterou od roku 2014 tvoří Česká strana sociálně demokratická, ANO a KDU-ČSL, je pozitivně nakloněna změnám v sociální oblasti. Premiérem se po předčasných volbách do poslanecké sněmovny, konaných v říjnu roku 2013, stal Bohuslav Sobotka z ČSSD. Sobotkova vláda byla jmenována prezidentem k 29.1.2014, sestává z 8 zástupců ČSSD, 6 zástupců hnutí ANO 2011 a 3 zástupců KDU-ČSL. Ministryní práce a sociálních věcí je Michaela Marksová-Tomínová. Za toto období se odehrálo mnoho změn, které se dotýkají sociální a rovněž zdravotní oblasti. Koncem roku 2014 **se zvýšily platy** v celém státním sektoru, tedy i **v sociální oblasti a zdravotnictví**. K 1.1.2015 vnikla nová stupnice platových tarifů, která se týká zaměstnanců, kteří jsou pracovníky sociálních služeb a sociálními pracovníky v zařízeních sociálních služeb. Platové tarify těchto skupin pracovníků byly zvýšeny celkem o 7,5 procenta oproti výši platových tarifů platných do 31. října 2014; finanční prostředky jsou zabezpečeny z kapitoly Ministerstva práce a sociálních věcí ČR ve státním rozpočtu z tzv. neinvestičních nedávkových transferů, která byla pro rok 2015 navýšena usnesením vlády a činí 750 miliónů korun.

Ministryně práce a sociálních věcí navíc slibuje zvýšení minimální mzdy z 9200 ještě o 500-700,- Kč na 40% průměrné mzdy. Rovněž hodlá provést **změny v příspěvku na péči**. Tato úprava by měla vést k zabezpečení co možná nejkvalitnější péče zdravotně hendikepovaným lidem a zvýšit **tlak na vznik terénních služeb**.

MPSV rovněž vede diskuse o odbornosti a kvalitě výkonu sociální práce, roli sociálních pracovníků, kompetencích a požadavku na jejich celoživotním vzdělávání v souvislosti s přípravou profesního zákona (Novinky, 2015b).

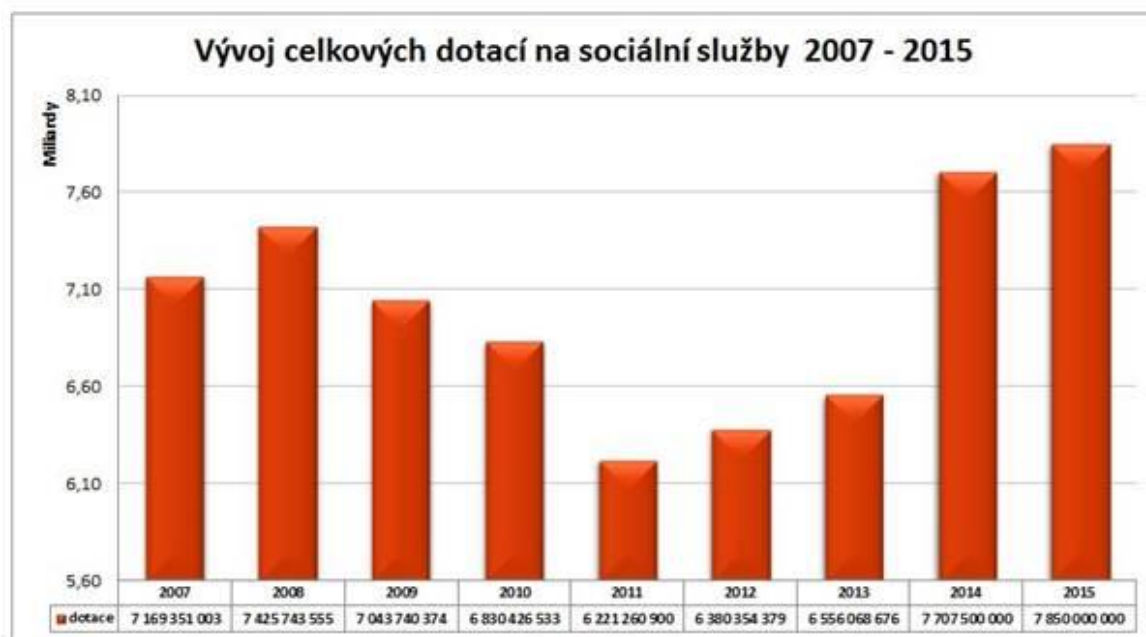
#### **4.1.2 Ekonomické prostředí**

Základní strategií financování sociálních služeb je dlouhodobá udržitelnost. **Náklady jsou kryty z více zdrojů**: dotacemi MPSV, dotacemi z krajů, obcí, příspěvky od zřizovatele, úhradami klientů (většinou z příspěvku na péči), úhradami zdravotních pojišťoven, prostředky z EU fondů, dary apod. (Sociální služby, 2014).

Od roku 2015 přešlo novelou zákona o sociálních službách financování sociálních služeb ze státu (MPSV) na Krajské úřady. K plnění této zákonné povinnosti, se krajům poskytuje ze státního rozpočtu účelově určená dotace na financování běžných výdajů, souvisejících s poskytováním základních druhů a forem sociálních služeb v rozsahu stanoveném základními činnostmi u jednotlivých druhů služeb. Cílem **je zvyšování provázanosti financování a plánování služeb**; kraj zajišťuje dostupnost poskytování sociálních služeb na svém území v souladu se střednědobým plánem rozvoje sociálních služeb.

Ministerstvo práce a sociálních věcí provádělo v souvislosti s přechodem financování na Krajské úřady analýzu vývoje dotací na sociální služby od účinnosti zákona, tj. od roku 2007. Z grafu vyplývá, že nárůst dotace v posledních dvou letech převýšil dotace všech minulých období; pro rok 2015 je však zahrnuto do celkové výše dotace rovněž platové navýšení zaměstnanců v sociálních službách.

Graf č.1: Vývoj celkových dotací na sociální služby v letech 2007 až 2015



Zdroj: Maršíková, 2015

Od roku 2016 chystá MPSV změnu financování sociálních služeb; do praxe bude uvedena Velká novela zákona o sociálních službách. Zásadou připravované novely musí být pečlivé zhodnocení dopadu na poskytovatele sociálních služeb, změny musí být do praxe zaváděny po zvolnou cestou (Maršíková, 2015).

Největší změnou v oblasti sociálních služeb bude vznik jasně definované sítě sociálních služeb. Poskytovatelé získají mnohem větší jistotu a garance pro plánování dlouhodobých aktivit a také jasnější informace o výši budoucího financování (Práce a sociální politika, 2014).

**Dotace na sociální služby jsou nenárokové** a poskytovatelé sociálních služeb, ale i kraje mohou velmi těžko plánovat rozvoj sociálních služeb, vzhledem k tomu, že jsou každoročně závislí na schvalování státního rozpočtu. Odbor sociálních věcí MPSV navrhuje, aby **se dotace staly mandatorním výdajem**, bohužel Ministerstvo financí se této změně brání. Kraje a MPSV vyjednávají postupný přechod na tzv. vyrovnávací platby a připravují systém pověření k zajištění veřejného závazku, které by mohlo garantovat poskytovatelům sociálních služeb na deset let dopředu alespoň základní jistotu finanční podpory. (Pospíšil, 2014)

Financování sociálních služeb tzv. vyrovnávací platbou vychází ze skutečnosti, že sociální služby jsou službami hospodářské povahy a poskytovatelé sociálních služeb jsou považováni za „podniky“, jejichž financování spadá pod pravidla veřejné podpory. Zájem Evropské unie a členských států je financovat služby obecného hospodářského zájmu (SGEI) z veřejných zdrojů, neboť často nejsou plně financovatelné uživateli služeb a existuje jejich tržní selhání v oblasti nabídky. Vyrovnávací platba má oporu v Rozhodnutí Komise č. 2012/21/EU – o použití článku 106 odst. 2 SFEU, na státní podporu ve formě vyrovnávací platby, za závazek veřejné služby, udělené určitým podnikům, pověřeným poskytováním služeb obecného hospodářského zájmu (Zuska, 2015).

Služby, kterým bude vyrovnávací platba poskytována, sepíše dohodu s Krajským úřadem Liberec. Sepsání dohody je podmíněno zařazením dané služby do základní sítě a zhodnocením kritérií, které služba musí plnit. Mezi zásadní kritéria patří dostupnost služby - časová a finanční, kritérium výkonnosti, kvality a efektivity služby (Zeman, 2015).

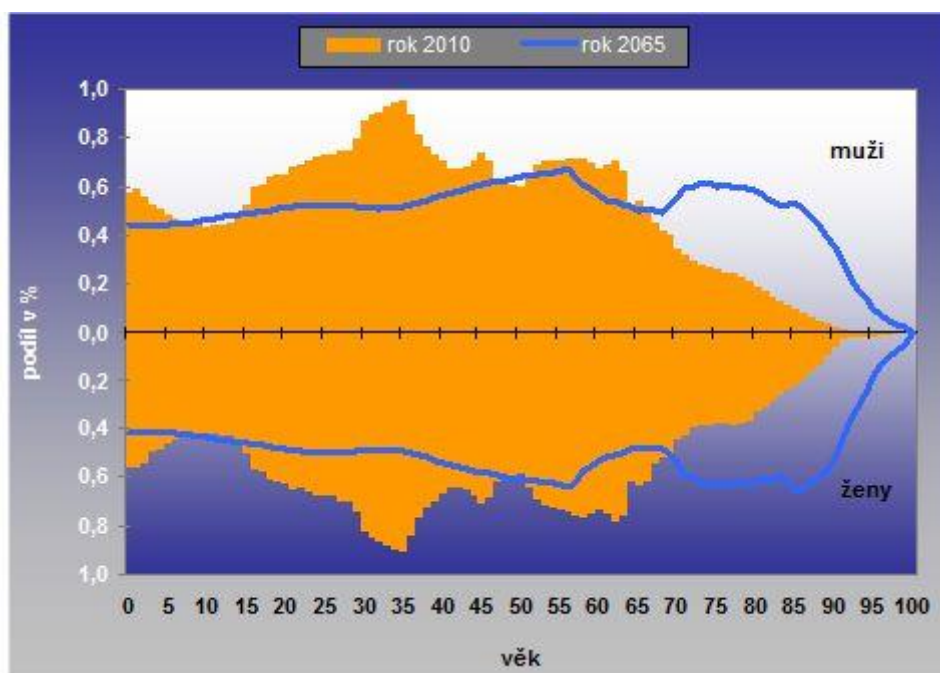
### 4.1.3 Sociální prostředí

#### Demografické změny

Demografické stárnutí se v současné době stává jednou z nejzávažnějších a nejdiskutovanějších společenských otázek.

Jedná se o proces, při němž se postupně **mění věková struktura obyvatelstva takovým způsobem, že se zvyšuje podíl seniorů** a snižuje se podíl dětí mladších 15 let, tzn., že starší věkové skupiny rostou početně relativně rychleji než populace jako celek. Hlavní příčinou demografického stárnutí je spolu s poklesem porodnosti trvalý pokles specifických měr úmrtnosti vedoucí k prodloužení naděje dožití a tím k častějšímu dožívání se vyššího a vysokého věku. Důsledky demografického stárnutí se dotýkají všech sfér sociálního a ekonomického vývoje a nejčastější obavy vyvolávané změnou věkové struktury se pojí s udržitelností financování důchodového systému, růstem nákladů na sociální zabezpečení a zdravotní péči a nedostatkem pracovních sil na trhu práce. Proces populačního stárnutí se nicméně promítá též do postavení seniorů ve společnosti i do sféry soukromé, do mezigeneračních vztahů a vztahu uvnitř rodiny.

Graf č.2: Reálná a předpokládaná věková struktura obyvatelstva České republiky v letech 2010 až 2065



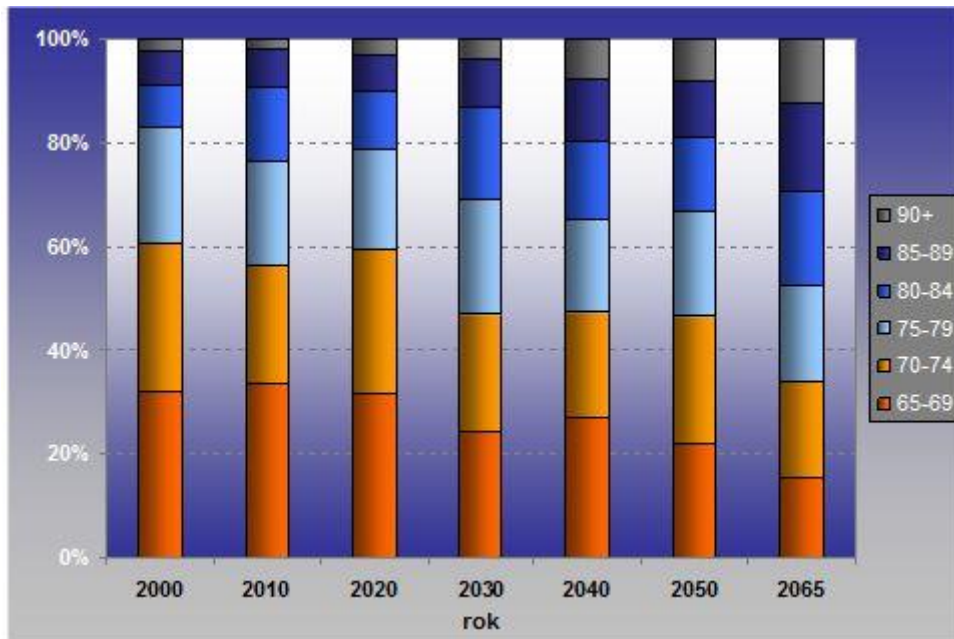
Zdroj: Český statistický úřad

Z grafu 4 znázorňujícího reálnou věkovou strukturu obyvatelstva České republiky v roce 2010 ve srovnání s věkovou strukturou prognózovanou Českým statistickým úřadem pro rok 2065 je patrné, jak bude početně narůstat skupina obyvatel ve věku 65 a více let.

Znatelné změny způsobené dalším nárůstem naděje dožití při narození se promítnou zejména uvnitř skupiny samotných seniorů: zatímco v roce 2010 tvořily třetinu ze všech seniorů osoby ve věku 65-69 let, v roce 2065 bude tato věková skupina zaujímat pouze 15 % (viz graf 3). Absolutně i relativně se tak **zvýší zastoupení seniorů ve věku 70 a více let**. Věková skupina 70-79 by měla ve srovnání s rokem 2010 vzrůst téměř dvojnásobně, skupina osob ve věku 80 a více let dokonce více než čtyřnásobně. Tzn. i samotná seniorská populace postupně stárne. **Růst počtu osob ve věku 80 a více let však má mnoho důležitých důsledků pro společnost, jelikož právě osoby v tomto věku již mají většinou horší zdravotní stav a tudíž vyžadují častější sociální a zdravotní péči než mladší osoby důchodového věku** (Demografie, 2014).



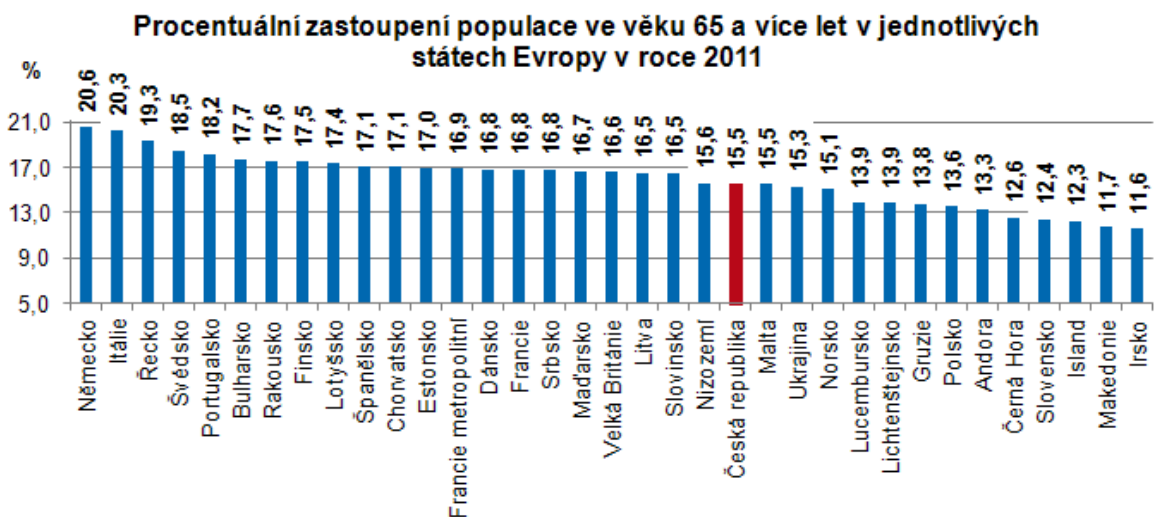
Graf č.3: Věková struktura skupiny seniorů (ve věku 65 a více let) ve vybraných letech, reálný a projektovaný stav (v %)



Zdroj: Český statistický úřad

Po srovnání uvádím, jaká je situace v zastoupení osob starších 65 let v ostatních státech Evropy. Vysoké procento těchto osob v populaci řeší většina Evropských států.

Graf.č.4



Zdroj: Eurostat

#### 4.1.4 Technologická vyspělost odvětví

V posledních pěti letech se ve vládních strategiích a koncepčních dokumentech objevuje snaha rozvíjet informační a komunikační technologie v rámci poskytování služeb zejména seniorům. V České republice existuje projekt **využití tzv. asistivních technologií při komplexnější péči o seniory se sníženou schopností se o sebe postarat.**

Asistivní technologie lze rozdělit do tří základních druhů:

- Technologie sloužící k lepší péči o člověka.
- **Technologie, sloužící ke sledování a vyhodnocování zdravotního stavu.**
- Technologie, které slouží jako kompenzační a inkluzivní pomůcky pro osoby se zdravotním postižením.

V mezinárodním měřítku se problematika asistivních technologií rozvíjí posledních deset let v oblasti sociální péče a rovněž v oblasti zdravotnictví ; jejich význam uznává rovněž Evropská unie, která podporuje rozvoj těchto technologií z důvodu zvýšení efektivity zdravotních a sociálních služeb. V Česku jsme ve využívání některých specifických asistivních technologií dokonce lídrem, zejména pokud jde o již zmíněné kompenzační a inkluzivní pomůcky pro osoby se zdravotním postižením. V této souvislosti pomáhají čeští odborníci připravit první regulační rámec, který zahrne práva na využívání asistivních technologií pro osoby se zdravotním postižením a současně i povinnosti pro organizace a instituce, jež z tohoto práva vyplynou (Rezidenční péče, 2014).

#### 4.1.5 Ekologická vyspělost- životní prostředí a jeho ochrana

Ochraně životního prostředí je věnován čl. 35 - Listiny základních práv a svobod, který stanoví:

- (1) Každý má právo na příznivé životní prostředí.
- (2) Každý má právo na včasné a úplné informace o stavu životního prostředí a přírodních zdrojů.
- (3) Při výkonu svých práv nikdo nesmí ohrožovat ani poškozovat životní prostředí, přírodní zdroje, druhové bohatství přírody a kulturní památky nad míru stanovenou zákonem.

Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky se jako vůbec první instituce státní správy rozhodlo získat certifikát Fairtrade, tím se připojilo k boji proti znečišťování

přírody, zneužívání dětské práce a nedůstojným pracovním podmínkám. Fairtrade je způsob obchodu, který dává příležitost drobným pěstitelům a zaměstnancům v zemích Afriky, Asie a Latinské Ameriky; jedná se o spravedlivý obchod, založený na partnerství mezi výrobcí na straně jedné a obchodníky a spotřebiteli na straně druhé. Tímto způsobem mohou farmáři a jejich rodiny vést lepší život (tz, 2014).

V oblasti ekologické vyspělosti je třeba jít směrem nového pojetí sociální práce. Australští a kanadští autoři definují model ekologické sociální práce, který je zaměřený na společnost a její problémy v otázkách životního prostředí. Studentům ekologického sociálního oboru navrhuji v rámci osnov zvýšit povědomí o otázkách životního prostředí, hospodaření s přírodními zdroji a **prosazování dovedností v oblasti prevence a péče o zdraví**. Prostřednictvím sociální práce je možné poskytnout jednotící a globální přístup k řešení ekologických problémů a soustředit se na podporu blahobytu člověka a ochranu přírody (Dewane,2011).

#### **4.1.6 Legislativa – právní prostředí**

Fungování terénní pečovatelské služby je značně ovlivněno platnou legislativou.

Níže jsou uvedeny nejvýznamnější normy, vztahujících se k poskytované službě:

*Listina základních práv a svobod*, Hlava čtvrtá vymezuje hospodářská, sociální a kulturní práva a v článku 30 stanovuje přiměřené zabezpečení ve stáří. (2/1993 Sb., čl.30).

*Zákon o sociálních službách č. 108/2006 Sb.*, ve znění pozdějších předpisů, upravuje podmínky pomoci a podpory fyzickým osobám v nepříznivé sociální situaci prostřednictvím sociálních služeb a příspěvku na péči a podmínky pro vydání oprávnění k poskytování sociálních služeb. Vymezuje okruh oprávněných osob a vysvětluje některé pojmy jako např.: sociální služba, nepříznivá sociální situace, dlouhodobě nepříznivý zdravotní stav, plán rozvoje sociálních služeb ad.

Zákon v neposlední řadě upravuje podmínky nároku příspěvku na péči, financování sociálních služeb a stanovuje povinné předpoklady k výkonu povolání a povinnost dalšího vzdělávání sociálního pracovníka a pracovníka v sociálních službách.

*Vyhláška č. 505/2006 Sb.*, ve znění pozdějších předpisů, je prováděcí normou k výše uvedenému zákonu 108/2006 Sb. Ve vyhlášce je rozpracován **způsob hodnocení úkonů**

**péče o vlastní osobu a úkonů soběstačnosti pro účely stanovení stupně závislosti, dále je zde uveden rozsah úkonů poskytovaných v rámci základních činností u jednotlivých druhů sociálních služeb a maximální výše úhrad za poskytnutí některých sociálních služeb. Přílohou vyhlášky je obsah standardů kvality sociálních služeb. Povinností každé sociální služby je vypracovat tyto standardy kvality formou vnitřních závazných pravidel.**

***Nařízení vlády č. 222/2010 Sb., o katalogu prací ve veřejných službách a správě*** uvádí seznam povolání a rozpětí platových tříd ; ze seznamu zjistíme, jaké úkony mohou provádět pracovníci v sociálních službách, zařazení do konkrétních platových tříd a jaké sociální pracovníci.

***Nařízení vlády č. 224/2014 Sb., kterým se mění nařízení vlády č. 564/2006 Sb., o platových poměrech zaměstnanců ve veřejných službách a správě, ve znění pozdějších předpisů, pomocí daných tabulek určuje platy státních zaměstnanců.*** Pro sociální pracovníky a pracovníky v sociálních službách platí stupnice platových tarifů podle platových tříd a platových stupňů, uvedená v příloze č. 1 NV dle § 5 odst.1.

***Zákon č. 1/2001 Sb., o silniční dopravě, ve znění pozdějších předpisů*** upravuje podmínky provozování silniční dopravy silničními motorovými vozidly prováděné pro vlastní a cizí potřeby za účelem podnikání, jakož i práva a povinnosti právnických a fyzických osob s tím spojené a pravomoc a působnost orgánů státní správy na tomto úseku. Se zněním tohoto zákona jsou představitel autoškoly 1x ročně seznámeni pracovníci terénní pečovatelské služby a následně přezkoušeni v rámci kurzu zdokonalování odborné způsobilosti řidičů.

***Zákon č. 267/2008 Sb. o pojištění odpovědnosti z provozu vozidla,*** platí pro majitele vozidla - organizaci, která vlastní vozidlo pro účely zajištění uvedené sociální služby – terénní pečovatelská služba.

***Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,*** sleduje plnění povinností, stanovených v zákoně, týkajících se požadavků potravinového práva, sleduje bezpečnost potravin a postupy týkající se bezpečnosti potravin. Pracovnice Krajské hygienické stanice Libereckého kraje, se sídlem v Liberci kontroluje pomocí kalibrovaného teploměru, zda teplota obědů, rozvážených terénní pečovatelskou službou, koresponduje s údaji v evidenci

kritických bodů. Předmětem kontroly je rovněž čistota prostoru v automobilu, vyčleněného pro rozvoz obědů, dále zázemí pečovatelek, jejich pracovní oděv a platnost zdravotních průkazů.

#### 4.1.7 Shrnutí analýzy obecného okolí

Provedená analýza obecného okolí ukazuje následující příležitosti a hrozby:

##### **Příležitosti:**

- **Politika státu** – současná státní politika zvyšuje **tlak na vznik terénních služeb** a jsou prováděny kroky ke **změně příspěvku na péči směrem k jeho navýšení**.
- **Ekonomické prostředí** – provázanost financování a plánování sociálních služeb dává příležitost k zapojení organizace do komunitního plánování na svém území. Služba tím podpoří **vytváření střednědobého plánu kraje**, který tak bude mít o příslušné službě a její potřebnosti povědomí a služba snáze dosáhne na rozdělované finanční prostředky.
- **Demografický vývoj** – vlivem demografického stárnutí dochází k narůstání počtu seniorů nad 80 let, kdy v tomto věku mají senioři již horší zdravotní stav a vyžadují častější sociální a zdravotní péči.
- **Technologický růst vybavenosti domácností** – vybavenost jednotlivých domácností rozvinutou moderní technikou, pomáhá ulehčit setrvání v přirozeném prostředí, což je příležitostí pro rozvoj terénních služeb.
- **Příležitostí pro terénní služby je podpora v prosazování dovedností v prevenci a péči o zdraví**
- **Legislativní úpravy** – zákon o sociálních službách upravuje **příspěvek na péči** dle posouzení zdravotního stavu tak, aby nebyly opomenuty okruhy lidí se sníženou mírou sebeobsluhy, které mají na příspěvek nárok a mohla jim být poskytnuta kvalitní péče. Toto legislativní zakotvení umožňuje potřebným osobám čerpat sociální úkony a činnosti poskytované sociálními organizacemi.

## **Hrozby:**

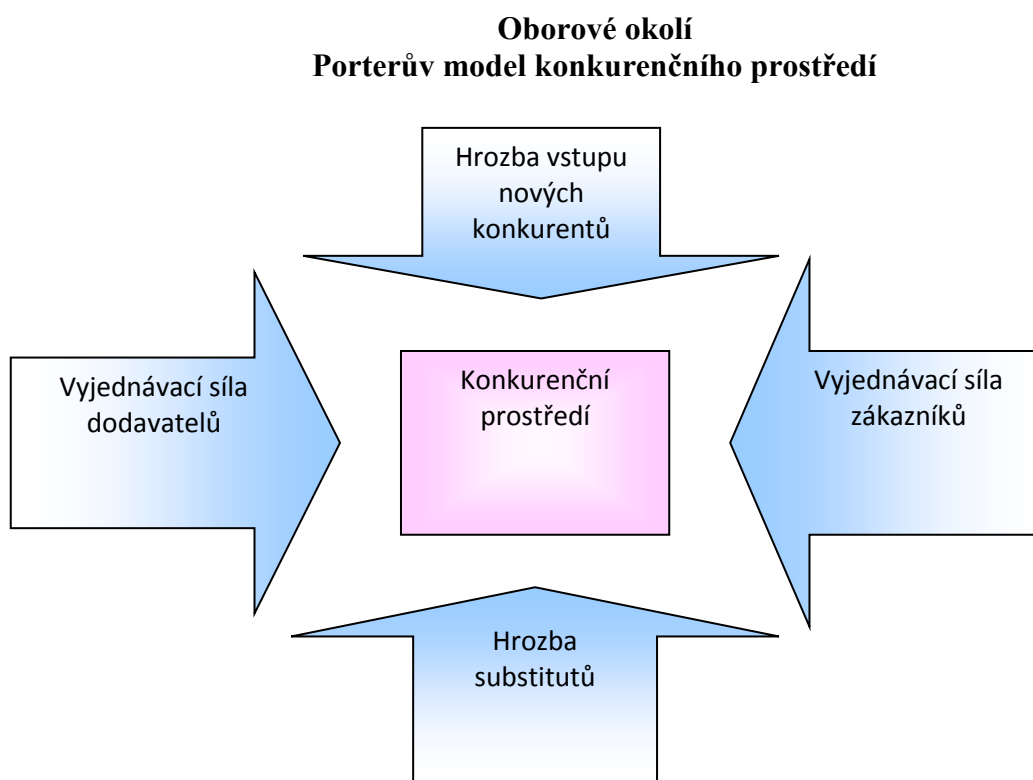
- **Platové tabulky, určující tarify státních zaměstnanců** – přesto, že došlo k navýšení platů státních zaměstnanců koncem roku 2014, nedosahují platy v sociálních a zdravotních službách potřebné úrovně a této oblasti hrozí fluktuace pracovníků a tím **nedostatek kvalitního personálu**. Nárůst terénních sociálních služeb vyžaduje navyšování personálu. Zákon o sociálních službách stanovuje povinné předpoklady k výkonu povolání a ukládá požadavky na další vzdělávání pracovníků. Pracovníci, kteří jsou připraveni ke kvalitnímu výkonu náročného povolání, jež vyžaduje určité osobnostní předpoklady a předepsanou kvalifikaci, nemohou být dostatečně finančně oceněni.
- **Nenárokové dotace na sociální služby** – financování sociálních služeb je vícezdrojové. Zdroje jsou získávány z příspěvků od uživatelů za služby, z příspěvků od zřizovatele, dotacemi od státu. V případě výše dotací je služba závislá na schvalování státního rozpočtu a každoročně je vystavována ohrožení v podobě nedostatku financí.

Změnou financování služeb přechodem z MPSV na kraje od roku 2015 došlo k povinnosti poskytovatelů plnit zásady efektivity, kvality, dostupnosti a výkonnosti, aby byli zařazeni do základní sítě a měli tak nárok na požadovanou dotaci svých služeb od Krajského úřadu. Tato síť bude pravidelně přehodnocována a kvalita služeb neustále sledována. Pokud dojde ke snížení kvality poskytovaných služeb, hrozí vyřazení ze sítě a tím omezení finančních toků a může dojít ke **snižování dotací**.

## **4.2 Analýza mikrokolí**

Pro analýzu oborového okolí (mikrokolí) jsme zvolili Porterův pětifaktorový model, zmíněný v teoretické části diplomové práce. Tento model nám umožní charakterizovat konkurenční prostředí organizace prostřednictvím pěti faktorů: zajímá nás především vyjednávací síla zákazníků, vyjednávací síla dodavatelů, hrozba vstupu nových konkurentů do odvětví, hrozba substitutů a konkurence firem v daném odvětví.

Obrázek č. 8: Analýza oborového okolí dle E. Portera



Zdroj: Trpišovský, 2012

#### 4.2.1 Vyjednávací síla zákazníků

Zákazníky našich terénních pečovatelských služeb jsou přímo uživatelé, senioři.

Jedná se o seniory, kteří žijí osaměle, případně se část dne o ně starají členové rodiny. Věková hranice uživatelů je vyšší než 65 let, velká část jich pobírá příspěvek na péči. Úhrada za poskytovanou péči je regulována vyhláškou, nejedná se tedy o tržní ceny. Náklady na jednotlivé úkony jsou totiž mnohem vyšší, než hrazené a jsou pokryty z dotací. Přesto uživatelé mnohdy příspěvek na péči považují za přilepšení k důchodu a za sociální služby jej nevydají celý, což je na úkor jejich kvality života. Mají totiž možnost požádat pečovatelky o doprovody za společenským prostředím, kulturou ve městě atd., avšak tuto možnost příliš nevyužívají.

Povědomí o naší terénní pečovatelské službě mají uživatelé dobré, nejčastěji jim službu pomáhá zajistit rodina, pracovnice sociálního odboru nebo si ji zajišťují sami přímo u pečovatelek, kdy se senior například o službě dozví od souseda, který službu také odebírá.

Považuji vyjednávací sílu uživatelů za významnou a dle mého názoru je stoupající.

#### 4.2.2 Vyjednávací síla dodavatelů

V závislosti na poskytované službě lze rozdělit dodavatele do těchto skupin podle druhu dodávaného zboží:

- Dodavatelé služeb (telekomunikační služby mobilních operátorů, IT služby, externí služby BOZP a PO, služby supervizora, pronájem kanceláří)
- Dodavatelé energií
- Ostatní (nákup dlouhodobého a drobného majetku, investičního majetku, nákup materiálu)

První skupinu tvoří dodavatelé služeb, jejichž síla je pro nás významná. Na těchto službách je organizace závislá z důvodu plynulého provozu a uzavřené smlouvy nelze často vypovídat a stále měnit. **Naše vyjednávací síla je zde slabá.**

V další skupině se jedná o dodavatele energií (elektřina, voda, teplo). Jelikož ceny za energie jsou zahrnuty do pronájmu za využívané prostory, je vyjednávací síla těchto dodavatelů pro nás zanedbatelná.

V případě třetí skupiny dodavatelů můžeme vzhledem k velkému množství konkurentů na daném trhu ohodnotit jejich vyjednávací sílu jako nízkou. V případě nespokojenosti s dodávanou službou či zbožím není problém změnit dodavatele.

#### 4.2.3 Hrozba vstupu nových konkurentů do odvětví

Město Doksy, ve kterém jsou služby zřizovány a poskytovány, je zapojeno do komunitního plánování a vytváří střednědobý komunitní plán služeb na krajské úrovni. Povinný podíl financování ze strany zřizovatele činí u terénní pečovatelské služby 30% z plánovaného rozpočtu terénních pečovatelských služeb.

Liberecký kraj tvoří základní síť sociálních služeb. Při vytváření této sítě úzce spolupracuje s městy ve svém území. Pro zařazení do základní sítě je nutné, aby služba splnila určité parametry:

- Parametr potřeby a dostupnosti – každý poskytovatel nové sociální služby musí požádat u Krajského úřadu, odboru sociálních věcí, o registraci podle § 81 odst. 1 zákona o sociálních službách. Krajský úřad vydá o registraci služby „Rozhodnutí“. V Rozhodnutí je uveden Druh služby, Identifikátor služby, Forma poskytování,



Kapacita, Okruh osob, Název zařízení, Místo poskytování a termín, od kdy je zahájeno Poskytování služby.

- Parametr kvality – tento paramet je sledován ze strany Krajského úřadu, pokud byla v organizaci provedena inspekce sociálních služeb ze strany MPSV.
- Parametr nákladovosti/efektivity – je sledována hospodárnost organizace.
- Parametr vícezdrojového financování – v tomto případě je sledováno, zda organizace sama aktivně hledá zdroje financování sociální služby.

Základní síť sociálních služeb je členěna do dvou úrovní.

Z1 – zde jsou sociální služby, které při hodnocení parametrů dosáhly stanoveného počtu bodů bez vážnějších výhrad.

Z2 – pro sociální služby, které vykazují určité problémy při hodnocení parametrů a nedosáhly stanoveného počtu bodů pro zařazení do úrovně Z1.

Pro rok 2015 terénní pečovatelská služba povinné ukazatele splnila a byla zařazena do základní sítě Z1, s nejvyšší mírou podpory, což znamená, že pro tento rok nebude dotace, poskytovaná z KÚ Liberec na provoz naší služby krácena.

Pro vstup nových organizací na území obce je nutný souhlas Rady města Doksy. Pokud město provozuje vlastní příspěvkovou organizaci, nemá o novou službu na svém území zájem a finančně nového poskytovatele nepodpoří. Organizace působící na území města ovšem mohou žádat o dotaci z „Grantového fondu“, který je v obci zřízen a žádosti posuzuje grantová komise. Zde může být příspěvek přiznán.

Hrozba vstupu nových konkurentů je vzhledem k pevnému ukotvení naší služby v daném území nevýznamná.

Konkurence by se stala **pro službu ohrožující** v případě, pokud by nebyli uživatelé s poskytovanými službami dostatečně spokojeni nebo pokud by se změnily politické podmínky státu a nastala by změna současných pravidel přidělování dotací, případně by došlo k omezení dotací.

#### **4.2.4 Hrozba substitutů**

Možným substitutem můžeme označit vzájemně zaměnitelné služby, kdy růst ceny jedné, vede k růstu poptávky po druhé. V našem případě jsou takovým substitutem například domovy pro seniory, kam mohou uživatelé ze svého domácího prostředí odejít a

tím přestanou mít nárok na terénní služby. V území, kde naše terénní služba působí, je pobytová i terénní služba zajišťována totožným poskytovatelem. Přejít do rezidenčního zařízení nastává tedy až v případě, kdy pečovatelská služba, ve spolupráci s rodinou, na péči v domácím prostředí již opravdu nestačí.

Organizace tak disponuje určitou konkurenční výhodou, navíc poskytuje ambulantní službu denní stacionář, který několikrát týdně odlehčí pečujícím rodinám a pomáhá uživatele terénní služby udržet v domácím prostředí co nejdéle.

Hrozba substitutů je v našem případě nevýznamná za předpokladu, že služby si zachovají odpovídající standard a přízeň uživatelů. Rovněž záleží na přízni politického vedení představitelů obce. Pokud by zřizovatel upřednostnil na svém území soukromé subjekty, například přidělením finančních dotací, mohla by tato skutečnost být **pro naše služby ohrožující**.

#### **4.2.5 Konkurence firem v daném oboru**

Naši potencionální konkurencí mohou být terénní služby, asistenční služby a služby domácí zdravotní péče, které svou působností zasahují do našeho regionu. Sídlo těchto služeb však není v místě obce Doksy.

Jedenkrát ročně, v rámci komunitního plánování naší obce, společně s představitelkami Městského úřadu Doksy – sociálního odboru, pořádáme v naší organizaci setkání poskytovatelů všech terénních služeb, působících na našem území. Setkání slouží nejen k lepšímu vzájemnému poznání se, ale rovněž ke zjištění, jaké služby tyto organizace nabízí, v čem je jejich nabídka pestřejší, o kolik klientů naší cílové skupiny v místě pečují.

Službu dovoz obědů nenabízí žádná jiná terénní služba, která v našem městě působí. Klienti, tuří tuto službu využívají, volí proto u naší organizace rovněž další poskytované služby.

Vzhledem k charakteru našich zákazníků, jimiž jsou senioři, kteří dávají přednost jistotě, jsou opatrní a je pro ně důležitá důvěra k poskytovateli služeb, jíž vnímají u našich pečovatelek, považují hrozbu konkurence za nepříliš významnou.

#### 4.2.6 Shrnutí analýzy mikrookolí

##### **Příležitosti:**

- **Vyjednávací síla uživatelů služeb** – s uživateli pravidelně komunikovat a při osobních rozhovorech nebo společných schůzkách a besedách zvyšovat jejich povědomí o účelu příspěvku na péči. Předkládat uživatelům dostupným způsobem ceníky služeb, na kterém je uveden seznam nabízených a poskytovaných služeb, za něž je možno příspěvek na péči utratit.
- **Vyjednávací síla dodavatelů služeb** – před uzavíráním smluv s dodavateli služeb, jejichž vyjednávací síla je pro nás významná (jedná se o dodavatele telekomunikačních služeb, mobilních operátorů, IT služeb, externích služeb BOZP a PO, služeb supervizora či pronájmu kanceláří) provést průzkum trhu, srovnání cen a nastavit smlouvy pro nás co možná nejvýhodnější.

##### **Hrozby:**

- **Hrozba vstupu nových konkurentů do odvětví** - hrozbou se může stát nesplnění nároků Krajského úřadu, pokud by služba neplnila stanovená kritéria, jimiž jsou zásady efektivity, kvality, dostupnosti a potřebnosti, v důsledku toho by byla vyřazena ze základní sítě omezena jí finanční dotace na provoz služby. Činnost organizace by v tomto případě mohla zaujmout jiná služba, působící v daném území.

### 4.3 Vnitřní analýza

Vnitřní analýza nám pomůže odhalit **silné a slabé stránky organizace**. Je zaměřena na zhodnocení ukazatelů, kterými jsou pracovníci, zaměstnaní ve službě, technické vybavení služby, pracovní prostředí a podmínky, finance a marketingové faktory.

#### 4.3.1 Technické vybavení

Služba je pro svou činnost kvalitně technicky vybavena. Od roku 2014 disponuje **novým osobním automobilem** značky Citroën kombi s pětimístným sedadlovým prostorem pro dovoz klientů k lékaři a na úřady a s odděleným zavazadlovým prostorem pro rozvoz obědů. Příspěvek na automobil v celkové výši 60 tisíc korun poskytli někteří

starostové okolních obcí, na základě písemného požádání o finanční dar, ze strany vedení organizace.

K rozvozu obědů jsou využívány **jídlonosiče s termoobaly** pro zajištění požadované teploty pokrmů a pro letní období má služba naopak k dispozici 2 **monoklimatické lednice do automobilu**, pro možnost uchovat při převozu v chladu zeleninové saláty. Koncem roku 2014 byla zakoupena **myčka na nádobí pro mytí jídlonosičů** a misek, určených pro rozvoz. Dále mohou pečovatelky využívat **mikrovlnnou troubu, varnou konvici, lednici a mrazničku**.

Pro praní a žehlení prádla disponuje služba **automatickou pračkou, žehličkou a elektrickým mandlem**. Pro úklid v bytech klientů je k dispozici **vysavač**.

Prováděné úkony jsou zaznamenávány formou **elektronických čteček**. Každý úkon je popsán a označen příslušným kódem a po provedení u příslušného klienta načten a následně pomocí **USB kabelu** stažen do **počítače**. Organizace pro tyto účely využívá program Orion a výše zmíněná forma záznamů ulehčuje statistické vykazování na MPSV, KÚ a je rovněž průkazným dokladem pro uživatele služeb o provedené péči. Mimo počítače disponuje služba ještě **barevnou tiskárnou**.

Novinkou je rovněž nový **elektronický docházkový systém**, pořízený koncem roku 2014 pro zaznamenávání pracovní doby zaměstnanců. Systém plní funkci kontrolní, kdy přesně pomocí natipovaného otisku prstu příslušného pracovníka, zaznamená jeho příchody a odchody na pracoviště, a zároveň je podkladem pro zpracování mezd, kdy ulehčí pracovnícím mzdové účtárny od papírové formy vedení agendy.

Plnění stanovené docházky je jedna stránka věci, její využívání a kvalita provedených služeb část druhá. Kvalita práce s uživateli je sledována pomocí záznamů provedené péče a kontrolními mechanismy, dle postupu, jež je uveden v příloze č. 4.

**Silná stránka:** technické vybavení je na patřičné úrovni, k jeho nákupu bylo možné přistoupit díky dostatečné dotaci v roce 2014 a díky sponzorskému daru na zakoupení nového automobilu od některých okolních obcí.

**Slabá stránka:** nebyla shledána.

### 4.3.2 Pracovní prostředí a podmínky

Zázemí pracovníků terénní pečovatelské služby je v přízemí pečovatelského domu, který čítá 20 bezbariérových bytů, z toho 2 byty pro manželskou dvojici ; v domě žije celkem 22 seniorů. Byty jsou ve správě zřizovatele, který si sám vybírá od seniorů nájmy. Terénní pečovatelská služba má pro svůj provoz pronajatou část přízemí domu ; jedná se o společnou kancelář vedoucí pečovatelky a sociální pracovnice, **denní místnost pečovatele se šatnou a hygienickým zázemím**, dále je k dispozici sušárna a žehlárna prádla, úklidová místnost, včetně skladu pro uložení vysavače a mycích pomůcek a prostředků a kuchyňka pro rozdělování obědů. **Dům s pečovatelskou službou** byl zkolaudován v roce 2004, prostředí je zde velmi pěkné, místnosti světlé a prostorné. Jednotlivé poschodí spojuje **moderní výtah s hlasovou signalizací**. Kanceláře a šatny jsou vybaveny nábytkem, jehož stáří odpovídá době kolaudace pečovatelského domu, nábytek je velmi zachovalý.

Pečovatelky jsou pro svou práci vybaveny kvalitním **ochranným pracovním oblečením a obuví**.

Pro možnost separování odpadu jsou v prostorách domu s pečovatelskou službou pracovníkem Městského úřadu, odboru životního prostředí, umístěny recyklační tašky. Jedná se o barevně rozlišené **recyklační tašky na plast, sklo a papír**.

**Silná stránka:** pracovníci mají k dispozici odpovídající vybavení a zázemí. V organizaci je podporováno ekologické smýšlení.

**Slabá stránka:** nebyla shledána.

### 4.3.3 Lidské zdroje

Terénní pečovatelská služba Doksy zaměstnává celkem:

- 3 pečovatelky na hlavní pracovní poměr
- 1 pomocníci ve službách na dohodu o pracovní činnosti
- sociální pracovníci na částečný úvazek, která provádí s vedoucí pečovatelskou sociální šetření v domácnostech zájemců o službu.

**Pečovatelky mají jasně stanovené kompetence a odpovědnosti**, podložené písemnou pracovní náplní, která je součástí pracovní smlouvy.

Kompetence vycházejí z Nařízení vlády č.222/2010 - Katalog prací a platy zaměstnanců odpovídají NV č. 224/2014, ve znění pozdějších předpisů.

Povinností každé organizace, působící v sociálních službách, je zpracovat **standarty kvality, které slouží pro orientaci a informaci zaměstnanců** a jsou předmětem kontroly ze strany inspekce kvality sociálních služeb. Dle platné legislativy je vyjmenováno celkem 15 standardů kvality sociálních služeb a rozdělují se na standardy procedurální, personální a provozní. Oblast péče o zaměstnance upravuje **standard č. 9 - „Personální a organizační zajištění sociální služby“ a standard č 10 - „Profesní rozvoj zaměstnanců služby.“**

Personální zajištění je jednou ze silných stránek organizace. Vzhledem k zaměření služby jsou na pracovníky kladeny vysoké osobnostní předpoklady a specifické kvalifikační požadavky. Každý nový zaměstnanec podepisuje povinnou mlčenlivost a etický kodex pracovníka v sociálních službách. **Etický kodex obsahuje zásady chování k uživatelům, kolegům i zaměstnavateli.**

Standard č. 9, který je přílohou č. 5 této magisterské práce, určuje „Pravidla pro přijímání nových zaměstnanců“, „Pravidla pro zaškolování nových zaměstnanců“, dále „Harmonogram zácviku nových zaměstnanců“, a jeho součástí je „Hodnocení zapracování“. Hodnocení provádí přímý nadřízený pracovník po 3 měsících od nástupu nového zaměstnance. V průběhu prvních 3 měsíců dohlíží na průběh zapracování stanovený „garant“ a pomáhá novému zaměstnanci v adaptačním procesu.

Výše zmíněný standard kvality obsahuje rovněž **„Pravidla pro působení osob, které nejsou u organizace v pracovněprávním vztahu“**. Jedná se například o studenty, kteří do organizace dochází v průběhu stáží a také o dobrovolníky. Dobrovolníci přicházejí do organizace nejčastěji z Občanského sdružení ADRA. Za nedostatek je možno považovat skutečnost, že tito dobrovolníci dochází v organizaci pouze do služby domova pro seniory a **pro terénní pečovatelskou službu se žádné dobrovolníky nepodařilo dosud získat.**

Nemalý důraz je rovněž kladen na profesní rozvoj zaměstnanců, který je zakotven ve standardu č. 10., podrobně popsáno v příloze č. 6 této diplomové práce.

Zákonem je uloženo **povinné vzdělávání v rozsahu 24 hodin ročně** a může být podílem tvořeno z akreditovaného vzdělání, **supervize**, vnitřních školení, konferencí a stáží. Vzdělávání je managementem organizace plně podporováno.

Standard č. 10 dále stanovuje „Systém výměny informací“, „Postup pro pravidelné roční hodnocení zaměstnanců“, „Finanční a morální oceňování zaměstnanců“, „Postup při neplnění povinností zaměstnancem“ a podmínky „Supervize“ v organizaci.

Jasná pravidla, kvalitní zapracování a pravidelné hodnocení přispívá ke stabilizaci pracovníků. Ke stabilizaci a loajalitě pracovníků rovněž přispívají poskytované **benefity z Fondu kulturních a sociálních potřeb**. Jedná se o příspěvky na obědy, vánoční kolekce, vstupenky do bazénu, masáže, odměny při dovršení stanoveného počtu odpracovaných let u organizace, při dovršení 50 let věku a při prvním odchodu zaměstnance do starobního nebo invalidního důchodu.

**Silná stránka:** péče o zaměstnance, jejich kvalitní zapracování, péče o vzdělávání, pravidelné provádění hodnocení a poskytování benefitů.

**Slabá stránka:** Ve službě nepracují dobrovolníci, jejichž přínosem by mohlo být zkvalitnění péče o uživatele, např. formou doprovodu na vycházky po okolí nebo formou předčítání, či pouhé vyplnění samoty uživatele při konverzaci.

#### 4.3.4 Finanční zdroje

Financování služby je vícezdrojové. Část příjmů je zajištěna z úhrad od uživatelů, část z dotací od obce a dotací z MPSV. Zapojeny jsou rovněž fondy organizace, tvořené z hospodářských výsledků minulých let nebo darů.

Organizace sestavuje pro každý rok návrh pro vyrovnaný rozpočet, který předkládá Radě Města ke schválení. Zřizovatel stanoví organizaci závazné limity pro čerpání mzdových prostředků a limity pro spotřebu paliv a energií.

Čtvrtletně jsou prováděny rozbory hospodaření a je sledováno čerpání rozpočtu organizace s ohledem na jednotlivé služby.

Rozvaha – bilance k 31.12.2014 a Výkaz zisku a ztrát k 31.12.2014 jsou přílohami č.7 a č. 8 této diplomové práce.

## ROZPOČET 2015 - PEČOVATELSKÁ SLUŽBA

Tabulka č. 1: Náklady pečovatelské služby Doksy - 2015

### NÁKLADY 2015

materiál	78 000
energie	115 000
opravy	8 000
cestovné	2 000
služby	73 000
mzdové náklady	798 000
pojistné	264 000
jiné sociální pojištění	3 000
sociální náklady	7 000
ostatní náklady	7 000
odpisy	33 000
náklady z DDM	17 000
<b>Celkem</b>	<b>1 405 000</b>

Zdroj: Vlastní tvorba

Vysvětlivky: DDM – drobný dlouhodobý majetek

Tabulka č. 2: Výnosy pečovatelské služby Doksy- 2015

### VÝNOSY 2015

úhrady za služby	455 000
použití fondů	20 000
transfery	930 000
<b>Celkem</b>	<b>1 405 000</b>

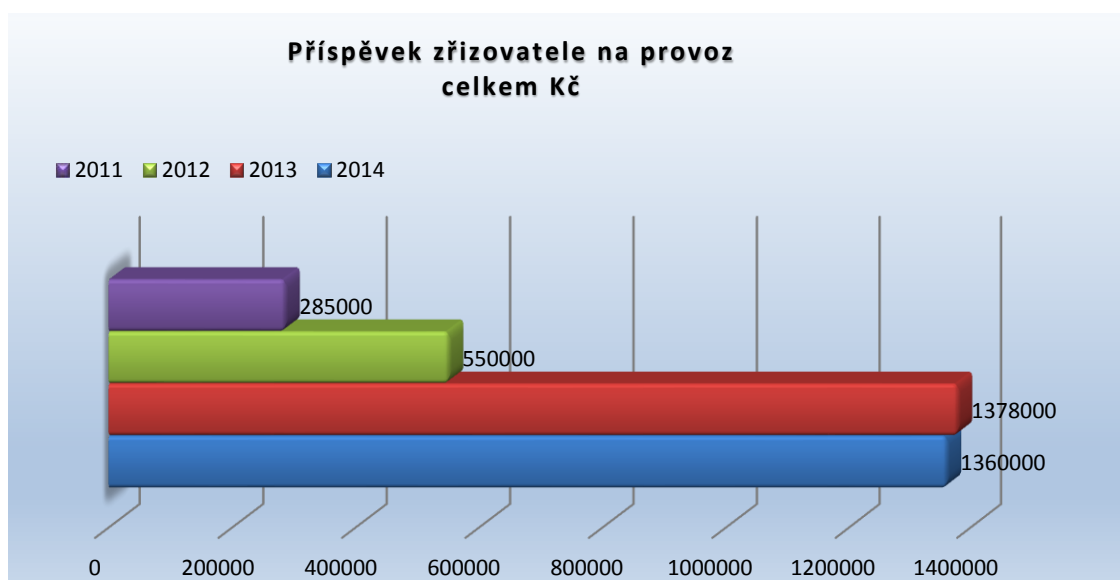
Zdroj: Vlastní tvorba



Transfery jsou složeny z dotace od zřizovatele a z dotace od MPSV. Pro rok 2015 je dotace zřizovatele na provoz terénní pečovatelské služby 425 000,- Kč a dotace MPSV (kraje) činí 505 000,- Kč.

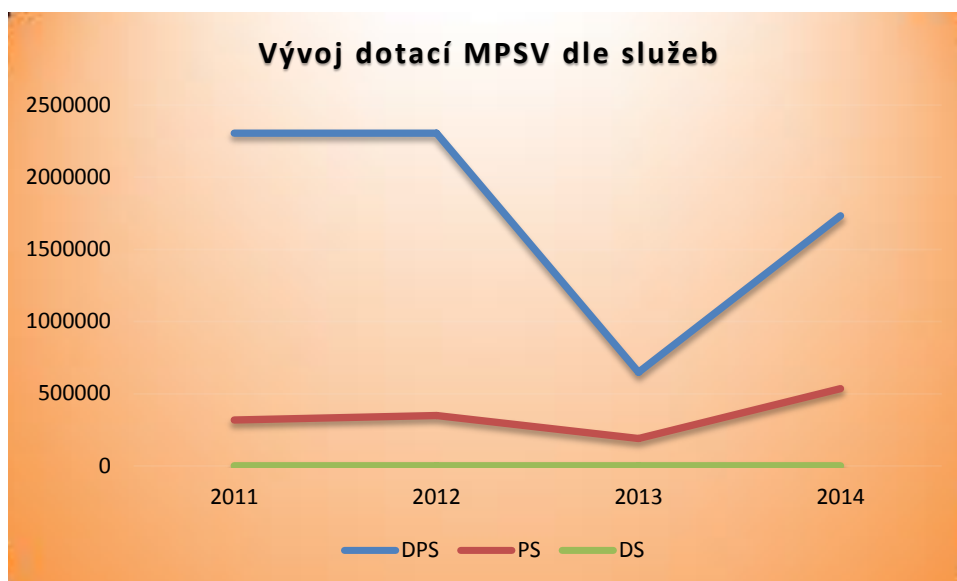
Organizace má ve svém zřizovateli oporu v případě nedostatečného krytí rozpočtu ze strany MPSV. Pro příklad uvádíme v následujícím grafu vývoj příspěvků na provoz ze strany zřizovatele od roku 2011. Když např. v roce 2013, došlo k propadu v přidělených finančních prostředcích ze strany MPSV, zajistil potřebné finanční dorovnání organizace pro jednotlivé služby právě zřizovatel.

Graf č.5: Příspěvek zřizovatele na provoz příspěvkové organizace Domov pro seniory Doksy v rozpětí let 2011 až 2014



Zdroj: Vlastní tvorba

Graf č. 6: Vývoj dotací z MPSV pro příspěvkovou organizaci Domov pro seniory Doksy dle jednotlivých služeb



Zdroj: Vlastní tvorba

Vysvětlivky: DPS – dům s pečovatelskou službou; PS – pečovatelská služba; DS – denní stacionář

**Silná stránka:** Za silnou stránku ve financování lze považovat dostatečné krytí rozpočtu z dotací od zřizovatele a v letošním roce rovněž z dotace MPSV. Tyto transfery v souhrnu představují téměř 2/3 celkového rozpočtu pečovatelské služby.

**Slabá stránka:** Slabou stránkou je nestabilita výše dotace ze strany MPSV v jednotlivých letech a tím každoroční nejistota ve financování služby.

#### 4.3.5 Marketingové faktory

- Distribuční kanály

Propagace služby je zajištěna **formou informačních letáků**, umístěných v ordinacích obvodních lékařů, působících ve městě, kde je služba provozována. Jedná se celkem o 3 pracoviště obvodních lékařů. Vzhledem k tomu, že senioři pravidelně navštěvují lékaře, umístění letáků je zde přínosné.

Dalším způsobem propagace je **konání setkání poskytovatelů, v rámci komunitního plánování**. Jedná se o roční pravidelná setkání v prostorách domu s pečovatelskou službou, na tato setkání jsou zváni poskytovatelé služeb a starostové okolních obcí, kterým je představena činnost služby.

Prostory společenské místnosti domu s pečovatelskou službou jsou pravidelně otevírány profesní veřejnosti, dosud však **nebyl uspořádán den otevřených dveří pro občany města a případné zájemce o terénní pečovatelské služby.**

Prezentace o službě je zajištěna rovněž při **účasti vedoucí manažerky na poradním sboru Úřadu práce.** Těchto ročních setkání se zúčastní zástupci řady prosperujících podniků, škol a důležitých institucí v rámci celého území okresu.

Za nedostatek je také možno označit **absenci loga služby,** kdy v případě korespondence by označení dopisů logem přispělo k větší profesionalitě služby a zajistilo její vnímání ze strany oslovovaných případných sponzorů a spolupracujících organizací pozitivněji.

Pokud by bylo možné upozornit na terénní pečovatelskou službu navíc formou propagačních předmětů, zapůsobilo by toto jistě kladným ohlasem. **Propagační předměty organizaci však chybí.**

- Informace a články v Doksém Zpravodaji

Toto periodikum je zdarma distribuováno 1x měsíčně do každé domácnosti ; sociální pracovnice pravidelně zasílá **příspěvky o službě do Zpravodaje,** informace zde si může každý pohodlně přečíst.

- Webové stránky, facebook

Pravidelnou aktualizaci **příspěvků a fotografií na webových stránkách a facebooku** zajišťuje sociální pracovnice.

- Informační systém

Služba využívá od roku 2013 Informační systém Orion od společnosti IReSoft Brno, ve kterém má spuštěn modul Sociální část, Dokumentace klienta, Stravovací část a modul Zaměstnanci. Tyto moduly umožňují evidování a zpracování dat o poskytnutých sociálních službách a úkonech.

V roce 2014 byla část modulu Zaměstnanci doplněna docházkovým systémem pro elektronické zaznamenávání příchodů a odchodů dotykovým způsobem. Tím byla zajištěna možnost přehledného sledování plnění pracovní doby zaměstnanců.

Od roku 2015 je provedeno rozšíření informačního systému o využívání přenosných miniterminálů. Přenosné miniterminály na čárový kód slouží ke sledování množství poskytnuté péče klientům. Realizované činnosti jsou průběžně zaznamenávány včetně jména zaměstnance a času jejich provedení. Tyto záznamy lze dle potřeby zaneš pomocí USB kabelu do počítače. Pomocí informačního systému je ulehčeno pravidelné roční vykazování statistických dat, požadovaných MPSV a Krajským úřadem.

**Silná stránka:** Služba je propagována pomocí letáků, umístěných v ordinaci obvodních lékařek a na sociálním odboru Města Doksy.

Služba je prezentována na setkáních poskytovatelů terénních služeb v rámci komunitního plánování přímo v domě s pečovatelskou službou Doksy a rovněž při účasti vedoucí manažerky na setkání poradního sboru Úřadu práce v České Lípě.

Informace o službě jsou pravidelně zveřejňovány v Dokském Zpravodaji, na webových stránkách organizace a na facebooku.

V rámci statistického vykazování jsou informace o službě předávány MPSV a Krajskému úřadu v Liberci. Záznamy o poskytnutých činnostech a úkonech provádí pracovnice na počítači v Informačním systému Orion od společnosti IReSoft Brno a ke sběru dat využívají rovněž přenosné miniterminály k načítání provedených úkonů.

**Slabá stránka:** Služba nedisponuje vizitkami, logem ani propagačními předměty. Ve službě se dosud nekonal den otevřených dveří pro veřejnost a případné zájemce o terénní pečovatelské služby.

#### **4.3.6 Shrnutí výsledků vnitřní analýzy**

Z výsledků provedené vnitřní analýzy je možné shrnout silné a slabé stránky služby.

##### **Silné stránky:**

Silnou stránkou služby je technické vybavení, díky němuž mohou být kvalitně vykonávány jednotlivé poskytované úkony jako je praní a žehlení prádla, rozvoz stravy, úklid ; zaznamenávány činnosti a vedení zaměstnanci.

Silnou stránkou jsou rovněž pracovní podmínky a pracovní prostředí zaměstnanců a péče o zaměstnance. V organizaci je podporováno ekologické myšlení.

Další silnou stránkou je finanční podpora ze strany zřizovatele. Zřizovatel organizaci podporuje formou dotace, která je jednou z částí transferů, kterými je zajišťováno financování služby, spolu s úhradami od uživatelů.

Propagace a prezentace služby má silné stránky jako je například umístování informací v místním Zpravodaji, na webu a facebooku nebo prezentace při komunitním plánování ve městě nebo na poradním sboru Úřadu práce.

Oblast propagace služby má rovněž slabé stránky, které uvádíme níže.

#### **Slabé stránky:**

Slabou stránkou propagace služby je skutečnost, že neexistují propagační předměty, chybí logo služby a vizitky. Dosud se nekonal den otevřených dveří.

Slabou stránkou je také absence dobrovolníků, kteří by se podíleli na poskytování služby, zejména při vyplnění volného času uživatelů.

## **4.4 SWOT analýza**

Tabulka č. 3: SWOT analýza

<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Technické vybavení služby</li><li>- Pracovní prostředí a podmínky</li><li>- Kvalitní personál – péče o lidské zdroje</li><li>- Ekologické chování pracovníků služby</li><li>- Účast při komunitním plánování v obci</li><li>- Prezentace služby na poradním sboru ÚP</li><li>- Prezentace služby na letácích, na webu, ve Zpravodaji, na facebooku</li><li>- Finanční zajištění ze strany zřizovatele</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chybí logo služby, propagační předměty</li><li>- Nekonají se dny otevřených dveří</li><li>- Chybí dobrovolníci v organizaci</li></ul>

<b>Příležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stárnutí populace a s ním spojená potřeba zdravotní a sociální péče</li> <li>- Politická podpora terénních služeb</li> <li>- Rozvoj technologií pro domácnosti</li> <li>- Zvyšování příspěvku na péči</li> <li>- Vytváření střednědobého plánu sociálních služeb v území</li> <li>- Zájem o prevenci a péči o zdraví</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatek kvalitního personálu</li> <li>- Zákonné limity na platy</li> <li>- Nenárokové dotace</li> <li>- Snižování dotací</li> <li>- Stoupající vyjednávací síla uživatelů</li> <li>- Vyjednávací síla dodavatelů</li> <li>- Vstup konkurentů do odvětví</li> <li>- Politická nestabilita</li> <li>- Nespokojenost uživatelů s péčí</li> </ul>

Zdroj: Vlastní tvorba

#### 4.5 Strategický cíl

Na podkladě provedené SWOT analýzy můžeme definovat hlavní strategický cíl:

**„Rozvoj terénní pečovatelské služby“** příspěvkové organizace „Domov pro seniory Doksy“.

Smysluplnost strategického cíle je podložena výsledky analýzy, kdy bylo zjištěno, že terénní pečovatelské služby v domácím prostředí mají politickou podporu, demografický vývoj směrem ke stárnutí populace bude vyžadovat častější zdravotní a sociální péči a rovněž zákonné zvýšení příspěvku na péči zajistí početnější skupině potřebných obyvatel možnost nákupu sociálních služeb.

K setrvání v domácím, přirozeném prostředí přispívá rozvoj technologií pro domácnosti a zájem obyvatel o péči k udržení zdraví na takové úrovni, která nebude vyžadovat umístění v rezidenčních zařízeních.

Rozvoje terénní pečovatelské služby dosáhneme pomocí marketingového plánu, kdy po provedení marketingového výzkumu a stanovení marketingových cílů zvolíme vhodné marketingové strategie.

## **5 Návrhová část**

### **5.1 Marketingový výzkum**

Při marketingové orientaci jsou u hodnocení kvality sociální služby v popředí přání a potřeby uživatele (Rezidenční péče, 2008: 4-5).

Podle Matouška je využití marketingových metod a nástrojů v sociálním sektoru v ČR teprve v počátcích. Přestože existují v oblasti sociálních služeb jevy, které můžeme nazvat nabídkou a poptávkou a přestože mají služby cenu i hodnotu, teorie marketingu se v současnosti v sociálním sektoru prakticky vůbec nepoužívá. V budoucnu však může marketing přinést do sociální oblasti mnoho pozitivního. Může přinést podporu kooperace organizací a vědomí jednotlivých poskytovatelů o vlastní roli v celém sektoru. Umožní porovnat ceny služeb od jednotlivých poskytovatelů, lepší dislokaci služeb podle skutečných potřeb klientů nebo orientaci resortů pro efektivnější rozdělování dotací (Matoušek, 2008: 346-346).

Služby v sociálních organizacích musí reagovat na potřeby cílových skupin uživatelů a tyto potřeby naplňovat. Toto bylo cílem následně popsaneho výzkumu, jenž nám posloužil jako podklad k dalším marketingovým krokům.

#### **5.1.1 Cíl výzkumu**

Příspěvková organizace Domov pro seniory Doksy registruje celkem 3 služby. V této práci se zabýváme jednou z těchto registrovaných služeb – terénní pečovatelskou službou. Cílem marketingového výzkumu bylo pomocí dotazníkového šetření zjistit spokojenost stávajících uživatelů terénní pečovatelské služby Doksy s poskytovanými službami a jejich případný zájem o rozšíření těchto již poskytovaných služeb. Rozšíření by zahrnovalo především časové hledisko a dále by zahrnovalo nabídku dalšího poskytovatele stravy. V současné době je služba poskytována pouze v pracovní dny, od pondělí do pátku od 6.30 hodin do 15.00 hodin, nikoliv o víkendech a o svátcích. Nabídka oběda je omezena na možnost volby jednoho druhu jídla, jelikož strava je dovážena z kuchyně sousedícího domova pro seniory. Domov pro seniory připravuje stravu také pro své vlastní uživatele, včetně nutných diet, a z kapacitních důvodů již nemůže zajistit další varianty stravy.

Zaměstnancům pečovatelské služby jsou často od uživatelů sdělovány negativní připomínky ke stravě, její chuti a pestrosti ; nabízí se tedy tímto výzkumem možnost zjistit počet případných zájemců o změnu dodavatele obědů.

Cílem výzkumu rovněž bylo zjistit zájem stávajících uživatelů, rozšířit služby o některé dosud neposkytované činnosti ; jednalo by se o ošetřovatelské úkony jako je například podávání léků, výměna obvazů, aplikace injekcí. V případě tohoto zájmu by vznikl prostor pro registraci nové terénní služby zdravotního charakteru, jelikož tato služba v územním obvodu rovněž chybí.

### **Výzkumné otázky**

- 1) Jaká je délka odebrání služeb u jednotlivých uživatelů?
- 2) Odkud jsou nejčastěji získávány informace o službě?
- 3) Zda a v jakém časovém rozpětí by uživatelé uvítali rozšíření nabídky některých služeb?
- 4) Zda by uživatelé uvítali možnost rozšíření nabídky o dalšího dodavatele stravy?
- 5) Které služby v nabídce uživatelům chybí?

#### **5.1.2 Metodika výzkumu**

K získání požadovaných informací byl zvolen typ kvantitativního výzkumu a technika strukturovaného dotazníku. Technika dotazníkového šetření je využívána v poskytované terénní pečovatelské službě Doksy pravidelně každý rok pro získání informací o spokojenosti uživatelů. Pro účely této diplomové práce byl dotazník upraven a rozšířen, aby získané informace mohly být podkladem pro vypracování marketingového plánu rozšíření služby. Zajímala nás v dotazníku tedy nejen spokojenost uživatelů s poskytovanými službami, ale hledali jsme pomocí konkrétních otázek, zařazených v dotazníku, náměty pro rozvoj služeb.

Potřebné informace byly získány rovněž analýzou dotazníků spokojenosti z minulých období, z průběžných rozhovorů pracovníků s uživateli a z celkové dlouholeté znalosti problematiky praxe.



## **Výběr vzorku**

Dotazník obdrželi všichni uživatelé terénní pečovatelské služby, celkem v počtu 60 osob.

Uživatelům byl dotazník předán osobně pečovatelkami terénní pečovatelské služby s poučením o délce výzkumu a s místem odevzdání vyplněného dotazníku.

## **Sběr dat**

Sběr dat probíhal v roce 2014.

V měsíci červenci 2014 byl všem uživatelům terénních pečovatelských služeb Doksy distribuován dotazník, který je přílohou č. 9 této diplomové práce. Vyplněný dotazník měli uživatelé možnost odevzdat do konce měsíce srpna 2014. Výzkum byl anonymní, uživatelé služeb, kteří jsou zároveň obyvateli domu s pečovatelskou službou, mohli vyplněný dotazník vhodit do schránky pro podávání podnětů stížností a připomínek, umístěné u výtahu v přízemí pečovatelského domu. Ostatní uživatelé vhazovali vyplněné dotazníky do schránky připevněné v automobilu terénní pečovatelské služby.

Bylo rozdáno celkem 60 dotazníků, z celkového počtu distribuovaných dotazníků se zpět navrátilo 39 vyplněných dotazníků. Na otázky odpovídali 3 muži a 36 žen.

Zamyslíme-li se nad otázkou, proč se navrátily pouze 2/3 z rozdaných dotazníků a proč 1/3 uživatelů neodpověděla na otázky a dotazník neodevzdala, můžeme dospět k závěru, že právě úzký vztah uživatelů a pracovníků a fakt, že se jedná o obyvatele malého města, mohl ovlivnit tuto nepříliš početnou návratnost a neochotu uživatelů, kteří si nechtějí, dle jejich pohledu, tzv. "si stěžovat".

## **Analýza dat**

1) Úvodní otázka v dotazníku se týkala délky, po kterou respondenti odebírají služby.

Tato otázka nám umožňuje zjistit nárůst počtu nových odběratelů služeb a rovněž věrnost uživatelů u organizace poskytující služby. Na otázku odpovědělo 28 uživatelů. Výsledky v tabulce ukazují, že za poslední rok činil nárůst 5 nových odběratelů, což činí 17,8 %. Déle než 3 roky užívá služby více než polovina uživatelů, celkem 15 osob, tedy 53,6%.

Tabulka č. 4: Délka odebíraných služeb

Využívání služby	Absolutní četnost	Procenta	Validní procenta	Kumulativní %
Do 1 roku	5	17,8	17,8	17,8
1-3 roky	8	28,6	28,6	46,4
Déle než 3 roky	15	53,6	53,6	100,0
Celkem	28	100,0	100,0	

Zdroj: Vlastní analýza

2) Ve druhé otázce jsme zjišťovali, odkud nejčastěji získávají klienti informace o terénních pečovatelských službách.

Z tabulky můžeme vyčíst, že nejčastěji informace o službě obstarají děti uživatelů, celkem v jedné třetině z celkového počtu odpovědí. Službu takto pro své rodiče zařídily jejich děti celkem v 10 případech (32,3%). Druhý nejčastější zdroj informací o službě poskytují pracovníce sociálního odboru Městského úřadu. Jedná se o 9 případů z celkových 31 odpovědí, což činí 29%. V 6 případech, tedy 19,4 % podali informaci sousedé uživatelů, kteří již služby využívali a 16,1 % činí získané informace přímo v organizaci, kam se uživatelé s dotazem obrací. Nejméně časté je získávání informací o službě z místního Zpravodaje. Tento zdroj získání informace o službě uvedl v odpovědi pouze 1 respondent (3,2%).

Tabulka č. 5: Nejčastěji získávané informace o službě

Zdroj informací	Absolutní četnost	Procenta	Validní procenta	Kumulativní %
Přímo v organizaci	5	16,1	16,1	16,1
Na MěÚ	9	29,0	29,0	45,1
Od sousedky	6	19,4	19,4	64,5
Zařídily děti	10	32,3	32,3	96,8
Zpravodaj	1	3,2	3,2	100,0
Celkem	31	100,0	100,0	

Zdroj: Vlastní analýza

3) Třetí otázka měla ověřit, zda je pro uživatele vyhovující rozpětí poskytovaných

služeb ve stávajícím nabízeném čase, nebo zda by uvítali rozšíření poskytovaných služeb i ve večerních hodinách, případně i o víkendech a svátcích.

Ze získaných odpovědí vyplynulo, že pěti respondentům chybí služby ve večerních hodinách, v průběhu pracovního týdne, ostatním časové rozpětí služby vyhovuje. Kladně odpovědělo 21 respondentů z celkových 26, tj. 81%. Pět respondentů, tj. 19% uvedlo, že by uvítali rozšíření poskytování služby do 19 hodin, místo současných 15.00 hodin.

Tabulka č. 6: Vyžadované rozpětí nabízených služeb

Rozpětí služby	Absolutní četnost	Procenta	Validní procenta	Kumulativní %
Dostačující	21	81	81	81
Po-pá do.....	5 (od 7-19 hod.)	19	19	100,0
Víkendy, svátky do	0	0	0	100,0
Celkem	26	100,0	100,0	

Zdroj: Vlastní analýza

#### 4) Dále nás zajímala celková spokojenost uživatelů s poskytovanou stravou.

Otázka v dotazníku byla rozvedena detailně – konkrétně na spokojenost s pestrostí stravy, teplotou dovezené stravy, s časem dovozu, způsobem servírování jídla, chutností apod. Vše se vztahovalo k současnému jedinému dodavateli. Pro účely marketingové analýzy, zde uvádím pouze zjištění, které se zabývalo rozšířením současné nabídky, tedy, kolik zájemců by využilo možnost odebírat obědy ještě od dalšího poskytovatele stravy. V konkrétním případě z místní školní jídelny.

Vzhledem k výše uvedeným častým připomínkám a stížnostem na stravu, byla odpověď na tuto otázku překvapivá ; zájem o možnost změnit současného dodavatele stravy uvedl pouze 1 respondent (4,3%), ostatní respondenti uvedli, že jim vyhovuje stávající dodavatel.

Takto celkem odpovědělo 22 respondentů tj. 95,7%.

V tomto případě rovněž mohl objektivnost odpovědí ovlivnit strach respondentů vyjádřit jejich skutečné přání, které staví na úroveň stížnosti. Také se můžeme domnívat, že ústně vyjadřovaná nespokojenost může být zástupným problémem a uživatelé mají pouze potřebu kontaktu s pečovatelkou a strava je tématem k rozhovoru.

Tabulka č. 7: Možnost rozšíření nabídky dodavatele stravy

Změna stravy	Absolutní četnost	Procenta	Validní procenta	Kumulativní %
Ne	1	95,7	95,7	95,7
Ano	22	4,3	4,3	100,0
Celkem	23	100,0	100,0	

Zdroj: Vlastní analýza

- 5) Cílem páté otázky bylo zjistit, které služby v nabídce uživatelům chybí a v jaké míře.

Taxativně byl učiněn dotaz na rozšíření zdravotních služeb, jako jsou převazy, aplikace injekcí apod. Tyto zdravotní služby chybí 4 uživatelům, z celkových 28, kteří na tuto otázku odpověděli, což je 14,3 %. 22 respondentů tj. 78,6% uvedlo, že jim nabízené služby dostačují.

Tabulka č. 8: Chybějící služby

Chybějící služby	Absolutní četnost	Procenta	Validní procenta	Kumulativní %
Žádné nechybí	22	78,6	78,6	78,6
Chybí zdravotní	4	14,3	14,3	92,9
Chybí jiné....	2	7,1	7,1	100,0
Celkem	28	100,0	100,0	

Zdroj: Vlastní analýza

## 5.2 Shrnutí výsledků

Výsledky výzkumu ukazují, že tlak na rozšíření terénních pečovatelských služeb ve zjišťovaných oblastech není příliš silný, avšak nelze jej ani zcela zamítnout.

Překvapivé bylo zjištění, že přes časté stížnosti a připomínky k chuťovým vlastnostem pokrmů a k malé pestrosti výběru stravy, neprojevíli respondenti zájem o rozšíření nabídky o dalšího dodavatele stravy. Příčinou může být malá návratnost dotazníků a předpoklad, že připomínky ke stravě mají právě ti uživatelé, kteří na výzkumné otázky neodpověděli. Rovněž můžeme předpokládat, že uživatelé si nechtějí stěžovat. Další příčinou, proč respondenti neprojevíli o změnu dodavatele stravy zájem, může být fakt, že ústní stížnosti jsou vlastně zástupným tématem pro potřebu kontaktu a rozhovoru s pečovatelkou a nejde ani tak o nespokojenost se stravou, jako o nedostatek kontaktu a pozornosti.

Výzkumem bylo dále zjištěno, že časové rozpětí poskytované služby od 6.30 hodin do 15.00 hodin, pondělí až pátek, dostačuje převažující části dotazovaných. Služby o víkendu a svátcích nepožadoval žádný z respondentů. Pět uživatelů by si přálo rozšíření doby terénních služeb do 19.00 hodin, avšak pouze v pracovní dny.

Požadováno bylo také rozšíření služeb o zdravotní úkony. Nejedná se o nadpoloviční většinu dotazovaných, ovšem 14,3 % uživatelů uvedlo terénní zdravotní služby, jmenovitě převazy, podávání léků, aplikace injekcí ad., jako chybějící, a přivítali by tyto služby jako doplnění stávajících sociálních terénních pečovatelských služeb.

Zároveň jsme získali informace o délce odebrání služeb. Nadpoloviční většina respondentů odebrá terénní pečovatelské služby déle než tři roky, z čehož můžeme usuzovat na jejich spokojenost s poskytovatelem služeb. Početná je rovněž skupina nových uživatelů, kteří si sjednali služby během roku.

Další poznatky odhalily způsob nejčastějšího získávání informací o službách. Nejčastěji pomáhají respondentům získat informace o službě jejich děti, dalším významným zdrojem informací jsou sociální pracovníce městského úřadu. Následují informace poskytnuté sousedy, kteří již služby odebírají a mají kladné zkušenosti s poskytovatelem služeb. Četná skupina dotazovaných získává informace přímo v organizaci poskytovatele a nejméně respondentů využívá k vyhledání informací o službě místní Zpravodaj. Tyto poznatky nám budou cenným zdrojem při volbě propagační strategie organizace.

V dotazníku nebyla uplatněna otázka, týkající se zájmu o účast uživatelů na dni otevřených dveří, pokud by se tento den uskutečnil. Z důvodu četnosti odpovědí, ze

kterých vyplynulo, že dotazovaní získávají informace o službě přímo v organizaci, nabízí se možnost, tuto formu propagace v následujícím období uskutečnit.

### **Kritické faktory úspěchu**

Kritický faktor úspěchu zaznamenává silné a slabé stránky, které mají největší vliv na úspěch služby. Měří se ve srovnání s konkurencí.

Kritickým faktorem úspěchu naší služby je fakt, že služba je poskytována v omezeném čase, pouze od pondělí do pátku od 6.30 do 15.00 hodin. K úspěchu by pomohlo, pokud by doba poskytování služby byla rozšířena i v odpoledních a večerních hodinách např. až do 19.00 hodin.

Kritickým faktorem je rovněž omezení služby pouze na služby pečovatelské. Senioři mají často zdravotní problémy a pomohlo by jim, pokud by pracovníci rozšířili nabídku o ošetrovatelské úkony, jako jsou převazy, píchání inzulínu, podávání léků.

Kritickým faktorem je také to, že senioři vnímají příspěvek na péči, který by měl sloužit k úhradě pečovatelských služeb, jako přílepku k důchodu a neuvědomují si, že je určen právě k tomu, aby si mohli zakoupit sociální služby. Často si objednají od poskytovatelů méně služeb, než je jim díky příspěvku na péči umožněno, a sami si omezují kvalitu života. Tento faktor je možné ovlivnit neustálou edukací seniorů při sociálním šetření, osobním jednáním s pečovatelkami (posílit pečovatelky formou školení vhodné asertivní komunikace) nebo informativními články v Dokském Zpravodaji, který je zasílán každý měsíc zdarma do každé domácnosti občanů ve městě Doksy.

Benefity:

- ❖ Pružné uspokojování požadovaných služeb
- ❖ Kvalifikovaný personál – zajištění kvalitní supervize a vzdělávání
- ❖ Nabídka kvalitní stravy – jídelníček sestavený odborníkem

### **5.3 Marketingové cíle**

- **Rozšířit povědomí o poskytované službě široké veřejnosti** – pokračovat v uveřejňování článků a fotografií o činnosti služby v místním Zpravodaji, na webu a facebooku, prezentovat službu při setkáních poskytovatelů a při setkáních

vedoucí manažerky na poradním sboru úřadu práce, distribuovat létáčky. Doplnit povědomí o službě uspořádáním **dne otevřených dveří**.

- Poskytovat služby dle individuálních požadavků uživatele, zanesených v písemné Smlouvě s poskytovatelem, při sepisování smluv informovat uživatele o významu příspěvku na péči a možnosti jeho využívání k nákupu služeb.
- Službu poskytovat prostřednictvím odborně proškoleného personálu - rozvíjet kvalifikaci personálu k umění komunikovat s uživateli ve smyslu uskutečnit kontakt formou rozhovoru s uživatelem a rovněž aby personál dokázal a uměl nekonfliktním způsobem uživatelům vysvětlit, že příspěvek na péči není přilepšení k důchodu, ale prostředek k zvýšení kvality života prostřednictvím nákupu sociálních služeb ; **rozvíjet znalost práce personálu na PC** – podpora při osvojování si potřebného programu na PC, práce s přenosnými terminály pro zaznamenávání úkonů a snadnější dokládání péče uživatelům.
- Snaha o získání dobrovolníků, kteří by pomohly uživatelům vyplnit volný čas formou doprovodu na vycházky, předčítání nebo konverzací.
- Ověřovat kvalitu služby pravidelnou komunikací s uživatelem formou dotazníků spokojenosti, rozhovorů
- **Rozšířit provozní dobu do 19.00 hodin** v průběhu pracovního týdne od pondělí do pátku.
- **Zavést domácí zdravotní služby**

## 5.4 Doporučení marketingové strategie

Z výzkumu nám vplynuly poznatky, kterých využijeme při stanovení marketingového mixu. Zvoleným nástrojem je marketingový mix 4C, což je strategie zaměřená na potřeby zákazníka a je využívána právě ve službách. Tuto strategii jsem zmínila již v teoretické části magisterské práce.

### 5.4.1 Hodnota pro zákazníka

Klíčovým prvkem marketingového mixu je hodnota pro zákazníka, kterou s naší poskytovanou službou získává. V případě našeho produktu se jedná o následující hodnoty:

- Možnost setrvat s pomocí poskytovaných služeb ve svém přirozeném, domácím prostředí ;
- Zlepšení celkové kvality života

- Přizpůsobení služeb a péče individuálním potřebám uživatelů

### 5.4.2 Komunikace

Dalším C marketingového mixu je komunikace - communication. Dřívější koncept marketingového mixu hovořil na tomto místě o Promotion – propagaci neboli reklamě.

V současné době, kdy je využíván internet a sociální sítě, je komunikace mnohem důležitější, jelikož obsahuje oboustranný proces budovaný mezi zákazníkem – uživatelem a dodavatelem – poskytovatelem.

S uživateli našich služeb komunikujeme srozumitelným způsobem. Volíme slova, která jim evokují spolehlivost služby, personál je školen v osobní komunikaci se staršími lidmi, která dokáže zohledňovat jejich např. sluchová, zraková nebo psychická omezení.

Na letáčky jsou tištěny dostatečně velká písmena, obrázky, které vyvolají pocit bezpečí a slova, utvrzující uživatele o dostupnosti služby a jejím odborném poskytování.

Letáček je přílohou č.10 této diplomové práce.

Tabulka č. 9: Komunikační kanály pro informaci o zákaznických hodnotách

Komunikační kanál	Uživatelé	Veřejnost	Sociální pracovníce městského úřadu
Informační leták v ordinaci lékaře	x	x	
Osobní návštěva pracovníka organizace	x		x
Informace v místním Zpravodaji	x	x	x
Informace na webu, facebooku		x	x
Dny otevřených dveří	x	x	x

Zdroj: Vlastní tvorba

### 5.4.3 Komfort

Pohodlí a komfort pro uživatele znamená snadnou dostupnost při poskytování služby. V terénních pečovatelských službách je komfortem:

- Individuální poskytování služeb v přirozeném, domácím prostředí.
- Dovoz obědů, který je uskutečňován ve smluvně sjednaném čase na určené místo.



- Dovoz stravy ve správné teplotě - díky převozu v nádobách s termoobaly, nebo naopak v monoklimatických chladničkách, jedná-li se o rozvoz salátů v letních měsících.
- Jídelníček sestavený odborníkem, nutričním terapeutem ; je možnost si v případě potřeby, objednat stravu např. diabetickou, žlučnickovou ad.
- Kvalitní komunikace s proškoleným personálem, ochotným vyslechnout požadavky na rozšíření služeb a pružně na tyto požadavky reagovat.
- Možnost využít při dopravě k lékaři a na úřady pohodlný nový služební automobil organizace, v doprovodu pečovatelek.
- Možnost využití střediska osobní hygieny při nevhodných podmínkách ve vlastní domácnosti, včetně dopravy na místo, osobním služebním automobilem organizace, v doprovodu pečovatelek.
- Poskytování služby v požadovaném, smluveném čase, pondělí – pátek od rána do večerních hodin (7.00 – 19.00).
- Při odebrání služeb možnost přednostního umístění v bezbariérovém bytě domu s pečovatelskou službou.

### **TOP nápady**

Na závěr jsme si položili otázky, týkající se zlepšení našich služeb a zvýšení konkurenceschopnosti na trhu poskytovaných terénních sociálních služeb:

1. *Co by zvýšilo naše šance na trhu? Co by zvýšilo úspěšnost prodeje/zájmu o naši službu?*

Rozšíření doby poskytování služby do večerních hodin během pracovního týdne.

Rozšíření cílové skupiny – např. o dospělé zdravotně postižené osoby, nejen v seniorském věku.

2. *Jaké hlavní body, týkající se komfortu by zvýšily prestiž naší služby a zvýšily by zájem o naši službu?*

Rozšíření pečovatelských služeb o ošetřovatelské zdravotní úkony.

Nabídka klubové služby s přednáškami a kulturními programy nebo výlety.

Zvýhodnění uživatelů, kteří využívají větší rozsah služeb – např. jim poskytnout bonusové balíčky – což znamená - při širším odběru služeb (nejen odběr obědů)

poskytování slev nebo jiných výhod – např. vycházku 1 hodinu 1x měsíčně s pečovatelkou zdarma.

Nabídka služby poradenství s úpravou domácností a získáváním dotací na bezbariérové bytové úpravy.

Získání dobrovolníků, kteří by pomáhali jako společníci uživatelů např. při četbě, vycházkách, doprovodech za kulturou.

Nabídka supervizí pečujícím rodinným příslušníkům.

#### **5.4.4 Cena**

Cena terénních pečovatelských služeb je stanovena vyhláškou. Nejedná se o tržní ceny, vyhláška určuje finanční strop, maximum, které je možné za služby vyžadovat. Ceny vychází ze zpracované kalkulace, pokud by výše za jednotlivé úkony stanovený strop překračovala, uhradí uživatel pouze maximální částku dle vyhlášky, zbývající část ceny je hrazena z dotace zřizovatele nebo z dotace MPSV. Organizace má vytvořen ceník základních a fakultativních služeb, který je schválen zřizovatelem – usnesením Rady města.

Cena v tomto případě sleduje náklady nejen na pořízení služby, ale další související efekty, které znamenají pro uživatele úsporu:

- Možnost využití příspěvku na péči k nákupu služeb
- Dotace státu na sociální služby

#### **5.5 Marketingový plán**

Peter Hingston ve své publikaci uvádí, že marketingový plán je vyvrcholením výzkumu trhu. Jedná se o dokument, který stanoví cíle marketingu a způsoby jejich dosažení. (Hingston, 2002)

V této diplomové práci byly na základě marketingového výzkumu stanoveny marketingové cíle a marketingová strategie.

Podkladem pro naplánování celého procesu byla rovněž strategická analýza, která vyústila ve SWOT analýzu.

Marketingový plán je rozveden do jednotlivých akčních plánů, pro každý z akčních plánů byl stanoven rovněž plán rizik

### 5.5.1 Akční plány

V prvním z akčních plánů byl vypracován postup pro zviditelnění terénní pečovatelské služby. Cílem je rozšířit u široké veřejnosti města Doksy povědomí o poskytované službě uspořádáním dne otevřených dveří.

Od 5. 10. do 11. 10. 2015 je vyhlášen celorepublikový týden sociálních služeb.

Den otevřených dveří terénní pečovatelské služby Doksy je naplánován právě v tomto týdnu a bude se konat 7.10.2015 od 9.00 do 18.00 hodin ve společenské místnosti domu s pečovatelskou službou. Místnost bude vybavena informačními panely s fotografiemi o službě a písemnou prezentací o službě. Bude podáváno občerstvení a nápoje formou bufetu. Pracovníci služby budou k dispozici návštěvníkům pro možnost zodpovídání otázek, týkajících se služby a také při exkurzi po domě s pečovatelskou službou. Při této exkurzi bude možnost po dohodě s některými nájemníky shlédnout jejich byty.

Pro uživatele, ale rovněž pro jejich rodinné příslušníky a další obyvatele města půjde o možnost vzájemného setkání a zároveň o příležitost získat informace o službě, která si klade za cíl starat se o seniory, kteří potřebují péči a pomoc.

Tabulka č.10: Plán pro den otevřených dveří terénní pečovatelské služby Doksy.

Název aktivity	Období (rok, měsíc)										Lidské zdroje	Materiální zdroje	Finanční zdroje
	2015												
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.			
Zdůraznění potřeby zviditelnit službu	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Ředitelka – na poradě	-	-
Zjišťování informací o zkušenostech jinde (web., telefonicky)	x	x	x								Ředitelka Sociální pracovnice Vedoucí pečovatelka	-	-
Vytvoření návrhu pozvánky, namnožení letáčků					x	x	x				Sociální pracovnice Ved. peč., pečovatelky	Papíry	100,-
Informace veřejnosti pomocí letáků – facebooku,							x	x	x	x	Ředitelka, sociální pracovnice, vedoucí	-	-

web. stránky, článek ve Zpravodaji, sociální odbor											pečovatelka		
Osobní pozvánky – starostové, rada, zastupitelé, ředitelé služeb							x	x			Ředitelka	Známky, obálky, papíry	100,-
Zajištění informačních panelů na fotografie				x	x						Vedoucí provozu, Ekonomka	Korkové paravány	4000,-
Shromáždění fotografií, Sepsat informace o službě			x	x	x	x	x				Ředitelka, Sociální pracovnice, Vedoucí pečovatelka	-	-
Naaranžovat informační panely (podzimní výzdoba)						x	x	x			Sociální pracovnice, vedoucí pečovatelka, pečovatelky		
Zajistit hudbu (p. Matějovič, p. Panáček)						x	x	x	x		Sociální pracovnice		500,-
Zajistit přípravu pohoštění							x	x	x		Vedoucí provozu	Nákup potravin	2000,-
Zajistit pracovníky, kteří budou provázet účastníky po pečovatelském domě						x	x	x	x		Vedoucí provozu Vedoucí pečovatelka	-	Finanční odměny
Vyhodnocení akce – web. Zpravodaj, facebook,									x		Ředitelka, Sociální pracovnice	-	-

Zdroj: Vlastní tvorba

Tabulka č. 11: Plán rizik pro den otevřených dveří

Riziko	Způsob předcházení	Odpovědnosti – lidské zdroje
Nedostatek financí na nákup informačních tabulí, nedostatek	Kontrola plnění rozpočtu, sledování rozpočtu prováděním	Ekonomka, ředitelka organizace

financí na občerstvení	rozborů, které předkládáme zřizovateli (městu), spolupráce s ekonomkou zřizovatele – zdůvodnění potřebnosti financí - podat informace o záměru v Radě města	
Nemotivovaný personál, neochota zaměstnanců vypomoci nad rámec svých povinností s organizováním dne otevřených dveří	Porady se zaměstnanci, motivační pohovory, příslibení finanční odměny, pracovního volna	Ředitelka, vedoucí pečovatelka, sociální pracovnice
Minimální účast na akci	Vhodné načasování informací o plánované akci (včasná, nikoli příliš předčasná informovanost veřejnosti a zvaných účastníků)	Ředitelka – osobní pozvánky 3 týdny předem, Sociální pracovnice – zařadit informace na web, facebook, zaslat pozvánku do místního Zpravodaje, který vychází vždy 1. den v měsíci, tak, aby pozvánka vyšla na aktuální měsíc
Nadměrná účast na akci	Důkladná příprava a organizace akce – dostatek personálu na zajištění akce, např. naplánovat provádění účastníků po pečovatelském domě v hodinových intervalech	Ředitelka, sociální pracovnice, vedoucí pečovatelka
Nespokojený uživatel, který se cítí rušen ve svém soukromí	Rozhovory s klienty, včasné seznamování se zamýšlenou akcí a informovanost o časovém harmonogramu akce, získávání svolení předem s možnou ukázkou bytu. Účastníky akce předem požádat o ohleduplnost při exkurzi po domě.	Sociální pracovnice, pečovatelky, vedoucí peč. Obyvatelé DPS, klíčoví pracovníci
Nespokojení rodinní příslušníci uživatelů	Rozhovory s rodinnými příslušníky, včasné seznamování se zamýšlenou akcí	Sociální pracovnice, vedení organizace, klíčoví pracovníci
Nedostatek občerstvení	Důkladná příprava na akci, nákup dostatečných zásob potravin, posílení personálu kuchyně pro možnost přípravy občerstvení	Vedoucí provozu, pracovníci kuchyně

Zdroj: Vlastní tvorba

Vysvětlivky: DPS – dům s pečovatelskou službou

Další akční plán byl vypracován za účelem získat dobrovolníky, kteří by mohli být uživatelům služeb společníky při vycházkách, četbě a vyplnit jejich volný čas a samotu.

Tabulka č.12: Plán pro získání dobrovolníků pro uživatele TPS Doksy

Název aktivity	Období (rok, měsíc)										Lidské zdroje	Materiální zdroje	Finanční zdroje	
	2015													
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.				
Zjistit zájem o dobrovolnictví Oslovit jednotlivě vytipované uživatele				x	x	x	x					Sociální pracovníce Vedoucí pečovatelka, pečovatelky	-	-
Oslovit agenturu ADRA							x	x	x	x		sociální pracovníce	-	-
Zpracovat do individuálního plánu								x	x	x		Pečovatelky	-	-

Zdroj: Vlastní tvorba

Vysvětlivky: TPS – terénní pečovatelská služba

Tabulka č. 13: Plán rizik pro získání dobrovolníků

Riziko	Způsob předcházení	Odpovědnosti – lidské zdroje
Nedůvěra k dobrovolníkům ze strany uživatelů a jejich rodin	Nejprve službu nabídnout jedincům, kteří jsou bez rodiny a přátel	Pečovatelky, vedoucí pečovatelka, sociální pracovníce
Nezájem o dobrovolnictví	Oslovit zástupkyni dobrovolnického sdružení ADRA, které má již s organizací smlouvu. Zajistí propagaci, nabídne zájemce o výkon dobrovolnictví. Sociální pracovníce umístí rovněž na web a facebook informace o hledání dobrovolníků.	Ředitelka, sociální pracovníce
Vytipování jedinci budou negativní a nepříjemní, přijatí dobrovolníci nebudou chtít v práci pokračovat.	Práce s dobrovolníky. Nabídka školení v komunikaci, které zajistí organizace na vlastní náklad, např. přizve dobrovolníky, pokud bude pořádat školení pro kmenové zaměstnance	Ředitelka, personalistka

Zdroj: Vlastní tvorba

Z dotazníků vyplynulo, že někteří uživatelé mají zájem o poskytování služeb i ve večerních hodinách. Vede je k tomu jejich zdravotní stav, kdy potřebují zvýšenou podporu péče o vlastní osobu. Jedná se o uživatele, kteří nemají možnost se obrátit na rodinné příslušníky v průběhu pracovního týdne. Z tohoto důvodu byl vypracován akční plán pro rozšíření pracovní doby pečovatelek do večerních hodin. Tento požadavek v dotazníku zazněl pouze pro pracovní dny. O víkendech pomáhá uživatelům v případě potřeby rodina.

Tabulka č. 14: Plán pro rozšíření pracovní doby pečovatelek TPS Doksy

Název aktivity	Období (rok, měsíc)										Lidské zdroje	Opatření	Finanční zdroje	
	2015													
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.				
Zdůraznění potřeby rozšířit služby do 19.00 hodin Jednání na schůzce s pečovatelkami				x	x	x						Ředitelka Vedoucí pečovatelka Sociální pracovnice	Ranní odpolední služby pečovatelek, pondělí- pátek	-
S uživateli dojednání nových harmonogramů poskytovaných služeb – individuální jednání					x	x	x	x				Vedoucí pečovatelka Sociální pracovnice Pečovatelky	-	-
Změny zaznamenat do individuálních plánů - realizace									x	x		Pečovatelky Sociální pracovnice	-	-

Zdroj: Vlastní tvorba

Vysvětlivky: TPS – terénní pečovatelská služba

Tabulka č. 15: Plán rizik pro rozšíření pracovní doby pečovatelek TPS Doksy

Riziko	Způsob předcházení	Odpovědnosti – lidské zdroje
Nemotivovaný personál, neochota zaměstnanců měnit pracovní dobu a pracovat na ranní a odpolední směny	Porady se zaměstnanci, motivační pohovory, vysvětlení důvodů, že změny jsou v zájmu uživatelů, zvýšení finanční odměny	Ředitelka, vedoucí pečovatelka, sociální pracovnice
Nespokojení uživatelé, kteří nechtějí změnu nastaveného harmonogramu péče.	Stávajícím uživatelům měnit harmonogram péče pouze v nezbytných případech; snahou je ponechat služby v nasmlouvaných časech. V nutných případech změny provádět rozhovory s klienty, k rozhovorům připravit pracovníky formou odborného kurzu, školení.	Sociální pracovnice, pečovatelky, vedoucí pečovatelka

Zdroj: Vlastní tvorba

Vysvětlivky: TPS – terénní pečovatelská služba



## IV. ZÁVĚR

Přínosem diplomové práce byla možnost, získané teoretické podklady při studiu na katedře řízení a supervize v sociálních a zdravotnických zařízeních, využít v praktické rovině, konkrétně při vytvoření marketingového plánu ve vlastní organizaci. Marketingový plán byl sestaven pro jednu ze tří zaregistrovaných služeb příspěvkové organizace Domov pro seniory Doksy, pro terénní pečovatelskou službu.

V první kapitole magisterské práce byl objasněn teoretický pojem marketingu a související pojmy jako segmentace trhu, hodnota pro zákazníka, marketingový plán, marketinková analýza a je zde zmíněn vztah mezi marketingem a podnikovou strategií. První kapitola se dále zabývá marketingem ve službách, podrobně popisuje marketingový mix a je zakončena konceptem strategického řízení.

Ve druhé kapitole jsou představeny sociální služby a zákon o sociálních službách. Tato kapitola poskytuje informace o druzích a formách sociálních služeb, detailně se zabývá terénní pečovatelskou službou a vysvětluje pojem příspěvek na péči.

Vzhledem ke všeobecně známým trendům, jež jsou způsobeny demografickým vývojem a stárnutím populace, rozvíjí druhá kapitola rovněž povědomí o domácí péči, o její historii a o sociální péči v komunitním a také tržním prostředí. Právě předpoklad, že s rostoucí nabídkou sociálních služeb pro seniory bude nutné služby zviditelnit před konkurencí, zajistil potřebu vypracování marketingového plánu a marketingových strategií.

Vlastní tvorbě marketingového plánu, v teoretické části magisterské práce, předcházela charakteristika organizace terénní pečovatelské služby Doksy vypracování strategické analýzy obecného a oborového okolí a interní analýzy. Zjištěné informace byly shrnuty ve SWOT analýze.

Následně byl proveden marketingový výzkum, který nám pomohl zodpovědět otázky, týkající se požadavků cílové skupiny uživatelů terénní pečovatelské služby Doksy. Na základě získaných informací byly stanoveny marketingové cíle, navržena marketingová strategie a marketingový plán, rozpracovaný do jednotlivých kroků akčního plánu.

## Seznam použité literatury a zdrojů

### Literatura:

- Amstrong, Gary, Kotler, Philip. 2004. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, a.s.
- Boukal, Petr a kol. 2013. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada
- Brejchová, Jana. 2013. *Podnikatelský plán agentury domácí zdravotní péče*. Nepublikovaná diplomová práce. Praha: FHS UK.
- Buchta, Karel, Sedláčková, Helena. 2006. *Strategická analýza*. Praha: C.H.Beck
- Haškovcová, Helena. 2010. *Fenomén stáří*. Praha: HBT
- Hingston, Peter. 2002. *Efektivní marketing*. Praha: Euromedia Group
- Keřkovský, M., Valsa, O. 2012. *Moderní přístupy k řízení výroby*. 3.doplňené vydání. Praha: C.H.Beck
- Keřkovský, M., Vykypěl, O. 2002. *Strategické řízení*. Praha: C.H.Beck
- Kotler, P., Amstrong, G. 2004. *Marketing*. Praha: Grada
- Kotler, Philip., Kevin, Lane, Keller. 2007. *Marketing management*. Praha: Grada
- Kotter, J. P. 2008. *Vedení procesu změny*. Praha: Management Press
- Koubek, Josef. 2012. *Řízení lidských zdrojů*. Praha: Management Press
- Kovář, František. 2008. *Strategický management*. Praha: VŠE
- Machková, Hana. 1998. *Mezinárodní marketing*. Praha: Grada
- Matoušek, Oldřich a kol. 2008. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál
- Matoušek, Oldřich a kol. 2012. *Základy sociální práce*. Praha: Portál
- Slavík, Jakub. 2014. *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách*. Praha: Grada Publishing
- Světlík, Jaroslav. 1996. *Marketing školy*. Zlín: EKKA Copyright
- Synek, Miloslav a kolektiv. 2011. *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing a.s.
- Šedivý, Marek, Medlíková, Olga. 2011. *Úspěšná nezisková organizace*. Praha: Grada Publishing
- Štegmannová Ingrid. FHS prezentace 2014.
- Trpišovský, Milan. FHS prezentace 2012.
- Vodáček, Leo., Vodáčková, Olga. 2009. *Moderní management v teorii a praxi*. Praha: Management Press
- Vojancová, Radmila. 2013. *Podnikatelský plán*. Nepublikovaná diplomová práce. Praha: FHS UK.

### **Legislativní zdroje:**

Nařízení vlády č. 222/2010 Sb., o katalogu prací ve veřejných službách a správě.

Nařízení vlády č. 224/2014 Sb., kterým se mění nařízení vlády č. 564/2006 Sb., o platových poměrech zaměstnanců ve veřejných službách a správě, ve znění pozdějších předpisů.

Vyhláška č. 505/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o sociálních službách.

Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví.

Zákon č. 1/2001 Sb., o silniční dopravě, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách.

Zákon č. 267/2008 Sb. o pojištění odpovědnosti z provozu vozidla.

### **Denní tisk:**

Tisková zpráva. 2014. „Ministerstvo upravilo posuzování stupně závislosti u zdravotně handicapovaných“. *Práce a sociální politika* 12.12.2014: 2.

Tisková zpráva. 2014. „Ministerstvo podporuje fairtrade“. *Práce a sociální politika* 10.10.2014: 2.

Tisková zpráva. 2014. „Připravujeme poskytovatele na změny ve financování sociálních služeb“. *Práce a sociální politika* 10.10.2014: 2

Tisková zpráva. 2015. „Zdravotníkům, vojákům a pracovníkům v sociálních službách se zvýšily platové tarify“. *Práce a sociální politika* 13.1.2015: 1.

### **Časopisy:**

Hanzl, Vladimír. 2008. „Byrokratický a marketingový přístup k hodnocení kvality sociálních služeb“. *Rezidenční péče* IV (3): 4-5.

Kaplanová, Lenka. 2014. „Dotace by měly být mandatorním výdajem“. *Rezidenční péče* X (4): 2-3.

Rezidenční péče. 2014. „Co udělat pro rozvoj asistivních technologií?“. *Rezidenční péče* X (4):3.

Sociální služby. 2014. „Kde vzít peníze na sociální služby?“. *Sociální služby* XVI (1): 27.

## **Elektronické zdroje:**

Asociace domácí péče ČR. 2014. *Historie domácí péče* [online]. Praha: Asociace domácí péče ČR [cit. 28.12.2014]. Dostupné z: <<http://www.adp-cr.cz/4811/historie-domaci-zdravotni-pece/>>.

Business Vize. 2015. *Ekonomika - studentské otázky* [online]. Praha: Businessvize [cit. 11.1.2015]. Dostupné z: <<http://ekonomika-otazky.studentske.cz/2008/06/145-substituty-komplementy.html>> .

Business Vize. 2014. *Moderní marketing aneb od 4P ke 4C*. [online]. Praha: Businessvize [cit. 21.10.2014]. Dostupné z: <<http://www.businessvize.cz/strategie/moderni-marketing-anebod4Pke4C>>.

Český statistický úřad. 2009. *Projekce obyvatelstva České republiky do roku 2065* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 6. 12. 2014]. Dostupné z: <[http://www.demografie.info/?cz\\_detail\\_clanku&artclID=824](http://www.demografie.info/?cz_detail_clanku&artclID=824)>.

Dewane, J., Claudia. 2011. „Social Work Today“. *Environmentalism and Social Work Online* [online]. 5 (9,10): 20 [cit. 31. 1. 2015]. Dostupné z: <<http://www.socialworktoday.com/archive/092011p20.shtml>>.

Eurostat. 2015. *Procentuální zastoupení populace ve věku 65 a více let v jednotlivých státech Evropy v roce 2011*[online]. Praha: Eurostat [cit. 17. 1. 2015]. Dostupné z: <<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/seniori>>.

Managementmania. 2015. *Strategické řízení* [online]. Praha: Managementmania [cit. 3. 1. 2015]. Dostupné z: <<https://managementmania.com/cs/strategie-rizeni>>.

Markets.com. 2015. *Hlavní makroekonomické ukazatele*. [online]. Praha: Markets.com. [cit. 17. 1. 2015]. Dostupné z: <<http://www.markets.com/cz/education/fundamental-analysis/main-economic-indicators.html>>.

Ministerstvo práce a sociálních věcí. 2014. *Zásady OSN pro seniory* [online]. Praha. Ministerstvo práce a sociálních věcí [cit. 20. 10. 2014]. Dostupné z: <<http://www.mpsv.cz/cs/111>>.

Mip-s. 2014. *Hotelový marketingový plán na rok 2012* [online]. Praha: Mip-s.cz [cit. 9. 11. 2014]. Dostupné z: <<http://www.mip-s.cz/hotelovy-marketing-2011/hotelovy-marketingovy-plan-na-rok-2012/>>.

Misconiová, Blanka. 2008. *Historie domácí péče* [online]. Praha: Národní centrum domácí péče České republiky [cit. 17. 1. 2015]. Dostupné z: <<http://www.domaci-pece.info/historie-domaci-pece->>.

Novinky. 2015. *Příspěvek na péči se zřejmě upraví* [online]. Praha: Finance [cit. 17. 1. 2015]. Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/finance/358392-prispevek-na-peci-se-zrejme-upravi.html>>.

Strateg. 2015. *Strategická analýza* [online]. Praha: Strateg.cz [cit. 5. 1. 2015]. Dostupné z: <[http://www.strateg.cz/Strategicka\\_analyza.html](http://www.strateg.cz/Strategicka_analyza.html)>.

### **Jiné zdroje:**

ČTK. 2015. *MMR chce na komunitní bydlení seniorů poslat 120 milionů korun.*

Maršíková, Linda. 2015. „Financování sociálních služeb v roce 2015 a dále“. *Odborný seminář*. 23. ledna 2015. Praha: Z Klub s.r.o.

Zeman, Jiří. 2015. „Vymezení služeb pro stanovení vyrovnávací platby“. *Odborný seminář*. 23. ledna 2015. Praha: Z Klub s.r.o.

Zuska, Karel. 2015. „Financování sociálních služeb vyrovnávací platbou.“ *Odborný seminář*. 23. ledna 2015. Praha: Z Klub s.r.o.

## Seznam grafů

Graf č.1: Vývoj celkových dotací na sociální služby v letech 2007 až 2015.....	46
Graf č.2: Reálná a předpokládaná věková struktura obyvatelstva České republiky v letech 2010 až 2065 .....	48
Graf č.3: Věková struktura skupiny seniorů (ve věku 65 a více let) ve vybraných letech, reálný a projektovaný stav (v %) .....	49
Graf č.4: Procentuální zastoupení populace ve věku 65 a více let v jednotlivých státech Evropy v roce 2011 .....	49
Graf č.5: Příspěvek zřizovatele na provoz příspěvkové organizace Domov pro seniory Doksy v rozpětí let 2011 až 2014.....	65
Graf č. 6: Vývoj dotací z MPSV pro příspěvkovou organizaci Domov pro seniory Doksy dle jednotlivých služeb .....	66

## Seznam obrázků

Obrázek č.1: Základy marketingové koncepce .....	10
Obrázek č.2: Tři formy marketingu v oblasti služeb .....	15
Obrázek č.3: Schéma 4C-marketingového mixu .....	18
Obrázek č. 4: Hierarchie strategických cílů .....	20
Obrázek č. 5: Porterův model pěti sil .....	24
Obrázek č. 6: Diagram SWOT analýzy.....	25
Obrázek č.7: Sociálně ekonomický model.....	35
Obrázek č. 8: Analýza oborového okolí dle E. Portera .....	55

## Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Náklady pečovatelské služby Doksy – 2015.....	64
Tabulka č. 2: Výnosy pečovatelské služby Doksy - 2015.....	64
Tabulka č. 3: SWOT analýza.....	69
Tabulka č. 4: Délka odebíraných služeb.....	74
Tabulka č. 5: Nejčastěji získávané informace o službě .....	74
Tabulka č. 6: Vyžadované rozpětí nabízených služeb.....	75
Tabulka č. 7: Možnost rozšíření nabídky dodavatele stravy.....	76
Tabulka č. 8: Chybějící služby.....	76
Tabulka č. 9: Komunikační kanály pro informaci o zákaznických hodnotách.....	80

## Seznam příloh

Příloha č. 1: Projekt diplomové práce
Příloha č. 2: Organizační schéma
Příloha č. 3: Ceník úkonů
Příloha č. 4: Plán kontrol
Příloha č. 5: Standard č. 9
Příloha č. 6: Standard č. 10
Příloha č. 7: Rozvaha - Bilance
Příloha č. 8: Výkaz zisku a ztrát
Příloha č. 9: Dotazník
Příloha č. 10: Letáček

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta humanitních studií

Katedra řízení a supervize v sociálních a zdravotnických organizacích

**PROJEKT MAGISTERSKÉ PRÁCE**

**Předběžný název**

**Marketingová strategie při rozšiřování „terénní pečovatelské služby“**

Vedoucí práce: ing. Milan Trpišovský

Praha 2014

Jméno studentky: Bc. Ilona Jakoubková

Osobní číslo: 31212944

Rok imatrikulace: 2012



**Formulace a vstupní diskuse problému, cíl práce:***(Popis výchozí a předpokládané cílové situace nebo otázky popř. hypotézy, na které by měla práce odpovědět. Co autor o tématu ví, proč ho považuje za relevantní – na základě studia odborné literatury, vlastních zkušeností:)*

Vlivem stárnutí populace narůstá počet obyvatel, závislých na pomoci a péči, která je jim poskytována ze strany rodiny nebo odborných sociálních služeb.

Sociální politika prezentovaná státem podporuje rozvoj komunitního systému v péči o seniory a snahou je, aby staří občané setrvali co nejdéle v domácím, přirozeném prostředí. Jedním z důvodů je skutečnost, že terénní péče je levnější, než je tomu u péče rezidenční.

Organizace, ve které pracuji, poskytuje péči seniorům formou tří registrovaných sociálních služeb. Jedná se o službu domov pro seniory, terénní pečovatelskou službu a denní stacionář. Z výše popsaných důvodů plánuje organizace rozšíření terénních pečovatelských služeb a to nejen pro město, ve kterém sídlí, ale rovněž do blízkých okolních, malých obcí. Obec ze zákona má povinnost postarat se o své občany, malé obce ovšem nemají kapacitu pro vytvoření terénních služeb. Cílem práce bude na konkrétním případě ukázat využití marketingového plánu při rozšiřování sociální služby. Za cíl si rovněž klade poskytnout inspiraci ostatním organizacím a také poukázat na nutnost využívání plánovacích postupů. Strategické plánování, business plán a marketingové strategie jsou používány zejména v soukromé sféře, nejen při zakládání nové organizace, ale i při rozšiřování organizace stávající. V případě terénní pečovatelské služby, kdy se nejedná o soukromý sektor, ale jedná se o příspěvkovou organizaci, bude potřeba zvolit vhodnou marketingovou strategii na její další rozšíření nejen v časovém horizontu – v odpoledních a večerních hodinách a mimo pracovní dny, ale také do širší komunity. Ve své práci chci rovněž popsat proces při žádosti o „sociální automobil“, jaké jsou možnosti, na kterou firmu se obrátit a jaký je v této věci postup.

Potřeba tvorby strategie, strategického řízení, řízení změny, plánování a tedy i vytvoření marketingového plánu, patří k vrcholným manažerským kompetencím,

kteře umožňují uspět v konkurenčním prostředí, zejména soukromé sféry, ale stále více vyvstává potřeba využívání těchto nástrojů i ve sféře neziskového sektoru.

Přínosem práce bude, jak obsah zpracovaného marketingového plánu, tak i představení metodologie jeho vzniku. Práce by se zároveň měla stát podkladem ke strategickému řízení rozvoje příspěvkové organizace „Domov pro seniory Doksy – terénní pečovatelské služby“.

### **Pracovní postup**

V první části práce představím současnou situaci a možnost v péči o seniory v domácím, přirozeném prostředí v České republice a v zahraničí s podrobnějším zaměřením na lokalitu, ve které bude pilotní projekt rozšířené organizace probíhat. Popíši charakteristiku poskytované služby. Dále se budu věnovat teorii marketingu a metodologii tvorby marketingového plánu, ze které budu vycházet při zpracovávání tématu, včetně jeho využití v praxi. Jako zdroje k tématu využiji odborné texty, odbornou literaturu, vlastní zkušenosti, související texty z internetu, informace odborníků na danou problematiku a kompetentních pracovníků.

Ve druhé části práce zmíním charakteristiku současné organizace, která službu poskytuje, vytvořím konkrétní návrh plánu pro rozšíření služby. Dle návrhu se budou rozšiřovat a doplňovat již stávající terénní pečovatelské služby. Zaměřím se na finanční i obsahovou stránku, zmapují dostupnost a druhy nabízených terénních služeb pro seniory v dané oblasti. Pro zmapování potřeb klientů současných i potencionálních, použiji metody sociálního a dotazníkového šetření. V závěru práce se budu zabývat přínosem pro jednotlivé stakeholders v případě, že by došlo k realizování marketingového plánu. Vycházela bych z výše uvedených dat a analýz. Také plánuji získat a prezentovat zpětnou vazbu od uživatelů i rodinných příslušníků a z řad členů sociální komise, rady města a referentek sociálního a finančního odboru města – zřizovatele. Zaznamenám výstupy zpětné vazby a využiji je při finalizaci podoby marketingového plánu.

### Časový plán

Listopad – prosinec

Zpracování základního konceptu práce a jeho konzultace

Leden – únor

Analýza a sbírání podkladů, orientace v problematice, vyhledávání odborné literatury, legislativní požadavky, sociální šetření. Marketingový plán.

Březen

Diskuse a připomínky k diplomové práci

Duben

Korekce práce dle připomínek vedoucího diplomové práce

Květen

Finální verze diplomové práce

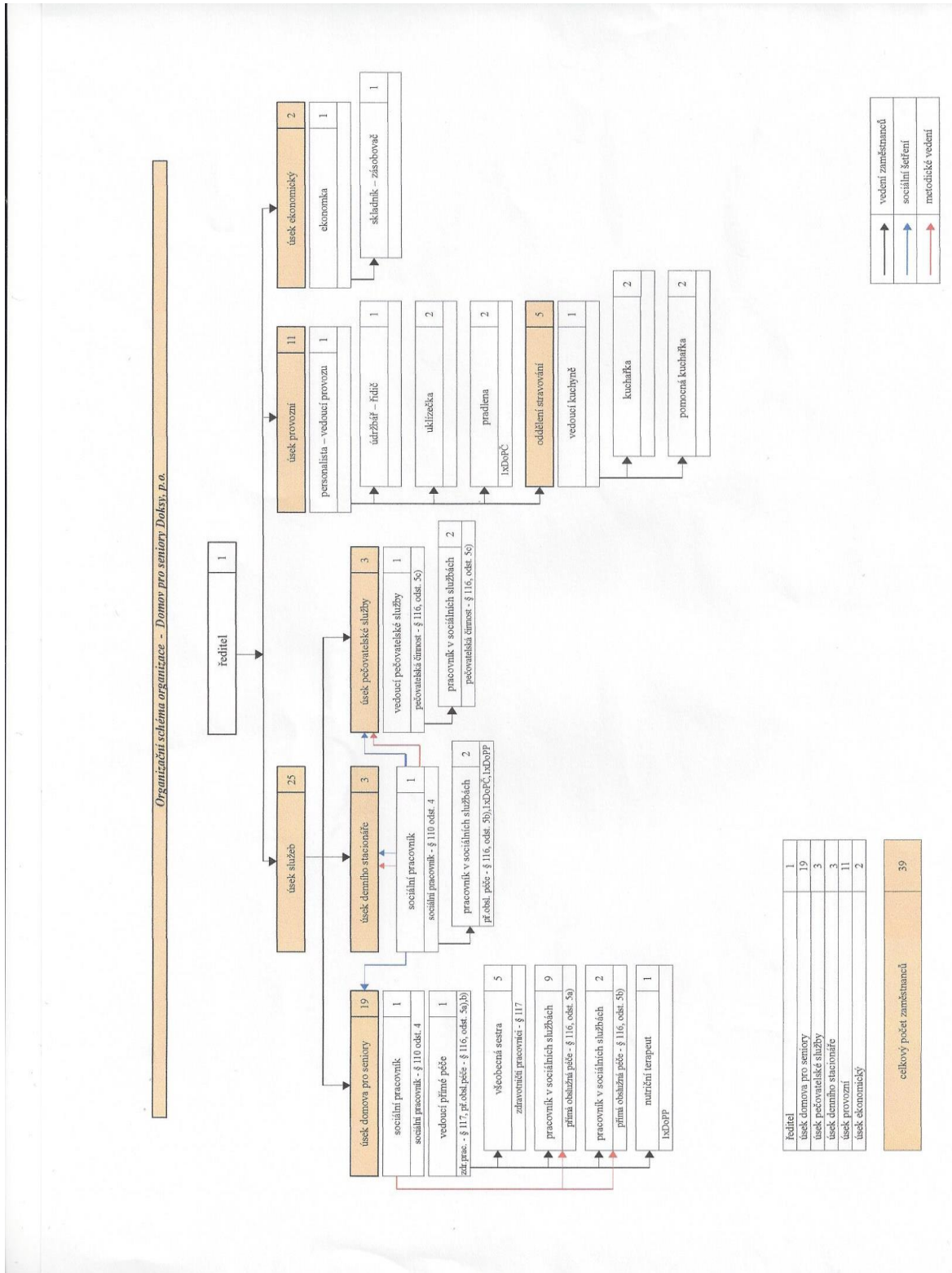
Červen

Odevzdání diplomové práce

### **Seznam předběžné literatury/zdrojů:**

- Boukal, Petr a kol. 2013. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada
- Keřkovský, M., Valsa, O. 2012. *Moderní přístupy k řízení výroby*. 3. doplněné vydání. Praha: C.H.Beck
- Keřkovský, M., Vykypěl, O. 2002. *Strategické řízení*. Praha: C.H.Beck
- Machková, Hana. 1998. *Mezinárodní marketing*. Praha: Grada
- Bedrnová, Eva, Nový, Ivan a kol. 1998. *Psychologie a sociologie řízení*. Praha: Management Press
- Buzan, Tony, GriffithsChris. 2011. *Myšlenkové mapy v byznysu*. Brno: ComputerPress, a.s.
- Drucker, F. Peter. 1992. *Efektivní vedoucí*. Praha: Management Press
- Drucker, F. Peter. 1994. *Řízení neziskových organizací. Praxe a principy*. Praha: Management Press
- Kotter, J. P. 2008. *Vedení procesu změny*. Praha: Management Press,
- Disman, M. 2008. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha, Karolinum
- Kotler, P., Amstrong, G. 2005. *Marketing*. Praha: Grada
- Sedláček, T. 2009. *Ekonomie dobra a zla*. Praha: 65. pole
- Grűn, F.A.A. 2008. *Řízení jako duchovní úkol*. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství
- Carnegie, D. 2010. *Jak rozvíjet vztahy s lidmi, působit na ně a získat jejich důvěru*. Práh
- Vojancová, Radmila. 2013. *Podnikatelský plán*. Nepublikovaná diplomová práce. Praha: FHS UK.

Organizační schéma



Zdroj: Vlastní tvorba

**TERÉNNÍ PEČOVATELSKÁ SLUŽBA**

tel. 487 712 970, 487 712 996

Domov pro seniory Doksy p.o.

Panská 199, 472 01 DOKSY

**CENÍK - VÝŠE ÚHRAD ZA POSKYTOVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SLUŽEB**

schválený Radou města Doksy dne R 123/15 z 2.3.2015

platný od 1.4.2015

(Zákon č.108/2006Sb., o sociálních službách, prováděcí vyhláška č.505/2006Sb.)

Ceník výše úhrad za poskytování pečovatelské služby

Základní a fakultativní činnosti	Maximální cena dle vyhlášky 505/2006Sb. 1hod.,úkon,kg	Výše úhrad od 1.4.2015	
		Kč za 1 min./tisk 1kg / 1 úkon FS/za 15min.	Kč za 1 hod.
<b>Pomoc při zvládnutí běžné péče o vlastní osobu</b>			
Pomoc a podpora při podávání jídla a pití (bod 1)	130,-	2,- / min.	120,-
Pomoc při oblékání a svlékání (včetně spec.pomůcek) (bod 2)	130,-	2,- / min.	120,-
Pomoc při prostorové orientaci a sam.vnitřním pohybu(bod 3)	130,-	2,- / min.	120,-
Pomoc při přesunu na lůžko nebo vozík (bod 4)	130,-	2,- / min.	120,-
<b>Pomoc při osobní hygieně</b>			
Pomoc při úkonech osobní hygieny (bod 1)	130,-	2,- / min.	120,-
Pomoc při základní péči o vlasy a nehty (bod 2)	130,-	2,- / min.	120,-
Pomoc při použití WC (bod 3)	130,-	2,- / min.	120,-
<b>Poskytnutí stravy nebo pomoc při zajištění stravy</b>			
Zajištění stravy odpovídající zásadám racionální výživy (bod 1)	xxx	55,- oběd	xxx
Dovoz a donáška jídla - úsek 2 (bod 2)	30,-	20,- / úkon	xxx
Dovoz a donáška jídla - úsek 1 (bod 2)	30,-	15,- / úkon	xxx
Pomoc při přípravě jídla a pití (bod 3)	130,-	2,-/ min.	120,-
Příprava a podání jídla a pití (bod 4)	130,-	2,-/ min.	120,-
<b>Pomoc při zajištění chodu domácnosti</b>			
Běžný úklid a údržba domácnosti (bod 1)	130,-	2,- / min.	120,-
Údržba domácích spotřebičů (bod 2)	130,-	2,- / min.	120,-
Pomoc při zajištění velkého úklidu domácnosti (bod 3)	130,-	2,- / min.	120,-
Donáška vody (bod 4)	130,-	2,- / min.	120,-
Topení v kamnech včetně donášky a přípravy (bod 5)	130,-	2,- / min.	120,-
Běžné nákupy a pochůzky (bod 6)	130,-	2,- / min.	120,-
Velký nákup (bod 7)	115,-	115,-/úkon	115,-
Praní a žehlení osobního a ložního prádla (bod 8,9)	70,-/1 kg	50,-/1 kg	xxx
<b>Zprostředkování kontaktu se společenským prostředím</b>			
Doprovod k lékaři tam a zpět (bod 2)	130,-	2,- / min.	120,-
Doprovod dospělých na úřady, instituce, veř.místa (bod 2)	130,-	2,- / min.	120,-
<b>FAKULTATIVNÍ SLUŽBY</b>			
Připomenutí - požití léků	xxx	10,-/úkon	xxx
Příprava uživatele k převozu (do nemocnice, na vyšetření)	xxx	15,-/úkon	xxx
Týdení jídelníček	xxx	1,-/ 1 tisk	xxx
Použití elektrospotřebiče poskytovatele	xxx	20,-/úkon	xxx
Pomoc a podpora při vyřizování osobních záležitostí	xxx	30,-/15 min.	120,-
Dohled nad osobou v domácím prostředí - denní dohled	xxx	30,-/15 min.	120,-

Zdroj: Vlastní tvorba

## PLÁN KONTROL

**Závaznost:** Sociální pracovníce, vedoucí pečovatelka

**Oblast kontrol:** Ohlášené kontroly

### 1. DOKUMENTACE

#### a) Záznamy mapování

*Četnost:* 1x měsíčně (poslední týden v měsíci)

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce

*Kontroluje:*

- zda jsou prováděny záznamy
- způsob/kvalita prováděných záznamů (zda jsou prováděny dle stanovených pokynů – úplnost, srozumitelnost)

*Průběh kontroly:* Poslední týden v měsíci provede sociální pracovníce kontrolu záznamů ve výše zmíněné dokumentaci. Obecné nedostatky sdělí při ranních provozních poradách. Na nedostatky konkrétních zaměstnanců upozorní individuálně (přímo při jejich zjištění nebo formou individuálního pohovoru). Zpracuje záznam o kontrole a předá ho vedoucí pečovatelce.

#### b) Individuální plán

*Četnost:* 1x měsíčně (první týden v měsíci) – vždy 8 individuálních plánů různých klíčových pracovníků

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce

*Kontroluje:*

- aktuálnost individuálního plánu
- aktuálnost plánu péče aktuální kódy
- vykazování nastavené péče
- hodnocení individuálního plánu
- obsah individuálního plánu

*Průběh kontroly:* Dle čtvrtletního plánu budou sociální pracovníci předloženy ke kontrole individuální plány jednotlivých uživatelů. Zjištěné nedostatky budou individuálně sděleny příslušnému klíčovému pracovníkovi, který zjedná nápravu do 1 týdne ode dne sdělení nedostatků. Klíčový pracovník bude mít možnost konkrétní nedostatky konzultovat na poradě klíčových pracovníků konané 2x měsíčně (vždy od 13:30), výjimečně bude možnost konzultovat individuálně se sociální pracovnící. Obecné nedostatky IP budou konzultovány rovněž na poradách KP. Záznam z kontroly IP vypracuje sociální pracovníce. Záznam předá vedoucí pečovatelce.

## **Neohlášené kontroly**

### **2. PLNĚNÍ PRACOVNÍCH POSTUPŮ**

*Četnost:* 1x měsíčně (cca 3. týden v měsíci)

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce, vedoucí pečovatelka

*Kontroluje:*

- dodržování pracovních postupů v praxi
- provádění jednotlivých úkonů v souladu s IP uživatele (rozsah poskytovaných úkonů i způsob provedení musí být v souladu s dojednaným IP)
- jednotlivé úseky – I. Dům s pečovatelskou službou  
II. Terén
- jednotlivé oblasti péče: A – hygiena – pomoc při koupání  
B – doprovod za společenským prostředím  
C – péče o domácnost – nákupy, praní, žehlení, úklid  
D – stravování – dovoz stravy, podání stravy

*Průběh kontroly:* Dle předem zpracovaného harmonogramu bude každý měsíc provedena kontrola se zaměřením na konkrétní oblast péče. Součástí bude i kontrola dodržování ochrany práv uživatelů. Kontrola bude prováděna vždy ve dvou pracovnících (sociální pracovníce, vedoucí pečovatelka). Kontroly budou probíhat v jednotlivých denních dobách i jednotlivých pracovních dnech. Součástí kontroly bude rozhovor s uživatelem o spokojenosti s prováděnými úkony. O provedené kontrole bude vypracován zápis zahrnující zjištěné nedostatky a z nich vyplývající opatření. Zápis bude založen u vedoucí pečovatelky.

### **3. DODRŽOVÁNÍ STANDARDU č.2 ( ochrana práv uživatelů)**

*Četnost:* 2x ročně (04/2015 a 10/2015)

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce

*Kontroluje:*

- dodržování standardu č.2
- způsob/kvalitu prováděných záznamů (zda jsou prováděny dle stanovených pokynů – úplnost, srozumitelnost)

*Průběh kontroly:* Během 2 týdnů bude sociální pracovníce provádět kontrolu na se zaměřením na naplňování standardu č.2. Kontrola bude probíhat v různé denní doby i dny. Na nedostatky budou pracovníci upozorňováni již během kontroly. O provedené kontrole bude vypracován záznam, který bude předán vedoucí pečovatelce. Celkový výstup z kontroly bude oznámen na pravidelné měsíční provozní poradě pečovatelek. Nedostatky jednotlivých pracovníků budou řešeny individuálně ve spolupráci s vedoucí pečovatelkou.

#### **4. KONTROLA KNIHY DARŮ**

*Četnost:* 2x ročně (04/2015 a 10/2015)

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce

*Kontroluje:*

- provádění záznamů do Knihy darů
- způsob/kvalitu prováděných záznamů (zda jsou prováděny dle stanovených pokynů – úplnost, srozumitelnost)

*Průběh kontroly:* Sociální pracovníce zkontroluje, zda jsou prováděny záznamy o přijatých darech a v jaké kvalitě. O provedené kontrole vyhotoví záznam, který předá vedoucí pečovatelce. Obecné nedostatky sdělí na ranních provozních poradách.

#### **5. PRŮBĚŽNÉ KONTROLY DOKUMENTACE**

*Četnost:* průběžně během celého roku

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce

*Kontroluje:*

- průběžné provádění záznamů v dokumentaci uživatelů (Kniha hlášení, mapování)
- způsob/kvalitu prováděných záznamů (zda jsou prováděny dle stanovených pokynů – úplnost, srozumitelnost)

*Průběh kontroly:* Sociální pracovníce průběžně sleduje provádění záznamů. Na nedostatky upozorňuje na ranních provozních poradách. O těchto kontrolách nejsou prováděny písemné záznamy, pracovníci jsou slovně upozorňováni.

#### **6. KONTROLA SPOKOJENOSTI UŽIVATELŮ**

*Četnost:* 1x ročně (11/2015)

*Kontrolu provede:* sociální pracovníce

*Kontroluje:*

- spokojenost uživatele s prováděnou péčí

*Průběh kontroly:* Sociální pracovníce prostřednictvím anonymního dotazníkového šetření zjišťuje spokojenost uživatelů s prováděnou péčí. Dotazníky jsou vyhodnoceny a o výsledku dotazníkového šetření je informována ředitelka, vedoucí pečovatelka, pečovatelky, uživatelé. Dle výsledků jsou zjednána příslušná opatření.



Domov pro seniory Doksy, příspěvková organizace

STANDARD č. 9

PERSONÁLNÍ A  
ORGANIZAČNÍ  
ZAJIŠTĚNÍ  
SOCIÁLNÍ SLUŽBY

Terénní pečovatelská služba

## Popis personálního zajištění terénní pečovatelské služby

Terénní pečovatelská služba Doksy poskytuje sociální služby uživatelům dle svého poslání, cílů a principů. Je jednou ze tří služeb příspěvkové organizace Domov pro seniory Doksy.

Terénní pečovatelská služba je personálně a organizačně zajištěna vlastními pracovníky organizace.

Pracovníci v sociálních službách musí splňovat požadavky pro výkon činností na dané pracovní pozici a další osobní předpoklady dle požadavku platné legislativy a organizace:

- bezúhonnost – je doložena výpisem z evidence Rejstříků trestů
- zdravotní způsobilost – lékařský posudek o zdravotní způsobilosti k výkonu povolání, vydává smluvní lékař organizace - MUDr. Irena Hadravová, na základě „Smlouvy o poskytování závodní preventivní péče“, uzavřené dne 14. 12. 2008.

Zařazení prací pracovníka v sociálních službách - pečovatelky terénní pečovatelské služby náleží do kategorie 2, ve smyslu § 37 odst. 4 zák.258/2000 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Z tohoto zařazení vyplývá účast na pravidelných lékařských prohlídkách 1x4roky do 50 let věku, 1x ročně u pracovníků, kteří vykonávají noční práci, dále viz Směrnice organizace Domov pro seniory Doksy, č. 006/BOZP/2014 ze dne 1. 7. 2014.

- odborná způsobilost – je posuzována dle pracovní pozice na základě platných legislativních předpisů
- osobní předpoklady – organizace má stanoveny požadavky pro jednotlivé pracovní pozice.

Přímou péči o uživatele terénní pečovatelské služby zajišťují tyto pracovníci:

### 1. Vedoucí pečovatelka

Pracovnice je přímo nadřízená pečovatelkám terénní pečovatelské služby, které řídí, hodnotí, motivuje. Odpovídá za kvalitní zapracování nových zaměstnanců.

Vedoucí pečovatelka zastupuje v případě potřeby terénní pečovatelky.

Vedoucí pečovatelku zastupuje v její nepřítomnosti pověřená pracovnice z řad pečovatelek a ředitelka organizace, která je přímou nadřízenou vedoucí pečovatelce.

- počet zaměstnanců / úvazků: 1/1

## 2. Terénní pečovatelky

Pečovatelky jsou přímo podřízené vedoucí pečovatelce. Provádí u uživatelů terénní pečovatelské služby základní a fakultativní úkony na základě Smlouvy a dle individuálního plánu. Terénní pečovatelky jsou metodicky vedeny sociální pracovnící.

Mezi pečovatelkami je vzájemná zastupitelnost.

- počet zaměstnanců / úvazků: 3 / 2,5

## 3. Sociální pracovnice

Pracovnice provádí pro terénní pečovatelskou službu sociální šetření u zájemců o služby, vede a zpracovává osobní dokumentaci uživatelů, poskytuje sociální poradenství, komunikuje s úřady, státními institucemi, rodinnými příslušníky a opatrovníky uživatelů. Poskytuje metodickou pomoc pečovatelkám při realizaci individuálních plánů.

Ve své pozici je sociální pracovnice zastoupena sociální pracovnící domova pro seniory, která v její nepřítomnosti provádí sociální šetření, sepisování smluv, jednání s úřady a metodickou pomoc pečovatelkám terénní pečovatelské služby.

- počet zaměstnanců / úvazků: 1 / 0,1

### Pracovní profily, kvalifikační požadavky a osobnostní předpoklady

Pracovní profil: Vedoucí pečovatelka

Pracovnice je přímo podřízena ředitelce organizace.

Oprávnění a povinnosti:

- Je nadřízena pečovatelkám terénní pečovatelské služby
- Spolupracuje s personalistkou a ředitelkou při výběru nových zaměstnanců pečovatelské služby a stážístů (studentů, praxe pro rekvalifikace z ÚP), zajišťuje jejich zapracování, hodnotí zapracování nového zaměstnance
- Se stravovací referentkou/skladnicí zajišťuje obědy: nahlašuje počet obědů a aktualizuje jejich změny, s týdenním předstihem předává uživatelům písemné jídelníčky (obědy) pro možnost výběru stravy

- Kontroluje práci pečovatelek
- Provádí pravidelné roční hodnocení podřízených zaměstnanců
- Provádí s pečovatelkami pravidelné porady 1-2x měsíčně, z porady provádí písemný zápis
- Vybírá v průběhu měsíce úhrady od uživatelů za poskytované a provedené úkony; úhrady písemně vykazuje a předává ekonomce; uživatelům vystavuje doklad o úhradě
- Podílí se na zpracovávání statistik pro MPSV a KÚ
- Přípravuje podklady pro zpracování rozpočtu na další období
- Vypracovává celkové měsíční výkaznictví dle podkladu terénních pečovatelek z osobních listů uživatelů poskytnutých služeb, a následně je předává ekonomce. Provádí kontrolu těchto měsíčních výkazů
- Řádně zapisuje a vede deník jízd. Provádí závěrečný měsíční výkaz provozu auta terénní pečovatelské služby a zpracovaný ho předává vedoucí provozu; zajišťuje potřebné případné opravy služebního automobilu terénní pečovatelské služby
- Se sociální pracovníci navštěvuje žadatele o pečovatelskou službu, které informuje o poskytovaných službách, spolupracuje se sociální pracovníci MěÚ
- Účastní se školení BOZP A PO, školení řidičů referentských vozidel, lékařských prohlídek.
- Prohlubuje si vzdělání ve svém oboru na akreditovaných kurzech, formou školení, stáží a supervizí.(dle zákona 108/06 Sb. -24 hodin ročně). Studuje dostupnou odbornou literaturu.
- Zúčastňuje se pravidelných porad vedení s ředitelkou
- Plní příkazy nadřízeného (ředitelky), veškeré změny, týkající se uživatelů v pečovatelském domě-terénu neprodleně řeší a hlásí ředitelce.
- Vede si evidenci docházky do měsíčního výkazu.
- Provádí terénní pečovatelské služby uživatelům města Doksy
- Provádí nasmlouvané úkony uživatelům terénní pečovatelské služby: dovoz a donášku obědů, nákupy a nutné pochůzky, pomoc při udržování domácnosti – úklid, pomoc při osobní hygieně, praní a žehlení prádla, zprostředkování kontaktu uživatele se společenským prostředím – doprovod k lékaři, na úřady.
- Provádí nasmlouvané fakultativní úkony uživatelům pečovatelské služby

#### Osobnostní předpoklady

- Trestní bezúhonnost

- Zdravotní způsobilost
- Fyzická zdatnost
- Organizační schopnosti
- Samostatnost
- Svědomitost
- Rozhodnost
- Empatie

#### Kvalifikační předpoklady

- Středoškolské vzdělání
- Odborná způsobilost (zák. 108/06 Sb.)
- Práce na PC – Worg, excel
- Řidičský průkaz skupina B

Počet pracovníků takto zařazených: 1

Pracovní profil: Pečovatelka

Pracovník v sociálních službách se zaměřením na pečovatelskou činnost (§116, odst. 1 písm. c)

Pracovnice je přímo podřízená vedoucí pečovatelce.

#### Osobnostní předpoklady

- Trestní bezúhonnost (§78 odst. 2,3 zák.108/2006Sb.)
- Zdravotní způsobilost
- Fyzická zdatnost
- Organizační schopnosti
- Samostatnost
- Svědomitost
- Rozhodnost
- Empatie
- Komunikativnost
- Laskavý přístup ke klientům
- Pochopení pro zvláštnosti seniorů a jejich zdravotní postižení
- Vstřícnost, pracovitost

- Zodpovědnost, spolehlivost
- Operativnost
- Ochota ke vzdělávání

#### Kvalifikační předpoklady

- Základní vzdělání, střední vzdělání, střední vzdělání s výučním listem, střední vzdělání s maturitou nebo vyšší odborné vzdělání a absolvování akreditovaného kvalifikačního kurzu, Odborná způsobilost (§ 116, zák.108/06 Sb.)
- Podmínku absolvování kvalifikačního kurzu je třeba splnit do 18 měsíců ode dne nástupu zaměstnance do zaměstnání. Do doby splnění této podmínky vykonává zaměstnanec činnost pracovníka v sociálních službách pod dohledem odborně způsobilého pracovníka v sociálních službách.
- Řidičský průkaz skupiny B

#### Obsah činností:

- Provádění úkonů pečovatelské služby u mobilních a imobilních uživatelů, komplexní péče o jejich domácnost
- Pomoc při osobní hygieně-pomoc při úkonech osobní hygieny, pomoc při základní péči o vlasy a nehty.
- Poskytnutí stravy nebo pomoc při zajištění stravy - dovoz a donáška jídla.
- Pomoc při zajištění chodu domácnosti-běžný úklid a údržba domácnosti, pomoc při zajištění velkého úklidu domácnosti 2x ročně nebo ve výjimečném případě (malování).
- Běžné nákupy a nutné pochůzky-pošta, úřady, lékař, lékárna. Velký nákup např. týdenní nákup ošacení a nezbytného vybavení domácnosti.
- Praní a žehlení ložního a osobního prádla-po vyprání jeho žehlení, mandlování a zvážení - provádí zápis do Měsíčního výkazu prádla. Prádlo předává uživateli.
- Zprostředkování kontaktu se společenským prostředím-doprovází uživatele k lékaři, na orgány veřejné moci a instituce poskytující veřejné služby tam a zpět.
- Důsledně zapisuje všechny úkony do Měsíčního výkazu poskytnutých a provedených služeb, na jehož základě se provádí vyúčtování služeb uživatelům. Vybírá úhrady za služby a zálohy na obědy, odpovídá za jejich správnost, vydává uživatelům potvrzení. Finanční hotovost ihned předává po výběru vedoucí pečovatelce.

- Zajišťuje dovoz obědů do pečovatelského domu-výdej. Spolupracuje se skladnicí Domova pro seniory Doksy , které denně nahlašuje počet požadovaných obědů pro uživatele pečovatelské služby. Provádí denní kontrolu jídlonosičů-mytí.
- Provádí řádnou kontrolu před výjezdem služebního automobilu a 1x týdně velký úklid automobilu. Auto smí použít pouze se souhlasem vedoucí pečovatelky, ředitelky po podepsání příkazu k jízdě a výhradně ke služebním účelům.
- Zastupuje v době nepřítomnosti chybějícího pracovníka.  
Denně zapisuje docházku do měsíčního výkazu práce.
- Udržuje pořádek na svém pracovišti, dodržuje provozní, pracovní řád a bezpečnostní předpisy PO a OBP, kontroluje elektrické spotřebiče v místnosti pro pečovatelky a ve výdejně obědů.
- Poskytne první pomoc a zavolání záchranné služby, při zhoršení zdravotního stavu uživatele v pečovatelském domě - terénu, spolupracuje s praktickým lékařem. Hlásí situaci ihned vedoucí pečovatelce nebo ředitelce. Provádí zápis do formuláře mimořádné události.
- Je povinna zachovat mlčenlivost ve všech údajích o užívatelích - nehovořit s cizími osobami o zdravotním stavu a rodinných či jiných poměrech.
- Je povinna se účastnit pracovních porad a školení, které řeší problematiku pečovatelské služby nebo poskytují nové poznatky v oboru péče o staré občany. Rozšiřuje své znalosti a dovednosti celoživotním vzděláváním.
- Plní příkazy nadřízeného, veškeré změny v pečovatelském domě - terénu neprodleně řeší a hlásí vedoucí pečovatelce.
- Sleduje potřeby uživatelů a vede individuální záznamy o průběhu sociální služby (tzv. klíčový pracovník v sociálních službách). Řešení záležitostí spojených s poskytovanou službou, případně zprostředkování kontaktu uživatele s kompetentním pracovníkem.

Počet pracovníků takto zařazených: 2,5 .

Pracovní profil: Sociální pracovnice

Kompetence:

Přesah sociální pracovnice je na celou organizaci, pro terénní pečovatelskou službu je pouze částí úvazku (0,1).

Pracovnice je přímo podřízena ředitelce organizace.

Metodicky vede klíčové pracovníky terénní pečovatelské služby a ve spolupráci s vedoucí pečovatelkou provádí jejich pracovní hodnocení.

Oprávnění a povinnosti, vyplývající z části úvazku, určeného pro terénní PS:

Vychází z katalogu prací zák.222/2010 Sb. – 2.08.02 – „Sociální pracovník“  
platová tř. 10 bod 1-3

- Provádí sociální šetření u uchazečů o služby – při žádosti o zavedení pečovatelské služby,
- Jedná se zájemcem o sociální službu s ohledem na jeho požadavky, očekávání a cíle. Se zájemci jedná srozumitelným způsobem. Využívá metodiku a vnitřní pravidla, zpracovaná k tomuto účelu.
- Vede seznam žadatelů dle bodového hodnocení, pořadník aktualizuje 1x ročně. Při odmítnutí zájemce o sociální službu z důvodů stanovených zákonem, postupuje podle vnitřních pravidel.
- Sepisuje dohody s novými uživateli o rozsahu a průběhu poskytování sociální služby. Postupuje tak, aby uživatel obsahu a účelu smlouvy rozuměl.
- Vyřizuje sociálně právní záležitosti uživatelů – podává žádosti o příspěvek na péči, jeho zavedení, zvýšení
- Vede sociální dokumentaci uživatelů.
- Řeší sociálně právní problémy.
- Sestavuje s uživateli ve spolupráci s vedoucí pečovatelkou a klíčovými pracovníky individuální plány. Pomáhá vyhodnotit s uživateli a klíčovými pracovníky, zda jsou naplňovány cíle uživatelů.
- Metodicky vede terénní pečovatelky při sepisování metodik. Podílí se na jejich hodnocení.
- Vytváří a aktualizuje standardy kvality dle zák. 108/2006 Sb.
- Spolupracuje a jedná s rodinnými příslušníky uživatelů.
- Průběžně zajišťuje spokojenost uživatelů se službami. K tomuto účelu využívá dotazníky, besedy a rozhovory s uživateli.
- Vyřizuje stížnosti uživatelů. O průběhu jednání informuje ředitelku, které předává k založení písemné vyřízení stížnosti.
- Pečuje o dobrovolníky, kteří působí v organizaci, spolupracuje se zástupci dobrovolnických organizací.
- Ve spolupráci s vedoucí pečovatelkou zpracovává a odesílá statistické údaje ze sociální oblasti organizace, které jsou požadovány z MPSV a KÚ .



- Aktualizuje webové stránky organizace, ve spolupráci s ředitelkou organizace.
- Přípravuje materiály sociální agendy pro archivaci.
- Zúčastňuje se porad.
- Prohlubuje si povinné zákonné vzdělání formou školení, stáží a supervizí.
- Dodržuje předpisy BOZP a PO.

Tato pracovní pozice je pro službu vykonávána úvazkem 0,1

Kvalifikační požadavky:

- VŠ v oboru (dle § 110 zákona č. 108/2006 Sb.)
- Práce na PC - Office
- Řidičský průkaz skupiny B

Osobnostní předpoklady:

- Organizační schopnosti
- Trestní bezúhonnost
- Schopnost týmové spolupráce
- Samostatnost
- Svědomitost, pečlivost, přesnost
- Komunikativnost
- Rozhodnost

## Pravidla pro přijímání nových zaměstnanců

Zájemce o pracovní místo podává písemnou žádost o zaměstnání u ředitelky organizace, žádost doručí prostřednictvím pošty, e-mailu nebo přinese osobně. Žádost musí obsahovat zpáteční adresu a telefonický kontakt na žadatele.

Žádosti jsou evidovány a rozděleny podle druhu žádaných pracovních pozic a shromažďovány u personalistky organizace. Pokud není podaná žádost aktualizována žadatelem minimálně dva roky, je vyřazena.

V případě zájmu, je žadateli umožněna prohlídka organizace, s představením jeho eventuální pracovní pozice. Toto provede ředitelkou pověřený odpovědný pracovník.

V případě vzniku nebo uvolnění pracovního místa v organizaci, vyvolá potřebu příjmu nového zaměstnance vedoucí příslušného úseku na poradě vedení.

Nový pracovník je přijat na základě výběrového řízení, které je v organizaci dvojitě:

Za účasti zájemce – zájemci jsou pozváni na ústní pohovor s pracovním týmem, který má za úkol vybrat vhodného kandidáta. Počet členů pracovního týmu je vždy lichý (3-5členný) a tvoří jej ředitel, vedoucí příslušného úseku a další pracovníci jmenováni ředitelem. S výsledkem pohovoru jsou písemně seznámeni všichni jeho účastníci.

Při výběru nové pečovatelky je členem výběrového týmu vždy vedoucí pečovatelka, sociální pracovnice organizace a ředitelka. Přizvána může být eventuálně personalistka a zástupkyně terénních pečovatelek.

Bez účasti zájemce – stejný pracovní tým vybírá nového zaměstnance na základě žádostí a příložených informací. Případně probíhá krátký rozhovor telefonicky. Zvolený zaměstnanec je pak obeznámen s výsledkem řízení.

Zaměstnanec je vybrán vždy na základě hlasování pracovníků týmu v závěru výběrového řízení.

Ředitelka domova si sjedná s novým pracovníkem schůzku, na které dohodnou termín nástupu, případně další potřebné náležitosti, které jsou nezbytné pro zahájení pracovního poměru. Personalistka připraví pracovní smlouvu, zajistí vstupní lékařskou prohlídku, vstupní školení BOZP a PO u externisty organizace a ostatní náležitosti potřebné k přijetí nového zaměstnance.

Pracovní smlouvu se zájemcem o pracovní místo smí uzavřít pouze ředitelka organizace. Vznik, změny a skončení pracovního poměru jsou upraveny příslušnými ustanoveními Zákoníku práce.

## Zaškolování nových zaměstnanců

Každému novému zaměstnanci je přidělen tzv. uvádějící pracovník – garant.

Garant: Výběr garanta provádí vedoucí pracovník služby – vedoucí pečovatelka ve spolupráci s ředitelkou organizace.

Garantem je určen zkušený pracovník, jehož vlastností je trpělivost a schopnost srozumitelného předávání informací a zkušeností, týkajících se předávané pracovní pozice.

Garant v počátku seznámí nového pracovníka:

S pracovním prostředím, uživateli a kolektivem.

S celkovou strukturou organizace.

S pravidly poskytovaných služeb.

Zodpovídá jeho dotazy, vše se snaží popsat a doložit pomocí pádných argumentů vycházejících ze Standardů kvality sociálních služeb.

Pomáhá mu se začleněním do kolektivu.

Dbá, aby vůči novému pracovníku byla uplatňována jednotnost zácvičku kolektivu.

S individuálními plány uživatelů.

S pravidly pro vedení dokumentace uživatelů i zaměstnanců.

S postupem při podávání stížností apod.

S cíli našeho zařízení a s postavením uživatelů z nich vyplývajícími.

S funkcí a kompetencemi klíčového pracovníka (na konkrétním příkladu).

S prací související s depozity jednotlivých klientů (přípisy, odpisy- vyřazením apod.).

S harmonogramy práce, pracovní dobou jednotlivých zaměstnanců.

Se specifiky provozu na jednotlivých odděleních.

S vedením uživatelů k co největší míře samostatnosti (v koordinaci či s konzultacemi s dalšími pracovníky).

Před výkonem zaměstnání seznámí nového pracovníka jeho vedoucí s jeho pracovní náplní, kterou oba podepíší.

Organizace má zpracován interní Postup (harmonogram) pro zapracování nového zaměstnance, kterým se určený garant při zapracování nového zaměstnance řídí.

V průběhu zapracování, je přímým nadřízeným prováděno hodnocení ústním pohovorem nejprve po prvním měsíci, následně po dvou měsících, na závěr po třech měsících, kdy výstupem je již písemné zhodnocení zapracování. Po dobu tohoto zkušebního období je novému zaměstnanci poskytována podpora a jsou průběžně zjišťovány a odstraňovány nedostatky. Zkušební doba slouží ke zjištění schopnosti nového pracovníka zvládnout přidělenou pracovní pozici.

## Harmonogram zácvičku nových zaměstnanců

Jméno nového pracovníka:

Jméno garanta (pracovník, provázející nového zaměstnance během zaškolování):

.....  
Garant, který je přidělen novému pracovníkovi po nástupu, seznámí pracovníka v prvním týdnu:

- s pracovním prostředím, s uživateli a kolektivem, postupně v jednotlivých službách je představen vedení a novým spolupracovníkům
- s celkovou strukturou organizace
- s pravidly poskytovaných služeb
- s organizací práce
- s informačními materiály

\* Zodpovídá jeho dotazy, vše se snaží popsat a doložit pomocí pádných argumentů vycházejících ze Standardů kvality sociálních služeb.

\* Naslouchá názorům nového pracovníka na provoz.

\* Vede nového pracovníka k tomu, aby si podněty a dojmy pozitivního i negativního charakteru poznamenal a průběžně je s ním konzultuje.

\* Pomáhá se začleněním do kolektivu

Nastupující zaměstnanec projevuje v rámci zácvičku svou vlastní aktivitu při práci a při kontaktu s uživateli služeb.

Garant seznamujeme nového pracovníka během prvního měsíce postupně:

- s individuálními plány uživatelů
- s etickým kodexem zaměstnance přímé péče
- s pravidly vedení dokumentace
- s „Pravidly“ pro podávání stížností
- s cílem organizace (služby) a postavením uživatelů – ochranou jejich práv
- s kompetencemi pracovníků služby
- s kompetencí a praktickým významem role klíčového pracovníka
- s harmonogramem práce na daném úseku – terén, dům s pečovatelskou službou
- s přístupem k uživatelům, podpora jejich samostatného života a začleňování
- se Standardy kvality sociálních služeb
- s „Vnitřními pravidly“
- s Organizačním řádem
- s Pracovním řádem“
- s Hygienicko-epidemiologickým řádem a provozním řádem
- s PO a BOZP
- s vnitřními předpisy (platový, cestovní, automobilový provoz apod.)
- s délkou a způsobem zapracování

Po uplynutí doby zapracování provede vedoucí pracovník hodnocení zapracování a založí do osobní karty zaměstnance.

S výše zmíněnými body jsem nového pracovníka seznámila:

Datum:

Podpis:

Byla jsem svým garantem seznámena s výše zmíněnými body:

Datum:

Podpis:

## Hodnocení zapracování

Jméno, příjmení:

.....

Kvalifikace: pečovatelka          datum narození:

Pracoviště - TERÉNNÍ PEČOVATELSKÁ SLUŽBA - DOKSY

nástup do zaměstnání:

zapracování vede:

zapracování ukončeno:

Cíl zapracování:

1. Seznámení s provozem pracoviště, prací a uživateli
2. Zajistit kvalitní začlenění do pracovního týmu
3. Skloubit teoretické znalosti v praxi

---

### Komplexní hodnocení zapracování v průběhu 3 měsíců

---

1. Schopnost provádět základní činnosti a fakultativní úkony
  - A. samostatně
  - B. pod vedením
  - C. až po zácviku
  - D. není schopna
2. Schopnost organizovat práci na svěřeném úseku v rozsahu způsobilosti
  - A. organizuje samostatně, aktivně
  - B. občas má vlastní návrhy organizace práce
  - C. raději se přizpůsobí
  - D. pasivní přístup
3. Úroveň odborných vědomostí
  - A. velmi dobrá
  - B. občas je třeba vysvětlení, doplnění
  - C. má mezery ve vědomostech
  - D. má zásadní nedostatky
4. Úroveň manuálních dovedností
  - A. velmi dobrá
  - B. vyžaduje nácvik specifických úkonů
  - C. postrádá manuální zručnost
5. Cit ke klientovi
  - A. nesnaží se poznat individualitu klienta, je necitlivá

- B. na poznání individuality klienta se nezaměřuje, instinktivně vystihne jeho momentální psychický stav
  - C. dobře rozpozná zvláštnosti klienta
6. Vyrovnanost
    - A. v zátěžových situacích je bezradná, nejistá
    - B. v zátěžových situacích se chová přiměřeně
    - C. v kritických situacích jedná pohotově, je vyrovnaná
  7. Vztah k sobě samému
    - A. zvýšené sebevědomí
    - B. adekvátní sebevědomí
    - C. snížené sebevědomí
    - D. podceňuje se
  8. Adaptabilita pro výkon profese
    - A. specifity práce zvládla bez problémů
    - B. některé zvláštnosti práce jí činí problémy
    - C. specifity práce si osvojuje jen obtížně
    - D. není adaptovaná
  9. Další vzdělávání
    - A. je aktivní při seminárním doškolování
    - B. neznámé situace konzultuje se zkušenější pečovatelkou
    - C. má malý zájem
    - D. má absolutní nezájem
  10. Schopnost spolupráce
    - A. s nadřízeným / dobrá
    - B. s nadřízeným / pasivní přístup
    - C. s podřízeným / je přizpůsobivá, do kolektivu se začlenila
    - D. s podřízenými / je třeba větší spolupráce

Uved'te, ve kterých úsecích činnosti zvláště vyniká a osvojil/a/ si je bez problémů:

.....

Návrh odborného zaměření, další vzdělávání apod.

.....

.....  
podpis nového pracovníka

.....  
vedoucí pečovatelka

.....  
ředitelka

.....  
pracovnice pověřená zapracováním / GARANT/

V Doksech            dne:

## Pravidla pro působení osob, které nejsou u organizace v pracovněprávním vztahu.

Organizace spolupracuje s dobrovolníky a stážisty ze škol a rekvalifikačních kurzů úřadu práce. Pro tyto potřeby je zpracován vnitřní předpis „Odborná praxe jako proces vedení studenta“ a vnitřní předpis „Řízení lidských zdrojů – dobrovolnictví“.

Péči o dobrovolníky je pověřena sociální pracovnice - zajišťuje koordinaci jejich nabídky s požadavky klienta. Dobrovolníci přicházejí do organizace nejčastěji z Občanského sdružení ADRA; organizace má s tímto sdružením uzavřenou smlouvu o spolupráci: „Smlouvu o spolupráci mezi vysílající a přijímající organizací v oblasti dobrovolnické služby“. Sdružení sepisuje s dobrovolníkem „Smlouvu o výkonu dobrovolnické služby“, zajišťuje „Potvrzení o zdravotní způsobilosti dobrovolníka“, „Výpis z rejstříku trestů“ a provádí s dobrovolníkem „Záznam o provedeném vstupním školení v přijímající organizaci“. Sdružení ADRA zodpovídá rovněž za pojištění dobrovolníků.

Organizace zaměstnává pracovníky na dohodu o provedení práce nebo na dohodu o pracovní činnosti. Tyto dohody jsou využívány zejména jako zástup za kmenové pracovníky, kteří čerpají dovolenou nebo jsou na nemocenských dávkách.

Pracovníkům na dohodu je poskytnuta stejná péče jako zaměstnancům na plný pracovní poměr, musí splnit odbornou i zdravotní způsobilost, bezúhonnost, za jejich zapracování zodpovídá odborný garant.

Péče o stážisty z řad studentů a praktikantů z rekvalifikačních kurzů úřadů práce a pracovníky na dohody náleží do kompetence personalistky.

Domov pro seniory Doksy, příspěvková organizace

STANDARD č. 10

PROFESNÍ  
ROZVOJ  
ZAMĚSTNANCŮ

Terénní pečovatelská služba



## Postup pro pravidelné hodnocení zaměstnanců

S pracovníky v přímé péči je prováděno pravidelné roční hodnocení v návaznosti na stanovení osobních profesních cílů zaměstnanců a pro potřeby jejich další odborné kvalifikace. Toto hodnocení je prováděno pravidelně 1x ročně v měsíci lednu-únoru.

Služba má zpracován vnitřní pravidlo „Systém hodnocení zaměstnanců“, kde je popsán smysl a postup hodnocení.

Hodnocení je vedeno formou pohovoru - při společném pohovoru vedoucí pracovník a zaměstnanec v přímé péči stanoví profesní cíle pro následující období a potřeby další odborné kvalifikace pracovníka.

Zásadou pracovního pohovoru je, že je sjednán s dostatečným předstihem, aby se na něj pracovník mohl připravit, pohovor probíhá v nerušené místnosti, v pozitivním duchu a vztahuje se k výsledkům práce a stanovení vzdělávacích potřeb, nikoliv k finanční odměně.

Vedoucí pracovník předá výsledky personalistce organizace, personalistka na základě výstupu a podkladů od hodnotících pracovníků vypracuje vzdělávací plán a zajistí a vhodné vzdělávací aktivity.

## Program dalšího vzdělávání zaměstnanců

Organizace dbá na další vzdělávání pracovníků v sociálních službách, v souladu s § 111, zákona o sociálních službách č. 108/2006 ve znění pozdějších předpisů.

Dle zákona je zaměstnavatel povinen zabezpečit pracovníkovi v sociálních službách další vzdělávání v rozsahu neméně 24 hodin za kalendářní rok. Tímto vzděláváním si pracovník obnovuje, upevňuje a doplňuje kvalifikaci. Konkrétní potřeba vzdělávání vyplývá z hodnocení zaměstnanců a jejich stanovených profesních cílů.

Potřebné vzdělávání pracovníků je možno splnit formou účasti na akreditovaných kurzech, školicích akcích nebo stážích v jiném zařízení sociálních služeb nebo konferencích.

Doklad o absolvování dalšího vzdělávání, kterým je osvědčení, vydané vzdělávacím zařízením, které další vzdělávání pořádalo, předá pracovník po návratu ze školení personalistce, která jej ofotí a založí do pracovní složky zaměstnance. Získaný počet hodin zapíše pracovníkovi v programu Cygnus.

## System výměny informací

### Provozní porada zaměstnanců organizace

Porada se koná 1x ročně. Na poradě jsou zaměstnancům sděleny důležité informace o organizaci, výsledcích hospodaření a plánované úkoly organizace na další období.

Účastní se jí všichni zaměstnanci organizace. Z porady je učiněn zápis s prezenční listinou, který je uložen v kanceláři ředitelky.

### Manažerské porady

Jsou prováděny každý týden ve složení týmu pracovníků vedení - ředitelka, personalistka, ekonomka, sociální pracovnice, vedoucí přímé péče, vedoucí pečovatelka.

Ředitelka vyhotoví zápis, kde jsou uvedeny termíny úkolů a zodpovědné osoby za plnění úkolů. Zápis ředitelka rozešle elektronicky vedoucím pracovníkům.

Vždy na následující poradě je provedena kontrola uložených úkolů.

Ředitelka 1x zápis vytiskne, podepíše a u sebe v kanceláři založí v písemné podobě.

### Porada pracovního týmu pečovatelek

Porady svolává vedoucí pečovatelka dle potřeby, nejméně 1x za měsíc.

Pečovatelkám terénní pečovatelské služby sdělí informace, týkající se provozu organizace. Z porady je vyhotoven zápis a prezenční listina. Zápis je předložen ředitelce, ke shlednutí a k podpisu a je založen v kanceláři vedoucí pečovatelky.

### Porada pracovního týmu pečovatelek se sociální pracovnicí ohledně individuálního plánování s uživateli

Porady svolává sociální pracovnice zařízení nejméně 1x za měsíc. Porad se účastní pečovatelky terénní pečovatelské služby a vedoucí pečovatelka.

Porady jsou zaměřeny na oblast individuálního plánování v pečovatelské službě, (tvorba, aktuálnost, hodnocení a vykazování, případně na případnou problematiku IP).

Svou účast na poradě stvrzují všichni zúčastnění svým podpisem na prezenční listinu. Z každé porady vyhotoví sociální pracovnice zápis, který je předložen ke zhlédnutí a podpisu ředitelce a uložen v kanceláři sociální pracovnice. Pokud se některá z pečovatelek nebo vedoucí pečovatelka porady nezúčastní, seznámí se následně se zápisem z porady a jeho přečtení potvrdí datem a podpisem.

## Denní operativní informace

Informace, týkající se aktuálních změn v péči o uživatele, jsou zaznamenávány na nástěnce v denní místnosti pečovatelek, a slouží k řešení aktuálních úkolů. Denně jsou konány ve 13.00 hodin operativní porady týmu pečovatelek, kde si pečovatelky sdělí informace, týkající se uživatelů a poskytovaných služeb. Z těchto porad je vyhotovován písemný zápis, který je po ukončení kalendářního měsíce vytištěn v písemné formě podepsán pečovatelkami a založen u vedoucí pečovatelské služby.

## Finanční a morální oceňování zaměstnanců

### Organizace má vypracováno několik vnitřních směrnic pro oceňování zaměstnanců:

- 1.) „Vnitřní platový předpis“ vychází z platného právního předpisu a nařízení vlády a je podkladem pro stanovení platových tříd a platových stupňů zaměstnanců, osobních příplatků a odměn.
- 2.) „Systém hodnocení zaměstnanců“, dle kterého vedoucí zaměstnanci provádí roční pracovní hodnocení. Toto hodnocení je podkladem pro finanční odměňování pracovníků. Odměna závisí na finančních možnostech organizace a je vyplácena pololetně. Hodnocení zaměstnanců je uskutečněno v průběhu měsíců říjen-listopad.
- 3.) „Fond kulturních a sociálních potřeb“ – směrnice se věnuje péči o zaměstnance a jejich ocenění zejména z morálního hlediska. Jsou zde mj. vyjmenovány aktivity, které organizace zaměstnancům hradí nebo na ně přispívá. Jedná se o příspěvek na masáž, vstup do plaveckého bazénu a příspěvek na stravování. Dle předpisu organizace poskytuje finanční dary při významných životních jubileích a za počet odpracovaných let v organizaci.

### Postup při neplnění pracovních povinností zaměstnancem:

#### *Ve vztahu zaměstnavatel x zaměstnanec (pracovněprávní následky)*

- **ústní domluva, upozornění, napomenutí nadřízeným pracovníkem** – nadřízený pracovník projedná se zaměstnancem porušení povinností vyplývajících z právních předpisů vztahujících se k zaměstnancem vykonávané práci a vyzve ho k nápravě.
- **písemné napomenutí** – nadřízený pracovník písemně vytkne zaměstnanci opakované porušení pracovních povinností vyplývajících z právních předpisů vztahujících se k zaměstnancem vykonávané práci, s upozorněním na možnost

výpovědi. Písemnou kopii předá nadřízený pracovník personalistce, která ji založí do osobního spisu pracovníka.

- **pohovor s ředitelkou a následné snížení finančního ohodnocení** - Přímý nadřízený projedná opakované neplnění pracovních povinností vyplývajících z právních předpisů vztahujících se k zaměstnancem vykonávané práci s ředitelkou organizace a podá návrh na snížení finančního ohodnocení pracovníka.
- **návrh na rozvázání pracovního poměru** - podle § 52 písm. g) Zákoníku práce podá nadřízený pracovník ke schválení ředitelce návrh na rozvázání pracovního poměru s pracovníkem, pro soustavné méně závažné porušování povinností vyplývajících z právních předpisů vztahujících se k zaměstnancem vykonávané práci.

## Supervize

Organizace zajišťuje pro zaměstnance terénní pečovatelské služby podporu nezávislého kvalifikovaného odborníka – supervizora (viz. „Supervizní smlouva – „Komplexní supervize organizace (celého systému)“).

Smlouva se supervizorkou je uzavřena na dobu neurčitou. Dle smlouvy dochází supervizorka do organizace 1x měsíčně na dobu 6 hodin.

Supervize probíhá po 2 hodinových blocích pro předem stanovené týmy pracovníků. Témata jsou domluvena předem s pracovníky a sdělena supervizorce nebo se dojednávají přímo na supervizi.

Supervize může být rovněž individuální.

Ze supervize je vyhotovena prezenční listina, kterou pracovníci i supervizorka podepíší. Listina je založena v kanceláři personalistky.

Pracovnice terénní pečovatelské služby mají možnost využít supervizi k doplnění vzdělání v rámci zákonného 24 hodinového vzdělávání a ke splnění osobních profesních cílů, vyplývajících z pravidelného ročního hodnocení.

Rozvaha – bilance k 31.12.2014

Licence: DD06

XCRGURXA / RXA (17032014 / 01012012)

**ROZVAHA - BALANCE**

příspěvkové organizace

(v Kč, s přesností na dvě desetinná místa)

Období: 12 / 2014

IČO: 48282910

Název: Domov pro seniory Doksy, příspěvková organizace

Číslo položky	Název položky	Syntetický účet	Období		Minulé
			Běžné	Korekce	
			Brutto	Netto	
<b>AKTIVA CELKEM</b>			11 014 289,60	3 428 695,74	3 169 881,85
<b>A.</b>	<b>Stálá aktiva</b>		7 985 928,86	7 585 583,86	400 335,00
	<b>I. Dlouhodobý nehmotný majetek</b>		22 523,00	22 523,00	95 602,00
1.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	012			
2.	Software	013			
3.	Ocenitelná práva	014			
4.	Povolenky na emise a preferenční limity	015			
5.	Drobný dlouhodobý nehmotný majetek	018	22 523,00	22 523,00	
6.	Ostatní dlouhodobý nehmotný majetek	019			
7.	Neokonečný dlouhodobý nehmotný majetek	041			
8.	Uspořádací účet technického zhodnocení dlouhodobého nehmotného majetku	044			
9.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	051			
10.	Dlouhodobý nehmotný majetek určený k prodeji	035			
	<b>II. Dlouhodobý hmotný majetek</b>		7 963 405,86	7 563 070,86	400 335,00
1.	Pozemky	031			
2.	Kulturní předměty	032			
3.	Stavby	021			
4.	Samostatné hmotné movité věci a soubory hmotných movitých věcí	022	2 134 020,00	1 733 685,00	400 335,00
5.	Pěstitelské celky trvalých porostů	025			
6.	Drobný dlouhodobý hmotný majetek	028			
7.	Ostatní dlouhodobý hmotný majetek	029	5 829 385,86	5 829 385,86	
8.	Neokonečný dlouhodobý hmotný majetek	042			
9.	Uspořádací účet technického zhodnocení dlouhodobého hmotného majetku	045			
10.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	052			
11.	Dlouhodobý hmotný majetek určený k prodeji	036			
	<b>III. Dlouhodobý finanční majetek</b>				

03.02.2015 15:13:32mz

Zpracováno systémem UCR® GORDIC® spol. s r. o.

strana 1 / 5



Číslo položky	Název položky	Syntetický účel	Období		Minulé
			Běžné	Korekce	
			Brutto	Netto	
16.	Jiné daně a poplatky	344			
17.	Pohledávky za vybranými ústředními vládními institucemi	346	11 000,00		11 000,00
18.	Pohledávky za vybranými místními vládními institucemi	348			
27.	Krátkodobé pohledávky z nástrojů spolufinancovaných ze zahraničí	371			
28.	Krátkodobé poskytnuté zálohy na transfery	373			
29.	Náklady příštích období	381	32 198,03		32 198,03
30.	Příjmy příštích období	385	14,07		14,07
31.	Dohadné účty aktivní	388	40 188,00		40 188,00
32.	Ostatní krátkodobé pohledávky	377	38 166,00		38 166,00
			<b>1 523 922,47</b>		<b>1 523 922,47</b>
<b>III.</b>	<b>Krátkodobý finanční majetek</b>				
1.	Majetkové cenné papíry k obchodování	251			
2.	Dluhové cenné papíry k obchodování	253			
3.	Jiné cenné papíry	256			
4.	Termínované vklady krátkodobé	244			
5.	Jiné běžné účty	245	701 179,00		567 775,00
9.	Běžný účet	241	695 916,26		753 417,52
10.	Běžný účet FKSP	243	65 742,21		68 804,22
15.	Ceniny	263			
16.	Peníze na cestě	262			
17.	Pokladna	261	61 085,00		59 618,00

Číslo položky	Název položky	Syntetický účet	Období	
			Běžné	Minulé
<b>PASIVA CELKEM</b>			<b>3 428 695,74</b>	<b>3 169 881,85</b>
<b>C.</b>	<b>Vlastní kapitál</b>		<b>690 053,63</b>	<b>576 685,11</b>
<b>I.</b>	<b>Jmění účetní jednotky a upravující položky</b>		<b>400 335,00</b>	<b>95 602,00</b>
1.	Jmění účetní jednotky	401	400 335,00	95 602,00
3.	Transfery na pořízení dlouhodobého majetku	403		
4.	Kurzové rozdíly	405		
5.	Oceňovací rozdíly při prvotním použití metody	406		
6.	Jiné oceňovací rozdíly	407		
7.	Opravy minulých období	408		
<b>II.</b>	<b>Fondy účetní jednotky</b>		<b>263 182,48</b>	<b>481 083,11</b>
1.	Fond odměn	411	706,17	706,17
2.	Fond kulturních a sociálních potřeb	412	67 274,53	70 037,16
3.	Rezervní fond tvořený ze zlepšeného výsledku hospodářství	413	92 899,63	272 099,63
4.	Rezervní fond z ostatních titulů	414	82 308,40	52 713,40
5.	Fond reprodukce majetku, investiční fond	416	19 993,75	85 526,75
<b>III.</b>	<b>Výsledek hospodaření</b>		<b>26 536,15</b>	<b>26 536,15</b>
1.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	431		
2.	Výsledek hospodaření ve schvalovacím řízení	432		
3.	Výsledek hospodaření předcházejících účetních období			
<b>D.</b>	<b>Cizí zdroje</b>		<b>2 738 642,11</b>	<b>2 593 196,74</b>
<b>I.</b>	<b>Rezervy</b>			
1.	Rezervy	441		
<b>II.</b>	<b>Dlouhodobé závazky</b>			
1.	Dlouhodobé úvěry	451		
2.	Přijaté návratné finanční výpomoci dlouhodobé	452		
4.	Dlouhodobé přijaté zálohy	455		
7.	Dlouhodobé závazky z nástrojů spolufinancovaných ze zahraničí	458		
8.	Ostatní dlouhodobé závazky	459		
9.	Dlouhodobé přijaté zálohy na transfery	472		
<b>III.</b>	<b>Krátkodobé závazky</b>		<b>2 738 642,11</b>	<b>2 593 196,74</b>
1.	Krátkodobé úvěry	281		
4.	Jiné krátkodobé půjčky	289		
5.	Dodavatelé	321	103 495,64	82 489,03
7.	Krátkodobé přijaté zálohy	324		
9.	Přijaté návratné finanční výpomoci krátkodobé	326		



Číslo položky	Název položky	Syntetický účet	Období	
			Běžné	Minulé
10.	Zaměstnanci	331	523 828,00	458 006,00
11.	Jiné závazky vůči zaměstnancům	333		
12.	Sociální zabezpečení	336	198 018,00	252 835,00
13.	Zdravotní pojištění	337	86 178,00	
14.	Důchodové spoření	338		
15.	Dan z příjmu	341		
16.	Jiné přímé daně	342	50 439,00	42 515,00
17.	Dan z přidané hodnoty	343		
18.	Jiné daně a poplatky	344	4 380,00	
19.	Závazky k osobám mimo vybrané vládní instituce	345		
20.	Závazky k vybraným úředním vládním institucím	347		
21.	Závazky k vybraným místním vládním institucím	349		
33.	Krátkodobé závazky z nástrojů spolufinancovaných ze zahraničí	372		
34.	Krátkodobé přijaté zálohy na transfery	374		
35.	Výdaje příštích období	383	1 096,00	1 086,00
36.	Výnosy příštích období	384		
37.	Dohadné účty pasivní	389	1 011 785,40	1 144 985,02
38.	Ostatní krátkodobé závazky	378	759 422,07	611 270,69

\* Konec sestavy \*

## Výkaz zisku a ztráty k 31.12.2014

Licence: DD06

XCRGU/IXA / VXA (06012014 / 01012012)

**VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY**

příspěvkové organizace

(v Kč, s přesností na dvě desetinná místa)

Období: 12 / 2014

IČO: 48282910

Název: Domov pro seniory Doksy, příspěvková organizace

Číslo položky	Název položky	Svazkový účet	Běžné období		Minulé období	
			Hlavní činnost	Hospodářská činnost	Hlavní činnost	Hospodářská činnost
A. Náklady celkem			15 690 798,28		14 057 067,83	
<b>I.</b>	<b>Náklady z činnosti</b>		<b>15 690 798,28</b>		<b>14 057 067,83</b>	
1.	Spořeba materiálu	501	2 495 902,43		2 182 391,23	
2.	Spořeba energie	502	1 726 896,44		1 954 586,05	
3.	Spořeba jiných neskladovatelných dodávek	503				
4.	Prodané zboží	504			3 967,00-	
5.	Aktivace dlouhodobého majetku	506				
6.	Aktivace oběžného majetku	507				
7.	Změna stavu zásob vlastní výroby	508				
8.	Opravy a udržování	511	435 560,04		205 128,24	
9.	Cestovné	512	11 353,00		8 387,00	
10.	Náklady na reprezentaci	513				
11.	Aktivace vnitřních služeb	516				
12.	Ostatní služby	518	557 788,63		406 531,49	
13.	Mzdové náklady	521	7 513 560,00		6 710 639,00	
14.	Zákomé sociální pojištění	524	2 443 900,00		2 206 750,00	
15.	Jiné sociální pojištění	525	29 699,00			
16.	Zákomé sociální náklady	527	70 650,37		68 653,36	
17.	Jiné sociální náklady	528	8 530,00			
18.	Darí silniční	531	4 380,00			
19.	Darí z nemovitostí	532				
20.	Jiné daně a poplatky	538				
22.	Smluvní pokuty a úroky z prodlení	541				
23.	Jiné pokuty a penále	542				
24.	Darí a jiná bezúplatná předání	543				
25.	Prodaný materiál	544				
26.	Manka a škody	547				

03.02.2015 15h35m39s

Zpracováno systémem LUPR® GORDIC® spol. s r. o.

strana 1 / 3

Číslo položky	Název položky	Synetický účet	Běžné období		Minulé období	
			Hlavní činnost	Hospodářská činnost	Hlavní činnost	Hospodářská činnost
			1	2	3	4
27.	Tvorba fondů	548				
28.	Odpisy dlouhodobého majetku	551	22 467,00		8 832,00	
29.	Prodaný dlouhodobý nehmotný majetek	552				
30.	Prodaný dlouhodobý hmotný majetek	553				
31.	Prodané pozemky	554				
32.	Tvorba a zučtování rezerv	555				
33.	Tvorba a zučtování opravných položek	556				
34.	Náklady z vyřazených pohledávek	557	6 228,00		77 275,89	
35.	Náklady z drobného dlouhodobého majetku	558	340 117,78		159 272,45	
36.	Ostatní náklady z činnosti	549	19 765,59		72 588,12	
<b>II. Finanční náklady</b>						
1.	Prodané cenné papíry a podíly	561				
2.	Úroky	562				
3.	Kurzové ztráty	563				
4.	Náklady z přecenění reálnou hodnotou	564				
5.	Ostatní finanční náklady	569				
<b>III. Náklady na transfery</b>						
1.	Náklady vybraných ústředních vládních institucí na transfery	571				
2.	Náklady vybraných místních vládních institucí na transfery	572				
<b>V. Daň z příjmů</b>						
1.	Daň z příjmů	591				
2.	Dodatečné odvody daně z příjmů	595				
<b>B. Výnosy celkem</b>			<b>15 717 334,43</b>		<b>14 057 067,83</b>	
<b>I. Výnosy z činnosti</b>			<b>12 014 708,30</b>		<b>11 743 951,76</b>	
1.	Výnosy z prodeje vlastních výrobků	601				
2.	Výnosy z prodeje služeb	602				
3.	Výnosy z pronájmu	603	12 014 708,30		11 631 249,40	
4.	Výnosy z prodaného zboží	604				
8.	Jiné výnosy z vlastních výkonů	609				
9.	Smluvní pokuty a úroky z prodlení	641				
10.	Jiné pokuty a penále	642				
11.	Výnosy z vyřazených pohledávek	643				
12.	Výnosy z prodeje materiálu	644				

Číslo položky	Název položky	Syntetický účet	Běžné období		Minulé období	
			Hlavní činnost	Hospodářská činnost	Hlavní činnost	Hospodářská činnost
			1	2	3	4
13.	Výnosy z prodeje dlouhodobého nehmotného majetku	645				
14.	Výnosy z prodeje dlouhodobého hmotného majetku kromě pozemků	646				
15.	Výnosy z prodeje pozemků	647				
16.	Čerpání fondů	648				
17.	Ostatní výnosy z činnosti	649			112 702,36	
<b>II.</b>	<b>Finanční výnosy</b>		<b>3 538,13</b>		<b>2 692,07</b>	
1.	Výnosy z prodeje cenných papírů a podílů	661				
2.	Úroky	662	3 538,13		2 692,07	
3.	Kurzové zisky	663				
4.	Výnosy z přecenění reálnou hodnotou	664				
6.	Ostatní finanční výnosy	669				
<b>IV.</b>	<b>Výnosy z transferů</b>		<b>3 699 088,00</b>		<b>2 310 424,00</b>	
1.	Výnosy vybraných ústředních vládních institucí z transferů	671				
2.	Výnosy vybraných místních vládních institucí z transferů	672	3 699 088,00		2 310 424,00	
<b>C.</b>	<b>Výsledek hospodaření</b>					
1.	Výsledek hospodaření před zdaněním		26 536,15			
2.	Výsledek hospodaření běžného účetního období		26 536,15			

\* Konec sestavy \*

Zdroj: Organizace Domov pro seniory Doksy, p. o.

**VÁŠ NÁZOR JE PRO NÁS DŮLEŽITÝ, PROTO VÁM PŘEDKLÁDÁME  
DOTAZNÍK SPOKOJENOSTI S NÁMI POSKYTOVANÝMI SLUŽBAMI**

*Ve snaze poskytnout Vám tu nejlepší možnou péči se na Vás obracíme s tímto dotazníkem, kterým bychom chtěli zjistit Vaše požadavky a přání. Vaše odpovědi budou podnětem pro případnou úpravu služeb tak, aby se co nejvíce přizpůsobily Vaším potřebám a přáním.*

**Dotazník, prosím, vhod'te do jedné ze schránek umístěných na těchto sběrných místech:**

**TPS – automobil**

**TPS – dům s pečovatelskou službou**

**1. O pečovatelské službě jsem se dozvěděl:**

(vyberte jednu odpověď)

- a) Přímo v organizaci (osobně, telefonicky)
- b) Od sociální pracovnice městského úřadu
- c) Od souseda/ky, která pečovatelskou službu také využívá
- d) Pečovatelskou službu mi zařídily děti
- e) Jinak, uveďte jak .....

**2. Služby „terénní PS“ využívám po dobu:**

- a) do 1 roku
- b) 1-3 roky
- c) déle než 3 roky

**3. Od terénní pečovatelské služby Doksy využívám tyto služby:**

(je možné zvolit více odpovědí)

- a) Dovoz a donáška obědů
- b) Nákupy, nutné pochůzky
- c) Pomoc při udržování domácnosti – úklid
- d) Pomoc při osobní hygieně
- e) Praní a žehlení prádla
- f) Zprostředkování kontaktu se společenských prostředím – doprovod
- g) Fakultativní služby : napište které.....

.....

**4. Rozsah služeb poskytovaných Terénní pečovatelskou službou Doksy (dále jen „terénní PS“) v časovém úseku PONDĚLÍ až PÁTEK od 6.30 do 15.00 hodin je pro mne:**

- a) plně dostačující
- b) uvítal bych rozšíření

- v pracovních dnech od.....do.....hodin

- o víkendech a svátcích od ..... do.....hodin

**Spokojenost se službou „Dovoz a donáška obědů“**

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spíše spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

5. **Výběr jídla** 1 2 3 4 5

6. **Chutnost stravy** 1 2 3 4 5

7. **Teplota jídla** 1 1 2 3 4 5

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spíše spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

8. **Způsob servírování jídla** 1 2 3 4 5

9. **Čas dovozu/donášky obědů** 1 2 3 4 5

10. **Způsob dovozu/donášky obědů** 1 2 3 4 5

11. **Možnost odběru obědů ze Školní jídelny ZŠ**

a) Chtěl/a bych odebírat obědy ze Školní jídelny ZŠ

b) Vyhovuje mi stávající kuchyně DPS

**Spokojenost se službou „Pomoc při udržování domácnosti“ – úklid**

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

12. **Čas, kdy je služba prováděna** 1 2 3 4 5

13. **Pečlivost prováděného úklidu** 1 2 3 4 5

**Spokojenost se službou „Nákupy, nutné pochůzky“**

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spíše spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

14. Způsob provádění objednávky nákupu 1 2 3 4 5

15. Výběr obchodů, ve kterých je nákup prováděn 1 2 3 4 5

v případě nespokojenosti s výběrem obchodů uveďte název obchodu (více obchodů), z kterého byste měl/a zájem nakupovat

.....  
.....

**Spokojenost se službou „Praní a žehlení prádla“**

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spíše spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

16. Lhůta vrácení (návratnost) vypraného prádla 1 2 3 4 5

17. Kvalita provedené práce 1 2 3 4 5

**Spokojenost se službou „Pomoc při osobní hygieně“**

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spíše spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

18. Denní doba, ve kterou je služba vykonávána 1 2 3 4 5

19. Místo provádění služby

a) službu převážně využívám v domácím prostředí

b) využívám/chci využít bezbariérovou koupelnu v Domově s pečovatelskou službou

**Spokojenost se službou „Kontakt se společenským prostředím – doprovody k lékaři, příp. doprovody na instituce“**

(zaškrtněte číslo od 1 do 5. Podobně jako ve škole 1 velmi spokojen, 2 spíše spokojen, 3 průměrně spokojen, 4 spíše nespokojen, 5 nespokojen)

20. Spokojenost s rozsahem nabídky doprovodu 1 2 3 4 5

**Spokojenost s nabídkou fakultativních služeb**

**21. Které služby Vám v nabídce chybí?**

Zakroužkujte jednu z možností a) nebo b), případně uveďte vlastní odpověď

- a) Žádné mi nechybí, jsem spokojen/a se stávající nabídkou
- b) Uvítala bych zdravotní terénní služby (př.převazy, aplikace injekcí)
- c) Jiné.....

**Spokojenost s prací pečovatelek**

**22. Za co pochválíte pečovatelky terénní PS:**

.....  
.....  
.....

**23. Co se Vám nelíbí na práci pečovatelek terénní PS:**

.....  
.....  
.....

- 24. Pohlaví :**     a) žena  
                      b) muž

**25. Věk :** .....

**26. Rodinná situace - typ domácnosti:**

Vyberte jednu odpověď:

- a) V domácnosti žijí společně s dětmi
- b) Žijí v domácnosti sám, ale pomáhají mi děti
- c) Žijí sám, děti mi nevypomáhají
- d) Jiná situace (uveďte).....

**Prosíme o vyplnění a navrácení dotazníku do 31. 8. 2014.**

**Velice děkujeme za Váš čas a ochotu.**



Letáček

## *TERÉNNÍ PEČOVATELSKÁ SLUŽBA DOKSY*



*se Vám představuje*

Terénní pečovatelská služba je jednou ze tří registrovaných služeb  
Domova pro seniory, příspěvková organizace, Panská 199, 472 01 Doksy.  
Zřizovatelem terénní pečovatelská služby je město Doksy.

**Místo činnosti:** Panská 953, 472 01 Doksy (areál Domova pro seniory)

**Informace získáte osobně nebo telefonicky na:**

**Ředitelka (poskytovatel):** Bc. Ilona Jakoubková, tel. 487 712 991

**Sociální pracovnice:** Mgr. Jinková Hana, tel. 722 033 383, 487 712 997

**Vedoucí pečovatelka:** Hana Maříková, tel. 487 712 970, 487 712 996,  
702 148 907

- na internetu [www.dpsdoksy.cz](http://www.dpsdoksy.cz)
- Městský úřad Doksy (zřizovatel) tel. 487 882 417 / Bc. Strnková, ing. Krajníková
- Domov pro seniory a Dům s pečovatelskou službou /poskytovatel,  
e-mail: [marikova@dpsdoksy.cz](mailto:marikova@dpsdoksy.cz)