

Analýza nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji

Bc. Veronika Žváčková

Bakalářská práce
2017



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu
akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika Žváčková**
Osobní číslo: **M14253**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza nabídky vybraných sociálních služeb po seniory v Olomouckém kraji**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Proveďte průzkum literárních pramenů a zpracujte teoretická východiska zaměřená na oblast sociálních služeb.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav nabídky sociálních služeb z pohledu jejich uživatelů a poskytovatelů.
- Na základě výsledků analýzy navrhněte vhodná doporučení přispívající ke zlepšení současného stavu nabídky sociálních služeb.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

BRADLEY, Nigel. Marketing research: tools and techniques. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press, c2013, 527 s. ISBN 978-0-19-965509-0.
DVOŘÁČKOVÁ, Dagmar. Kvalita života seniorů: v domovech pro seniory. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 112 s. ISBN 978-80-247-4138-3.
KRHUTOVÁ, Lenka. Privatizace v sociálních službách pro seniory. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013, 123 s. ISBN 978-80-7326-231-0.
MALÍK HOLASOVÁ, Věra. Kvalita v sociální práci a sociálních službách. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 151 s. ISBN 978-80-247-4315-8.
PRUDKÁ, Šárka. Sociální služby pro seniory v kontextu sociální politiky. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2015, 236 s. ISBN 978-80-7478-839-0.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petra Barešová
Ústav managementu a marketingu
Datum zadání bakalářské práce: 15. prosince 2016
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. května 2017

Ve Zlíně dne 15. prosince 2016



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že


- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s přípustí-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 15.5.2014

Jméno a příjmení: VERONIKA ŽVAČKOVÁ


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá nabídkou sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji, přičemž se zaměřuje na domovy pro seniory a denní stacionáře pro seniory. Cílem práce je zanalyzovat současný stav nabídky těchto služeb z pohledu jejich uživatelů a poskytovatelů a navrhnout vhodná doporučení, která by vedla ke zlepšení této nabídky. Pro zjištění současného stavu spokojenosti bylo využito kvantitativního výzkumu.

Klíčová slova: senior, sociální služby, nabídka, zákazník, marketing sociálních služeb, marketingový výzkum

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with social services for the elderly in the Olomouc Region, focusing on the homes for seniors and day care centers for the elderly. The aim of the thesis is to analyse the current state of offer of these services from the point of view of their users and providers and to propose suitable recommendations that would improve this offer. To determine the current state of satisfaction has been used quantitative research.

Keywords: Senior, Social Services, Offer, Customer, Marketing of Social Services, Marketing Research

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí práce Ing. Petře Barešové, za cenné rady a podněty, které mi udělila v průběhu psaní této práce a pomohla mi tak s jejím obsahem i zpracováním.

Také bych ráda poděkovala všem ochotným pracovníkům oslovených sociálních zařízení, kteří mi sdělili všechny potřebné informace a věnovali mi svůj čas. Stejně tak mé díky patří i všem klientům, kteří si udělali čas na rozhovor.

OBSAH

ÚVOD.....	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST.....	13
1 SOCIÁLNÍ SLUŽBY	14
1.1 SLUŽBY A SPECIFIKA SOCIÁLNÍCH SLUŽEB	14
1.2 LEGISLATIVNÍ ÚPRAVA SOCIÁLNÍCH SLUŽEB	16
1.3 FORMY POSKYTOVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SLUŽEB, JEJICH POSKYTOVATELÉ A JEJICH STRUKTURA	17
1.4 SOCIÁLNÍ PÉČE O SENIORY.....	19
1.5 FINANCOVÁNÍ SOCIÁLNÍCH SLUŽEB.....	21
2 DEMOGRAFICKÁ SITUACE A JEJÍ DOPADY NA OBLAST SOCIÁLNÍCH SLUŽEB	22
3 KVALITA V SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH.....	24
4 ZÁKAZNÍK V SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH.....	25
4.1 KLIENT JAKO ZÁKAZNÍK	25
4.2 SPOKOJENOST ZÁKAZNÍKA	25
4.3 MĚŘENÍ SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKA	26
4.4 HODNOTA VNÍMANÁ ZÁKAZNÍKEM.....	26
5 MARKETING NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	28
5.1 MARKETINGOVÝ MIX NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ.....	29
5.2 MARKETING SOCIÁLNÍCH SLUŽEB	30
5.3 AKTUÁLNÍ PROBLÉMY SOCIÁLNÍCH SLUŽEB Z POHLEDU MARKETINGU.....	31
6 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	33
6.1 METODIKA MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU	33
6.2 PRIMÁRNÍ A SEKUNDÁRNÍ VÝZKUM.....	33
6.3 KVANTITATIVNÍ A KVALITATIVNÍ VÝZKUM	34
6.4 ZDROJE INFORMACÍ	34
6.5 DOTAZOVÁNÍ	35
7 SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI – TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ PRAKTICKÉ ČÁSTI	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	38
8 SENIOŘI A SOCIÁLNÍ SLUŽBY V OLOMOUCKÉM KRAJI.....	39
8.1 SWOT ANALÝZA DOMOVŮ PRO SENIORY A DENNÍCH STACIONÁŘŮ PRO SENIORY V OLOMOUCKÉM KRAJI.....	41
9 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU NABÍDKY SOCIÁLNÍCH SLUŽEB Z POHLEDU JEJICH POSKYTOVATELŮ A UŽIVATELŮ	44
9.1 POSTUP ANALÝZY A ZPRACOVÁNÍ DAT	44
9.2 VÝSLEDKY ANALÝZY	46
9.2.1 Poskytovatelé sociálních služeb domov pro seniory a denní stacionář.....	47

9.3	UŽIVATELE SOCIÁLNÍCH SLUŽEB DOMOV PRO SENIORY A DENNÍ STACIONÁŘ	52
10	ANALÝZA POPTÁVKY PO VYBRANÝCH SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH PRO SENIORY V OLOMOUCKÉM KRAJI A VEŘEJNÉHO POVĚDOMÍ O SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH.....	59
10.1	POSTUP VÝZKUMU A ZPRACOVÁNÍ DAT	59
10.2	VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....	59
11	ZJIŠTĚNÉ ZÁVISLOSTI Z PRIMÁRNÍCH DAT	71
11.1	ZJIŠTĚNÉ ZÁVISLOSTI Z ANALÝZY SOUČASNÉHO STAVU NABÍDKY SOCIÁLNÍCH SLUŽEB Z POHLEDU JEJICH POSKYTOVATELŮ A UŽIVATELŮ	71
11.2	ZJIŠTĚNÉ ZÁVISLOSTI Z ANALÝZY POPTÁVKY PO VYBRANÝCH SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH PRO SENIORY V OLOMOUCKÉM KRAJI A VEŘEJNÉHO POVĚDOMÍ O SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH	74
12	ZÁVĚREČNÁ SHRNU TÍ A DOPORUČENÍ	77
	ZÁVĚR	82
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	84
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	89
	SEZNAM OBRÁZKŮ	90
	SEZNAM GRAFŮ	91
	SEZNAM TABULEK.....	94
	SEZNAM PŘÍLOH.....	95
	PŘÍLOHA PII: DOTAZNÍK PRO UŽIVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DOMOV PRO SENIORY.....	99
	PŘÍLOHA PIII: DOTAZNÍK PRO POSKYTOVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DENNÍ STACIONÁŘ PRO SENIORY	103
	PŘÍLOHA IV: DOTAZNÍK PRO UŽIVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DENNÍ STACIONÁŘ PRO SENIORY	106
	PŘÍLOHA PV: DOTAZNÍK – POPTÁVKA PO SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH PRO SENIORY A VEŘEJNÉ POVĚDOMÍ O SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH.....	110

ÚVOD

Stárnutí populace nejen v České republice, ale i v celé Evropě, je možné pozorovat již několik let. Navíc prognózy ukazují, že tento jev bude i nadále pokračovat. Se stárnutím populace je spojeno mnoho otázek, tato bakalářská práce se zaměřuje na dopady této situace na oblast sociálních služeb. Konkrétně v Olomouckém kraji, který dle průměrného věku obyvatelstva, patří spíše ke starším krajům v rámci České republiky.

Poskytování služeb je poměrně náročným úkolem. Je to dáno hlavně abstraktní povahou služeb, což zapříčiňuje to, že je pouze na tom, kdo ji spotřebovává, aby ji ohodnotil. Pro poskytovatele služby je potom toto hodnocení stěžejní, jelikož se doporučení služby budou šířit mezi lidmi a ovlivňovat tak pověst jejího poskytovatele. Proto je pro něj hodnocení zákazníkem velmi podstatné. Obzvláště složité je hodnocení služeb v nekomerčním sektoru, do kterého řadíme i služby sociální. V sociálních službách hraje roli mnoho faktorů – potřebnost pomoci, psychická pohoda klienta, jeho zkušenosti, a podobně. Zatímco v ziskovém sektoru je cílem poskytnutí služeb zisk, v neziskovém sektoru je nejdůležitější uspokojení potřeb klienta v co nejvyšší kvalitě.

Do roku 2007, kdy byl přijat zákon o sociálních službách, nebyla v rámci sociálních služeb konkurence. Zařízení sociálních služeb se soustředila především na zabezpečení lidských zdrojů a získávání financí. Přijetím zákona o sociálních službách však vzniká alespoň u některých typů služeb konkurenční prostředí. Jedná se především o služby pobytové a stav sílicí konkurence se bude, alespoň na základě prognózy, v následujících letech neustále prohlubovat.

Cílem bakalářské práce je navrhnout doporučení, která by vedla ke zlepšení současného stavu nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji. Pro analýzu jsou vybrány služby domov pro seniory a denní stacionář. Jedná se o služby, kde tráví senior svůj čas, popřípadě o místo, které se stalo seniorovi novým domovem. Zastoupena je jak služba ambulantní, tak pobytová. Služba terénní je z průzkumu vyloučena z toho důvodu, že se jedná o službu, kde je senior ve svém prostředí a sociální pracovník klientovi věnuje plnou pozornost. Je tedy nemožné porovnávat se službou ambulantní či pobytovou, kde je senior v kolektivu a cizím prostředí. Aby bylo možné, splnit hlavní cíl bakalářské práce, je nutné splnit i její dílčí cíle. Dílčím cílem je provedení literární rešerše zaměřené na oblast sociálních služeb a spokojenosti zákazníků a na jejím základě zpracovat teoretická východiska, jako podklad pro provedení následných analýz. Dalším cílem

je potom zanalyzovat nabídku sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji, se zaměřením na domovy pro seniory a denní stacionáře pro seniory z pohledu jejich uživatelů a poskytovatelů. Dále je cílem provést průzkum v oblasti poptávky po daných službách a povědomí veřejnosti o těchto službách.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem bakalářské práce je navrhnout doporučení, která by vedla ke zlepšení současné nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji. Práce se zaměřuje na domovy pro seniory a denní stacionáře pro seniory. Aby bylo možné, tato doporučení navrhnout, budou provedeny:

- Literární rešerše na téma sociálních služeb a spokojenosti zákazníků, na základě které budou stanovena východiska pro provedení následných analýz.
- Analýza současné věkové struktury a nabídky sociálních služeb v Olomouckém kraji, na základě sekundárních dat.
- SWOT analýza domovů pro seniory a denních stacionářů pro seniory v Olomouckém kraji na základě sekundárních zdrojů.
- Analýza současného stavu nabídky domovů pro seniory a denních stacionářů pro seniory z pohledu jejich uživatelů a poskytovatelů, která bude probíhat na základě primárních dat. Primární průzkum spočívá v provedení standardizovaných rozhovorů s klienty domovů pro seniory a denních stacionářů a také s poskytovateli těchto služeb. Podkladem pro standardizované rozhovory budou dotazníky, které jsou uvedeny v přílohách PI, PII, PIII a PIV. Dotazník pro uživatele bude mít 14 otázek, pro poskytovatele celkem 13 otázek. Dotazníkové šetření bude zpracováno prostřednictvím aplikace Google docs a kancelářského programu MS Excel 2007. Následně bude provedeno vyhodnocení jednotlivých otázek a získané informace budou převedeny do grafů, k zajištění lepší přehlednosti.
- Analýza poptávky po vybraných sociálních službách pro seniory v olomouckém kraji a veřejného povědomí o sociálních službách, která bude taktéž probíhat na základě primárních dat. Primární průzkum spočívá v provedení dotazníkového šetření, pro které budou osloveni náhodní respondenti skrze internet, kde bude tento dotazník šířen. Dále bude několik dotazníků vyplněno i na základě osobního dotazování. Dotazník má 17 – 25 otázek, z toho 6 otázek identifikačních. Počet otázek se liší v závislosti na odpovědích, které ovlivňují počet podotázek. Dotazník je uveden v příloze PV. Dotazníkové šetření bude zpracováno prostřednictvím aplikace Google docs a kancelářského programu MS Excel 2007. Následně bude provedeno vyhodnocení jednotlivých otázek a získané informace budou převedeny do grafů, k zajištění lepší přehlednosti.

- Syntézou výsledků z primárních a sekundárních dat budou vytvořeny návrhy a doporučení, která povedou ke zlepšení současné nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SOCIÁLNÍ SLUŽBY

Sociální služby spadají do širšího okruhu veřejných služeb. Veřejné služby jsou nekomerčními službami, a jsou tak víceméně závislé na politickém systému státu. Na rozdíl od toho sociální služby mohou být i službami komerčními, kdy vzniká smlouva mezi poskytovatelem a uživatelem sociální služby (Matoušek 2011, s. 1).

Sociální služby jsou poskytovány za účelem zlepšení kvality života znevýhodněných lidí, dále mohou sloužit k začlenění těchto lidí do společnosti či k ochraně společnosti před riziky, které tito lidé nesou (Matoušek 2011, s. 1). Posláním sociálních služeb je potom snaha umožnit lidem, kteří se ocitnou v nepříznivé sociální situaci, aby mohli i přesto zůstat rovnocennými členy společnosti (Dvořáčková a Hrozenská, 2013, s. 69).

1.1 Služby a specifika sociálních služeb

„Služba je jakákoliv aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Její produkce může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem“ (Kotler et al., 2007, s. 710).

Uvedená definice služeb zdůrazňuje hlavně jejich nehmotnou povahu. Nicméně služby a zboží se liší i dalšími vlastnostmi. Mezi nejčastěji uváděné patří **nehmotnost, neoddělitelnost, heterogenita, zničitelnost, nemožnost vlastnictví**.

- **Nehmotnost** služby je její nejpodstatnější charakteristikou, s kterou se pojí to, že si ji nelze dopředu vyzkoušet ani si ji nelze před koupí prohlédnout.
- Další vlastností je **neoddělitelnost** služby od jejího poskytovatele, jelikož je služba produkována v jeho přítomnosti.
- **Heterogenita** služby, neboli její variabilita, se pojí hlavně se standardem kvality služby. Chování zákazníků a poskytovatelů služby nelze předvídat, a proto se v jednotlivých případech poskytování služby může lišit. Zákazník tak nemusí vždy obdržet stejnou kvalitu služby.
- **Zničitelnost** služby lze interpretovat tak, že pokud službu nevyužijeme v daném čase, tak jelikož je nemožné ji skladovat, uchovat či znovu prodávat, je v čase ztracená.
- **Nemožnost vlastnit** službu taktéž souvisí s její nehmotností a zničitelností. Zákazník koupí služby nezískává žádné vlastnictví, ale pouze právo na poskytnutí služby (Vašítková, 2014, s. 16 – 20).

Sociální služby mají však několik dalších specifických charakteristik, které budou následně popsány.

Mezi specifika sociálních služeb patří **etická a hodnotová dimenze sociální práce**. Etické principy ovlivňují jak utváření politických požadavků na sociální služby, tak také profesní jednání v rámci poskytování sociálních služeb. Je tedy možné mluvit o silném normativním vlivu na sociální politiku i profese sociální práce (Malík Holasová, 2014, s. 28).

Dalším specifikem sociálních služeb je **multidimenzionalita služby**. V komerčním sektoru služeb je cílem zisk, v sektoru sociálních služeb je to však pomoc potřebným. Sociální služby je tak velmi těžké změřit. Jejich účinnost není dána ziskem, nýbrž jejich obsahovou náplní. U sociálních služeb nejde o individuální naplnění představy o službě, nýbrž zde musí být poskytovány i veřejné a kolektivní produkty. Může tak dojít k situaci, že se občan musí podřídit určitým rozhodnutím, na rozdíl od komerčního sektoru, kde si sám zákazník určuje podobu smluvního vztahu (Malík Holasová, 2014, s. 29).

Nelogický směnný vztah je dalším znakem sociálních služeb. Mezi poskytovatele sociální služby a jejího uživatele vstupuje třetí subjekt, tedy plátce služby¹. Směnné vztahy organizací sociální práce jsou tak značně složitější než vztahy v běžném komerčním sektoru. Nicméně existují i ziskoví poskytovatelé sociálních služeb, kde si klient službu hraď zcela sám. Toto specifikum tak není možné vztáhnout na všechny sociální služby (Malík Holasová, 2014, s. 30).

Dalším specifikem sociálních služeb je jejich **financování**, kdy se jedná převážně o financování z více zdrojů. Jedná se o zdroje veřejné a soukromé. Formy financování sociálních služeb jsou příspěvek na péči, dotace ze státního rozpočtu, úhrada klienta, úhrada za ošetrovatelskou péči ze sektoru zdravotnictví (Prudká, 2015, s. 27).

Závislost na politických rozhodnutích je dalším specifikem sociálních služeb. Na sociální služby jsou vymezené jen omezené finanční zdroje. Nemůže zde tedy fungovat to, že když stoupá poptávka, stoupnou také příjmy. S tím souvisí také **silná role legislativy**, jelikož sociální služby jsou silně regulovány národní legislativou (Malík Holasová, 2014, s. 30).

¹ Klient si za služby většinou neplatí sám, alespoň ne zcela (Malík Holasová, 2014, s. 30).

Dalším specifíkem sociálních služeb je **obtížné řízení organizačního rozhodování**, jelikož na rozdíl od ziskového podnikání, kde je rozhodující působení trhu, tak u sociálních služeb je rozhodující hlavně forma dané organizace a její členská struktura. Vedoucí pracovníci v sociálních službách nejsou odpovědní majitelům podniku, ale jsou podřízeni politickému řízení. Pro sociální služby je tedy také důležité budování politické lobby a snaha o získání politického vlivu (Malík Holasová, 2014, s. 31).

Obtížná kontrola výsledků a také **omezené hodnocení služby klientem** jsou další specifika sociálních služeb. Je velmi obtížné nějakým způsobem služby kvantifikovat a tím je udělat srovnatelnými. Jsou zde měřitelné veličiny jako počet klientů apod., nicméně jsou zde etické, psychologicko – sociální a další aspekty, které jsou obtížně měřitelné. Při hodnocení služby klientem je zase obtížné to, že klient nemusí mít všechny informace potřebné k objektivnímu zhodnocení služby nebo nemusí mít schopnosti pro využití těchto informací (Malík Holasová, 2014, s. 31).

Pro sociální služby je dalším znakem také to, že jejich **výběr je omezený a na trhu je nedostatečná konkurence**. V sociálním prostředí je princip konkurence tržního prostředí obtížně aplikovatelný. Jelikož směnné vztahy jsou zde podstatně komplikovanější než v tržním prostředí. Například pro úspěšné řešení situace klienta musí často spolupracovat více sociálních organizací (Malík Holasová, 2014, s. 32). Na druhou stranu někteří autoři tvrdí, že se dá hovořit o vzniku tržního či pseudotržního prostředí sociálních služeb s přijetím zákona o sociálních službách v roce 2007. (Horecký 2007)

Dalším znakem je **role zadavatele služby**, ten sice většinou službu neobdrží, ale má vliv na její utváření. Významnou roli hraje také **spontánní vznik služby**, neboť služby vznikají často ve chvíli, kdy je jejich příjemce obdrží. Také je pro sociální služby typická **účast neziskového sektoru, dobrovolníků a rodin klientů** na těchto službách. V neposlední řadě je zde také **provázanost s místní komunitou, obcí, regionem**, jelikož jsou sociální služby ve veřejném zájmu (Malík Holasová, 2014, s. 32).

1.2 Legislativní úprava sociálních služeb

K přijetí moderní úpravy sociálních služeb došlo poměrně pozdě, a tak celý systém fungoval podle zákonných úprav, které byly přijaty již před rokem 1989, a to až do května roku 2006, kdy byl přijat Zákon o sociálních službách 180/2006 Sb (Matoušek 2011, s. 39). Tento zákon byl přijat z důvodu zajištění sociální péče všem osobám, které ji po-

třebují, zároveň však, na rozdíl od zákona, který nahradil, klade důraz i na respekt k lidským právům a důstojnost uživatelů sociálních služeb (Čámský, Krutilová a Sembdner, 2011, s. 16).

Základní zásady zákona o sociálních službách jsou: zajištění bezplatného sociálního poradenství pro každého, zachování lidské důstojnosti a respekt k lidským právům, individuální přístup, aktivizace k samostatnosti, podpora při zakotvení v přirozeném sociálním prostředí, rovnoprávnost a dobrovolnost (Čámský, Krutilová a Sembdner, 2011, s. 17). V rámci zákona o sociálních službách jsou upraveny podmínky pro poskytování podpory a pomoci osobám v nepříznivé sociální situaci prostřednictvím sociálních služeb a příspěvku na péči. V zákoně jsou taktéž popsány druhy sociálních služeb a rozsah činností v rámci těchto služeb. Dále upravuje podmínky pro vydání oprávnění k poskytování sociálních služeb a kontrolu poskytování těchto služeb. Zákon upravuje také kvalifikační požadavky na pracovníky v sociálních službách a sociální pracovníky (Dvořáčková a Hrozenská, 2013, s. 70). Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách zavádí nové instituty, které jsou nutné pro takové poskytování sociálních služeb, jaké je v zákoně definováno. Tyto instituty zákon také upravuje, jedná se o příspěvek na péči, registraci poskytovatelů sociálních služeb, upravení podmínek pro fyzické osoby poskytující sociální služby, smlouvu o poskytování sociálních služeb, standardy kvality sociálních služeb a inspekci poskytování sociálních služeb (Čámský, Krutilová a Sembdner, 2011, s. 17).

1.3 Formy poskytování sociálních služeb, jejich poskytovatelé a jejich struktura

Poskytované sociální služby se dle Zákona č. 108/2006 Sb. dělí na základní druhy: sociální poradenství, služby sociální péče a služby sociální prevence (Prudká, 2015, s. 20).

- Do Sociálního poradenství spadá *Základní sociální poradenství*, které poskytuje informace pro řešení nepříznivých sociálních situací a *Odborné sociální poradenství*, které se zaměřuje na potřeby jednotlivých okruhů sociálních skupin.
- Služby sociální péče se snaží zajistit osobám co největší fyzickou a psychickou soběstačnost tak, aby bylo dosaženo jejich co největšího zapojení do běžného života.

- Služby sociální prevence se potom zaměřují na to, aby zabránily sociálnímu vyloučení osob, které jsou touto možností ohroženy z důvodu sociální situace, ve které se nacházejí (Pilát, 2015, s. 35).

Jsou rozlišovány tři základní formy poskytovaných sociálních služeb, a to pobytové, ambulantní a terénní sociální služby.²

- Pobytové služby se pojí s ubytováním klienta přímo v zařízení sociálních služeb. Výhodou je specializované zařízení, nevýhodou vytržení klienta z jeho přirozeného prostředí. Většinou u pobytových služeb hovoříme o nepřetržitém 24hodinovém provozu.
- U ambulantních služeb hovoříme o tom, že služba je za klientem dopravována či za ní klient dochází. Opět můžeme hovořit o specializovaném zázemí služby, nicméně většinou nejde o nepřetržitý provoz. Příkladem mohou být denní stacionáře.
- Terénní služby jsou klientovi poskytovány v jeho přirozeném prostředí, nenajdeme zde tedy specializované zázemí. Jako příklad lze uvést pečovatelskou službu (Kaczor, 2015, s. 217 – 218).

V rámci zákona o sociálních službách jsou definováni také poskytovatelé těchto služeb. Těmito poskytovateli jsou: územní a samosprávné celky a jimi zřizované právnické osoby, další právnické osoby, fyzické osoby, ministerstvo a jím zřízené organizační složky státu. V tomto členění je na jednu úroveň stavěná veřejnoprávní a soukromá sféra. (Prudká, 2015, s. 19) Zákon taktéž udává základní povinnosti poskytovatelů sociálních služeb³ (Čámský, Krutilová a Sembdner, 2011, s. 36). S účinností od 1. 1. 2007 je na základě tohoto zákona zřízen *Registr poskytovatelů sociálních služeb*. Díky tomuto registru můžeme mluvit o lepší informovanosti o sociálních službách. V řadě případů nemá klient či jeho rodina povědomí o sociálních službách poskytovaných v jejich regionu. Registr

² Toto rozdělení sociálních služeb je dáno snahou reflektovat různé sociální situace, které mohou nastat. V některých případech je vhodné či nutné, aby klient využíval službu v místě jejího zřízení. Jindy je nezbytné, aby služba byla poskytnuta klientovi v terénu (Kaczor, 2015, s. 217).

³ Povinnosti poskytovatelů jsou: Informace a srozumitelnost (o službě, o vnitřních pravidlech, atd.), dodržování lidských a občanských práv a oprávněných zájmů uživatelů sociálních služeb a zamezení střetu zájmů, písemná vnitřní pravidla poskytovatele, individuální plánování průběhu služby prováděné za aktivní účasti uživatele, evidence uživatelů odmítnutých poskytovatelem z důvodu nedostatečné kapacity zařízení, smlouva o poskytnutí sociální služby, zvláštní ohledy na specifické potřeby uživatelů nejvíce ohrožených sociálním vyloučením (Čámský, Krutilová a Sembdner, 2011, s. 36).

kromě informovanosti také napomáhá k ověření dané sociální služby. Pokud je subjekt nabízející sociální službu registrován, tak by měl být odborně i právně kompetentní k jejímu poskytnutí. Registr sociálních služeb je dostupný na webu <http://iregistr.mpsv.cz/>. Kromě „centrálního registru“ však funguje i mnoho regionálních portálů, které umožňují vyhledávání sociálních služeb dle regionu a životní situace (Kaczor, 2015, s. 232).

Typy jednotlivých zařízení sociálních služeb včetně obsahu jimi poskytovaných služeb jsou vyjmenovány v zákoně o sociálních službách. Ten dělí zařízení sociálních služeb na: centra denních služeb, denní stacionáře, týdenní stacionáře, domovy pro osoby se zdravotním postižením, domovy pro seniory, domovy se zvláštním režimem, chráněné bydlení, azylové domy, domy na půl cesty, zařízení pro krizovou pomoc, nízkoprahová denní centra, nízkoprahová zařízení pro děti a mládež, noclehárny, terapeutické komunity, sociální poradny, sociálně terapeutické dílny, centra sociálně rehabilitačních služeb, pracoviště rané péče, intervenční centra a zařízení následné péče. Praxe ukazuje, že zařízení poskytující sociální služby lze kombinovat a mohou tak vznikat mezigenerační a integrovaná zařízení (Prudká, 2015, s. 20 – 21).

1.4 Sociální péče o seniory

Při poskytování sociálních služeb je nezbytné dbát na zachování lidské důstojnosti. Pomoc poskytovaná klientům by měla vycházet z jejich individuálních potřeb, měla by je podporovat v jejich samostatnosti, měla by vést k tomu, aby nedošlo k prohlubování nepříznivé sociální situace a zároveň by měla posilovat jejich sociální začleňování.

Pokud senior ztratí svoji soběstačnost, potřebuje zajistit dlouhodobou péči, což může být pro jeho rodinné příslušníky náročné. Výběr konkrétní sociální služby je dán mírou soběstačnosti seniora a jeho zdravotním stavem (Dvořáčková a Hrozenková, 2013, s. 63).

V případě, že senior závislý na pomoci druhé osoby setrvává ve svém přirozeném prostředí, bude pravděpodobně využívat terénních služeb. Jednou z nejrozšířenějších terénních služeb je pečovatelská služba. Hlavním cílem pečovatelské služby je zajištění základních životních potřeb a podpora samostatného života v domácnostech klientů. Dalším cílem je zachování kontaktu se sociálním prostředím a oddálení nutnosti umístění do ústavní péče.

Zařízení sociálních služeb zaměřená na seniory jsou především centra denních služeb, denní a týdenní stacionáře, domovy pro osoby se zdravotním postižením, domovy pro seniory a domovy se zvláštním režimem (Dvořáčková a Hrozenková, 2013, s. 63).

Centra denních služeb poskytují ambulantní služby osobám se sníženou soběstačností z důvodu věku, chronického onemocnění či zdravotního postižení. Situace těchto osob si vyžaduje pomoc jiné fyzické osoby. Centra denních služeb poskytují tyto základní služby: pomoc při osobní hygieně nebo poskytnutí podmínek pro ni, poskytnutí stravy či pomoc při zajištění stravy, výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti, zprostředkování sociálního kontaktu, sociálně terapeutické činnosti, pomoc při uplatňování práv a obstarávání osobních záležitostí (Kaczor, 2015, s. 221 – 222).

V rámci denních stacionářů jsou také poskytovány ambulantní služby osobám se sníženou soběstačností z důvodu věku, chronického onemocnění či zdravotního postižení. Situace těchto osob si vyžaduje pomoc jiné fyzické osoby. Poskytované služby jsou: pomoc při zvládnutí každodenní péče o vlastní osobu, pomoc při osobní hygieně, poskytnutí stravy, výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti, zprostředkovávání sociálního kontaktu, sociálně terapeutické činnosti, pomoc při obstarávání osobních záležitostí. Pro stejnou cílovou skupinu jsou určeny i týdenní stacionáře, které poskytují i stejnou škálu nabídky služeb, nicméně zde se již jedná o služby pobytové, takže navíc poskytovanou službou oproti denním stacionářům je poskytnutí ubytování (Kaczor, 2015, s. 222 - 223)

Pobytové služby jsou poskytovány i v domovech pro osoby se zdravotním postižením. Služba je určena pro osoby se sníženou soběstačností z důvodu zdravotního postižení, jejichž situace vyžaduje pomoc jiné fyzické osoby. Zde je škála nabízených služeb stejná jako u týdenních stacionářů. Domovy pro seniory se zaměřují na osoby se sníženou soběstačností z důvodu věku. Nabízené služby jsou poskytnutí ubytování, pomoc při zvládnutí péče o svoji osobu, poskytnutí stravy, pomoc při osobní hygieně, zprostředkovávání sociálního kontaktu, sociálně terapeutické činnosti, aktivizační činnosti, pomoc při obstarávání osobních záležitostí. Stejně služby jako domovy pro seniory nabízí i domovy se zvláštním režimem, které jsou určeny osobám se sníženou samostatností z důvodu chronického duševního onemocnění, závislosti na návykových látkách a osobám s různými typy demencí (Kaczor, 2015, s. 223 – 225).

Dle Matouška (2011, s. 102) chybí v rámci sociálních služeb pro seniory depistáž, tedy cílené vyhledávání seniorů, kteří jsou ohroženi sociálním vyloučením. Dále dle něj chybí

terénní služby, které by se specializovaly na problém týrání, zanedbávání a špatného zacházení se seniory. Také zmiňuje nedostatek komunitních center, např. klubů důchodců, kde by se mohli senioři scházet, domlouvat si aktivity dle své vlastní volby.

1.5 Financování sociálních služeb

V oblasti financování sociálních služeb, je důležité hledat rovnováhu mezi jejich dostupností, kvalitou a finanční udržitelností systému. V systému financování sociálních služeb lze najít dva zásadní milníky, a to přijetí zákona č. 108/2006 Sb. a tzv. sociální reforma, která změnila sociální politiku v oblasti sociálního zabezpečení jak v institucionálním zajištění, tak v úpravě charakteru vybraných dávek a podmínek pro nároky na ně (Krhutová, 2013, s. 23). Z charakteru sociálních služeb, tedy snaha o pomoc lidem v tíživých životních situacích, je nicméně jasné, že nemohou být službami tržními, kdy by poskytovatel inkasoval plnou cenu přímo od klienta. Řada klientů by si pro svoji situaci službu nemohla dovolit a mnoho z nich by ji s ohledem na svoji finanční situaci ani nevyhledalo (Kaczor, 2015, s. 216).

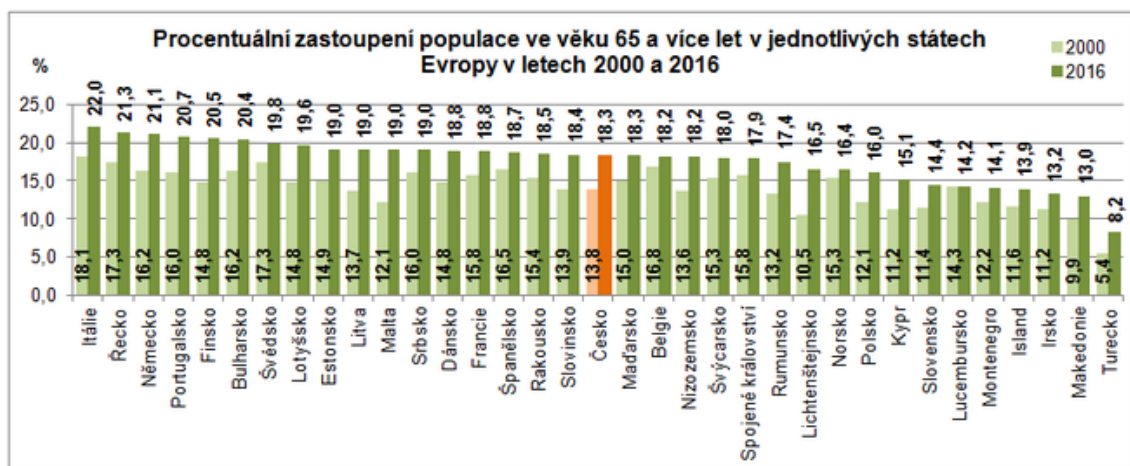
V České republice je financování sociálních služeb vícezdrojového charakteru, přičemž zdroje je možné rozdělit na veřejné a soukromé. Formy financování sociálních služeb jsou příspěvek na péči, dotace ze státního rozpočtu, úhrada klienta, úhrada za ošetrovatelskou péči ze sektoru zdravotnictví.⁴ V roce 2011 byl pro ilustraci objem financování u příspěvku na péči 43 % u dotací ze státního rozpočtu 31%, úhrada klienta tvořila 23% a úhrada za ošetrovatelskou péči ze sektoru zdravotnictví 3 % (Prudká, 2015, s. 27).

Výdaje na sociální služby se dlouhodobě zvyšují. Je to dáno zejména téměř stabilní úrovní státní dotace na lůžko v ústavních zařízeních, zvyšováním úhrad za pobyt a stravování v ústavech sociální péče a zvyšováním úhrad za jednotlivé úkony pečovatelské služby. V neposlední řadě má na vývoj vliv i zákon č. 108/2006 o sociálních službách, který změnil systém financování ať už zavedením příspěvku na péči či zavedením úhrad za ošetrovatelskou a rehabilitační péči ze systému veřejného zdravotního pojištění (Matoušek 2011, s. 66).

⁴ Zdravotnický sektor se na financování sociálních služeb podílí od roku 2007, a to formou úhrady za ošetrovatelskou péči ze sektoru zdravotnictví (Prudká, 2015, s. 27).

2 DEMOGRAFICKÁ SITUACE A JEJÍ DOPADY NA OBLAST SOCIÁLNÍCH SLUŽEB

K civilizačnímu vývoji lze zařadit kromě změn v porodnosti, úmrtnosti a dalších demografických ukazatelích i změny věkového složení populace. Naše země může být dle prognóz v polovině 21. století společně s Řeckem a Itálií zemí s největším podílem seniorů na světě. Tato skutečnost má několik příčin, je jimi nízká plodnost „dětí poválečných dětí“, kde lze pozorovat nižší sňatkovost, pozdější vstupy do manželství, malý počet dětí v rodinách a vyšší věk prvorodiček. Další příčinou je narůstající doba dožití. Podle prognóz Českého statistického úřadu by v roce 2050 mělo žít v České republice přibližně půl milionu občanů ve věku 85 a více let. Současně je důležitým faktem, že přibývá starých a velmi starých seniorů. Dle prognóz by v roce 2050 mělo být 10 % populace starší než 80 let (Dvořáčková, 2012, s. 19 – 22). Současně dle Českého statistického úřadu lze očekávat, že v České republice v roce 2065 poklesne celkový počet obyvatel o více než 20 %. Pokud by nedošlo k očekávané zvýšené migraci cizinců, byl by úbytek obyvatelstva ještě větší (Prudká, 2015, s. 62). Graf č. 1 znázorňuje, že podobná situace jako v České republice se týká všech evropských států, tedy že podíl populace ve věku 65 a více let se zvyšuje v celé Evropě. Situace je ilustrována na datech z let 2000 a 2016.



Graf 1 -Procentuální zastoupení populace ve věku 65 a více let ve státech Evropy (Český statistický úřad © 2017)

S prognózou demografického vývoje lze tedy předpokládat dožívání vyššího věku, nicméně je otázkou, do jakého věku je možné hovořit o dožití v dobrém zdravotním stavu. V celkovém měřítku by populace měla být zdravější, nicméně bude ve vyšším rozsahu zasažena chronickými a degenerativními chorobami. Tyto choroby potom sice nepo-

vedou k úmrtím, ale projeví se ztrátou soběstačnosti. Důsledkem toho pak budou vyšší náklady na veřejné zdravotní i sociální služby (Dvořáčková, 2012, s. 19 – 22).

Dopad předpokládaného vývoje obyvatelstva na sociální systémy bude značný. O dopadech na důchodové pojištění se vede mnoho debat, zatímco o dopadech na sociální služby mnoho studií provedeno nebylo. S rostoucím počtem seniorů lze v evropských zemích v posledních letech pozorovat kladení důrazu na financování sociálních služeb z více zdrojů, snahu o optimální variantu zabezpečení sociálních služeb (z pohledu humánního, technického, technologického i ekonomického), roste význam sociálního poradenství a taktéž aktivit zaměřujících se na koordinaci péče o osoby v sociální nouzi (Dvořáčková, 2012, s. 22 - 23).

V následujících letech lze očekávat proměny v organizaci sociálních a s nimi spojených zdravotních služeb, propojování těchto služeb, podporu rozvoje služeb v menších obcích, podporu rozvoje tísňové péče, poradenství, dobrovolnických center. Dále lze očekávat vyšší individualizaci péče. Podstatným prvkem je také narůstající potřeba zajištění kvalifikovaných pracovníků sociální péče, ale i dalších odborně vzdělaných pracovníků (Dvořáčková, 2012, s. 23 – 25).

3 KVALITA V SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH

Kvalitní výrobek či služba, se vyznačuje tím, že má pro člověka vysokou hodnotu, a ten je za ni ochoten zaplatit více peněz. K vyjádření kvality služby, musíme kvalitě přiřadit určité znaky, abychom byli schopni ji popsat. Na základě dosažených hodnot u jednotlivých znaků pak lze vyjádřit kvalitu výrobků či služeb. Kvalita má v sobě jak objektivní, tak subjektivní prvky. Při hodnocení ze strany poskytovatele služby se jedná o znaky objektivní, při hodnocení ze strany zákazníka o znaky subjektivní (Malík Holasová, 2014, s. 19).

Pro hodnocení kvality sociálních služeb byly Ministerstvem práce a sociálních věcí vytvořeny *Standardy kvality sociálních služeb*, tyto standardy byly ministerstvem doporučovány od roku 2002 a závazným právním předpisem se staly od roku 2007. Standardů je celkem 15 a týkají se cílů a způsobů poskytování sociálních služeb, ochrany práv osob, jednání se zájemcem o sociální službu, smlouvy o poskytování sociální služby, individuálního plánování průběhu sociální služby, dokumentace o poskytování sociální služby, stížností na kvalitu nebo způsob poskytování sociální služby, návaznosti poskytované sociální služby na další dostupné zdroje, personálního a organizačního zajištění sociální služby, profesního rozvoje zaměstnanců, místní a časové dostupnosti poskytované sociální služby, informovanosti o poskytované sociální službě, prostředí a podmínek, nouzových a havarijních situací a zvyšování kvality sociální služby (Ministerstvo práce a sociálních věcí, ©2009).

Pro hodnocení kvality služeb je nejdůležitější pohled zákazníka, je tedy ovlivněna především vnímáním zákazníka, ale také jeho očekáváním. Je možné rozlišovat pět dimenzí kvality služeb, a to prostředí, ve kterém je služba poskytována, spolehlivost poskytovatele naplnit slíbené služby. Vstřícnost, tedy porozumění poskytovatele specifickým požadavkům zákazníka. Způsobilost poskytovatele k poskytování služby a empatie poskytovatele k zákazníkovi. Specifické charakteristiky kvality sociálních služeb jsou: situační charakter služby, spolupráce mezi klientem a pracovníkem, subjektivní vnímání služby a proměnlivost kvality služby (Malík Holasová, 2014, s. 32-33).

4 ZÁKAZNÍK V SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH

V centru pozornosti je v dnešní době zákazník a péče o něj. Trh patří zákazníkovi, který nejméně rozhoduje o existenci organizací. Vliv zákazníka je tedy pro společnost obrovský (Bloudek, Henych, Kubátová a Müller, 2013, s. 27).

4.1 Klient jako zákazník

Klient je pojem, který je běžně užíván v sociální práci a označuje adresáty sociální práce. Klient je užším pojetím pojmu zákazník. Nicméně tyto pojmy bývají užívány jako synonyma. Díky tomu, že jsou do oblasti sociálních služeb přenášeny požadavky trhu, tak je klient vnímán jako zákazník, a to přináší kladení významu na individuální potřeby klienta, otázku financování služeb a širší pojetí klienta. Je zde tedy přebíráno, že požadavky zákazníka a jeho spokojenost, jsou prioritou pro poskytování služeb. Klient si může sám vybírat poskytovatele sociálních služeb, kteří se snaží vnímat jeho potřeby a podávat kvalitní službu. Do centra pozornosti ze zákaznického pohledu jsou však zahrnováni nejen klienti sociálních služeb, ale i další zúčastněné osoby a instituce. Roli zde tak hrají zákazníci, poskytovatelé i zadavatelé služeb. Za zákazníky jsou považovány osoby a instituce, které se podílejí na hodnocení kvality služeb (Malík Holasová, 2014, s. 13-16).

4.2 Spokojenost zákazníka

Spokojenost zákazníka je velmi proměnlivým pojmem, neboť každý zákazník je jiný a má jiné zkušenosti. Zatímco někdo může být spokojený, jiný bude při identicky poskytnuté službě nespokojený. Všeobecně lze však spokojenost zákazníka shrnout do pěti základních předpokladů, a to:

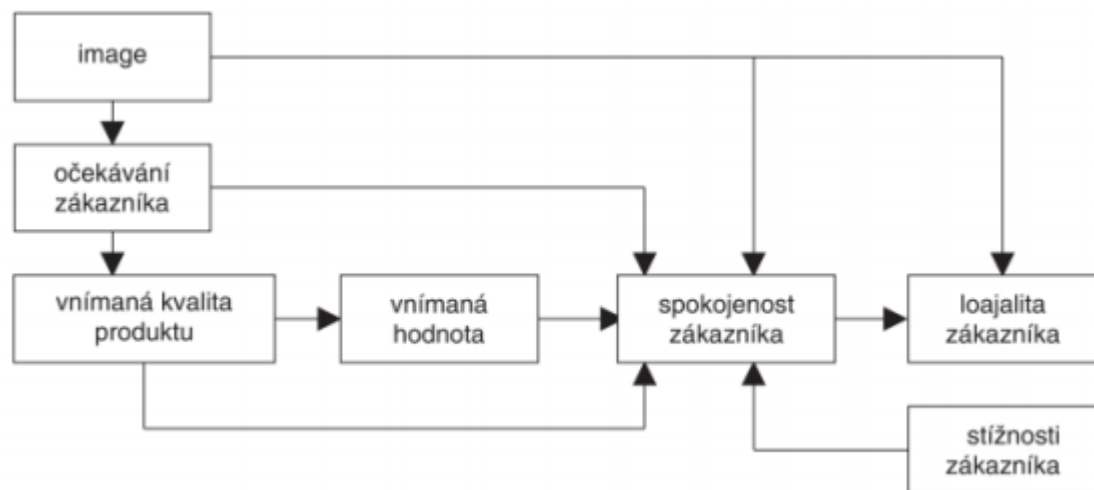
- kvalitní poskytnutý produkt,
- dodržení termínu a ceny,
- servis bez diskusí,
- konzistentní úroveň služeb,
- osobní zájem (Bureš a Řehulka, 2006, s. 126-128).

Zákazník při vyjadřování své spokojenosti hodnotí celistvý přístup společnosti, celý vztah s poskytovatelem služby. Spokojenost zákazníka úzce souvisí s tím, jakou pro sebe zákazník vnímá hodnotu. Zákazník tak porovnává kvalitu ve vztahu k vynaloženým investi-

cím v rámci rozvíjení vztahu, přičemž do těchto investic jsou započítávány ekonomické zdroje, informace a emoce (Storbacka a Lehtinen, 2002, s. 87).

4.3 Měření spokojenosti zákazníka

Měření spokojenosti je založeno na měření tzv. celkové spokojenosti, kterou ovlivňuje mnoho dílčích faktorů. Jednotlivé faktory musí být měřitelné a musí být jasná váha, kterou jim přiřkládá zákazník v rámci své celkové spokojenosti. Měření spokojenosti zákazníka je často prováděno prostřednictvím indexu spokojenosti zákazníka. Ten má svůj americký (ACSI) a evropský (ECSI) model. Evropský model spočívá v definici sedmi hypotetických proměnných, přičemž každá z nich je determinována určitým počtem proměnných. Tyto proměnné jsou image (např. stabilita instituce, důvěra v instituci), očekávání zákazníka (např. kvalita a cena produktu), vnímaná kvalita (např. péče o zákazníka, srozumitelnost poskytovaných informací), vnímaná hodnota (např. odbornost prodejců, ochota personálu), stížnosti zákazníka (např. četnost stížností, rychlost jejich vyřízení) a loajalita zákazníka (Kozel a kol., 2006, s. 190-192). Vzájemný vztah těchto proměnných vyjadřuje Obr. 1.



Obrázek 1- model spokojenosti zákazníka (Kozel a kol., 2006, s. 191)

4.4 Hodnota vnímaná zákazníkem

Hodnota, kterou zákazník vnímá je rozdíl mezi součtem všech přínosů a nákladů určité nabídky. Za přínos pro zákazníka je považována hodnota sumy ekonomických, funkčních a emocionálních přínosů, které zákazník od nabídky očekává. Náklady pro zákazníka tvoří suma všech nákladů monetárních, časových, energetických a psychologických, které

musí zákazník pro vyhodnocení, získání, používání a zbavení se nabídky vynaložit (Kotler a Keller, 2013, s. 161). Dle Vlčka (2002, s. 13) je hodnota relativní hodnotou, jelikož každý zákazník má jiné potřeby a jiné finanční zdroje. Z toho vyplývá, že identická služba může mít pro různé zákazníky odlišnou hodnotu. Přirozenou snahou zákazníka je získat za co nejnižší náklady, co nejvyšší hodnotu. Čím vyšší má tedy služba pro zákazníka hodnotu, tím spíše ji koupí. Proto je i pro poskytovatele služeb cílem dosáhnout co nejvyšší hodnoty pro zákazníka.

5 MARKETING NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ

Marketing je většinou spojován se ziskovým sektorem, což je pochopitelné, neboť právě zde se začaly jeho principy uplatňovat. V poslední době však roste jeho význam i v sektoru neziskovém. Význam zavádění marketingových principů do neziskového sektoru vyplývá hlavně z potřeby efektivního nakládání s omezenými finančními prostředky a zároveň poskytování služeb v co nejvyšší kvalitě, jelikož službu vysoké kvality budou zákazníci vnímat jako užitečnou, efektivní a budou ji vyhledávat (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 202). Dle Vašítkové (2014, s. 213) je pro neziskovou organizaci navíc důležité, aby její konečný spotřebitel nebyl pouze uživatelem služby, ale i aktivním spolupracovníkem. Vhodná marketingová strategie je pro neziskové služby navíc důležitá proto, aby mohly získávat finanční prostředky.

Marketing ziskového i neziskového sektoru spojují dva pilíře, a to služba zákazníkovi a vzájemně výhodná výměna. Pro marketing, jak ziskového, tak neziskového sektoru je tedy typické, že slouží jako prostředek k dosažení cíle, který si stanovil iniciátor výměnných vztahů. K výměně však dojde, jen pokud je výhodná pro obě dvě strany (Vašítková, 2014, s. 212). V marketingu neziskového sektoru nejde o výměnu výrobků či služeb za peněžní ekvivalent, nýbrž jde spíše o výměnu hodnot prospěšných pro jednotlivce, skupinu či celou společnost. Zatímco v ziskovém sektoru bude nejúspěšnější společnost s největšími zisky, u neziskového se bude jednat o společnost, která nejlépe uspokojí potřeby zákazníka (Tajtáková, Nová a Bedřich, 2016, s. 12-14).

Mezi základní úkoly marketingu v neziskových organizacích patří zajištění nepřetržitého kontaktu s uživateli služeb a poznání jejich potřeb. Na základě poznání potřeb a jejich zkoumání vytvořit vhodné produkty/služby, které jsou tyto potřeby schopné naplnit. Dále je úkolem vytvoření komunikačního programu, který bude veřejnost informovat o záměrech, činnosti a výsledcích neziskové organizace. Získávání finančních prostředků, výběr a výcvik dobrovolníků a budování pozitivní image neziskové organizace, jsou další důležité úkoly marketingu neziskového sektoru. Marketing neziskového sektoru tak musí cílit na dvě skupiny, a to zákazníky a sponzory (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 203-205).

5.1 Marketingový mix neziskových organizací

Marketingový mix neziskových organizací je souborem nástrojů, které slouží k dosažení požadované reakce na cílovém trhu organizace a k ovlivnění poptávky po svých produktech. Při stavbě tohoto mixu je důležité brát v potaz specifika neziskového sektoru. Marketingový mix neziskové organizace tak tvoří produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace a lidé. Pro dosažení optimálního marketingového mixu je podstatné přihlížet k vzájemné integraci a koordinaci uvedených nástrojů v zájmu dosažení cílů organizace a uspokojení potřeb všech zákazníků s co nejmenšími vynaloženými prostředky (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 206). Pokud má být organizace úspěšná, tak musí být konkurenceschopná. Marketing neziskových organizací usiluje o ovlivnění sociálního chování, ne ve prospěch obchodníka, nýbrž ve prospěch příslušné skupiny zákazníků a celé společnosti (Vysoká škola evropských a regionálních studií o. p. s., 2010, s. 34).

Produkt

Nabídka neziskových organizací je převážně nehmotného charakteru (různé druhy služeb a hmotné produkty sloužící jako podpora realizace nehmotného produktu). Pro sestavení škály služeb, kterou bude organizace poskytovat, je důležité dbát na charakteristické znaky služeb. Produktem mohou být také myšlenky, kterými se organizace snaží řešit nějaký sociální či společenský problém. V tomto případě tedy nejde o výměnu produktu za peněžní prostředky, nýbrž o výměnu lidských hodnot, jejichž prosazování má za cíl minimalizovat negativa ve společnosti či určit správný směr chování lidí v zájmu humánnosti, spravedlivosti a vyšší kvality života (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 206).

Cena

Cena je tvořena celkovými náklady, které musí zákazník vynaložit na získání určitého produktu (náklady na čas, cestování, náklady spojené s rizikem, které zákazník podstupuje při výběru). V případě neziskových organizací je však většina produktů zdarma či za velmi nízkou cenu, i přesto, že na zabezpečení těchto služeb jsou určité náklady vynaloženy. Cena výrobku či služby v neziskovém sektoru není stanovena tak, aby pokryla celkové náklady, které jsou spojené s jejím zabezpečením, protože cílový trh by nebyl schopný plnou cenu uhradit (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 206 – 207).

Distribuce

Cílem distribuce je zpřístupnění produktů cílovému trhu ve správném čase, množství, ceně a kvalitě. V neziskovém prostředí je cílem distribuce zajištění plynulé výměny hodnot mezi organizací a zákazníky a mezi organizací a sponzory (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 206 – 207).

Marketingová komunikace

Jedná se o soubor metod a prostředků v poskytování pomoci klientům, jelikož neziskové organizace mají omezené finanční prostředky. Jedná se především o pět komunikačních nástrojů, které tvoří komunikační mix: reklama, podpora prodeje, public relations, osobní prodej a přímý marketing. Cíl marketingové komunikace je představení nabízené služby či produktu zákazníkovi, přesvědčení zákazníka k nákupu a neustálé připomínání produktu či služby zákazníkovi (Vysoká škola evropských a regionálních studií o. p. s., 2010, s. 34).

Lidé

Z vlastnosti služby – neoddělitelnost od poskytovatele vyplývá, že lidský faktor, hraje u služeb a jejich poskytování velkou roli. Lidé ovlivňují kvalitu služby, a proto je velmi důležité, aby neziskové organizace věnovaly velkou pozornost výběru svých pracovníků (Cibáková, Rózsa a Cibák, 2008, s. 207).

Rozšířený marketingový mix

Marketingový mix se postupem času rozšířil o další proměnné tak, aby lépe odpovídal požadavkům nových oblastí marketingové filozofie. Do rozšířeného marketingového mixu můžeme řadit procesy/technologie, materiální předpoklady, tvorbu balíků, programování balíků služeb, osobnosti, službu zákazníkovi. K marketingovému mixu je mnoho různorodých přístupů. Je proto velmi těžké zevšeobecnit prvky rozšířeného marketingového mixu. Každá nezisková organizace tak může na základě oblasti svého působení a svých specifik zvolit jinou kombinaci marketingového mixu (Tajtáková, Nová a Bedřich, 2016, s. 67).

5.2 Marketing sociálních služeb

V České republice nemá marketing sociálních služeb dlouho tradici. Důvodem je zejména převis poptávky nad nabídkou v oblasti sociálních služeb, a také monopolní postavení

většiny poskytovatelů v rámci svých regionů. Neziskový sektor obecně má v České republice krátkou historii při porovnání s jinými vyspělými zeměmi (Horecký, 2007).

Do roku 2006 bylo v zájmu neziskových organizací zejména financování, lidské zdroje a technické zázemí, což marketing odsunulo do pozadí. S novým zákonem o sociálních službách, který začal platit od roku 2007, se dá hovořit o vzniku tržního či pseudotržního prostředí sociálních služeb. V dalším období lze však očekávat růst potřeby marketingu sociálních služeb, i když intenzita se bude u jednotlivých druhů sociálních služeb lišit. Prvky konkurenčního prostředí tak lze očekávat zejména u pobytových či terénních služeb pro seniory (Horecký, 2007).

Mezi negativní důvody potřeby marketingu v prostředí sociálních služeb patří malá konkurence a netržní charakter sociálních služeb, což je však pouze dočasný stav. Velké náklady pro organizaci, což však záleží na marketingovém strategickém plánu organizace. Dále to, že rozhodnutí spotřebitelů se nerealizuje podle ekonomicky standardních zákonů, což však nebrání, aby tomu byly marketingové plány přizpůsobeny (Horecký, 2007).

Mezi pozitivní důvody pro zavádění marketingu do oblasti sociálních služeb patří to, že roste soutěživost mezi jednotlivými organizacemi, také rostou nároky klientů, což si vyžaduje užití alespoň některých marketingových nástrojů. Navíc marketingové výzkumy jsou zásadním vstupem pro proces strategického managementu. Nedostatek dotačních zdrojů vede také k tomu, že je vyžadována doplňková podnikatelská činnost, jako alternativní zdroj příjmů. V neposlední řadě se užitím marketingových nástrojů nezisková organizace zviditelní svému okolí a potenciálním klientům (Horecký, 2007).

5.3 Aktuální problémy sociálních služeb z pohledu marketingu

Ve službách roste konkurence a nákladovost, zatímco klesá jejich kvalita a produktivita. Proto by se poskytovatelé služeb měly zaměřit zejména na tyto oblasti: odlišení služby od konkurence, zvýšení kvality služeb, zvýšení produktivity práce při poskytování služeb.

Odlišení služby od konkurence lze dosáhnout velmi těžko pomocí ceny. Cenové konkurenci však lze čelit pomocí lepší nabídky, která může obsahovat dodatečné služby, které konkurence neposkytuje. Další možností je odlišit se způsobem poskytování služeb, tedy na své zaměstnance, kteří je poskytují, na prostředí, ve kterém jsou služby poskytovány, apod. V neposlední řadě lze pracovat na posílení image organizace. (Molek, 2009, s. 152-153).

Zvýšení kvality služeb je dalším prostředkem, jak se odlišovat od konkurence. Cílem je nabízet trvale vysokou kvalitu poskytovaných služeb, kterou zákazník obdrží pokaždé, když služby využije. Prvním předpokladem pro kvalitu poskytovaných služeb jsou motivovaní, loajální a kompetentní zaměstnanci, kteří dostávají zpětnou vazbu ke své práci od zaměstnavatele (Molek, 2009, s. 153-154).

Růst nákladů služeb nutí poskytovatele ke zvyšování produktivity práce, čehož lze dosáhnout různými způsoby. I přesto však nesmí poskytovatel ztratit ze zřetele kvalitu služby, tedy nesmí dojít k nárůstu produktivity na úkor kvality služby (Molek, 2009, s. 153-154).

6 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Původně se marketingový výzkum zaměřoval na nalezení technik, které by vedly ke zvyšování tržeb. Až později se výzkum zaměřil na porozumění zákazníkovi. Marketingový výzkum se tak stal základním krokem pro efektivní marketingové rozhodování (Kotler, 2003, s. 72 - 74).

6.1 Metodika marketingového výzkumu

Každý marketingový výzkum je jedinečný, nicméně v procesu každého výzkumu je možné definovat dvě hlavní etapy, které na sebe logicky navazují. Jsou to přípravná fáze výzkumu a fáze realizační. Každá z těchto etap potom obsahuje několik kroků. Zvláštní pozornost v přípravné fázi marketingového výzkumu je nutné věnovat definování problému, kterému se bude výzkum věnovat, což představuje hlavní předpoklad úspěšnosti realizace výzkumu a získání relevantních dat a výsledků (Kozel a kol., 2006, s. 70).

Do přípravné etapy marketingového výzkumu spadají následující kroky: definování problému a určení cíle výzkumu, orientační analýza situace a plán výzkumného projektu. V realizační etapě v rámci marketingového výzkumu probíhá sběr dat, zpracování shromážděných dat, analýza dat, interpretace výsledků výzkumu a závěrečná zpráva z výzkumu a její prezentace (Kozel a kol., 2006, s. 71).

6.2 Primární a sekundární výzkum

Při sekundárním výzkumu se pracuje s daty, které byly zjištěny dříve a za jiným účelem. Při výzkumu primárním jsou data sbírána pro konkrétní účel. Primární výzkum se provádí až poté, co bylo ověřeno, že požadovaná data nelze získat ze sekundárních zdrojů nebo tato data nejsou použitelná pro řešení daného výzkumného problému (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 52).

Sekundární výzkum je levnější než primární, je také dostupnější a šetří tak čas. S tím souvisí, že je využitelný ihned, je tedy jednodušší a méně namáhavý na lidské zdroje. Nicméně tento přístup má i svá negativa, a to zejména, že se může jednat o zastaralá data, tento výzkum je také méně spolehlivý, jelikož není jasné, jak byla data získána a zda byly dodrženy zásady správného postupu. Další nevýhodou sekundárního výzkumu je, že data mohou být příliš obecná a nemusí odpovídat specifiku problému. Oproti tomu primární výzkum je aplikovatelný, tedy zjištěná data odpovídají přesně zkoumanému problému.

Dále je primární výzkum přesný, při dodržení systematického postupu je zajištěna přesnost a spolehlivost zjištěných dat. V neposlední řadě je primární výzkum aktuální. Nicméně mezi nevýhody tohoto přístupu patří jeho nákladnost, velká spotřeba času a náročnost získávání dat (Kozel a kol., 2006, s. 78).

6.3 Kvantitativní a kvalitativní výzkum

Ve výzkumu lze pracovat se dvěma druhy primárních dat, a to s kvalitativními či kvantitativními. Dle toho se také člení základní metody výzkumu na kvantitativní a kvalitativní. Oba dva tyto přístupy jsou rovnocenné a volí se dle charakteru zkoumaného problému. Pro volbu druhu výzkumu je důležitý cíl prováděného výzkumu a nevylučuje se ani možná kombinace obou přístupů (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 158).

Kvantitativní výzkum se zabývá získáváním dat o četnosti výskytu jevů, které už proběhly či právě probíhají. Ve výjimečných případech sleduje budoucnost. Účel výzkumu je získání měřitelných číselných dat. Kvantitativní výzkum obvykle pracuje s velkými soubory respondentů. Oproti tomu kvalitativní výzkum hledá příčiny proběhlých či probíhajících jevů. Jeho účelem je zjištění motivů, mínění a postojů, které vedly k určitému chování. Pro získání kvalitativních dat jsou často využívány hloubkové rozhovory či skupinové rozhovory a pracuje se obvykle s menším počtem respondentů (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 159).

6.4 Zdroje informací

Je možné odlišit vhodné metody pro sběr kvantitativních a kvalitativních dat, stejně jako pro sběr dat primárních a sekundárních. Pro sběr primárních dat u kvantitativního výzkumu je tak například vhodné využít tyto metody: písemné dotazování, dotazování pomocí internetu, telefonické dotazování či panelovou diskuzi. Pro sběr primárních dat u kvalitativního výzkumu je vhodné použít například tyto metody: skupinové diskuze (focusgroup), hloubkové rozhovory či brainstorming (Blažková, 2007, s. 88 – 89).

Pro sběr sekundárních dat lze využít informace z novin, časopisů, knih. Dále je možné čerpat z internetových zdrojů či z různých brožur, dokumentů, materiálů různých úřadů, asociací či korporací (Blažková, 2007, s. 88 – 89).

Pro získávání informací je důležité si předem uvědomit, kdy budou data získávána, kde budou získávána, kým a od koho. Co se týče toho kdy, budou data získávána, je důležité

ve výzkumu uvést, v jakém konkrétním období budou data sbírána, dále je nutné uvést místo sběru těchto dat. Dále je důležité kdo bude data získávat. To, co zásadně ovlivňuje kvalitu získaných dat, je od koho jsou data získávána. Pro to, aby bylo možné zobecnit získané informace na celkovou cílovou skupinu, je nutné vymezení výběrového souboru respondentů. Pro určení výběrového souboru je možné použít reprezentativní techniky, kdy potom lze výsledky výzkumu zobecnit na celkový soubor. Dále je možné použít kvazireprezentativní techniky, kdy se postupuje dle kvót jednotlivých skupin a výsledky lze poté brát s rizikem jako použitelné pro celý soubor. Poslední možností je využití nereprezentativních technik, kdy výběr závisí na tazatelích, ale tyto výsledky není možné zobecnovat (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 90).

6.5 Dotazování

Dotazování je nejčastější metodou pro získávání dat. Každý typ dotazování má své výhody a nevýhody.

Rozhovor je nutné si dopředu naplánovat. V případě kvalitativního výzkumu provádí rozhovor jedna osoba, v případě kvantitativního výzkumu je možné zapojit více tazatelů. Při zahájení rozhovoru je důležité vysvětlit cíl rozhovoru a důvod, proč byl respondent vybrán. Měla by být nastolena přátelská atmosféra. Mezi zásady pro rozhovor patří, aby byla složitost požadovaných otázek přizpůsobena povaze respondentů (věku, vzdělání,...), dále je důležité používat respondentovi srozumitelný jazyk. U rozhovoru je podstatné počítat s narůstáním únavy a poklesem pozornosti. Z rozhovoru by měl tazatel vyloučit subjektivní zasahování a ovlivňování odpovědi a dle míry standardizace dodržovat předepsané postupy. V závěru rozhovoru by měl tazatel zdůraznit důležitost získaných informací. Rozhovor může být nestrukturovaný, tedy neformální a respondent ani nemusí zaznamenat, že je účastníkem dotazování. Pokud však rozhovor není nahráván, tak je později obtížné zaznamenat odpovědi. V polostrukturovaném dotazování je dán seznam otázek, ale mohou padnout i další doplňující otázky. Strukturovaný rozhovor má přesně dán seznam a pořadí otázek. Liší se však od standardizovaného rozhovoru, kde jsou respondentům nabízeny i varianty odpovědi. Standardizovaný rozhovor je tak typický hlavně pro kvantitativní výzkum. Dále mohou být rozhovory skupinové či individuální (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 186-204).

Dotazníkem je myšlen formulář (papírový či elektronický), který obsahuje sérii otázek, na něž respondenti odpovídají. Dotazník je způsob psaného řízeného rozhovoru. Význam

dotazníku spočívá hlavně ve čtyřech oblastech, a to získává informace od respondentů, poskytuje strukturu a usměrňuje proces rozhovoru, zajišťuje standardní jednotnou šablonu pro zapisování odpovědí a ulehčuje zpracování dat. Co se týče konstrukce dotazníkových otázek, tak je určující především jejich informační hodnota. Pro správně konstruované otázky je dobré dodržovat následující pravidla: ptát se přímo, konkrétně a jednoduše; užívat známá a jednovýznamová slova; maximalizovat informační hodnotu otázky; nabízet srovnatelné odpovědi; vyloučit dopředu otázky s jasnou odpovědí a otázky zdvojené, nepříjemné, negativní, motivační či zavádějící; formulovat otázky krátké; pamatovat na genderové vztahy; snižovat citlivost otázek; umožnit neposkytnout odpověď; odhadnout věcnou náročnost; vyloučit odhady a dodržovat slušnost (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 186-204). Otázky v dotazníku je možné rozdělit na otevřené a uzavřené. Otevřené otázky umožňují respondentům odpovědět vlastními slovy. Otevřené otázky je výhodné použít v případě, že předem nelze stanovit všechny možné odpovědi. Nevýhodou je, že jsou hůře interpretovatelné. Uzavřené otázky jsou standardizované. Je možné vybírat z různého počtu odpovědí (dichotomické, trichotomické či polytomické otázky) nebo lze vybírat na škále odpovědí, která umožňuje převést znaky neměřitelné na měřitelné (Bradley, 2013, s. 198-204).

7 SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI – TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ PRAKTICKÉ ČÁSTI

Služby jsou definovány jako aktivity či výhody, které může jedna strana nabídnout druhé. Mezi jejich základní znaky patří nehmotnost, neoddělitelnost, heterogenita, zničitelnost a nemožnost jejich vlastnictví. Cílem sociálních služeb je potom umožnit lidem, kteří se ocitli v nepříznivé sociální situaci, aby mohli i přesto zůstat rovnocennými členy společnosti. Sociální služby se dělí na tři základní druhy: sociální poradenství, služby sociální péče a služby sociální prevence. Sociální služby jsou poskytovány ve třech základních formách, a to terénní, ambulantní a pobytové. Koupí služeb zákazník nenabude jejich vlastnictví, nicméně mohou pro něj být, obzvláště co se týče sociálních služeb, existenciálně důležité. I u služeb je tak důležité dbát na marketingový přístup.

Marketing neziskových organizací v poslední době stoupá na významu. Obzvláště potom u sociálních služeb pro seniory, kde jak napovídá demografická prognóza, bude pravděpodobně do budoucna vyšší konkurence než nyní. Marketingový mix neziskové organizace tvoří produkt, cena, distribuce, marketingová komunikace a lidé. Nicméně marketingový mix může být i rozšířený a zahrnovat více možností, je ale na každé organizaci, aby si vytvořila takový marketingový mix, který bude nejlépe vyhovovat jejímu zaměření a potřebám.

Pro službu, která má být efektivní je nejdůležitější spokojenost zákazníka, v případě sociálních služeb klienta. Nicméně spokojenost je velmi proměnlivým pojmem, neboť každý klient je jiný. Zatímco někdo může být spokojený, jiný bude při identicky poskytnuté službě nespokojený. Měření spokojenosti je založeno na měření tzv. celkové spokojenosti, kterou ovlivňuje mnoho dílčích faktorů. Jednotlivé faktory musí být měřitelné a musí být jasná váha, kterou jim přiřkládá zákazník v rámci své celkové spokojenosti.

Marketingový výzkum je možným nástrojem, jak porozumět klientům. Jde o sběr, analýzu a zobecnění získaných dat a informací. Lze využít data sekundární, tedy ta, která byla získána již dříve v rámci jiného výzkumu nebo data primární, která lze získat pro právě konkrétní výzkum. Pro sběr primárních dat je možné použít různé techniky, jako například pozorování, experiment, dotazník, rozhovor.

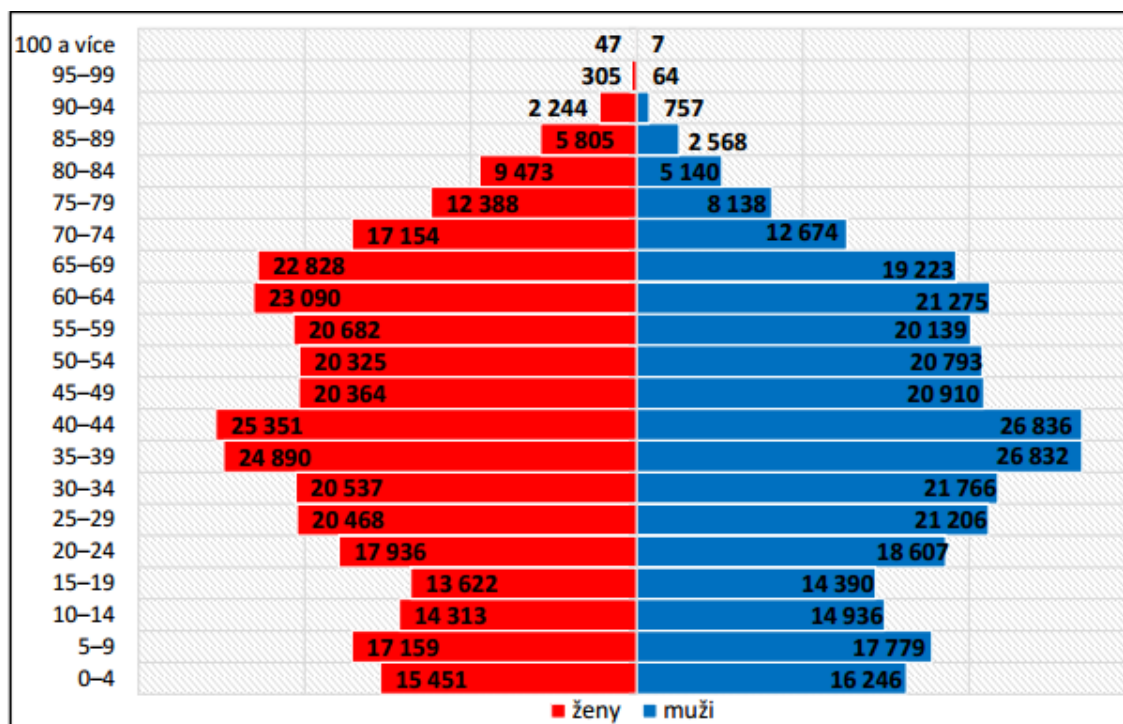
II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 SENIOŘI A SOCIÁLNÍ SLUŽBY V OLOMOUCKÉM KRAJI

Nejprve je důležité vymezení pojmu senior. Existuje mnoho členění jednotlivých období lidského života. Obecně lze vymežit tři základní etapy stáří člověka. Věk 60 – 65 let je charakterizován jako počáteční stáří, od 75 let se hovoří o pokročilém stáří a od 90 let o vrcholném stáří, které je také nazýváno dlouhověkostí. Dle Světové zdravotnické organizace (WHO) je dělení životních etap ve stáří následující:

- 60 – 74 let – starší věk (presenium)
- 75 – 89 let – starý věk (senium)
- Nad 90 let – dlouhověkost (Dvořáčková a Hrozenská, 2013, s. 14)

Na konci roku 2015 žilo v Olomouckém kraji 634 718 obyvatel. Věková skladba obyvatelstva se vyvíjí tak, že roste podíl dětí ve věku 0 – 14 let, zároveň však roste podíl obyvatel starších 65 let. Na konci roku 2015 tak podíl seniorské populace v Olomouckém kraji byl 18,7 % (Olomoucký kraj ©2017a,s. 27 - 30). Podrobnou věkovou skladbu zobrazuje graf č. 2.



Graf 2 – Věková struktura Olomouckého kraje k 31. 12. 2015 (Olomoucký kraj © 2017a)

Index stáří, tedy počet seniorů na sto dětí, který odráží stárnutí populace, se od roku 2010 výrazně zvyšuje. Od roku 2010 ke konci roku 2015 došlo k nárůstu z hodnoty 110 na hodnotu 124. Nejnižší hodnotu tohoto indexu zaznamenal Olomouc, nejstarším okresem

je okres Jeseník. Průměrná hodnota indexu v České republice byla 119 na konci roku 2015 (Olomoucký kraj © 2017a, s. 27 - 30).

Co se týče porovnání s ostatními kraji, patří Olomoucký kraj mezi ty „starší.“ Což dokazuje průměrný věk obyvatelstva, který byl na konci roku 2015 42,2 let. V okresu Jeseník, který je nejstarším, byl průměrný věk 42,7 let a v nejmladším Olomouckém okresu 41,7 let. Průměrný věk obyvatel celé České republiky byl 41,9 let (Olomoucký kraj © 2017a, s. 27 - 30).

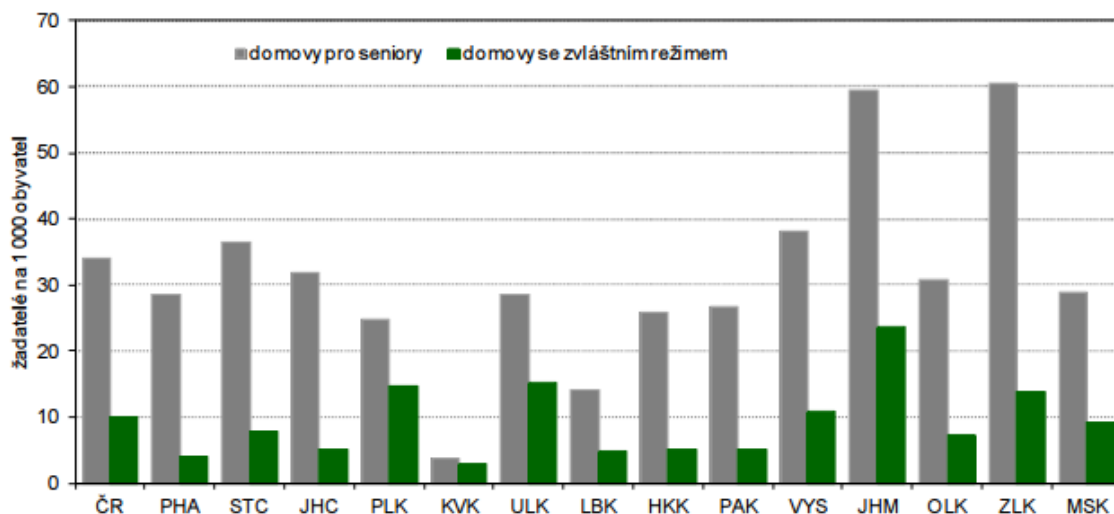
Z hlediska okresů má největší procentuální zastoupení, (18,7 %) osob starších 65 let, okres Prostějov. Nejvyšší hodnoty průměrného věku mají ale okresy Jeseník a Přerov (42,3 let). Nejnižší podíl osob starších 65 let (17,7 %) i nejnižší průměrný věk (41,6 let) má okres Olomouc. Větší podíl seniorů je potom zaznamenán ve větších městech, spíše než v menších městech a vesnicích (Český statistický úřad 2015, s. 10–13).

Dle projekce obyvatelstva, která byla zpracována v roce 2013 a zabývá se vývojem obyvatelstva v Olomouckém kraji až do roku 2050, bude počet obyvatel v kraji klesat. Bude klesat podíl obyvatel v produktivním věku a poroste podíl obyvatel starších 65 let. Dle této prognózy by v roce 2050 měl být každý třetí občan Olomouckého kraje starší 65 let (Český statistický úřad 2015, s. 10–13).

Do sítě sociálních služeb Olomouckého kraje⁵ poskytuje sociální služby v roce 2017 33 domovů pro seniory a 16 denních stacionářů (z toho 6 s cílovou skupinou senioři) (Olomoucký kraj ©2017a, s. 41). V roce 2014 byla v Olomouckém kraji nabídka 22 míst v domovech pro seniory na 1000 osob starších 65 let, přičemž nejvyšší nabídka byla v okresech Jeseník a Prostějov, nejnižší potom v okrese Olomouc. Problémem jsou potom neuspokojené žádosti o umístění do domovů pro seniory či domovů se zvláštním režimem, kterých dle předpokládaného demografického vývoje bude i nadále přibývat. Počet neuspokojených žádostí v jednotlivých krajích České republiky zobrazuje graf č. 3

⁵ Síť sociálních služeb Olomouckého kraje zahrnuje všechny služby na území kraje, které pomáhají řešit nepříznivou sociální situaci osob na jeho území. Tato síť je tvořena poskytovateli služeb, kteří jsou v Registru sociálních služeb, kteří poskytují sociální služby občanům kraje, v souladu s jejich zjištěnými potřebami a dostupnými finančními zdroji. Součástí sítě jsou i údaje o jejím financování (Olomoucký kraj ©2017a, s. 41).

(Český statistický úřad 2015, s. 61).



Graf 3 – Počet neuspokojených žádostí o umístění ve vybraných zařízeních na 1000 obyvatel ve věku 65 a více let podle krajů k 31. 12. 2014 (Český statistický úřad 2015, s. 61)

8.1 SWOT analýza domovů pro seniory a denních stacionářů pro seniory v Olomouckém kraji

Na základě informací získaných ze sekundárních zdrojů byla vytvořena SWOT analýza, jejímž prostřednictvím lze identifikovat silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky a dále příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). SWOT analýza je nedílnou součástí strategického plánování. SWOT analýzu domovů pro seniory a denní stacionáře pro seniory Olomouckého kraje zobrazuje tabulka 1.

Tabulka 1 – SWOT analýza domovů pro seniory a denních stacionářů v OK (Vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> Katalog poskytovatelů sociálních služeb pro Olomoucký kraj Zlepšující se kvalita poskytovaných služeb (naplňování standardů kvality definovaných v zákoně o sociálních službách) Existence komunitních plánů sociálních služeb 	<ul style="list-style-type: none"> Nedostatečné kapacity domovů pro seniory Senioři mají malé povědomí o jim nabízených službách Nízké platy ve sféře sociálních služeb – častá fluktuace zaměstnanců

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Vzdělávání poskytovatelů sociálních služeb o možnostech využití finančních prostředků – dotační tituly • Vzdělávání zaměstnanců v sociálních službách • Využívání dobrovolnických služeb • Mezigenerační spolupráce • Rozvoj sociálních služeb pro seniory se sníženou soběstačností z důvodu závislosti na návykových látkách • Zvýšení prestiže sociálních služeb z pohledu veřejnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedůstojné postavení sociálních služeb (sociální práce není vnímána jako prestiž) • Zánik rodinného zázemí (odchod mladých lidí za prací, apod.) • Stárnutí populace – nedostatečné kapacity sociálních služeb • Nezájem veřejnosti o sociální služby a její nedostatečná informovanost

Silné stránky

Mezi silné stránky lze jistě zařadit existenci katalogu poskytovatelů sociálních služeb pro Olomoucký kraj, kde jsou uvedeny i služby mimo oficiální registr. V katalogu lze vyhledávat například pomocí životní situace či dalších kritérií (Olomoucký kraj © 2017b). Díky *Standardům kvality v sociálních službách* a jejich naplňování dochází také ke zvyšování kvality poskytovaných služeb (Ministerstvo práce a sociálních věcí © 2009). Jako pozitivní lze určitě také hodnotit komunální plánování sociálních služeb (KPSS OLOMUC © 2017).

Slabé stránky

Jako slabou stránku lze uvést nedostatečnou kapacitu domovů pro seniory, obzvláště potom u seniorů se specifickými potřebami. Například seniory s Alzheimerovou chorobou či jinými druhy demencí. Další slabou stránkou jsou nízké platy v sociální sféře, což je, společně s malou prestiží sociální práce, jedním z důvodů časté fluktuace zaměstnanců (Český rozhlas © 1997-2017). Taktéž lze mezi slabé stránky sociálních služeb zařadit nedostatek informací, který senioři o jim nabízených službách mají. Tento nedostatek ale pramení z všeobecného nezájmu veřejnosti o sociální služby.

Příležitosti

Jako příležitost lze vidět možné vzdělávání poskytovatelů sociálních služeb o možnostech využití finančních prostředků, například vhodné a efektivní využívání dotačních titulů, jelikož chybějící finance jsou v mnoha zařízeních překážkou zvyšování kvality. Další příležitostí je vzdělávání zaměstnanců sociálních služeb. Důležitou složkou jsou také dobrovolníci v sociálních službách, jejichž potenciál by se mohl lépe využívat. Příležitostí je možné také vidět v různých formách mezigenerační spolupráce. Při budování nových zařízení je příležitostí se zaměřit na seniory se sníženou soběstačností z důvodu závislosti na návykových látkách. Další příležitostí je také snaha o zvyšování prestiže sociálních služeb z pohledu veřejnosti.

Hrozby

Hrozbou je nedůstojné postavení sociálních služeb, kdy sociální práce není z pohledu veřejnosti vnímána jako prestiž, což má také za následek odliv pracovní síly v této oblasti (Český rozhlas © 1997-2017). Pro sociální služby je také problém častý zánik rodinného zázemí, což zapříčiňuje například odchod mladých lidí za prací apod. Takto vznikající situace vede k nárůstu osamělých seniorů, kteří jsou umísťováni do sociálních zařízení ve větší míře. Další hrozbou je stárnutí populace, což vede k nedostatečným kapacitám sociálních služeb. Hrozbou je také nezájem veřejnosti o sociální služby a její nedostatečná informovanost.

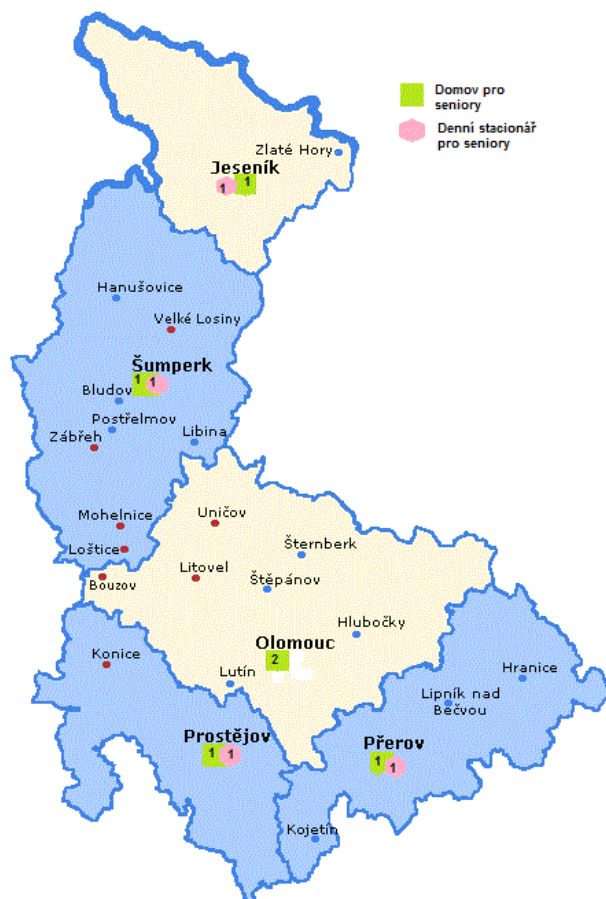
9 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU NABÍDKY SOCIÁLNÍCH SLUŽEB Z POHLEDU JEJICH POSKYTOVATELŮ A UŽIVATELŮ

Pro analýzu byly zvoleny sociální služby pro seniory – domov pro seniory a denní stacionář pro seniory. Jedná se o služby pobytové (domovy pro seniory) a ambulantní (denní stacionáře). Služby terénní do průzkumu nebyly zapojeny, jelikož se při užívání těchto služeb klient nachází v domácím prostředí, je středem pozornosti pečujícího pracovníka a nedochází zde ke kontaktu s jinými uživateli služby. Jde tedy o jinou skutečnost, než v případě pobytových a ambulantních služeb.

Jako metoda šetření byl zvolen standardizovaný rozhovor s uživateli sociálních služeb a poskytovateli sociálních služeb. Standardizovaný rozhovor byl zvolen z důvodu vyššího věku klientů sociálních služeb, pro které je rozhovor komfortnější, než samotné vyplnění dotazníku. S poskytovateli sociálních služeb byl veden rozhovor z důvodu možnosti doplnění některých informací, aby vznikl komplexní obraz jejich pohledu na danou problematiku. Cílem výzkumného šetření byla identifikace spokojenosti s nabídkou sociálních služeb pro seniory u jejich uživatelů, zjištění výhrad a návrhů na zefektivnění či doplnění služeb. Dále bylo cílem zjistit informovanost seniorů o sociálních službách a identifikace zdrojů, ze kterých senioři informace o sociálních službách získávají. Rozhovor s poskytovateli pak měl za cíl zjistit jejich pohled na spokojenost jejich klientů, zjistit způsob, jakým poskytovatelé informují o jimi nabízených službách veřejnost a dále pohled poskytovatelů na nabídku sociálních služeb v Olomouckém kraji.

9.1 Postup analýzy a zpracování dat

Pro výzkumné šetření v Olomouckém kraji byly osloveny domovy pro seniory a denní stacionáře, které jsou uvedeny v Registru sociálních služeb, jejich cílovou skupinou jsou senioři a sídlí ve městech Jeseník, Olomouc, Prostějov, Přerov a Šumperk. Tyto podmínky splňuje 7 domovů pro seniory a 5 denních stacionářů, přičemž byla všechna tato zařízení oslovena. Do výzkumného šetření se zapojilo 6 domovů pro seniory a 4 denní stacionáře. Tato zařízení nejsou v práci zmíněna, s ohledem na citlivost dat a zachování anonymity. Nicméně jejich rozložení je zobrazeno na obrázku č. 2.



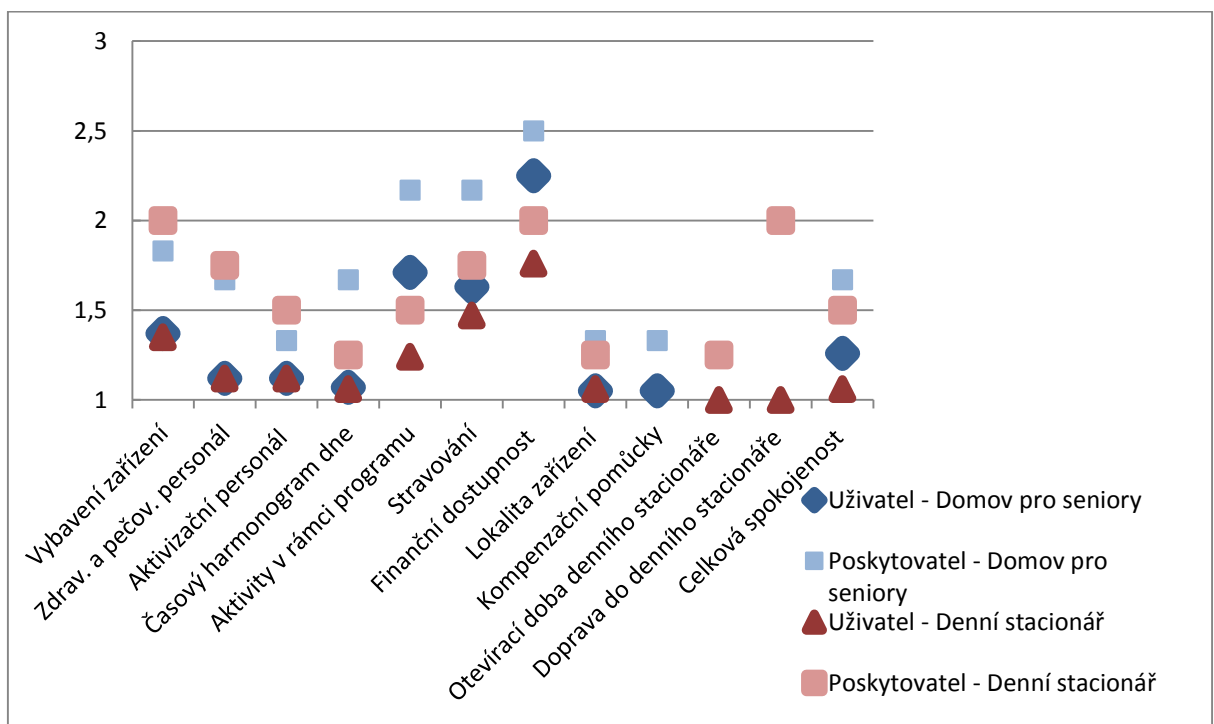
Obrázek 2 – Domovy pro seniory a denní stacionáře pro seniory, zapojené do průzkumu (Kamzajít.cz © 2017, Vlastní zpracování)

Celkově bylo uskutečněno 10 rozhovorů s poskytovateli sociálních služeb a 93 rozhovorů s klienty jednotlivých zařízení. Celkový aktuální počet klientů zúčastněných denních stacionářů je 32 a bylo provedeno 17 standardizovaných rozhovorů. Celkový aktuální počet klientů zapojených domovů pro seniory je 854 a bylo provedeno 76 standardizovaných rozhovorů. Klienti pro rozhovory byli vybíráni náhodně, avšak bylo přihlédnuto k jejich zdravotnímu stavu. Rozhovory probíhaly v jednotlivých zařízeních, která se zapojila do průzkumu, od 12. 2. 2017 do 24. 3. 2017. Z hlediska počtu respondentů lze konstatovat, že se jednalo o kvantitativní výzkum. Podkladem pro standardizované rozhovory byly dotazníky, které jsou uvedeny v přílohách PI, PII, PIII a PIV. Dotazník pro uživatele měl 14 otázek, pro poskytovatele celkem 13 otázek. Část dotazníkových otázek byla převzata z výzkumu, který prováděla pro Olomoucký kraj výzkumná agentura *Sociotrendy* v roce 2010 (Sociotrendy.cz 2010a, Sociotrendy.cz 2010b).

9.2 Výsledky analýzy

Data získaná průzkumem byla zpracována pomocí aplikace Google docs a dále v kancelářském programu MS Excel 2007. Byly v něm vytvořeny i grafy, které budou následovat a slouží k vyhodnocení celého šetření.

Otázka č. 1 - Uved'te, jak jste spokojeni s Vámi využívanou sociální službou dle následujících kategorií? (uživatel) / Jak odhadujete spokojenost Vašich klientů v následujících kategoriích? (poskytovatel) (Škála 1 – 5, kde 1= nejlepší, 5= nejhorší)



Graf 4 – Hodnocení charakteristik sociálních služeb jejich uživateli a odhad spokojenosti uživatelů sociálních služeb poskytovateli (Vlastní zpracování)

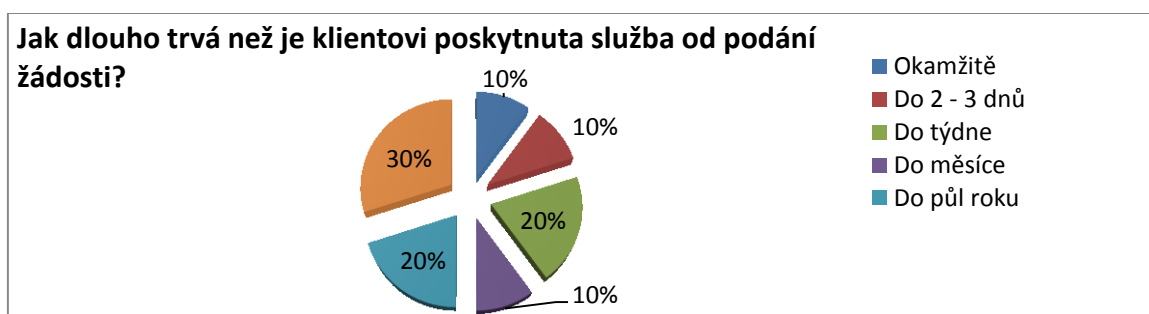
V této otázce měli uživatelé ohodnotit jednotlivé charakteristiky jimi využívaných sociálních služeb na škále od 1 do 5, přičemž měli známkovat jako ve škole. Poskytovatelé pak na stejném principu odhadovali spokojenost uživatelů. Otázka na spokojenost při pomoci pořizování kompenzačních pomůcek se týkala pouze domovů pro seniory a otázky ohledně dopravy do zařízení a otevírací doby denního stacionáře se týkaly pouze denních stacionářů. Z porovnání jednotlivých značek v grafu č. 4 je patrné, že jsou uživatelé sociálních služeb podstatně spokojenější, než předpokládali jejich poskytovatelé. Při porovnání spokojenosti uživatelů denních stacionářů a domovů pro seniory je vidět, že spokojenější jsou uživatelé denních stacionářů, což se ale dalo předpokládat, jelikož uživatelé denních stacionářů do služby pouze dochází a vrací se do svého domácího prostředí. Největší roz-

díl mezi spokojeností uživatelů a odhadem poskytovatelů je u domova pro seniory u časového harmonogramu dne a u denních stacionářů u dopravy do stacionáře, kdy se hodnota liší o celou jednu známku. Celkově jsou uživatelé jak domovů pro seniory, tak denních stacionářů spokojeni s jimi využívanými službami.

V rámci této otázky měli ale také uživatelé možnost cokoliv doplnit ke spokojenosti s jimi využívanou službou. Vyjádřilo se celkem 6 uživatelů domovů pro seniory. Mezi tyto připomínky patřilo: požadavek na větší pestrost stravy, v rámci jídelníčku častější zařazení ovoce a zeleniny. Další požadavek byl na samostatné sociální zařízení, alespoň v případě, že si klient platí samostatný pokoj. Dále bylo zmíněno chybějící umyvadlo v pokoji. Také se objevili požadavky na aktivity, a to na jejich častější obměňování, požadavek na zařazení aktivit i pro náročnější a schopnější klienty. Obměna knihovny v domově pro seniory, pouštění filmů pro pamětníky. Možnost využití masáží v domově. V některých domovech byla zmiňována i chybějící kantýna či malý obchůdek. V neposlední řadě byl zmiňován i nedostatek personálu.

9.2.1 Poskytovatelé sociálních služeb domov pro seniory a denní stacionář

Otázka č. 2 – Jak dlouho trvá, než je klientovi poskytnuta služba od chvíle, kdy si o její poskytnutí podá žádost?

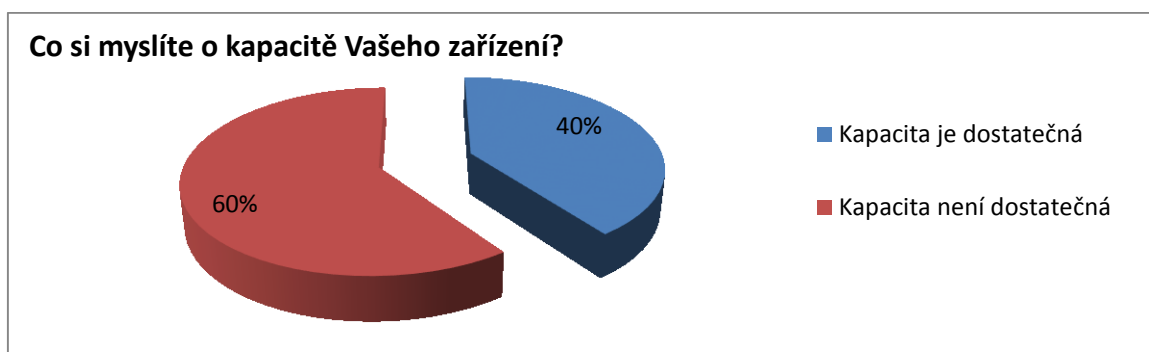


Graf 5 – Jak dlouho trvá, než je klientovi poskytnuta služba od chvíle podání žádosti (Vlastní zpracování)

Otázka č. 2 na poskytovatele měla za cíl zhodnotit čekací dobu pro poskytnutí dané služby. Nejčastěji je zastoupena možnost jiné (30 %), kdy poskytovatelé odpovídali, že se doba nedá přesně určit, jelikož se poskytnutí služeb řídí pořadníky, které odpovídají sociální potřebnosti žadatelů. Osoba s vyšší sociální potřebností, tak může předběhnout v pořadníku osobu, která je v pořadníku mnohem déle. Možnost do půl roku zvolilo

20 % respondentů, do měsíce je služba poskytnuta u 10 % poskytovatelů. Kratší lhůty se pak týkají spíše denních stacionářů. Zde je nejčastější poskytnutí služby do týdne, tuto možnost zvolilo 20% respondentů. Možnosti *Do roka* a *Více než rok* nezvolil žádný z respondentů.

Otázka č. 3 – Co si myslíte o kapacitě Vašeho zařízení?



Graf 6 – Kapacita zařízení z pohledu poskytovatelů (Vlastní zpracování)

Kapacita zařízení je dle 60 % poskytovatelů nedostatečná, ze 40 % dostatečná. Zde je vidět rozdělení na domovy pro seniory, kde kapacita dostatečná není a denní stacionáře, kde kapacita dle poskytovatelů dostatečná je. Možnost *Nevím, neumím posoudit* nezvolil žádný z respondentů.

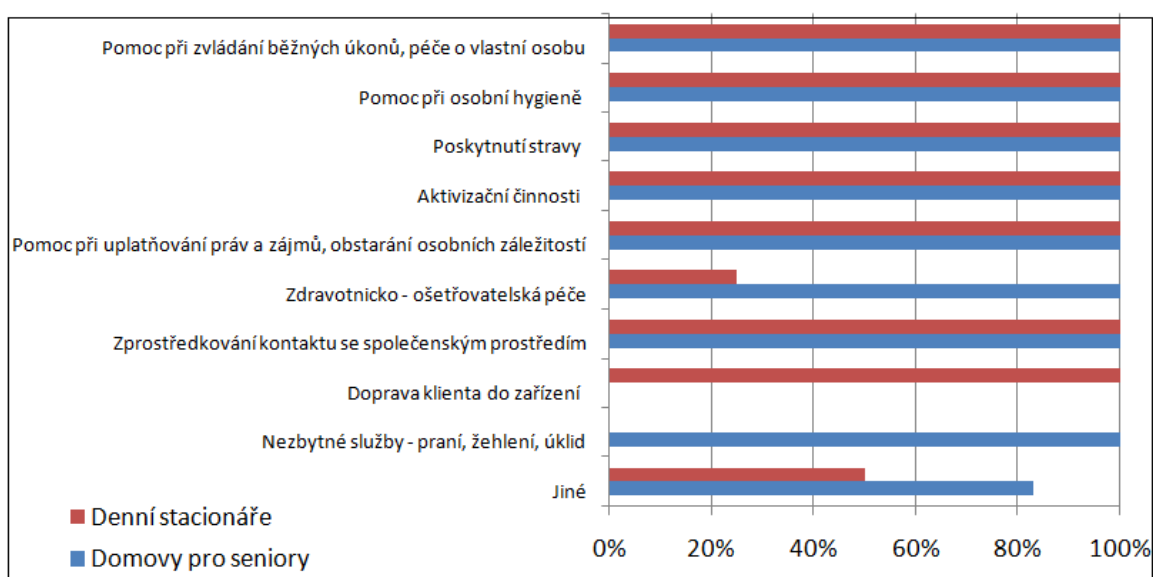
Otázky č. 4, 5 a 6 – Maximální kapacita Vašeho zařízení? Aktuální počet klientů ve Vašem zařízení? Počet o klienty přímo pečujících pracovníků?

Tabulka 2 – Procento obsazení jednotlivých zařízení a počet pracovníků na 1 klienta (Vlastní zpracování)

Zařízení	Procento obsazení	Počet pracovníků na 1 klienta
Domov pro seniory 1	98 %	0,46
Domov pro seniory 2	96 %	0,39
Domov pro seniory 3	100 %	1,16
Domov pro seniory 4	98 %	0,25
Domov pro seniory 5	100 %	0,59
Domov pro seniory 6	96 %	0,49
Průměr domovy pro seniory	98 %	0,56
Denní stacionář 1	67 %	0,25
Denní stacionář 2	65 %	0,23
Denní stacionář 3	92 %	0,27
Denní stacionář 4	40 %	0,25
Průměr denní stacionáře	66 %	0,25
Průměr celkem	85,2 %	0,43

Kapacita domovů pro seniory, jak vyplývá z tabulky č. 2, je v některých domovech naplněna dokonce ze 100 %. Průměrné obsazení domovů je potom 98 % a v průměru na 1 klienta připadá 0,56 pracovníka. U denních stacionářů je kapacita zaplněna v průměru z 66 % a na 1 klienta připadá 0,25 pracovníka. Z odpovědí tedy vyplývá, že kapacita denních stacionářů není vytížena. Často bývají denní stacionáře využívány i jako přechodná služba před umístěním seniora do domova pro seniory. Naopak kapacita domovů pro seniory je téměř plná.

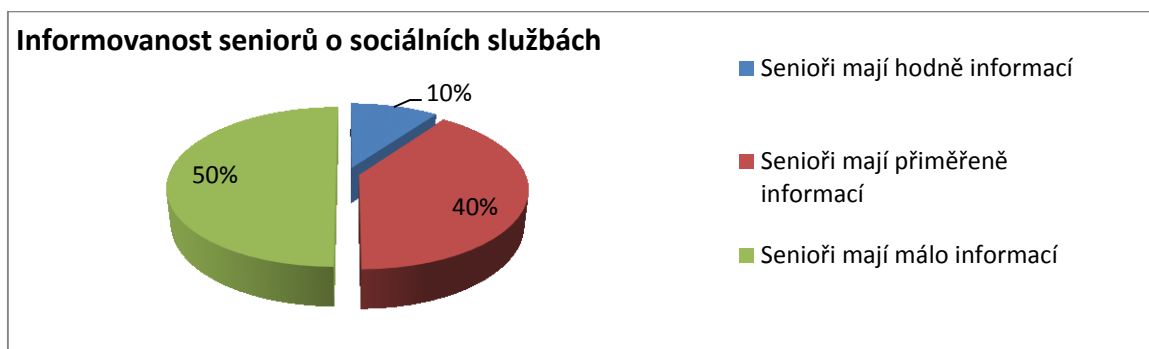
Otázka č. 7 – Jaké služby v rámci Vašeho zařízení poskytujete?



Graf 7 – Nabídka služeb v domovech pro seniory a denních stacionářích (Vlastní zpracování)

Jak je patrné z grafu č. 7, tak základní služby poskytují všechna zařízení. Zdravotnicko – ošetrovatelskou péči poskytují všechny domovy pro seniory, ale jen 25 % denních stacionářů. Dopravu klienta do zařízení poskytují s ohledem na druh služby jen denní stacionáře, stejně tak praní, žehlení a úklid jen domovy pro seniory. Jiné služby než uvedené poskytuje 50 % denních stacionářů, a to zejména holiče či pedikúru. Dále 83 % domovů pro seniory poskytuje i jiné služby než uvedené. Mezi nimi byly uvedeny tyto služby: holič, pedikúra, canisterapie, duchovní péče (bohoslužby, přítomnost kněze), individuální doprava, perličková koupel, dopomoc s financemi či kopírování.

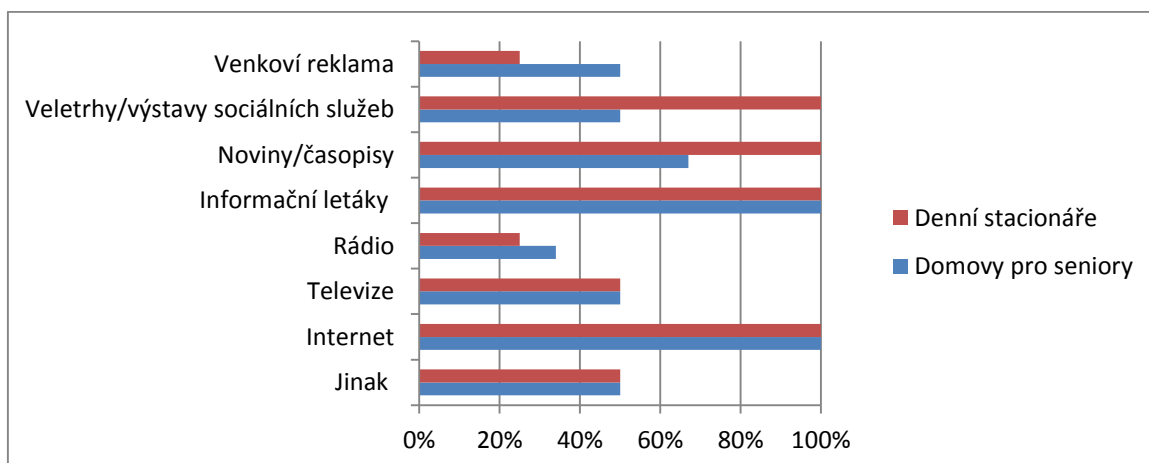
Otázka č. 8 – Jaká je dle Vašeho názoru informovanost seniorů o sociálních službách v Olomouckém kraji?



Graf 8 – Informovanost seniorů o sociálních službách (Vlastní zpracování)

Celkem 50 % respondentů si myslí, že senioři mají málo informací o sociálních službách, 40 % respondentů považuje jejich informovanost za přiměřenou a 10 % zastává názor, že senioři mají hodně informací o sociálních službách. Z této otázky vyplývá, že poskytovatelé sociálních služeb si uvědomují nedostatečnou informovanost svých klientů o sociálních službách.

Otázka č. 9 – Pomocí jakých komunikačních prostředků informujete veřejnost o nabídce svých služeb?



Graf 9 – Využívání komunikačních prostředků pro informování veřejnosti o nabídce služeb (Vlastní zpracování)

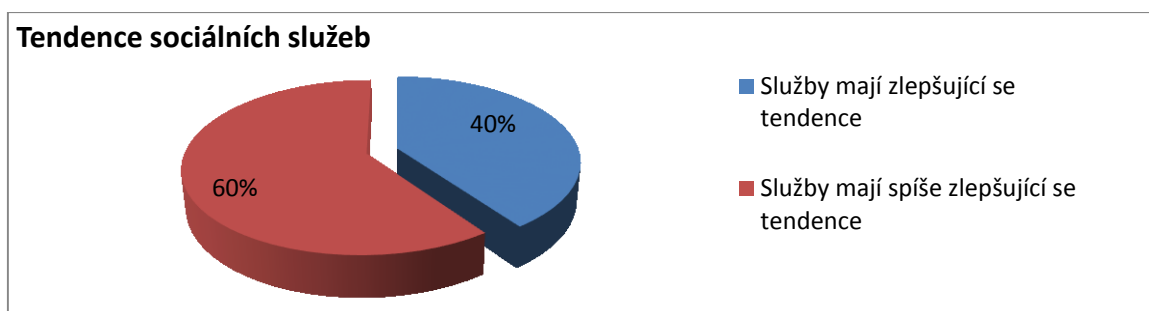
Z grafu č. 9 je patrné, že nejčastěji využívanými komunikačními prostředky, jsou internet a informační letáky. Hodně využívané jsou také noviny a časopisy, 100 % oslovených denních stacionářů se také účastní veletrhů a výstav sociálních služeb. I jiných komunikačních prostředků využívá 50 % domovů pro seniory i denních stacionářů. Mezi tyto

formy komunikace byly uvedeny den otevřených dveří, reklama v MHD a reklama v kině před filmem.

Otázka č. 10 – Chybějí dle Vašeho názoru v Olomouckém kraji některé sociální služby pro seniory? Pokud ano, tak jaké?

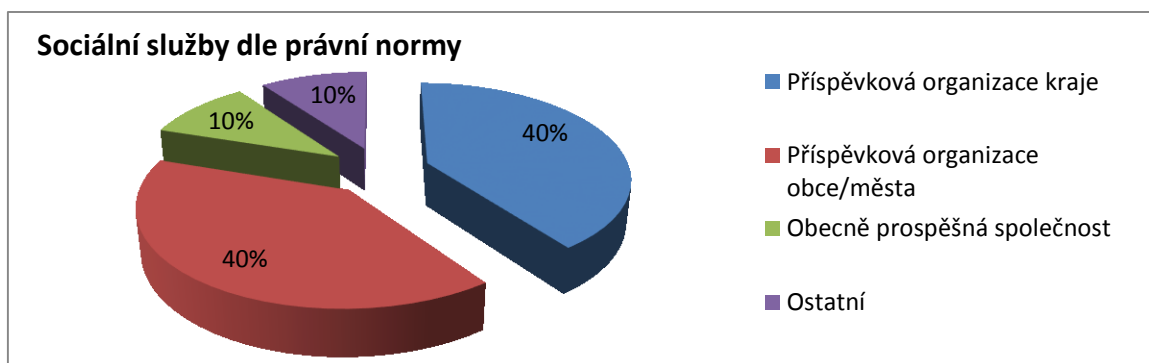
V tomto případě se jednalo o otevřenou otázku. Respondenti zmiňovali tyto služby: Odlehčovací služby (sedmkrát), nedostatek osobních asistentů (třikrát), nedostatečná kapacita hospicové péče (dvakrát), kapacita domovů se zvláštním režimem (jedenkrát), kapacita domovů pro seniory (jedenkrát), sociální byty pro seniory (jedenkrát), sociální služby pro seniory alkoholiky (jedenkrát).

Otázka č. 11 – Mají sociální služby pro seniory v Olomouckém kraji dle Vašeho názoru zlepšující se či zhoršující se tendence?



Graf 10 – Tendence sociálních služeb (Vlastní zpracování)

Mezi oslovenými poskytovateli sociálních služeb panuje shoda na tom, že se služby zlepšují, přičemž 60 % zastává názor, že mají spíše zlepšující se tendence a 40 % zastává názor, že mají zlepšující se tendence. Možnosti: *Služby se nezlepšují ani nezhoršují*, *Služby mají spíše zhoršující se tendence* či *Služby mají zhoršující se tendence*, nikdo nevybral. Nicméně během jednoho rozhovoru byl zmíněn názor, že se jedná jen o současný stav, kdy při prognóze zvyšujícího se počtu seniorů, se budou pravděpodobně zhoršovat i služby, které jsou v současné době na pomyslném vrcholu.

Otázka č. 12 – Vámi poskytovaná služba dle právní normy?

Graf 11 – Sociální služby dle právní normy (Vlastní zpracování)

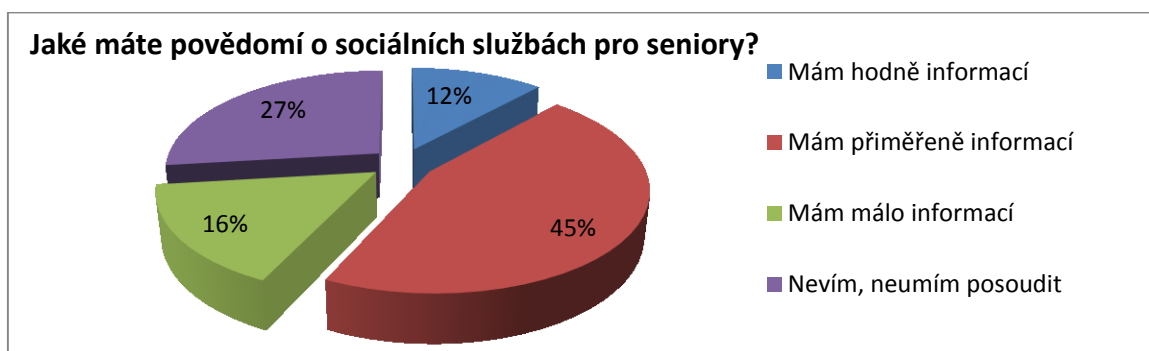
Do výzkumného šetření byla zapojena zařízení, která jsou ze 40 % příspěvkové organizace kraje, ze 40 % příspěvkové organizace obce/města, 10 % obecně prospěšných společností a 10 % ostatních, kdy se jednalo o akciovou společnost. Ostatní možné právní formy sociálních služeb nebyly zastoupeny.

Otázka č. 13 – Vaše pracovní pozice v rámci Vaší organizace?

Poskytovateli, kteří se zúčastnili strukturovaného rozhovoru, byli sociální pracovníci, statutární zástupci organizací, vedoucí sociálních úseků pracovišť a vedoucí zařízení.

9.3 Uživatelé sociálních služeb domov pro seniory a denní stacionář**Otázka č. 2 – Jaké máte povědomí o sociálních službách nabízených pro seniory?**

Myslíte si, že máte dostatečné množství informací?

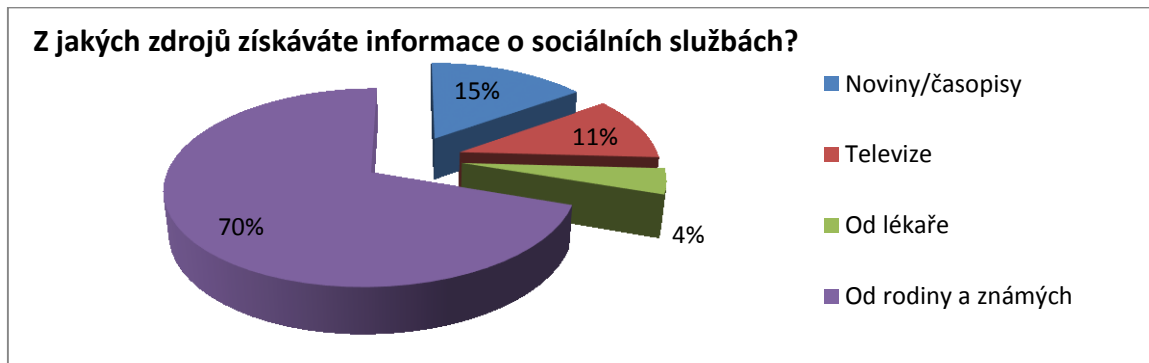


Graf 12 – Povědomí o sociálních službách pro seniory (Vlastní zpracování)

Největší počet respondentů (45 %) si myslí, že má přiměřené množství informací o jim nabízených sociálních službách. Pouze 12 % respondentů má hodně informací. Více než čtvrtina respondentů (27 %) neví či neumí posoudit, zda je množství informací, které má dostatečné. Málo informací má 16 % respondentů. Z této otázky vyplývá, že i přesto, že

si poskytovatelé myslí, že mají uživatelé jejich služeb málo informací, oni si to většinou nemyslí nebo danou situaci nemohou posoudit.

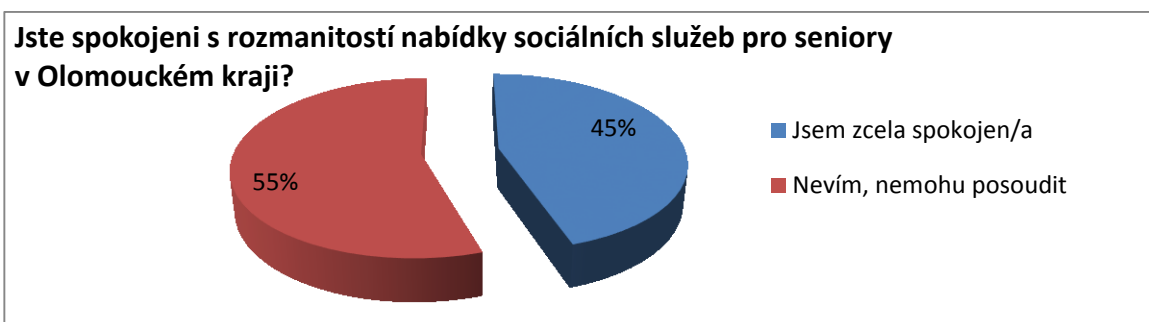
Otázka č. 3 – Z jakých zdrojů získáváte informace o sociálních službách?



Graf 13 – Zdroje informací o sociálních službách (Vlastní zpracování)

Největší počet respondentů (70 %) získává informace o sociálních službách od rodiny a známých. Ostatní zdroje informací jsou oproti tomu jen nepatrné, 15 % lidí využívá jako zdroj informací noviny a časopisy, 11 % televizi a 4 % lékaře. Možnost internet ne zvolil žádný respondent. To je pravděpodobně dáno věkem uživatelů, kteří nemají k internetovému vyhledávání blízký vztah.

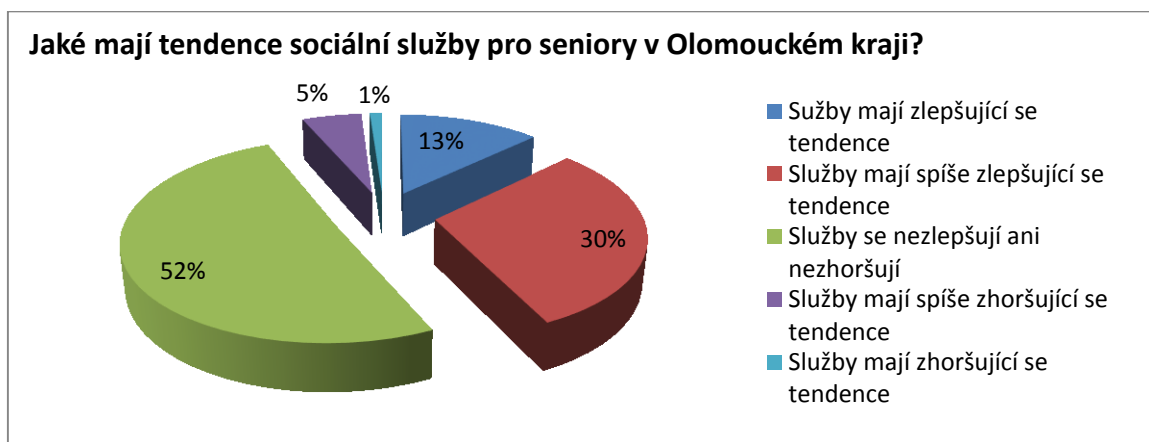
Otázka č. 4 – Jste spokojeni s rozmanitostí nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji?



Graf 14 – Spokojenost s rozmanitostí nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)

Nadpoloviční většina respondentů (55 %) neví, zda je nabídka sociálních služeb pro seniory dostatečně rozmanitá. Oproti tomu 45 % respondentů označilo odpověď, že jsou s rozmanitostí nabídky zcela spokojeni. Možnosti *Jsem spokojen/a, ale některé služby postrádám* či *Jsem nespokojen/a, postrádám služby, které potřebuji*, ne zvolil žádný respondent. Proto také otázka č. 4b) – *pokud Vám chybí některá ze sociálních služeb, tak která?*, nebyla zodpovězena žádným z respondentů.

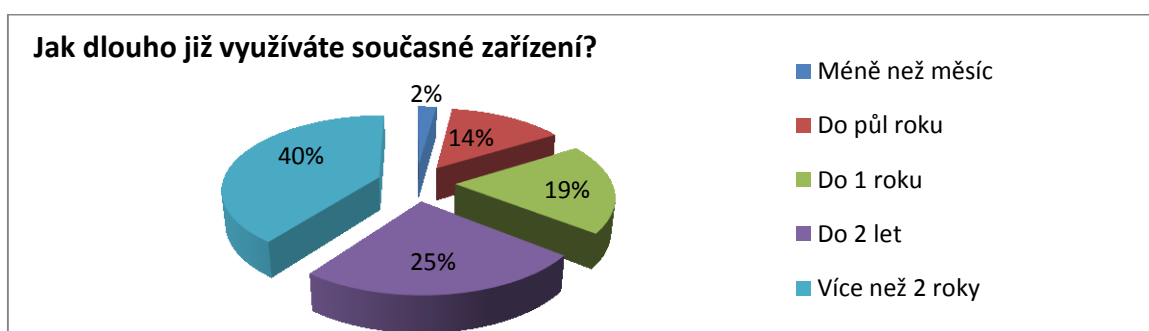
Otázka č. 5 – Mají sociální služby pro seniory v Olomouckém kraji dle Vašeho názoru zlepšující se či zhoršující se tendence?



Graf 15 – Tendence sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)

Největší procento respondentů (51 %) je toho názoru, že se služby ani nezhoršují ani nezlepšují. Druhá nejčastější odpověď (30 %) respondentů byla, že služby mají spíše zlepšující se tendence, 13 % respondentů si myslí, že služby mají zlepšující se tendence. Jen 5 % respondentů je toho názoru, že služby mají spíše zhoršující se tendence a 1 %, že služby mají zhoršující se tendence. I u této otázky je tedy patrný rozdílný pohled na situaci ze strany klientů a poskytovatelů. Zatímco poskytovatelé volili jen možnost *Služby mají zlepšující se tendence* či *Služby mají spíše zlepšující se tendence*, tak uživatelé mají různorodější názory. Je to pravděpodobně dáno subjektivním hodnocením služeb ze strany jejich uživatelů.

Otázka č. 6 – Jak dlouho již využíváte současné zařízení?

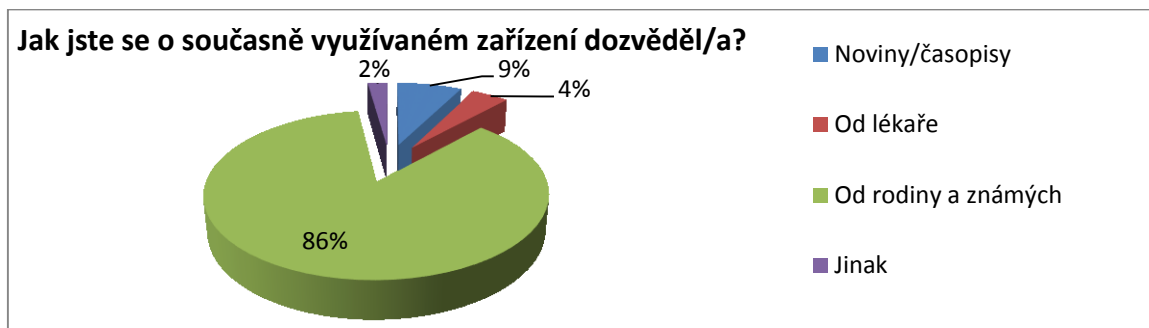


Graf 16 – Doba využívání současného zařízení (Vlastní zpracování)

Uživatelé sociálních zařízení, kteří se zapojili do průzkumu, ze 40 % současné zařízení využívají déle než 2 roky, čtvrtina uživatelů zařízení využívá od 1 roku do 2 let. Celkem

19 % uživatelů zařízení využívá od půl roku do 1 roku. Déle než měsíc, ale méně než půl roku využívá zařízení 14 % uživatelů a méně než měsíc pouze 2% respondentů.

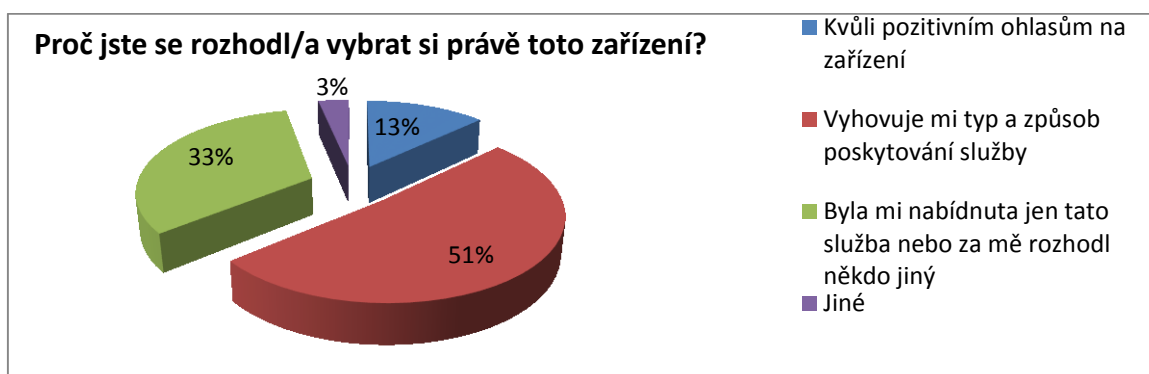
Otázka č. 7 – Jak jste se o současně využívaném zařízení dozvěděl/a?



Graf 17 – Zdroj informací o současně využívaném zařízení (Vlastní zpracování)

Respondenti se nejčastěji (86 %) dozvěděli o jimi současně využívaném sociálním zařízení od rodiny nebo známých. Pouze 8 % respondentů uvedlo jako zdroj informací noviny nebo časopisy a 4 % respondentů uvedli lékaře. Možnost jinak zvolili 2 % respondentů a uvedli, že se o zařízení dozvěděli od starosty vesnice nebo že o zařízení vědí celý život, že jej celý život vnímají. Možnost Internet či televize nezvolil žádný z respondentů. To, že se uživatelé dozívají nejčastěji o daném zařízení od rodiny či známých je pravděpodobně způsobeno tím, že v době, kdy službu potřebují, již často není v jejich schopnostech a možnostech si informace vyhledávat samostatně, a proto se obrací na rodinu a známé.

Otázka č. 8 – Proč jste se rozhodl/a vybrat si právě toto zařízení?

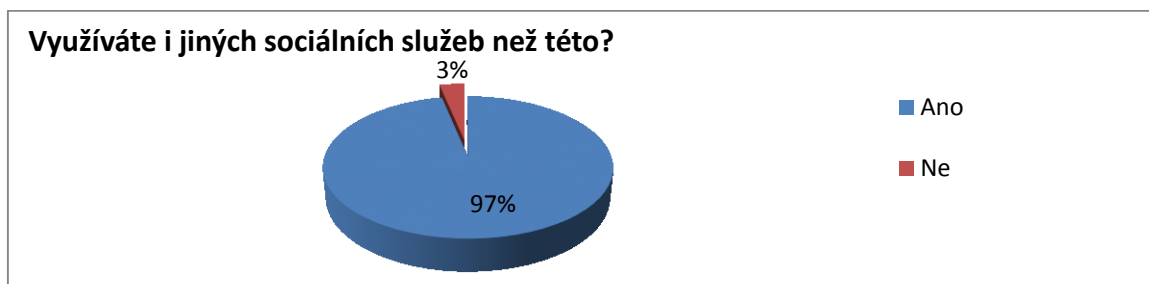


Graf 18 – Důvod pro výběr daného zařízení (Vlastní zpracování)

Největší procento respondentů (51 %) zvolilo možnost, že jim vyhovuje typ a způsob poskytování služby. Třetina respondentů zvolila možnost, že jim byla nabídnuta pouze daná služba nebo za ně rozhodl někdo jiný. 13 % respondentů si dané zařízení vybralo

díky pozitivním ohlasům a 3 % uvedla možnost jiné. Doplnili potom, že si dané zařízení vybrali z důvodu, že žijí na vesnici a jejich rodina v daném městě. Důvodem byla tedy blízkost rodiny. Možnost *Kvůli finanční dostupnosti*, ne zvolil nikdo.

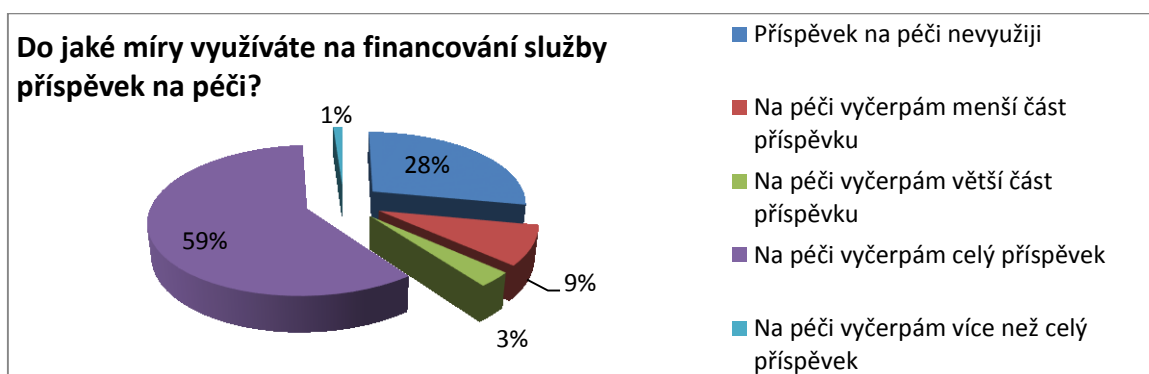
Otázka č. 9 – Využíváte i jiných sociálních služeb než této?



Graf 19 – Využívání dalších sociálních služeb (Vlastní zpracování)

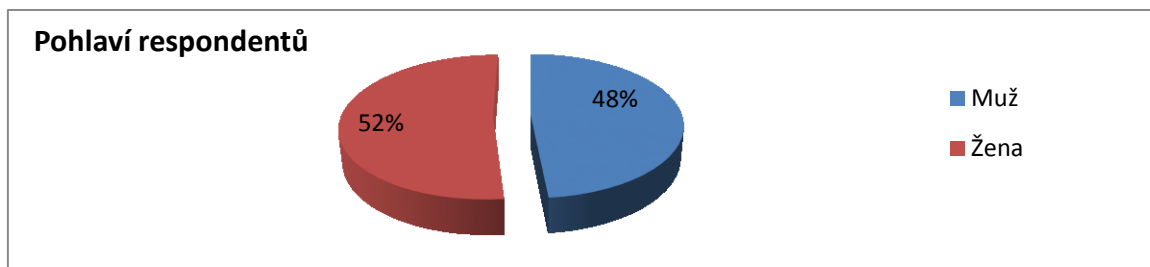
Naprostá většina oslovených uživatelů využívá jen danou službu. Pouze 9 % využívají i jiných sociálních služeb. Jednalo se pouze o uživatele denních stacionářů, kteří v podotázce 9b) *pokud ano, tak jakých?*, uvedli, že se jedná o osobní asistenci či pečovatelskou službu. To může být způsobeno tím, že lidé využívají denních stacionářů jako přechodné služby, než se uvolní místo v domově pro seniory. Potřebují tedy komplexnější péči, proto využívají i jiných služeb.

Otázka č. 10 – Využíváte příspěvek na péči na financování Vámi využívaných sociálních služeb? Pokud ano, do jaké míry?

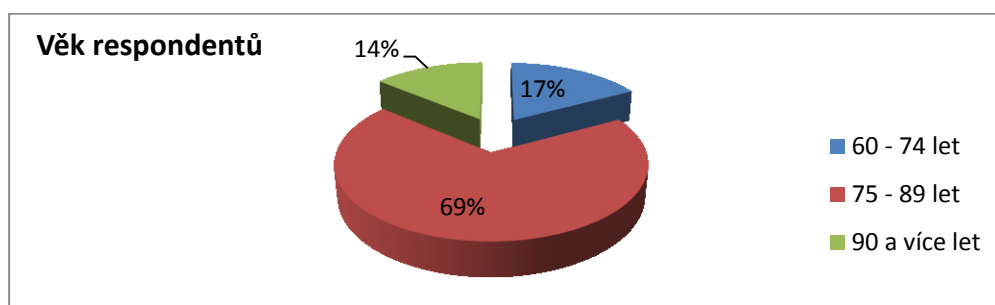


Graf 20 – Financování využívaných sociálních služeb prostřednictvím příspěvku na péči (Vlastní zpracování)

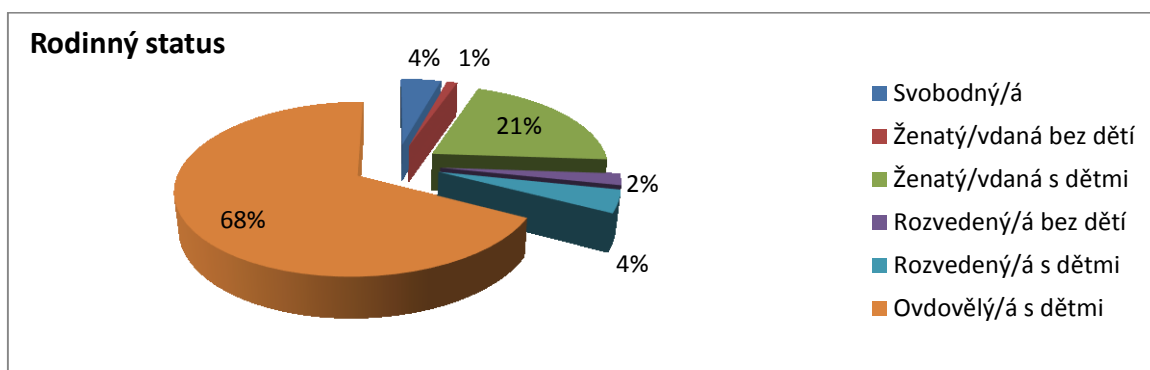
Nadpoloviční většina respondentů využije na financování jimi využívaných sociálních služeb celý příspěvek na péči. 28 % uživatelů příspěvek na péči nevyužije vůbec. Pouze 1 % uživatelů zaplatí více než celý příspěvek, 3 % vyčerpá větší část příspěvku a 9 % vyčerpá menší část příspěvku na péči.

Otázka č. 11 – Pohlaví respondentů*Graf 21 – Pohlaví respondentů (Vlastní zpracování)*

Do výzkumného šetření se zapojilo více žen, a to 52 %. Mužů bylo 48 %. Nicméně poměr obou pohlaví je přibližně vyrovnaný.

Otázka č. 12 – Věk respondentů*Graf 22 – Věk respondentů (Vlastní zpracování)*

Největší zastoupení měli respondenti mezi 75 – 89 lety, a to 69 %. 14 % respondentů patřilo do věkové skupiny 60 – 74 let a 17 % bylo starších 90 let.

Otázka č. 13 – Rodinný status*Graf 23 – Rodinný status respondentů (Vlastní zpracování)*

Největší počet respondentů byl ovdovělý/á s dětmi (68 %). Druhé největší zastoupení měli ženatí/vdané s dětmi (21 %). Ostatní možné rodinné statusy byly poměrně vyrovnané. Jen možnost *Ovdovělý/á bez dětí* neměla mezi respondenty žádné zastoupení.

Otázka č. 14 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Graf 24 – Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů (Vlastní zpracování)

Téměř polovina respondentů (46 %) uvedla jako nejvyšší dosažené vzdělání učební obor. 31 % respondentů dosáhlo středoškolského vzdělání. 17 % vzdělání základního. Jen 6 % dosáhlo vysokoškolského vzdělání. Možnost *Bez vzdělání* nikdo neuvedl.

10 ANALÝZA POPTÁVKY PO VYBRANÝCH SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH PRO SENIORY V OLMOUCKÉM KRAJI A VEŘEJNÉHO POVĚDOMÍ O SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH

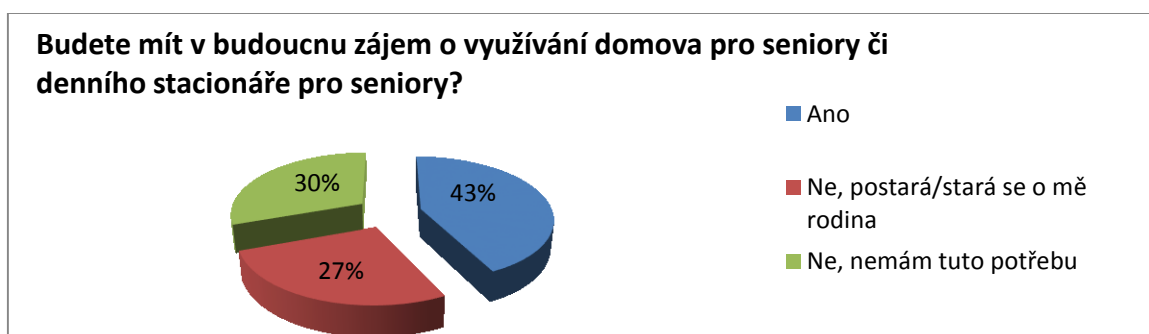
Cílem tohoto výzkumného šetření bylo zjištění poptávky po sociálních službách – domov pro seniory a denní stacionář pro seniory. Dalším cílem bylo zjistit míru informovanosti veřejnosti o sociálních službách a identifikovat zdroje, ze kterých veřejnost tyto informace čerpá. V neposlední řadě bylo cílem zjistit postoj veřejnosti k sociálním službám a ochotu k podpoře těchto služeb. Jednalo se o kvantitativní výzkum, přičemž jako metoda šetření byl zvolen dotazník, který je uveden v příloze PV.

10.1 Postup výzkumu a zpracování dat

Pro výzkumné šetření v Olomouckém kraji byli osloveni náhodní respondenti skrze internet, kde byl tento dotazník šířen. Dále bylo několik dotazníků vyplněno i na základě osobního dotazování. Dotazník byl vyplňován v období únor až březen 2017 a celkově bylo vyplněno 164 dotazníků. Dotazník měl 17 – 25 otázek, z toho 6 otázek identifikačních. Počet otázek se lišil v závislosti na odpovědích, které ovlivňovaly počet podotázek. Část dotazníkových otázek byla převzata z výzkumu, který je uveden v knize *Sociální služby pro seniory v kontextu sociální politiky* (Prudká, 2015, s. 126).

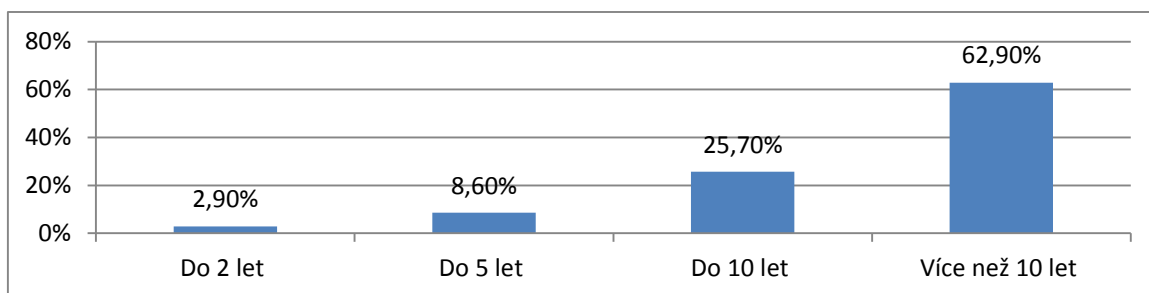
10.2 Výsledky výzkumného šetření

Otázka č. 1 - Máte nebo budete mít v budoucnu zájem o využívání domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory?



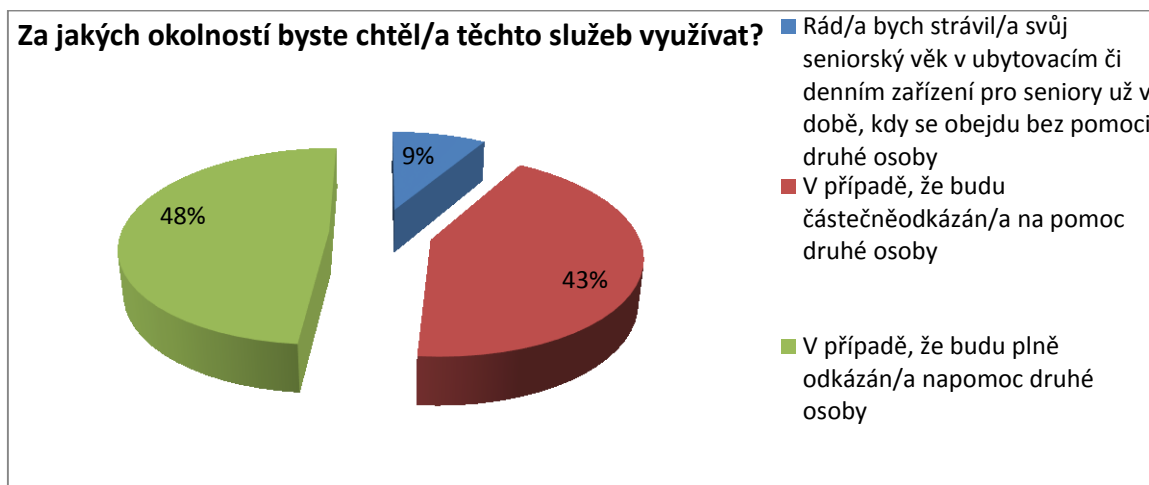
Graf 25 – Zájem o využívání domova pro seniory či denního stacionáře (Vlastní zpracování)

Na otázku, zda budou mít respondenti v budoucnu zájem o využívání domova důchodců či denního stacionáře odpovědělo 43 % ano. Zbýlých 57 % respondentů předpokládá, že o tyto služby nebude mít v budoucnu zájem.

Otázka č. 1a) – Za jak dlouho si myslíte, že budete chtít těchto služeb využívat?

Graf 26 – Za jak dlouho budete chtít služeb využívat? (Vlastní zpracování)

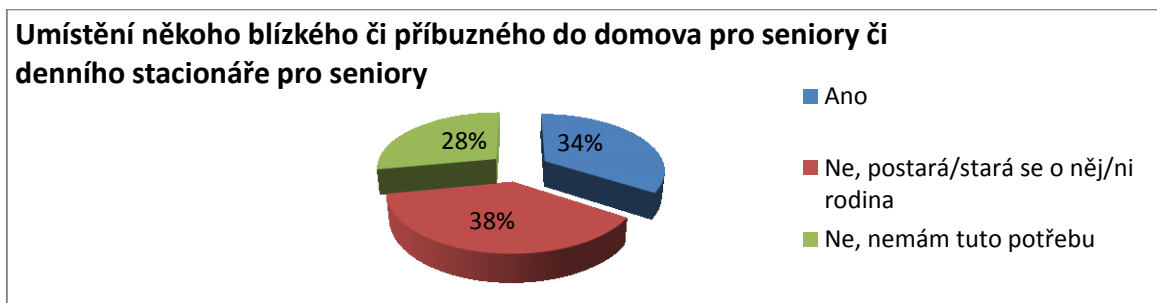
Na tuto otázku odpovídali jen respondenti, kteří v otázce č. 1 zvolili možnost *Ano*. Nejvíce respondentů zvolilo možnost, že dané sociální služby bude mít zájem využívat v horizontu vyšším jak 10 let. Čtvrtina respondentů má zájem tyto služby využívat do 10 let, 8,6 % respondentů do 5 let a pouze 2,9 % respondentů do 2 let. Možnosti *Do 3 let*, *Do 1 roku* a *Již nyní*, nikdo z respondentů nezvolil.

Otázka č. 1b) – Za jakých okolností byste chtěl/a těchto služeb využívat?

Graf 27 – Okolnosti pro využívání daných sociálních služeb (Vlastní zpracování)

I na tuto otázku odpovídali jen respondenti, kteří v otázce č. 1 zvolili možnost *Ano*. Jak se dalo předpokládat, tak většina dotázaných chce sociálních služeb využívat až v případě, že bude částečně nebo plně odkázána na pomoc druhé osoby. Jen 9 % respondentů se vyjádřilo, že by chtělo služeb využívat i v době, kdy se obejdou bez pomoci druhé osoby. Tato možnost lze přičítat například touze po socializaci.

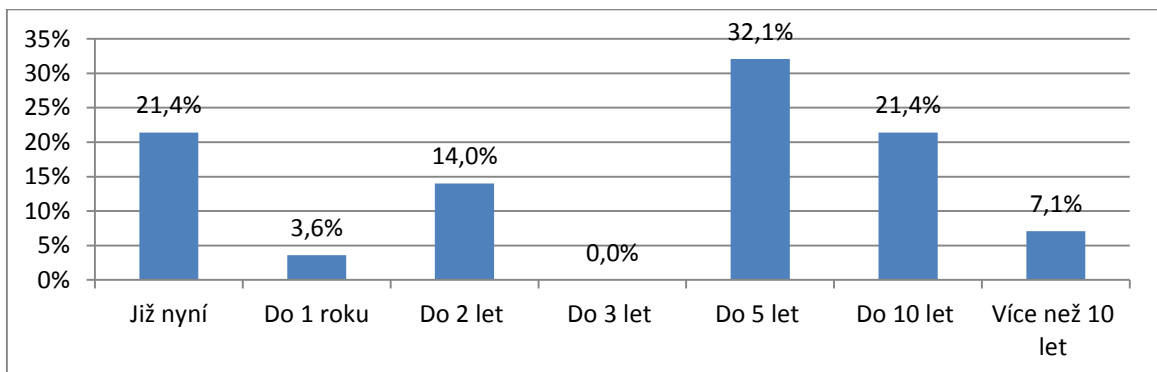
Otázka č. 2 – Přemýšleli jste o umístění někoho Vám blízkého či příbuzného do domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory?



Graf 28 – Umístění blízké či příbuzné osoby do domova či denního stacionáře pro seniory (Vlastní zpracování)

Je zajímavé, že pokud se jednalo o blízkou osobu, respondenti o využití služby přemýšlí méně. Jen 34 % odpovědělo, že uvažuje o umístění blízké osoby do domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory. Celkem 66 % respondentů tuto potřebu nemá či se o osobu blízkou postará rodina.

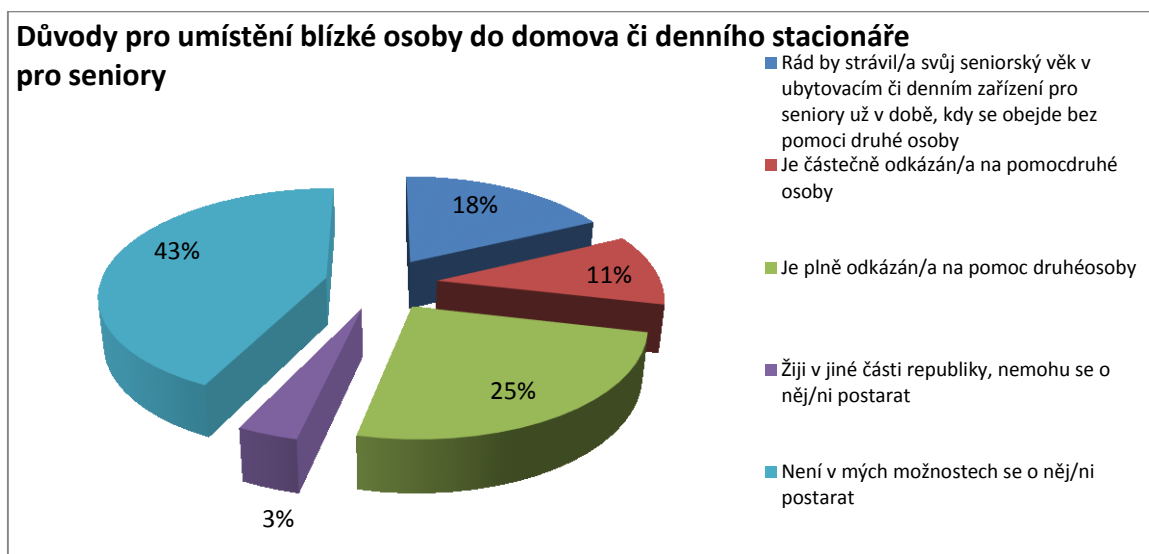
Otázka č. 2a) - Kdy je aktuální zájem blízkého nebo příbuzného/příbuzné o využití domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory?



Graf 29 – Za jak dlouho bude zájem o využívání služeb ze strany blízké osoby aktuální? (Vlastní zpracování)

Na tuto otázku odpovídali jen respondenti, kteří v otázce č. 2 zvolili možnost *Ano*. U osoby blízké, byla doba umístění osoby různorodější, než pokud se jednalo o samotné respondenty. Nejčastěji byla zvolena možnost aktuálnost zájmu do 5 let. Další nejčastější možnosti byly buď již nyní, nebo do 10 let. Možnost *Do 3 let* nezvolil nikdo.

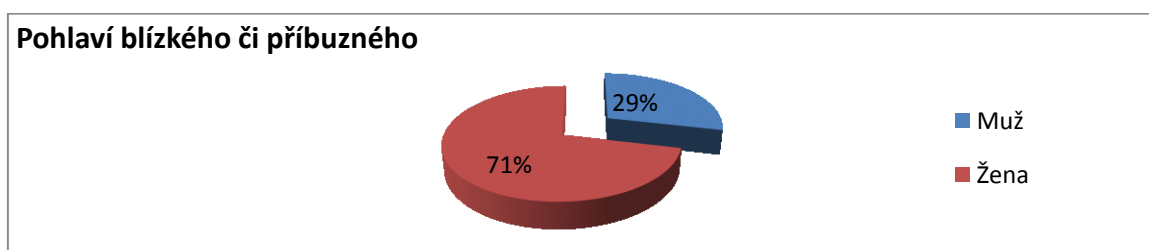
Otázka 2b) -Z jakých důvodů chcete umístit svého blízkého či příbuzného/příbuznou do domova pro seniory či do denního stacionáře?



Graf 30 – Důvody pro umístění blízké osoby do domova či denního stacionáře pro seniory (Vlastní zpracování)

I na tuto otázku odpovídali jen respondenti, kteří zvolili v otázce č. 2 možnost *Ano*. Největší počet respondentů uvedl jako důvod pro umístění blízké osoby do sociálního zařízení, že není v jejich možnostech se o danou osobu postarat. Čtvrtina uvedla, že je důvodem plné odkázání blízkého na pomoc druhé osoby. Respondenti mohli zvolit ještě možnost: *Žiji v zahraničí, nemohu se o něj/ni postarat* nebo mohli doplnit vlastní důvod. Tyto dvě možnosti ale nikdo nevyužil.

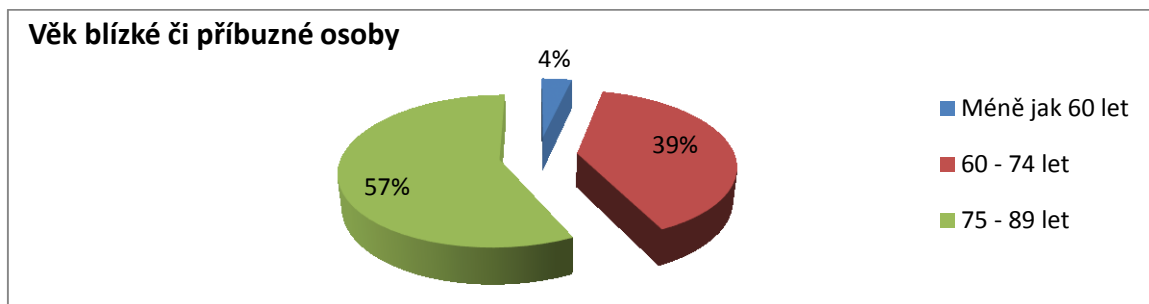
Otázka 2c) – Pohlaví blízkého či příbuzného



Graf 31 – Pohlaví blízkého či příbuzného (Vlastní zpracování)

Otázku 2c) zodpovídali respondenti také jen za podmínky, že na otázku č. 2 odpověděli *Ano*. Pokud respondenti uvažují o umístění blízké či příbuzné osoby do domova či denního stacionáře pro seniory, jedná se ze 71 % o ženy. Nicméně tato odpověď je logická, jelikož ženy se v průměru dožívají vyššího věku.

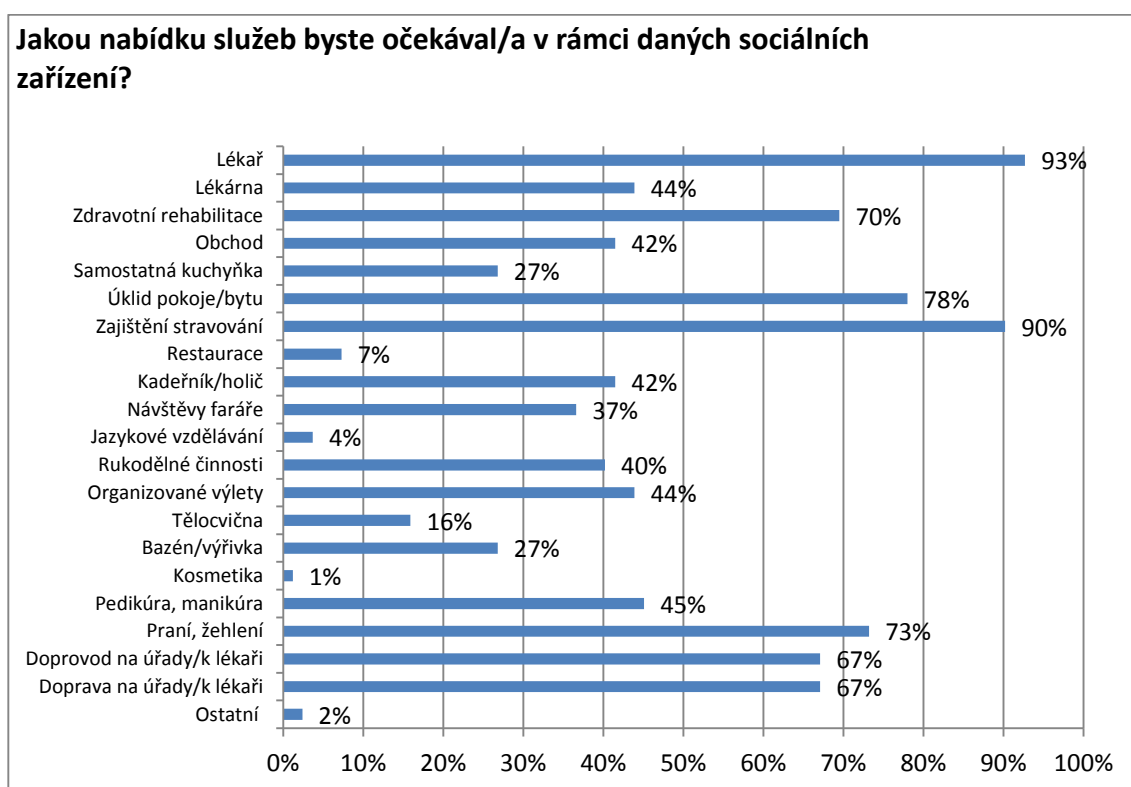
Otázka č. 2d) - Jaký je věk Vašeho/Vaší blízké/ho nebo příbuzné/ho?



Graf 32 – Věk blízké či příbuzné osoby (Vlastní zpracování)

I otázku 2d) zodpovídali respondenti také jen za podmínky, že na otázku č. 2 odpověděli *Ano*. Nejvíce uvažují respondenti o umístění blízké osoby ve věku 75 – 89 let. Možnost, že je blízké osobě 90 a více let ne zvolil nikdo.

Otázka č. 3 - Jaké služby byste v rámci domova pro seniory/denního stacionáře očekával/a? (Vyberte 10 pro Vás nejdůležitějších)

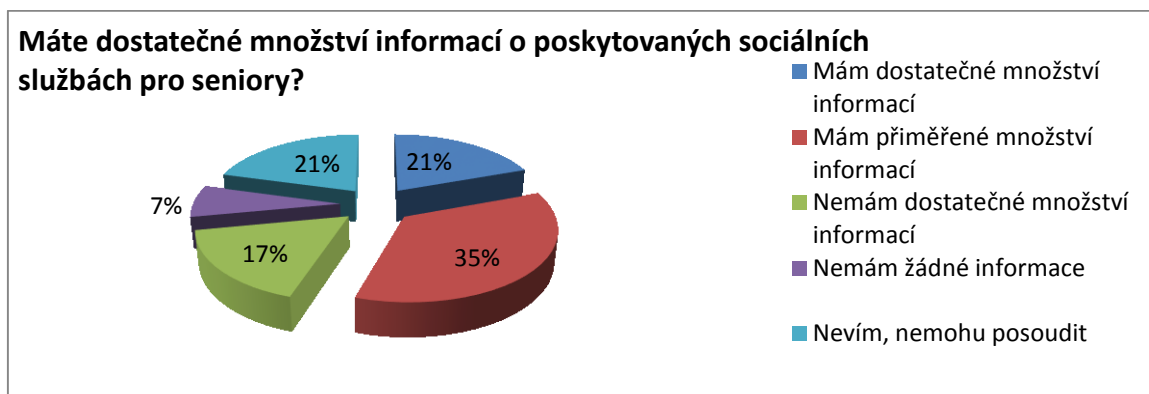


Graf 33 – Očekávané služby v daných sociálních zařízeních (Vlastní zpracování)

Otázka č. 3 měla za cíl zjistit, jaké služby od daných sociálních služeb veřejnost očekává. Respondenti mohli vybírat až deset možností. Deset nejdůležitějších služeb dle respondentů: lékař, zajištění stravování, úklid pokojů či bytu, praní a žehlení, zdravotní rehabilitace, doprovod a doprava na úřady či k lékaři, pedikúra a manikúra, lékárna a organizo-

vané výlety. V rámci odpovědi jiné byly uvedeny odpovědi: možnost rozhovoru, možnost půjčení filmu a dvakrát byla uvedena knihovna.

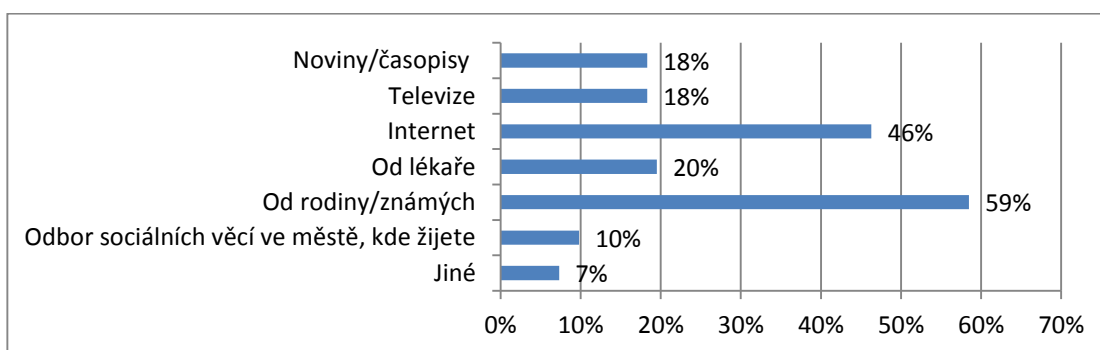
Otázka č. 4 – Myslíte si, že máte dostatek informací o poskytovaných sociálních službách pro seniory?



Graf 34 – Množství informací o poskytovaných sociálních službách pro seniory (Vlastní zpracování)

Více jak polovina respondentů má dostatek či přiměřeně informací. Ostatní mají informací buď málo, nebo žádné. 21 % respondentů nedokáže posoudit, zda má dostatek informací. Je to ale dáno i tím, že mnoho lidí se o danou problematiku vůbec nezajímá, protože dané služby v současné době nepotřebují.

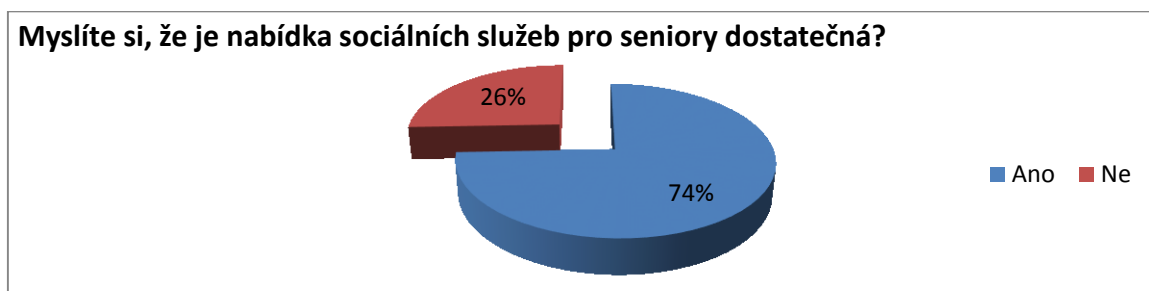
Otázka č. 5 – Z jakých zdrojů se dozvídáte o sociálních službách pro seniory?



Graf 35 – Zdroj informací o sociálních službách pro seniory (Vlastní zpracování)

V otázce č. 5 mohli respondenti zvolit více odpovědí než jednu. Nejčastěji uváděný zdroj informací jsou rodina a známí, hned potom internet. V rámci možnosti jiné bylo uvedeno dvakrát, že respondent nemá žádné informace a desetkrát bylo uvedeno, že respondent pracuje v sociálních službách.

Otázka č. 6 – Myslíte si, že je nabídka sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji dostatečná?



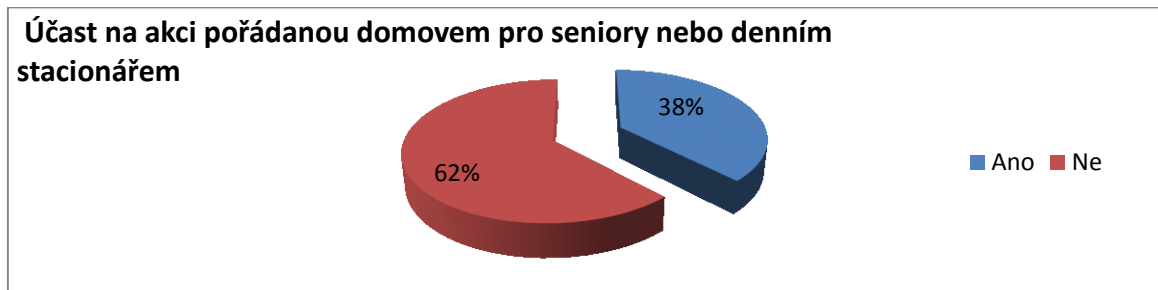
Graf 36 – Dostatečnost nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)

Přibližně čtvrtina respondentů si myslí, že nabídka sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji není dostatečná. V otázce 6a)– *Jaké sociální služby pro seniory Vám chybí?* se poté měli možnost vyjádřit, jaké sociální služby v kraji postrádají. Celkem 42 respondentů uvedlo, že jim nějaká služba chybí.

Tabulka 3 – Chybějící služby v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)

Chybějící služba	Četnost uvedení dané služby
Více domovů pro seniory/ větší kapacity	17 krát
Více denních stacionářů	5 krát
Více odlehčovacích služeb	4 krát
Více hospiců	4 krát
Větší kapacita domácí péče	3 krát
Doprovod k lékaři	3 krát
Malometrážní byty pro seniory	3 krát
Organizované výlety pro seniory	2 krát
Informační centra o nabízených službách	1 krát

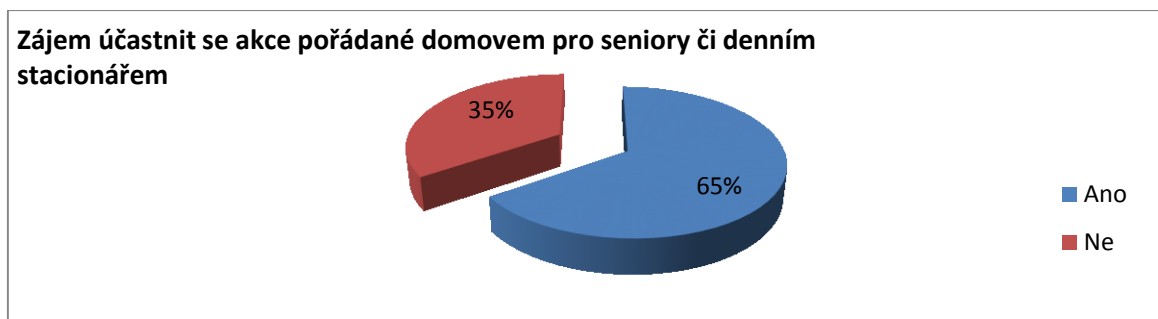
Otázka č. 7 - Zúčastnil/a jste se někdy nějaké akce, jejímž pořadatelem byl domov důchodců či denní stacionář pro seniory? (př. taneční odpoledne, mezigenerační setkání, den otevřených dveří,...)



Graf 37 - Účast na akci pořádanou domovem pro seniory nebo denním stacionářem (Vlastní zpracování)

Více jak polovina respondentů se nikdy neúčastnila akce pořádanou domovem pro seniory či denním stacionářem.

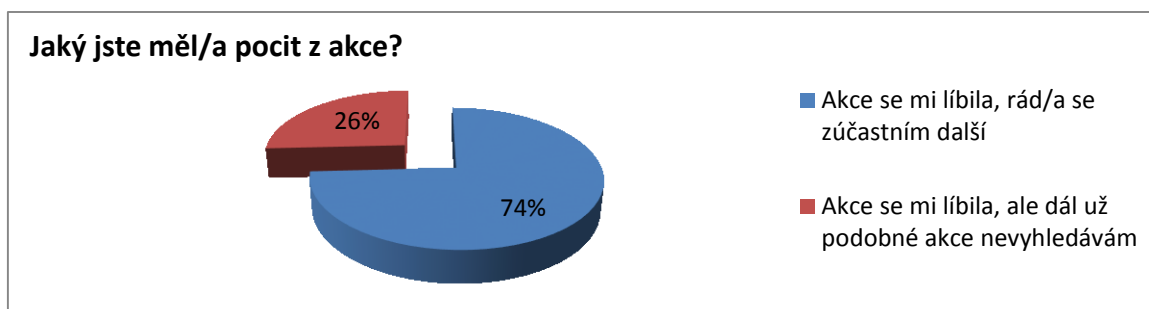
Otázka č. 7a) - Měl/a byste zájem se účastnit akce, jejímž pořadatelem by byl domov důchodců či denní stacionář pro seniory? (př. taneční odpoledne, mezigenerační setkání, den otevřených dveří,...)



Graf 38 – Zájem účastnit se akce pořádané domovem pro seniory či denním stacionářem (Vlastní zpracování)

Na otázku 7a) odpovídali jen respondenti, kteří na otázku č. 7 odpověděli *Ne*. Nicméně nadpoloviční většina respondentů, která se žádné akce pořádané domovem pro seniory či denním stacionářem neúčastnila, by o účast na takovéto akci měla případný zájem nebo by se jí přinejmenším nebránila.

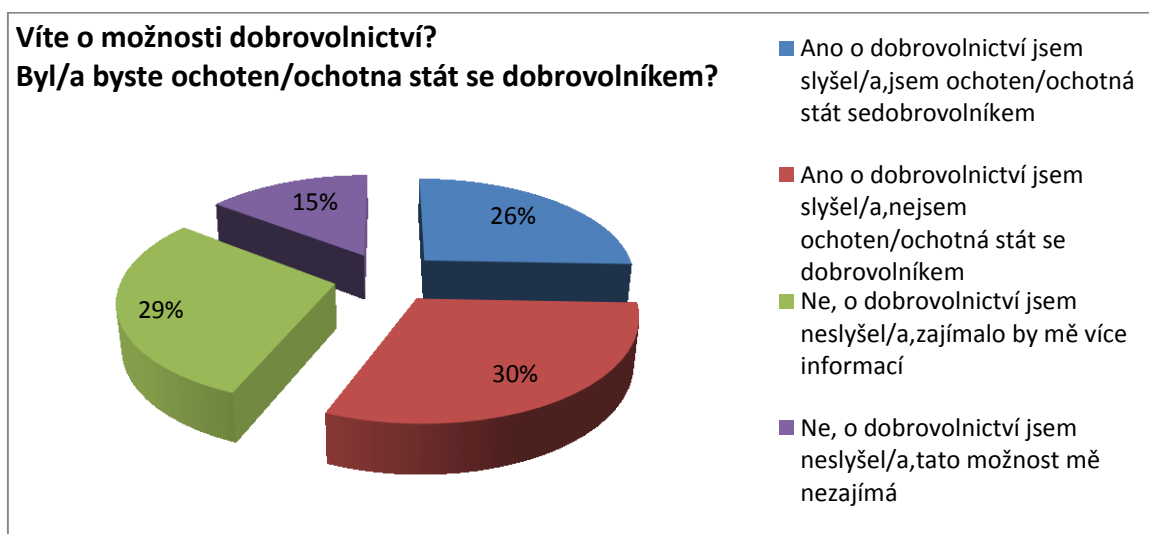
Otázka č. 7b) – Jaký jste měl/a pocit z akce?



Graf 39 – Pocit účastníka z akce (Vlastní zpracování)

Na otázku č. 7b) odpovídali jen respondenti, kteří na otázku č. 7 odpověděli *Ano*. Z odpovědí vyplývá, že nikdo kdo se účastnil akce tohoto typu, nebyl nespokojený. Dokonce by se téměř tři čtvrtiny respondentů rádi zúčastnili dalších takových akcí. Možnost *Akce se mi nelíbila* nikdo nezvolil. Z toho důvodu ani nikdo neodpovídal na otázku č.7c) *Proč se Vám akce nelíbila*.

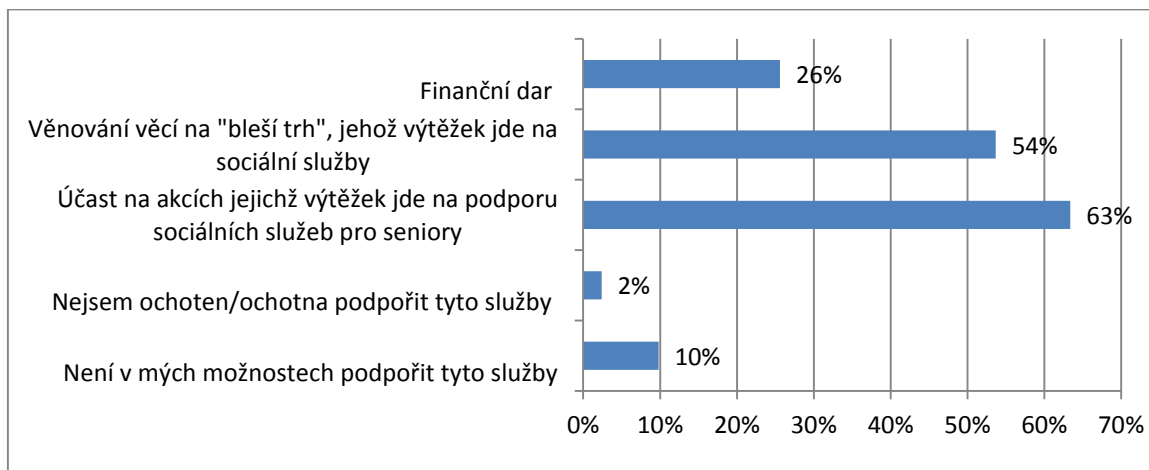
Otázka č. 8 - Slyšel/a jste někdy o možnosti dobrovolnictví v sociálních službách pro seniory? Byl/a byste ochoten/ochotna stát se dobrovolníkem?



Graf 40 – Informace o dobrovolnictví a ochota stát se dobrovolníkem (Vlastní zpracování)

Otázka č. 8 měla za cíl zjistit informovanost veřejnosti o možnosti dobrovolnictví a její ochotu k dobrovolnictví. Čtvrtina respondentů o dobrovolnictví slyšela a měla by zájem stát se dobrovolníkem. To je velký potenciál, který by pro sociální služby bylo možné využít. 29 % respondentů o dobrovolnictví neslyšelo, ale měli by zájem se dozvědět více informací, to je signálem toho, že by větší informovanost o této příležitosti, mohla zvýšit počty dobrovolníků v zařízeních sociálních služeb.

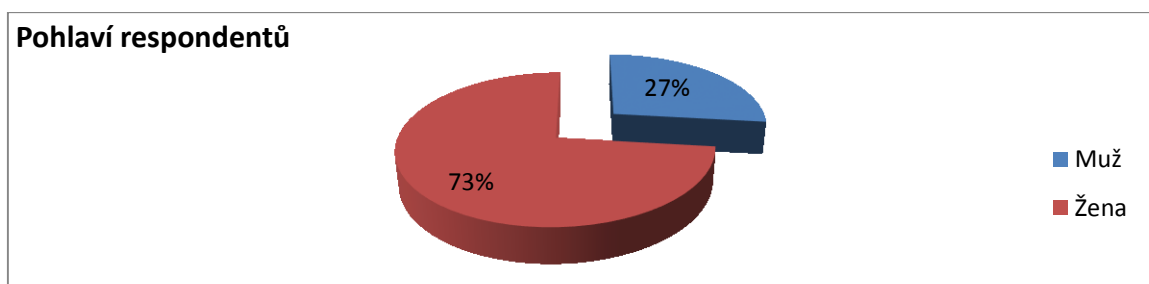
Otázka č. 9 - Byl/a byste ochoten/ochotna nějak jinak podpořit sociální služby pro seniory? Pokud ano, jakým způsobem byste chtěl/a podpořit sociální služby pro seniory?



Graf 41 – Podpora sociálních služeb pro seniory veřejností (Vlastní zpracování)

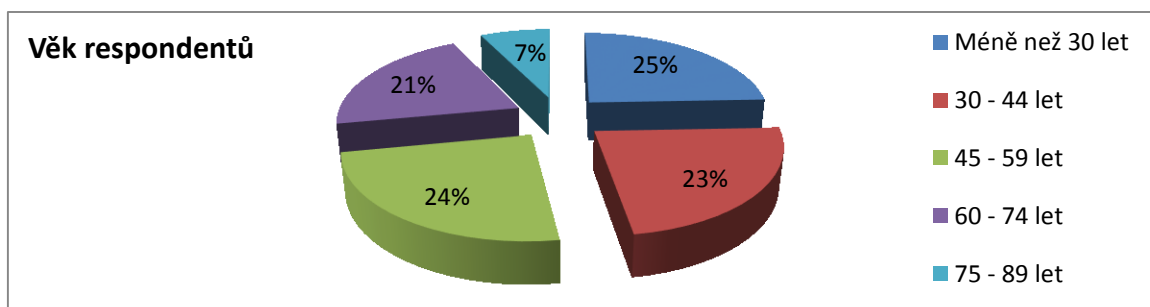
V otázce č. 9 mohli respondenti zvolit více možností. Pouze 2 % respondentů nejsou ochotna podpořit sociální služby, 10 % uvedlo, že to není v jejich možnostech. Nejoblíbenější formou podpory služeb je účast na akcích, jejichž výtěžek jde na podporu sociálních služeb. Nicméně z otázky vyplývá, že oblíbenou formou podpory je i věnování věcí na „bleší trh.“ Přibližně čtvrtina respondentů je ochotná sociální služby pro seniory podpořit finančním darem.

Otázka č. 10 – Pohlaví respondentů

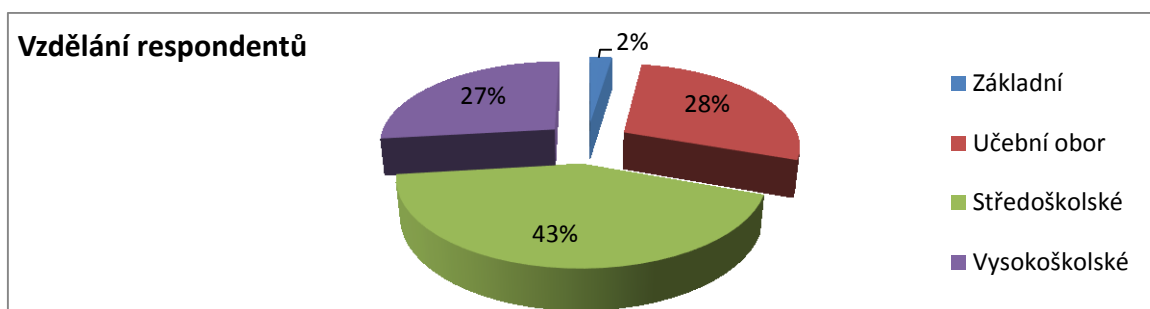


Graf 42 – Pohlaví respondentů (Vlastní zpracování)

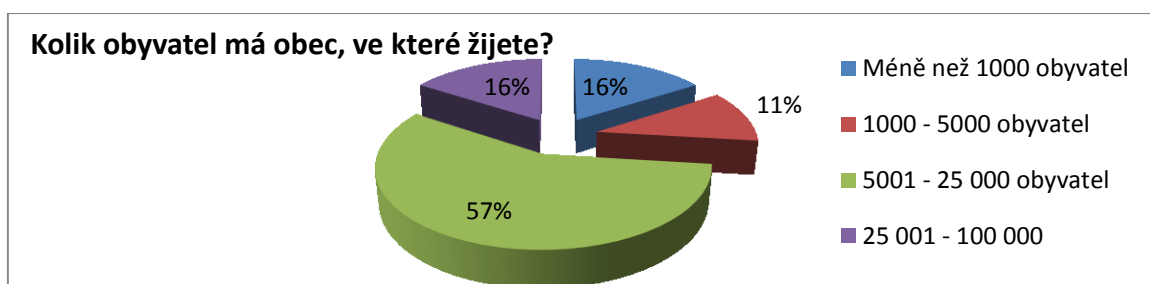
Celé tři čtvrtiny respondentů byly ženy, zbývající čtvrtinu respondentů tvořili muži. Tento fakt lze pravděpodobně přičíst vyšší ochotě žen k vyplnění dotazníku.

Otázka č. 11 - Věk respondentů*Graf 43 – Věk respondentů (Vlastní zpracování)*

Rozložení věkových skupin respondentů bylo poměrně rovnoměrné, až na skupinu 75 – 89 let, kterou tvořilo jen 7 % respondentů a skupinu nad 90 let, kde se výzkumu neúčastnil žádný respondent tohoto věku.

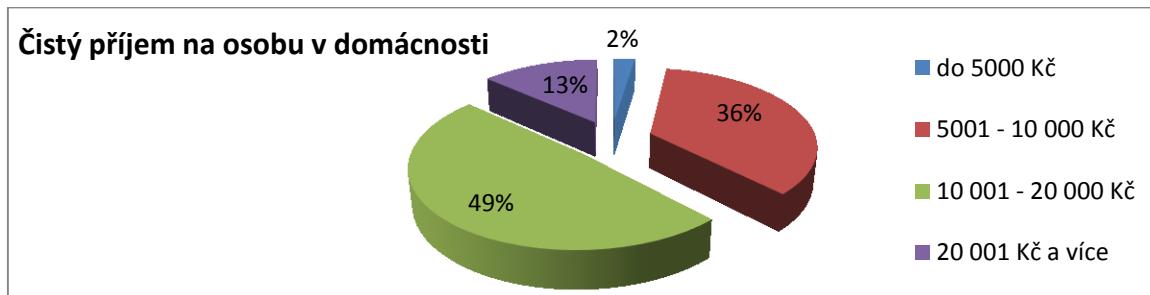
Otázka č. 12 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?*Graf 44 – Vzdělání respondentů (Vlastní zpracování)*

Nejvíce respondentů, kteří se účastnili výzkumného šetření, dosáhlo jako nejvyššího vzdělání, vzdělání středoškolského. Přibližně třetina respondentů dosáhla vzdělání Vysokoškolského a třetina ukončila učební obor. 2 % respondentů uvedli jako své nejvyšší vzdělání, vzdělání základní.

Otázka č. 13 – Kolik obyvatel má obec, ve které žijete?*Graf 45 – Počet obyvatel obce, ve které žije respondent (Vlastní zpracování)*

Nadpoloviční většina žije v obci s počtem obyvatel v rozmezí od 5001 do 25 000. Nejméně respondentů žije v obci s počtem obyvatel v rozmezí od 1000 do 5000 obyvatel.

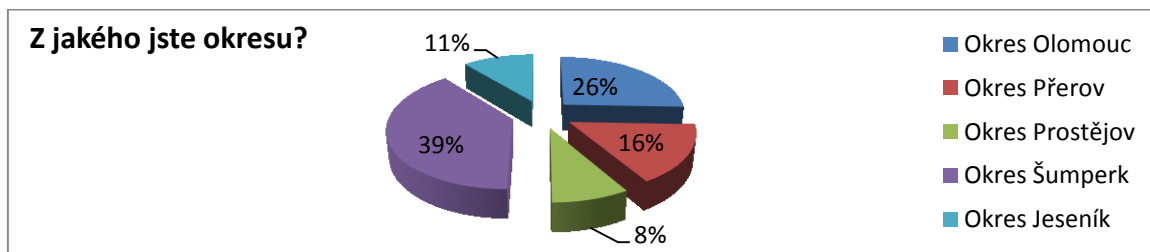
Otázka č. 14 - Jaký je ve Vaší domácnosti příjem (čistý) na 1 osobu/měsíc?



Graf 46 – Čistý příjem na osobu v domácnosti (vlastní zpracování)

Téměř polovina respondentů má měsíční čistý příjem na osobu v domácnosti v rozmezí od 10 001 do 20 000 Kč. Jen 2 % respondentů uvedla měsíční čistý příjem na osobu do 5000 Kč.

Otázka č. 15 – Z jakého jste okresu?



Graf 47 – Okres, ve kterém žije respondent (Vlastní zpracování)

I když byly již okresy zrušeny, bylo pro účel bakalářské práce nejlepší použít toto dělení. Vychází se tedy z územního rozdělení bývalých okresů. Největší zastoupení mezi respondenty měl okres Šumperk, nejmenší okres Prostějov.

11 ZJIŠTĚNÉ ZÁVISLOSTI Z PRIMÁRNÍCH DAT

V této kapitole jsou uvedeny některé ze zjištěných statistických závislostí. Tyto závislosti byly propočítány v kancelářském programu MS Excel 2007 a následně byly zpracovány v kontingenčních tabulkách pro zajištění přehlednosti.

Korelace označuje míru stupně asociace dvou proměnných. O korelaci lze hovořit za předpokladu, že hodnoty jedné proměnné se vyskytují společně s hodnotami druhé proměnné. Míra tendence tohoto výskytu se pohybuje v rozmezí neexistující korelace až po absolutní korelaci. Nejjednodušší vztah závislosti mezi dvěma proměnnými, je vztah lineární, který vyjadřuje Pearsonův korelační koeficient. Tento koeficient nabývá hodnot v intervalu od -1 do 1. Dle dosaženého koeficientu lze rozlišit zjištěnou závislost na malou (0,1 – 0,29), střední (0,3 – 0,69) a velkou (0,7 – 1,0) (Hendl, 2009, s. 250 – 256). V případě, že koeficient nabývá kladných hodnot, jedná se o závislost přímou, v případě, že nabývá záporných hodnot, jedná se o závislost nepřímou (Klímek, 2008, s. 81).

11.1 Zjištěné závislosti z analýzy současného stavu nabídky sociálních služeb z pohledu jejich poskytovatelů a uživatelů

Tabulka 4 – Závislost množství informací o sociálních službách a zdroji těchto informací (Vlastní zpracování)

Množství informací o sociálních službách v závislosti na zdroji informací	Mám hodně informací	Mám přiměřeně informací	Mám málo informací
Od rodiny a známých	45,5 %	66,7 %	83,3 %
Od lékaře	0,0 %	9,1 %	8,3 %
Noviny/časopisy	9,1 %	12,1 %	0,0 %
Televize	45,5 %	12,1 %	8,3 %
Σ	100 %	100 %	100 %

Tabulka 4 představuje míru závislosti množství informací o sociálních službách, kterou mají uživatelé domovů pro seniory na tom, z jakých zdrojů tyto informace čerpají. Vztah je nepřímý a nabývá střední síly (korelační koeficient: - 0,32). Z tohoto vztahu vyplývá, že čím méně má uživatel sociálních služeb informací, tím více využívá jako zdroj informací rodinu a známé. Tento vztah lze nejlépe pozorovat v prvním řádku tabulky.

Tabulka 5 – Spokojenost s nabízenými aktivitami v závislosti na pohlaví (Vlastní zpracování)

Spokojenost s nabízenými aktivitami v závislosti na pohlaví	Žena	Muž
1	84,2 %	39,5 %
2	5,3 %	13,2 %
3	10,5 %	39,5 %
4	0,0 %	7,9 %
5	0,0 %	0,0 %
Σ	100 %	100 %

Z tabulky 5 je patrné, že muži jsou mnohem méně spokojeni s nabídkou aktivit v domovech pro seniory než ženy. Zatímco 84,2 % žen hodnotí spokojenost s aktivitami známkou 1, tedy, že jsou rozhodně spokojeny, tak stejnou známku přidělilo jen 39,5 % mužů. V případě závislosti spokojenosti s nabízenými aktivitami na pohlaví se jedná o střední závislost (korelační koeficient: 0,46).

Spokojenost s nabízenými aktivitami také závisí na věku uživatelů. Čím jsou uživatelé mladší, tím méně jsou s nabízenými aktivitami v rámci programu spokojeni. Závislost nabývá malé síly (korelační koeficient: - 0,25). Tento jev může být způsoben tím, že mladší uživatelé jsou na nabídku aktivit náročnější.

Tabulka 6 – Celková spokojenost uživatele v závislosti na spokojenosti s vybavením zařízení (Vlastní zpracování)

Celková spokojenost v závislosti na spokojenosti s vybavením zařízení	1	2	3	4
1 – rozhodně spokojen/a s vybavením	78,3%	38,5%	0,0%	0,0%
2 – spíše spokojen/a s vybavením	21,7%	46,2%	50,0%	100,0%
3 – průměrně spokojen/a s vybavením	0,0%	15,4%	0,0%	0,0%
4 – spíše nespokojen/a s vybavením	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%
5 – rozhodně nespokojen/a s vybavením	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Σ	100 %	100 %	100 %	100 %

Tabulka 6 znázorňuje závislost celkové spokojenosti uživatele na spokojenosti s vybavením zařízení. Tento vztah je přímý a nabývá střední síly (korelační koeficient: 0,52). Z tabulky lze vidět, že 78,3 % uživatelů domova pro seniory, kteří jsou celkově rozhodně spokojeni, jsou také rozhodně spokojeni s vybavením daného zařízení. V případě 100 % u celkové spokojenosti hodnocené známkou 4 odpovídá ve skutečnosti

pouze jednomu respondentovi. Pro uživatele domovů pro seniory je tedy vybavení daného zařízení velmi důležitý aspekt při hodnocení celkové spokojenosti.

Tabulka 7 - Celková spokojenost uživatele v závislosti na spokojenosti s uspořádáním harmonogramu dne (Vlastní zpracování)

Celková spokojenost v závislosti na spokojenosti s uspořádáním harmonogramu dne	1	2	3	4
1 – rozhodně spokojen/a s harmonogramem	98,3%	76,9%	100,0%	0,0%
2 – spíše spokojen/a s harmonogramem	1,7%	23,1%	0,0%	100,0%
3 – průměrně spokojen/a s harmonogramem	0,0%	0,0 %	0,0%	0,0%
4 – spíše nespokojen/a s harmonogramem	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5 – rozhodně nespokojen/a s harmonogramem	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Σ	100 %	100 %	100 %	100 %

Sílu střední závislosti (korelační koeficient: 0,44) má závislost celkové spokojenosti uživatele na spokojenosti s uspořádáním harmonogramu dne. Tento vztah zobrazuje tabulka 7. Celkem 98,3 % uživatelů domova pro seniory, kteří uvedli, že jsou celkově rozhodně spokojeni, uvedli, že jsou zároveň rozhodně spokojeni s uspořádáním programu během dne. V tomto případě se jednalo o 59 respondentů. V případě 100 % u celkové spokojenosti hodnocené známkou 3 odpovídá ve skutečnosti pouze dvěma respondentům. Nicméně z daného vztahu vyplývá, že uspořádání harmonogramu je pro uživatele domovů pro seniory taktéž velmi důležitý aspekt.

Střední závislost (korelační koeficient: 0,3) prokazuje také vztah celkové spokojenosti a spokojenosti s nabídkou aktivit v rámci programu v domově pro seniory. Tento vztah je zcela logický, pokud jsou uživatelé spokojeni s nabídkou činností, kterým se mohou během dne věnovat, vede to k jejich větší celkové spokojenosti. Dalším takovým vztahem se střední závislostí (korelační koeficient: 0,3) je také závislost celkové spokojenosti na lokalitě daného zařízení. I zde se jedná o logický vztah. V případě, že jsou uživatelé spokojeni s umístěním zařízení a jeho okolím, vede to k jejich vyšší celkové spokojenosti. V neposlední řadě se jeví jako významný vztah celkové spokojenosti v závislosti na spokojenosti s finanční dostupností zařízení. I když tento vztah nabývá malé síly (korelační

koeficient: 0,24), tak potvrzuje, že čím více jsou uživatelé domova pro seniory spokojeni s finanční dostupností služeb, tím více jsou celkově spokojeni.

11.2 Zjištěné závislosti z analýzy poptávky po vybraných sociálních službách pro seniory v olomouckém kraji a veřejného povědomí o sociálních službách

Z dotazníku vyplynul vztah o střední závislosti (korelační koeficient: 0,31), z kterého je zřejmé, že čím víc lidé uvažují o tom, že své blízké umístí do domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory, tím víc o této variantě uvažují i pro sebe. Tento vztah je poměrně logický. Dalším logickým vztahem, který z dotazníkového šetření vyplynul, je vztah mezi věkem a zájmem o využívání domova pro seniory či denního stacionáře (korelační koeficient: - 0,23). Z této závislosti vyplývá, že čím jsou lidé mladší, tím méně uvažují o tom, že by někdy chtěli v budoucnu zařízení tohoto typu využívat.

U lidí, kteří odpověděli na otázku, zda budou chtít oni sami v budoucnu vyžít domov pro seniory či denní stacionář pro seniory, ano, je možné vyzorovat další závislost. Jedná se o asociaci střední síly (korelační koeficient: 0,58) a tento vztah ukazuje, že čím vyššího vzdělání lidé dosáhli, tím později si myslí, že budou chtít dané zařízení využívat.

Tabulka 8 – Množství informací o sociálních službách v závislosti na účasti na akci pořádané domovem pro seniory či denním stacionářem (Vlastní zpracování)

Účast na akci v závislosti na množství informací	Zúčastnil/a jsem se akce	Akce jsem se nezúčastnil/a
Mám dostatečné množství informací	33,3%	17,9%
Mám přiměřené množství informací	48,1%	43,6%
Nemám dostatečné množství informací	14,8%	25,6%
Nemám žádné informace	3,7%	12,8%
Σ	100%	100%

Z tabulky 8 je patrný vztah účasti na akci pořádanou domovem pro seniory či denním stacionářem v závislosti na množství informací, které respondenti mají o sociálních službách pro seniory. Síla asociace je střední (korelační koeficient: 0,36). Účastníci akcí, které pořádal domov pro seniory či denní stacionář si myslí, že mají dostatek informací

o sociálních službách. Ti, co se žádné akce nezúčastnili, si většinou myslí, že nemají dostatečné množství informací.

Další vztah, který z šetření vyplynul, pojednává o tom, že pokud mají lidé více informací o sociálních službách, jsou více ochotni tyto služby podpořit. Síla asociace je středně velká (korelační koeficient: 0,31). Stejně tak na množství informací o sociálních službách závisí množství informací o dobrovolnictví a zároveň ochota se dobrovolníkem stát. Je zde přímá, malá závislost (korelační koeficient: 0,23).

Závislost ochoty podpořit sociální služby pro seniory na ochotě stát se dobrovolníkem je přímá, slabá (korelační koeficient: 0,29). Čím více jsou lidé ochotni podpořit služby pro seniory, tím více jsou zároveň ochotni stát se dobrovolníkem. Jedná se o poměrně logický vztah. Dalším zjištěným vztahem je závislost ochoty podpořit sociální služby pro seniory na tom, zda si respondent myslí, že bude chtít tyto služby v budoucnu využívat. Jedná se o přímou střední závislost (korelační koeficient: 0,36). Čím více si respondenti myslí, že budou v budoucnu tyto služby využívat, tím více jsou ochotni podpořit sociální služby.

Tabulka 9 – Ochota podpořit sociální služby pro seniory v závislosti na čistém měsíčním příjmu (Vlastní zpracování)

Ochota podpořit služby v závislosti na čistém příjmu	Do 5000 Kč	5 001 – 10 000 Kč	10 001 – 20 000 Kč	20 001 Kč a více
Finanční dar	0,0%	20,7%	24,4%	45,5%
Věnování věci na „bleší trh“	50,0%	48,3%	48,8%	54,5%
Účast na akci, jejíž výtěžek jde na podporu služeb	50,0%	13,8%	14,6%	0,0%
Není v mých možnostech podpořit služby	0,0%	17,2%	7,3%	0,0%
Nejsem ochoten/ochotna podpořit služby	0,0%	0,0%	4,9%	0,0%
Σ	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Vztah mezi ochotou podpořit služby a čistým měsíčním příjmem, který znázorňuje tabulka 9, je nepřímý o střední síle závislosti (korelační koeficient: - 0,4). Čím větší mají respondenti čistý měsíční příjem na osobu v domácnosti, tím spíše podpoří sociální služby

pro seniory finanční částkou, popřípadě věnováním hmotných věcí. V případě 50 % u příjmu do 5 000 Kč se v obou případech jednalo o jednoho respondenta. Zajímavé také je, že možnost nejsem ochotný/ochotná podpořit sociální služby pro seniory zvolili respondenti v příjmové skupině od 10 001 do 20 000 Kč, tedy ne lidé s nejnižším příjmem. Stejně tak lidé v nejnižší příjmové skupině ani v jednom ze dvou případů nezvolili možnost, že není v jejich možnostech služby podpořit.

12 ZÁVĚREČNÁ SHRNUÍ A DOPORUČENÍ

Po shrnutí dílčích výsledků analýz je vhodné navrhnout doporučení, která by vedla ke zlepšení současného stavu nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji, tedy domovů pro seniory a denních stacionářů pro seniory. Dále ke zlepšení současného stavu těchto služeb a přilákání nových klientů, popřípadě dobrovolníků a podporovatelů těchto služeb. Návrhy na zlepšení budou rozděleny do tří skupin, a to:

- Doporučení pro domovy pro seniory
- Doporučení pro denní stacionáře pro seniory
- Společná doporučení

Doporučení pro domovy pro seniory

Domov pro seniory se stane seniorům novým domovem. Jelikož z výzkumného šetření vyšlo, že je pro seniory důležité **vybavení domovů**, je vhodné se na tento faktor ze strany domovů zaměřit. Investovat do vybavení domova a co nejvíce zútulnit prostředí domovů, aby se senior mohl cítit lépe. Další možností je umožnit klientům, aby si do domova přinesli svůj nábytek. Alespoň tak, aby se cítili pohodlně a „doma.“ Stačí alespoň nějaký oblíbený kus nábytku. Tento přístup pomůže seniorovi k lepší adaptaci na nové prostředí, která je pro něj většinou velmi těžká. Dalším doporučením ohledně vybavení je, že pokud si klient platí samostatný pokoj, který je dražší než pokoj sdílený, měl by mít tento pokoj i samostatné sociální zařízení. Pokud to není možné, měla by tomuto faktu být přizpůsobena i cena. Mezi zmiňované nedostatky vybavení ze strany klientů bylo také uvedeno chybějící umyvadlo na pokoji, bylo to právě v případě, že měl klient sdílené sociální zařízení. Samostatné umyvadlo v pokoji v případě, že není možné zajistit samostatné sociální zařízení, by mohlo problém alespoň zmírnit.

Dalším aspektem, který je pro klienty velmi důležitý, je **strava**. Ze strany domova je vhodné, zajistit stravu co nejpestřejší a zároveň takovou, aby se seniorům dobře konzumovala. Možností je také vytvořit systém stravování, kdy by si senioři mohli vybírat alespoň ze dvou jídel, která by si například týden dopředu objednali.

V případě domovů pro seniory a celkově sociálních služeb je téměř nemožné odlišit se od konkurence pomocí ceny. V případě těchto služeb hraje velkou roli převážně prostředí, kde jsou služby nabízeny, kvalita těchto služeb a doplňkové služby (Molek, 2009, s. 152-153). Jako **doplňkové služby**, které klientům chyběly, by mohly domovy doplnit

možnost masáží, i bez doporučení lékaře. V některých domovech je možnost rehabilitací a masáží, které jsou však na doporučení lékaře, proto by bylo vhodné, aby klienti mohli mít možnost si masáž doplatit a využít i bez tohoto doporučení. Další zmiňovanou chybějící službou byl malý obchůdek či kantýna v rámci domova. Tuto službu poskytují pouze některé domovy, proto by v místech, kde obchůdky chybí, bylo vhodné tuto službu doplnit. Služba, která byla klienty taktéž zmíněna jako chybějící, je možnost půjčování knih. V některých domovech tato možnost sice existuje, ale pro klienty, kteří jsou v domově již dlouho dobu, je nabídka knih nedostatečná. Možností by proto bylo například domluvení spolupráce s místní knihovnou.

Doporučení pro denní stacionáře pro seniory

Denní stacionář pro seniory je ambulantní službou, tedy službou, za kterou klient dochází. I přesto je pro klienty velmi důležité prostředí, ve kterém je tato služba poskytována. Proto by denní stacionáře měly klást důraz taktéž na **vybavení** a příjemné prostředí. I přesto, že se jedná o docházkovou službu, je vhodné, když zde má každý klient nějaké svoje místo (např. každý má své křeslo), aby se i v denním stacionáři mohl lépe adaptovat.

Denní stacionáře nemají přeplněnou kapacitu, jako je tomu u domovů pro seniory. Jedním z důvodů je možná to, že lidé neznají možnosti toho, co vše jim může denní stacionář nabídnout. Denní stacionář kromě pomoci s běžnou péčí o vlastní osobu, osobní hygienou, zajišťuje hlavně sociální kontakt seniora. Senioři, kteří se o sebe dokážou samostatně postarat, si mohou myslet, že jim nemá denní stacionář co nabídnout. Proto by mohly denní stacionáře nabídnout **bezplatné vyzkoušení služby pro potencionální klienty**. Senior by si zaplatil pouze stravu a mohl by strávit jeden den v denním stacionáři zdarma. Zjistil by tak, zda je pro něj služba vhodná a zda mu má co nabídnout.

Společná doporučení

Jak domovy pro seniory, tak denní stacionáře by se měly zaměřit na **nabídku aktivit** v rámci jejich zařízení. Z výzkumného šetření vyplynulo, že nabízené aktivity jsou důležitým faktorem pro celkovou spokojenost s daným zařízením. Dalším zjištěným faktem je, že spokojenost s aktivitami je podmíněna věkem a pohlavím. Méně spokojeni jsou muži a mladší uživatelé domovů. Pro lepší hodnocení aktivit by tak bylo dobré, aktivity více selektovat. Zařadit v rámci dne například více bloků po menších časových úsecích, ale tak, aby si každý vybral pro něj vhodnou aktivitu. Jednou z možností, jak vyhovět co

nejvíce klientům, je udělat mezi nimi průzkum, o co konkrétně by měli zájem. Popřípadě jim dát na výběr z několika možností.

V rámci nabídky **doplňkových služeb** se jeví jako vhodná pro domovy i denní stacionáře pro seniory možnost canisterapie, která již v některých zařízeních funguje, ale v některých tato možnost stále chybí, přičemž klienti na tuto nabídku reagují velmi pozitivně. Možnost canisterapie nabízí mnoho odborníků, kteří dochází do zařízení, jako jsou dětské domovy, mateřské školy, domovy pro seniory a podobně (Podané ruce © 2012, Firmy.cz © 1996-2017). Další doplňkovou službou může být nabídka organizovaných výletů, kterou od daných zařízení očekává 44 % respondentů, jak vyplynulo z výzkumu poptávky po těchto službách. Jako doplňkovou službu je také možné zřídit podpůrnou skupinu při daném zařízení pro rodinné příslušníky klientů. Ve valné míře o umístování seniorů do sociálních zařízení rozhodují jejich rodinní příslušníci, jak vyplynulo z výzkumného šetření. Pro rodinu je často situace ohledně jejich blízkých těžká či si s ní neví rady. Podpůrné skupiny pro zvládnutí situací se seniory při daných sociálních zařízeních by vedly ke sdílení problémů, možnost výměně rad a zkušeností v podobných situacích. Navíc zde může dojít k většímu sepejetí s daným zařízením ze strany rodiny, prohloubení důvěry k zařízení a utužení vzájemných vztahů s poskytovateli služeb.

Pro klienty je velmi důležitý sociální kontakt, který jim může být zajištěn prostřednictvím různých forem **mezigenerační spolupráce**. Tato spolupráce pomůže oživit aktivity nabízené v rámci zařízení, zároveň se služby dostanou do podvědomí veřejnosti, a to zejména i mladé generace. Formou této spolupráce mohou být vystoupení mateřských školek, ale i vystoupení mladších žáků škol. Další možností je umožnění praxe v daných zařízeních a propojení se středními školami sociální péče a služeb. Studenti středních škol pak mohou být touto formou osloveni i k dobrovolnictví.

Problémem pro domovy i denní stacionáře je také často nedostatek personálu. Důvodem je častá fluktuace zaměstnanců z důvodu malých mezd a nedostatečné prestiže práce v sociálních službách. Důležité je tedy najít vhodnou a účinnou formu **stimulace zaměstnanců** pro práci. Může se jednat o podporu vzdělávání zaměstnanců a rozšiřování jejich profesní kvalifikace, finanční ohodnocení (na základě osobního ohodnocení), apod. Nicméně dle výzkumu motivace pracovníků v sociálních službách, jsou důležité zejména nehmotné formy stimulace, jako ztotožnění se s vizí organizace a dobrá týmová spolupráce, profesní růst, možnost uplatnění svých dovedností, zpětná vazba, apod. Opačný efekt,

kterému by se měli vedoucí pracovníci vyhnout je absence hodnocení odvedené práce (Tichá, 2013).

Nedostatek pracovníků lze také částečně pokrýt prostřednictvím dobrovolnictví. Jednou z možností je **vybudování vlastního dobrovolnického centra při daném zařízení**. Dané zařízení sice bude do tohoto projektu z počátku muset investovat, nicméně získá přehled o dobrovolnících, kteří se budou do programu hlásit a bude si moci samo nastavit kritéria výběru dobrovolníků, apod. Dobrovolnické centrum funguje například při Centru sociálních služeb Prostějov, p. o. (CSSP © 2002-2017) Další **možností je využívání stávajících dobrovolnických center**. Tato centra jsou například Maltézská pomoc, o. p. s., ADRA, JIKA – Olomoucké dobrovolnické centrum, z. s., a další (Maltézská pomoc, o. p. s. © 2016, ADRA © 2014, JIKA – Olomoucké dobrovolnické centrum, z. s. © 2017).

Z výzkumného šetření vyplynulo, že problémem je nedostatek informací o sociálních službách. Většina respondentů získává informace od rodiny či známých. Tyto informace mohou být nepřesné či zkreslené. Z výzkumu také vyplynulo, že lidé, kteří se zúčastnili akcí pořádaných domovem pro seniory či denním stacionářem pro seniory, mají informace o sociálních službách více. Informací o jednotlivých zařízeních je dostatek na internetu, na odborech sociálních věcí města a tak dále. Nicméně tyto informace musí lidé aktivně vyhledávat. Lidé tyto informace aktivně vyhledávají až v době, kdy je potřebují, v tomto případě to potom za seniory často dělá rodina či někdo blízký. Pro zařízení sociálních služeb by bylo dobré dostat se do povědomí veřejnosti a potenciálních klientů ještě předtím, než budou danou službu potřebovat. K tomuto účelu je vhodné **pořádání akcí pro veřejnost**, přičemž tyto akce mohou mít různou formu. Možností je uspořádat **den otevřených dveří**, kde získá veřejnost přehled o všech nabízených službách, o možnostech umístění seniorů, o možnostech podpory daného zařízení. Další možností je **uspořádání akce, jejíž výtěžek půjde na podporu daného zařízení**. Může se jednat o koncert, divadlo, apod. Tento způsob je sice náročnější na organizaci, ale na druhou stranu je to pro veřejnost nejpříjemnější forma podpory sociálních služeb, jak vyplynulo z výzkumného šetření. V neposlední řadě může jít o „**bleší trh**“, **jehož výtěžek půjde taktéž na podporu daných zařízení**. I tato možnost byla uváděna respondenty ve výzkumném šetření jako přijatelná varianta podpory služeb z jejich strany. Jedná se o nenásilné projekty, kterými se služby zviditelní a zůstávají v kontaktu s veřejností i v době, kdy je veřejnost právě nevyhledává. V rámci akcí je také vhodné předat informace o nabízených službách, možnosti dobrovolnictví, apod. Denním stacionářům, které nemají

většinou naplněné kapacity, dává pořádání těchto akcí možnost oslovit další potenciální klienty. Domovům pro seniory ale i denním stacionářům pak pořádání těchto akcí dává možnost seznámit veřejnost se svojí činností a oslovit tak potenciální sponzory, jelikož neziskové služby se musí zaměřovat jak na klienty, tak právě na shánění finančních i jiných zdrojů, které by jim umožnily provádět lepší a kvalitnější práci.

Při zařízeních je také možnost zřídit **dobročinné obchody**, které mohou fungovat také na principu „blešního trhu,“ tedy že veřejnost daruje pro ni nepotřebné, avšak stále použitelné věci a v těchto obchodech je domov může prodávat. Zároveň zde vzniká námět na rukodělné aktivity pro seniory. Vzniklé výrobky seniorů je také možné prodávat v dobročinných obchůdcích. Na tomto principu již fungují obchůdky například při domově pro seniory SueRyder (Domov SueRyder © 2017). Zisk z dobročinných obchodů zařízení následně využijí pro svůj rozvoj.

Do kompetencí krajů potom spadá **zajištění dostatečných kapacit** domovů pro seniory (Olomoucký kraj © 2017c). V možnostech některých domovů však již není kapacity dále navyšovat. Možným řešením proto je budování zařízení o menších kapacitách i v menších městech. Pro seniory je dobré neopouštět města, kde žili celý život, popřípadě města, kde mají rodinu.

ZÁVĚR

Pro každý podnik, ať již komerční či neziskový, je důležitý zákazník a uspokojení jeho potřeb. V případě sociálních služeb se jedná o uspokojení potřeb klienta. Hodnocení sociálních služeb je velmi subjektivní a ovlivněné tím, jak klient danou službu potřebuje, jaký je jeho psychický a zdravotní stav, apod.

I když konkurence nebyla v oblasti sociálních služeb do roku 2007 příliš podstatná, tak v souvislosti se stárnutím populace se i v neziskovém sektoru s narůstající konkurencí musí počítat. A to zejména v oblasti pobytových služeb pro seniory.

Při výběru sociálního zařízení, které by chtěl senior navštěvovat, se budou tato zařízení jen velmi těžko odlišovat prostřednictvím ceny. Sociální služby se odlišují zejména kvalitou poskytovaných služeb, prostředím, kde jsou tyto služby poskytovány a rozsahem nabídky poskytovaných služeb v rámci daného zařízení. Nároky na kvalitu poskytovaných služeb se neustále zvyšují, nicméně finanční prostředky plynoucí na sociální služby se výrazně nenavvyšují. I přesto by se zařízení měla snažit poskytovat služby kvalitní a zjišťovat spokojenost svých klientů a na základě zjištěných poznatků přistupovat k různým opatřením.

Cílem bakalářské práce bylo navrhnout doporučení, která by vedla ke zlepšení nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji. V rámci teoretické části práce byla provedena literární rešerše pro oblast sociálních služeb a spokojenosti zákazníků. Na základě této rešerše pak byla stanovena teoretická východiska pro provedení jednotlivých analýz. Dílčím cílem bylo zjistit spokojenost uživatelů ve vybraných sociálních zařízeních a porovnat ji s pohledem poskytovatelů. Bylo zjištěno, že poskytovatelé předpokládají, že jsou klienti více nespokojeni, než jak je tomu ve skutečnosti, a to ve všech hodnocených kategoriích. Dále byla provedena analýza poptávky po daných službách a všeobecného povědomí veřejnosti o těchto službách.

Na základě provedených analýz byla navržena vhodná doporučení, která by mohla vést ke zlepšení nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji. Doporučení byla rozdělena na doporučení pro domovy pro seniory, denní stacionáře pro seniory a společná doporučení. Jelikož z výzkumného šetření vyplynulo, že rozhodujícími faktory pro uživatele při hodnocení celkové spokojenosti jsou zejména vybavení a nabídka aktivit, soustředí se navržená doporučení zejména na tyto aspekty. Dalšími návrhy jsou

zejména zajištění různorodých doplňkových služeb, mezigenerační propojení, a vhodné způsoby stimulace zaměstnanců.

V neposlední řadě byla navržena opatření pro rozšíření povědomí o daných službách mezi veřejnost. Jedná se o pořádání dnů otevřených dveří, akcí jejíž výtěžek jde na podporu služeb, ale například i vybudování dobročinných obchodů.

Navržená doporučení by mohla vést ke zkvalitnění nabízených služeb a zároveň ke zvýšení spokojenosti jejich uživatelů. Zároveň byla navržená doporučení stanovena tak, aby podpořila i šíření povědomí o daných službách mezi veřejností.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Literatura

- BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1535-3.
- BLOUDEK, Jan, Michal HENYCH, Sláva KUBÁTOVÁ a David MÜLLER, 2013. *Rozumíte svým zákazníkům?* 1. vyd. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-258-1.
- BRADLEY, Nigel, 2013. *Marketing research tools and techniques*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-965509-0
- BUREŠ, Ivan a Pavel ŘEHULKA, 2006. *10zlatých pravidel péče o zákazníka aneb CRM v digitálním věku*. 2. vyd. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-149-6.
- CIBÁKOVÁ, Viera, Zoltán RÓZSA a Luboš CIBÁK, 2008. *Marketing služieb*. 1. vyd. Bratislava: IuraEdition. ISBN 978-80-8078-210-8.
- ČÁMSKÝ, Pavel, Dagmar KRUTILOVÁ a Jan SEMBDNER, 2011. *Sociální služby v ČR v teorii a praxi*. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0027-7.
- DVOŘÁČKOVÁ, Dagmar, 2012. *Kvalita života seniorů v domovech pro seniory*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4138-3.
- DVOŘÁČKOVÁ, Dagmar a Martina HROZENSKÁ, 2013. *Sociální péče o seniory*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4139-0.
- HENDL, Jan, 2009. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. 3. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-482-3.
- KACZOR, Pavel, 2015. *Sociální politika a sociální systém ČR*. 1. vyd. Praha: Oeconomia. ISBN 978-80-245-2096-4.
- KLÍMEK, Petr, 2008. *Ekonomické aplikace statistiky a data miningu*. 1. vyd. Bučovice: Nakladatelství Martin Stříž. ISBN 978-80-87106-10-5.
- KOTLER, Philip, 2003. *Marketing od A do Z*. 1. vyd. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-082-1.
- KOTLER, Philip et al., 2007. *Moderní marketing*. 4. evropské vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOTLER, Philip a Kevin L., KELLER, 2013. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

- KOZEL, Roman a kol., 2006. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-247-0966-X.
- KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.
- KRHUTOVÁ, Lenka, ed., 2013. *Privatizace v sociálních službách pro seniory*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7326-231-0.
- MALÍK HOLASOVÁ, Věra, 2014. *Kvalita v sociální práci a sociálních službách*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4315-8.
- MATOUŠEK, Oldřich, 2011. *Sociální služby: legislativa, ekonomika, plánování, hodnocení*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0041-3.
- MOLEK, Jan, 2009. *Marketing sociálních služeb*. 1. vyd. Praha: VÚPSV. ISBN 978-80-7416-026-4.
- PILÁT, Miroslav, 2015. *Komunitní plánování sociálních služeb v současné teorii a praxi*. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0932-4.
- PRUDKÁ, Šárka, 2015. *Sociální služby pro seniory v kontextu sociální politiky*. 1. vyd. Praha: WoltersKluwer. ISBN 978-80-7478-839-0.
- STORBACKA, Kaj a Jarmo R., LEHTINEN, 2002. *Řízení vztahů se zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-7169-813-X.
- TAJTÁKOVÁ, Mária, Jana, NOVÁ a Ladislav BEDŘICH, 2016. *Marketing neziskových organizací, sportu a kultury*. 1. vyd. Bratislava: WoltersKluwer. ISBN 978-80-8168-407-4.
- VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2014. *Marketing služeb efektivně a moderně*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5037-8.
- VLČEK, Radim, 2002. *Hodnota pro zákazníka*. 1. vyd. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-068-6.

Elektronické zdroje

- ADRA, © 2014. O nás. In: *Adra.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 22] Dostupné z: <https://www.adra.cz/o-nas>
- CSSP, © 2002-2017. Dobrovolnictví. In: *Csspv.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 - 22] Dostupné z: <http://www.csspv.cz/cz/o-nas/dobrovolnictvi>

- ČESKÝ ROZHLAS, © 1997-2017. Kde se o vás postarají nejlíp? Atlas domovů pro seniory v České republice. In: *Irozhlas.cz* [online]. 28. 2. 2016 [cit. 2017 – 04 – 10]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/data/_zprava/kde-se-o-vas-postaraji-nejlip-atlas-domovu-pro-seniory-v-ceske-republice--1588423
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2015. *Senioři v Olomouckém kraji 2015* [online]. Olomouc: Český statistický úřad. [cit. 2017 – 04 – 04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20537330/33014715.pdf/b1738776-9309-4536-b591-13f7d6f919f4?version=1.11>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, © 2017. Senioři. In: *Czso.cz* [online]. 9. 3. 2017 [cit. 2017 – 04 – 10]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/seniori>
- DOMOV SUE RYDER, ©2017. Dobročinné obchody a restaurace. In: *Sue-ryder.cz*[online].[cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <http://www.sue-ryder.cz/dobrocinne-obchody-a-restaurace.html>
- FIRMY.CZ, © 1996-2017. Kamarádi otevřených srdcí. In: *Firmy.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <https://www.firmy.cz/detail/2638443-kamaradi-otevrenych-srdci-novy-malin.html>
- HORECKÝ, Jiří, 2007. Marketing sociálních služeb In: *Horecky.cz* [online]. [cit. 2016 – 12 – 20]. Dostupné z: http://www.horecky.cz/images/1329979554_marketing-socialnich-sluzeb.pdf
- JIKA – OLOMOUCKÉ DOBROVOLNICKÉ CENTRUM, z. s., © 2017. Chcete se stát dobrovolníkem? In: *Jikadobrovol.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <http://www.jikadobrovol.cz/home/>
- KAMZAJÍT.CZ, © 2017. Olomoucký kraj. In: *Kamzajit.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 20]. Dostupné z: <http://www.kamzajit.cz/kraj/kraj-ol.php>
- KPSS OLOMOUC, ©2017. Komunální plánování sociálních služeb. In: *Kpss.olomouc.eu* [online]. [cit. 2017 – 04 – 10]. Dostupné z: http://kpss.olomouc.eu/page/zakladni_informace/
- MALTÉZSKÁ POMOC, o. p. s., © 2016. O nás. In: *Maltezskapomoc.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <http://www.maltezskapomoc.cz/co-delame#siteNav>

- MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ, ©2009. Standardy kvality sociálních služeb. In: *Mpsv.cz* [online]. 26. 10. 2009 [cit. 2016 – 12 – 21]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/5963>
- OLOMOUCKÝ KRAJ, ©2017a. Střednědobý plán rozvoje sociálních služeb v Olomouckém kraji pro roky 2018 – 2020. In: *Kr – olomoucky.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 04]. Dostupné z: <https://www.kr-olomoucky.cz/strednedoby-plan-rozvoje-socialnich-sluzeb-v-olomouckem-kraji-pro-roky-2018-2020-cl-3923.html>
- OLOMOUCKÝ KRAJ, © 2017b. Katalog. In: *Kissos.kr-olomoucky.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 12]. Dostupné z: <https://kissos.kr-olomoucky.cz/katalog/default.aspx>
- OLOMOUCKÝ KRAJ, ©2017c. Střednědobé plánování sociálních služeb. In: *Kr-olomoucky.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <https://www.kr-olomoucky.cz/strednedobe-planovani-socialnich-sluzeb-cl-288.html>
- PODANÉ RUCE, © 2012. Canisterapie terapie pomocí psů. In: *Podane-ruce-canisterapie.webnode.cz* [online]. [cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <http://podane-ruce-canisterapie.webnode.cz/canistrapeuticke-tymy/prerov-a-okoli/>
- SOCIOTRENDY.CZ, 2010a. *Výzkum mezi poskytovateli sociálních služeb v Olomouckém kraji*[online]. Olomouc: Sociotrendy. [cit. 2017 – 01 – 10]. Dostupné z: <https://www.kr-olomoucky.cz/download.html?id=11171>
- SOCIOTRENDY.CZ, 2010b. *Výzkum mezi uživateli sociálních služeb v Olomouckém kraji* [online]. Olomouc: Sociotrendy. [cit. 2017 – 01 – 10]. Dostupné z: <https://www.kr-olomoucky.cz/download.html?id=11170>
- TICHÁ, Michaela, 2013. Motivace a motivování. In: *Sociální služby*[online]. Feb, 2013[cit. 2017 – 04 – 22]. Dostupné z: <http://www.apsscr.cz/ckfinder/userfiles/files/Str%C3%A1nky%20z%20SS%20-2013%20final%20s%2020-25.pdf>
- VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH STUDIÍ o. p. s., 2010. *Management a marketing pro neziskové organizace* [online]. České Budějovice: Vysoká škola Evropských a regionálních studií o.p.s. [cit. 2016 – 12 – 20]. Dostupné z: <http://granty.vasers.cz/socialnisluzby/wp->

content/uploads/2010/11/Management-a-marketing-pro-neziskov%C3%A9-organizace.pdf

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ACSI American Customer Satisfaction Index.

ECSI European Customer Satisfaction Index.

OK Olomoucký kraj.

WHO WorldHealthOrganization.

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1- model spokojenosti zákazníka (Kozel a kol., 2006, s. 191).....</i>	<i>26</i>
<i>Obrázek 2 – Domovy pro seniory a denní stacionáře pro seniory, zapojené do průzkumu (Kamzajít.cz © 2017, Vlastní zpracování).....</i>	<i>45</i>

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 -Procentuální zastoupení populace ve věku 65 a více let ve státech Evropy (Český statistický úřad © 2017)</i>	22
<i>Graf 2 – Věková struktura Olomouckého kraje k 31. 12. 2015 (Olomoucký kraj © 2017a)</i>	39
<i>Graf 3 – Počet neuspokojených žádostí o umístění ve vybraných zařízeních na 1000 obyvatel ve věku 65 a více let podle krajů k 31. 12. 2014 (Český statistický úřad 2015, s. 61)</i>	41
<i>Graf 4 – Hodnocení charakteristik sociálních služeb jejich uživateli a odhad spokojenosti uživatelů sociálních služeb poskytovateli (Vlastní zpracování)</i>	46
<i>Graf 5 – Jak dlouho trvá, než je klientovi poskytnuta služba od chvíle podání žádosti (Vlastní zpracování)</i>	47
<i>Graf 6 – Kapacita zařízení z pohledu poskytovatelů (Vlastní zpracování)</i>	48
<i>Graf 7 – Nabídka služeb v domovech pro seniory a denních stacionářích (Vlastní zpracování)</i>	49
<i>Graf 8 – Informovanost seniorů o sociálních službách (Vlastní zpracování)</i>	50
<i>Graf 9 – Využívání komunikačních prostředků pro informování veřejnosti o nabídce služeb (Vlastní zpracování)</i>	50
<i>Graf 10 – Tendence sociálních služeb (Vlastní zpracování)</i>	51
<i>Graf 11 – Sociální služby dle právní normy (Vlastní zpracování)</i>	52
<i>Graf 12 – Povědomí o sociálních službách pro seniory (Vlastní zpracování)</i>	52
<i>Graf 13 – Zdroje informací o sociálních službách (Vlastní zpracování)</i>	53
<i>Graf 14 – Spokojenost s rozmanitostí nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)</i>	53
<i>Graf 15 – Tendence sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)</i>	54
<i>Graf 16 – Doba využívání současného zařízení (Vlastní zpracování)</i>	54
<i>Graf 17 – Zdroj informací o současně využívaném zařízení (Vlastní zpracování)</i>	55
<i>Graf 18 – Důvod pro výběr daného zařízení (Vlastní zpracování)</i>	55
<i>Graf 19 – Využívání dalších sociálních služeb (Vlastní zpracování)</i>	56
<i>Graf 20 – Financování využívaných sociálních služeb prostřednictvím příspěvku na péči (Vlastní zpracování)</i>	56
<i>Graf 21 – Pohlaví respondentů (Vlastní zpracování)</i>	57

<i>Graf 22 – Věk respondentů (Vlastní zpracování)</i>	57
<i>Graf 23 – Rodinný status respondentů (Vlastní zpracování)</i>	57
<i>Graf 24 – Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů (Vlastní zpracování)</i>	58
<i>Graf 25 – Zájem o využívání domova pro seniory či denního stacionáře (Vlastní zpracování)</i>	59
<i>Graf 26 – Za jak dlouho budete chtít služeb využívat? (Vlastní zpracování)</i>	60
<i>Graf 27 – Okolnosti pro využívání daných sociálních služeb (Vlastní zpracování)</i>	60
<i>Graf 28 – Umístění blízké či příbuzné osoby do domova či denního stacionáře pro seniory (Vlastní zpracování)</i>	61
<i>Graf 29 – Za jak dlouho bude zájem o využívání služeb ze strany blízké osoby aktuální? (Vlastní zpracování)</i>	61
<i>Graf 30 – Důvody pro umístění blízké osoby do domova či denního stacionáře pro seniory (Vlastní zpracování)</i>	62
<i>Graf 31 – Pohlaví blízkého či příbuzného (Vlastní zpracování)</i>	62
<i>Graf 32 – Věk blízké či příbuzné osoby (Vlastní zpracování)</i>	63
<i>Graf 33 – Očekávané služby v daných sociálních zařízeních (Vlastní zpracování)</i>	63
<i>Graf 34 – Množství informací o poskytovaných sociálních službách pro seniory (Vlastní zpracování)</i>	64
<i>Graf 35 – Zdroj informací o sociálních službách pro seniory (Vlastní zpracování)</i>	64
<i>Graf 36 – Dostatečnost nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)</i>	65
<i>Graf 37 -Účast na akci pořádanou domovem pro seniory nebo denním stacionářem (Vlastní zpracování)</i>	66
<i>Graf 38 – Zájem účastnit se akce pořádané domovem pro seniory či denním stacionářem (Vlastní zpracování)</i>	66
<i>Graf 39 – Pocit účastníka z akce (Vlastní zpracování)</i>	67
<i>Graf 40 – Informace o dobrovolnictví a ochota stát se dobrovolníkem (Vlastní zpracování)</i>	67
<i>Graf 41 – Podpora sociálních služeb pro seniory veřejností (Vlastní zpracování)</i>	68
<i>Graf 42 – Pohlaví respondentů (Vlastní zpracování)</i>	68
<i>Graf 43 – Věk respondentů (Vlastní zpracování)</i>	69
<i>Graf 44 – Vzdělání respondentů (Vlastní zpracování)</i>	69
<i>Graf 45 – Počet obyvatel obce, ve které žije respondent (Vlastní zpracování)</i>	69

<i>Graf 46 – Čistý příjem na osobu v domácnosti (vlastní zpracování)</i>	<i>70</i>
<i>Graf 47 – Okres, ve kterém žije respondent (Vlastní zpracování)</i>	<i>70</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 – SWOT analýza domovů pro seniory a denních stacionářů v OK (Vlastní zpracování)</i>	41
<i>Tabulka 2 – Procento obsazení jednotlivých zařízení a počet pracovníků na 1 klienta (Vlastní zpracování)</i>	48
<i>Tabulka 3 – Chybějící služby v Olomouckém kraji (Vlastní zpracování)</i>	65
<i>Tabulka 4 – Závislost množství informací o sociálních službách a zdroji těchto informací (Vlastní zpracování)</i>	71
<i>Tabulka 5 – Spokojenost s nabízenými aktivitami v závislosti na pohlaví (Vlastní zpracování)</i>	72
<i>Tabulka 6 – Celková spokojenost uživatele v závislosti na spokojenosti s vybavením zařízení (Vlastní zpracování)</i>	72
<i>Tabulka 7 -Celková spokojenost uživatele v závislosti na spokojenosti s uspořádáním harmonogramu dne (Vlastní zpracování)</i>	73
<i>Tabulka 8 – Množství informací o sociálních službách v závislosti na účasti na akci pořádané domovem pro seniory či denním stacionářem (Vlastní zpracování)</i>	74
<i>Tabulka 9 – Ochota podpořit sociální služby pro seniory v závislosti na čistém měsíčním příjmu (Vlastní zpracování)</i>	75

SEZNAM PŘÍLOH

- PI Dotazník pro poskytovatele sociální služby domov pro seniory
- PII Dotazník pro uživatele sociální služby domov pro seniory
- PIII Dotazník pro poskytovatele sociální služby denní stacionář pro seniory
- PIV Dotazník pro uživatele sociální služby denní stacionář pro seniory
- PV Dotazník – poptávka po sociálních službách pro seniory a veřejné povědomí o sociálních službách

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK PRO POSKYTOVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DOMOV PRO SENIORY

1. Jak odhadujete spokojenost Vašich klientů v následujících kategoriích?(Označte odpovědi na škále 1 až 5, kde 1 = rozhodně spokojen/a, 2 = spíše spokojen/a, 3 = průměrně spokojen/a, 4 = spíše nespokojen/a, 5 = rozhodně nespokojen/a.)

1a) Spojenost klienta s vybavením zařízení

1 2 3 4 5

1b) Spokojenost klienta se zdravotnickým a pečovatelským personálem, který je s ním denně ve styku

1 2 3 4 5

1c) Spokojenost klienta s aktivizačním personálem, který jej provází denním programem

1 2 3 4 5

1d) Spokojenost klienta s nabízeným denním programem - uspořádání programu během dne

1 2 3 4 5

1e) Spokojenost klienta s nabízenými aktivitami v rámci programu

1 2 3 4 5

1f) Spokojenost klienta se zabezpečením stravování z Vaší strany

1 2 3 4 5 tuto službu nenabízíme

1g) Spokojenost klienta s finanční dostupností služby

1 2 3 4 5

1h) Spokojenost klienta s pomocí při pořizování kompenzačních pomůcek z Vaší strany

1 2 3 4 5 tuto službu nenabízíme

1i) Spokojenost klienta s lokalitou zařízení (park okolo zařízení/okraj města/centrum města,...)

1 2 3 4 5

1j) Celková spokojenost klienta s Vámi poskytovanými službami v rámci zařízení.

- 1 2 3 4 5

2. Jak dlouho trvá, než je klientovi poskytnuta služba od chvíle, kdy si o její poskytnutí podá žádost?

- Službu poskytujeme okamžitě od podání žádosti
- Službu poskytujeme do 2 – 3 dny od podání žádosti
- Službu poskytujeme do týdne od podání žádosti
- Službu poskytujeme do měsíce od podání žádosti
- Službu poskytujeme do půl roku od podání žádosti
- Službu poskytujeme do roka od podání žádosti
- Službu poskytujeme více než rok od podání žádosti

3. Co si myslíte o kapacitě Vašeho zařízení?

- Kapacita našeho zařízení je dostatečná, dostane se na všechny zájemce o službu
- Kapacita našeho zařízení není dostatečná, někteří zájemci se ke službě nedostanou ihned, zájemce je zařazen do pořadníku
- Nevím, neumím posoudit

4. Maximální kapacita Vašeho zařízení je _____ osob (doplňte počet)

5. Aktuální počet klientů ve Vašem zařízení je _____ osob (doplňte počet)

6. Počet o klienty přímo pečujících pracovníků je _____ osob (doplňte celkový počet zaměstnanců zdravotnického, sociálního a aktivizačního personálu)

7. Jaké služby v rámci Vašeho zařízení poskytlujete?

- Pomoc při zvládnání běžných úkonů, péče o vlastní osobu
- Pomoc při osobní hygieně
- Poskytnutí stravy
- Aktivizační činnosti
- Pomoc při uplatňování práv a zájmů a při obstarávání osobních záležitostí
- Zdravotnicko – ošetrovatelská péče
- Zprostředkování kontaktu se společenským prostředím
- Nezbytné služby – praní, úklid, žehlení
- Jiné (Doplňte) _____

8. Jaká je dle Vašeho názoru informovanost seniorů o sociálních službách v Olomouckém kraji?

- Senioři mají hodně informací
- Senioři mají přiměřeně informací
- Senioři mají málo informací
- Nevím, neumím posoudit

9. Pomocí jakých komunikačních prostředků informujete veřejnost o nabídce svých služeb?

- Venkovní reklama
- Veletrhy, výstavy sociálních služeb

- Noviny/časopisy
- Informační letáky
- Rádio
- Televize
- Internet
- Jinak (Doplňte jak) _____

10. Chybějí dle Vašeho názoru v Olomouckém kraji některé sociální služby pro seniory? Pokud ano, tak jaké?

11. Mají sociální služby pro seniory v Olomouckém kraji zlepšující se či zhoršující se tendence?

- Služby mají zlepšující se tendence
- Služby mají spíše zlepšující se tendence
- Služby se nezlepšují ani nezhoršují
- Služby mají spíše zhoršující se tendence
- Služby mají zhoršující se tendence

12. Vámi poskytovaná sociální služba dle právní normy?

- Občanské sdružení
- Obecně prospěšná společnost
- Církevní právnická osoba
- Příspěvková organizace obce/města
- Organizační složka města
- Příspěvková organizace kraje
- Příspěvková organizace Ministerstva obrany
- Společnost s ručením omezením
- Jiná (Doplňte jaká) _____

13. Vaše pracovní pozice v rámci Vaší organizace? (pracovní pozice osoby vyplňující dotazník za poskytovatele) _____

PŘÍLOHA PII: DOTAZNÍK PRO UŽIVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DOMOV PRO SENIORY

1. Uved'te, jak jste spokojeni s Vámi využívanou sociální službou dle následujících kategorií? (Označte odpovědi na škále 1 až 5, kde 1 = rozhodně spokojen/a, 2 = spíše spokojen/a, 3 = průměrně spokojen/a, 4 = spíše nespokojen/a, 5 = rozhodně nespokojen/a.)

1a) Spojenost s vybavením zařízení

1 2 3 4 5

1b) Spokojenost se zdravotnickým a pečovatelským personálem, s kterým jste denně ve styku

1 2 3 4 5

1c) Spokojenost s aktivizačními pracovníky, kteří Vás provází denním programem

1 2 3 4 5

1d) Spokojenost s časovým uspořádáním programu během dne

1 2 3 4 5

1e) Spokojenost s nabízenými aktivitami v rámci programu

1 2 3 4 5

1f) Spokojenost s nabídkou stravování ze strany poskytovatele služeb

1 2 3 4 5

1g) Spokojenost s finanční dostupností služby

1 2 3 4 5

1h) Spokojenost s nabídkou pomoci při pořizování kompenzačních pomůcek

1 2 3 4 5

1i) Spokojenost s lokalitou zařízení (park okolo zařízení/okraj města/centrum města,...)

1 2 3 4 5

1j) Celková spokojenosts Vámi využívanými službami v rámci zařízení

1 2 3 4 5

1k) Chcete doplnit něco ke spokojenosti se službami, které využíváte?

2. Jaké máte povědomí o sociálních službách nabízených pro seniory? Myslíte si, že máte dostatečné množství informací?

- Mám hodně informací
- Mám přiměřeně informací
- Mám málo informací
- Nevím, neumím posoudit

3. Z jakých zdrojů získáváte informace o sociálních službách?

- Noviny/časopisy
 - Televize
 - Internet
 - Od lékaře
 - Od rodiny a známých
 - Jinak (Doplňte jak) _____
-

4. Jste spokojeni s rozmanitostí nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji?

- Jsem zcela spokojen/a
- Jsem spokojen/a, ale některé služby postrádám
- Jsem nespokojen/a, postrádám služby, které potřebuji
- Nevím, nemohu posoudit

4b) pokud Vám chybí některá ze sociálních služeb, tak která?

5. Mají sociální služby pro seniory v Olomouckém kraji dle Vašeho názoru zlepšující se či zhoršující se tendence?

- Služby mají zlepšující se tendence
- Služby mají spíše zlepšující se tendence
- Služby se nezlepšují ani nezhoršují
- Služby mají spíše zhoršující se tendence
- Služby mají zhoršující se tendence

6. Jak dlouho již využíváte současné zařízení?

- Méně než měsíc
- Do půl roku
- Do 1 roku
- Do 2 let
- Více než 2 roky

7. Jak jste se o současně využívaném zařízení dozvěděl/a?

- Noviny/časopisy
- Televize
- Internet
- Od lékaře
- Od rodiny a známých
- Jinak (Doplňte jak) _____

8. Proč jste se rozhodl/a vybrat si právě toto zařízení?

- Kvůli finanční dostupnosti
- Kvůli pozitivním ohlasům na zařízení
- Vyhovuje mi typ a způsob poskytování služby
- Byla mi nabídnuta jen tato služba nebo za mě rozhodl někdo jiný
- Jiné (Doplňte) _____

9. Využíváte i jiných sociálních služeb než této?

- Ano
- Ne

9b) pokud ano, tak jakých?

10. Využíváte příspěvek na péči na financování Vámi využívaných sociálních služeb? Pokud ano, do jaké míry?

- Příspěvek na péči nevyužiji
- Na péči vyčerpám menší část příspěvku
- Na péči vyčerpám větší část příspěvku
- Na péči vyčerpám celý příspěvek
- Na péči vyčerpám více než celý příspěvek

11. Pohlaví

- Muž
- Žena

12. Věk

- 60-74 let
- 75-89 let
- 90 a více let

13. Rodinný status

- Svobodný/á
- Ženatý/vdaná bez dětí
- Ženatý/vdaná s dětmi
- Rozvedený/á bez dětí
- Rozvedený/á s dětmi
- Ovdovělý/á s dětmi
- Ovdovělý/á bez dětí

14. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Bez vzdělání
- Základní
- Učební obor
- Středoškolské
- Vysokoškolské

PŘÍLOHA PIII: DOTAZNÍK PRO POSKYTOVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DENNÍ STACIONÁŘ PRO SENIORY

1. Jak odhadujete spokojenost Vašich klientů v následujících kategoriích?(Označte odpovědi na škále 1 až 5, kde 1 = rozhodně spokojen/a, 2 = spíše spokojen/a, 3 = průměrně spokojen/a, 4 = spíše nespokojen/a, 5 = rozhodně nespokojen/a.)

1a) Spojenost klienta s vybavením zařízení

1 2 3 4 5

1b) Spojenost klienta se zdravotnickým a pečovatelským personálem, který je s ním denně ve styku

1 2 3 4 5

1c) Spojenost klienta s aktivizačním personálem, který jej provází denním programem

1 2 3 4 5

1d) Spojenost klienta s nabízeným denním programem - uspořádání programu během dne

1 2 3 4 5

1e) Spojenost klienta s nabízenými aktivitami v rámci programu

1 2 3 4 5

1f) Spojenost klienta se zabezpečením stravování z Vaší strany

1 2 3 4 5 tuto službu nenabízíme

1g) Spojenost klienta s finanční dostupností služby

1 2 3 4 5

1h) Spojenost klienta s otevírací dobou denního stacionáře

1 2 3 4 5

1i) Spojenost klienta s lokalitou zařízení (park okolo zařízení/okraj města/centrum města,...)

1 2 3 4 5

1j) Spokojenost klienta s dostupností dopravy do zařízení a ze zařízení (ranní svozy a odpolední rozvozy klientů, blízkost MHD)

- 1 2 3 4 5

1k) Celková spokojenost klienta s Vámi poskytovanými službami v rámci zařízení.

- 1 2 3 4 5

2. Jak dlouho trvá, než je klientovi poskytnuta služba od chvíle, kdy si o její poskytnutí podá žádost?

- Službu poskytujeme okamžitě od podání žádosti
- Službu poskytujeme do 2 – 3 dny od podání žádosti
- Službu poskytujeme do týdne od podání žádosti
- Službu poskytujeme do měsíce od podání žádosti
- Službu poskytujeme do půl roku od podání žádosti
- Službu poskytujeme do roka od podání žádosti
- Službu poskytujeme více než rok od podání žádosti

3. Co si myslíte o kapacitě Vašeho zařízení?

- Kapacita našeho zařízení je dostatečná, dostane se na všechny zájemce o službu
- Kapacita našeho zařízení není dostatečná, někteří zájemci se ke službě nedostanou ihned, zájemce je zařazen do pořadníku
- Nevím, neumím posoudit

4. Maximální kapacita Vašeho zařízení je _____ osob (doplňte počet)

5. Aktuální počet klientů ve Vašem zařízení je _____ osob (doplňte počet)

6. Počet o klienty přímo pečujících pracovníků je _____ osob (doplňte celkový počet zaměstnanců zdravotnického, sociálního a aktivizačního personálu)

7. Jaké služby v rámci Vašeho zařízení poskytujete?

- Doprava klienta do zařízení
- Pomoc při zvládnání běžných úkonů, péče o vlastní osobu
- Pomoc při osobní hygieně
- Poskytnutí stravy
- Aktivizační činnosti
- Pomoc při uplatňování práv a zájmů a při obstarávání osobních záležitostí
- Zdravotnicko – ošetrovatelská péče
- Zprostředkování kontaktu se společenským prostředím
- Jiné (Doplňte) _____

8. Jaká je dle Vašeho názoru informovanost seniorů o sociálních službách v Olomouckém kraji?

- Senioři mají hodně informací
- Senioři mají přiměřeně informací
- Senioři mají málo informací
- Nevím, neumím posoudit

9. Pomocí jakých komunikačních prostředků informujete veřejnost o nabídce svých služeb?

- Venkovní reklama
- Veletrhy, výstavy sociálních služeb
- Noviny/časopisy
- Informační letáky
- Rádio
- Televize
- Internet
- Jinak (Doplňte jak)_____

10. Chybějí dle Vašeho názoru v Olomouckém kraji některé sociální služby pro seniory? Pokud ano, tak jaké?

11. Mají sociální služby pro seniory v Olomouckém kraji zlepšující se či zhoršující se tendence?

- Služby mají zlepšující se tendence
- Služby mají spíše zlepšující se tendence
- Služby se nezlepšují ani nezhoršují
- Služby mají spíše zhoršující se tendence
- Služby mají zhoršující se tendence

12. Vámi poskytovaná sociální služba dle právní normy?

- Občanské sdružení
- Obecně prospěšná společnost
- Církevní právnická osoba
- Příspěvková organizace obce/města
- Organizační složka města
- Příspěvková organizace kraje
- Příspěvková organizace Ministerstva obrany
- Společnost s ručením omezením
- Jiná (Doplňte jaká)_____

13. Vaše pracovní pozice v rámci Vaší organizace? (pracovní pozice osoby vyplňující dotazník za poskytovatele)

PŘÍLOHA IV: DOTAZNÍK PRO UŽIVATELE SOCIÁLNÍ SLUŽBY DENNÍ STACIONÁŘ PRO SENIORY

1. Uved'te, jak jste spokojeni s Vámi využívanou sociální službou dle následujících kategorií? (Označte odpovědi na škále 1 až 5, kde 1 = rozhodně spokojen/a, 2 = spíše spokojen/a, 3 = průměrně spokojen/a, 4 = spíše nespokojen/a, 5 = rozhodně nespokojen/a.)

1a) Spojenost s vybavením zařízení

1 2 3 4 5

1b) Spokojenost se zdravotnickým a pečovatelským personálem, s kterým jste denně ve styku

1 2 3 4 5

1c) Spokojenost s aktivizačními pracovníky, kteří Vás provází denním programem

1 2 3 4 5

1d) Spokojenost s časovým uspořádáním programu během dne

1 2 3 4 5

1e) Spokojenost s nabízenými aktivitami v rámci programu

1 2 3 4 5

1f) Spokojenost s nabídkou stravování ze strany poskytovatele služeb

1 2 3 4 5

1g) Spokojenost s finanční dostupností služby

1 2 3 4 5

1h) Spokojenost s otevírací dobou denního stacionáře

1 2 3 4 5

1i) Spokojenost s lokalitou zařízení (park okolo zařízení/okraj města/centrum města,...)

1 2 3 4 5

1j) Spokojenost s dostupností dopravy do zařízení a ze zařízení (ranní svozy a odpolední rozvozy klientů, blízkost MHD)

1 2 3 4 5

1k) Celková spokojenost Vámi využívanými službami v rámci zařízení

- 1 2 3 4 5

1l) Chcete doplnit něco ke spokojenosti se službami, které využíváte?

2. Jaké máte povědomí o sociálních službách nabízených pro seniory? Myslíte si, že máte dostatečné množství informací?

- Mám hodně informací
 Mám přiměřeně informací
 Mám málo informací
 Nevím, neumím posoudit

3. Z jakých zdrojů získáváte informace o sociálních službách?

- Noviny/časopisy
 Televize
 Internet
 Od lékaře
 Od rodiny a známých
 Jinak (Doplňte jak) _____

4. Jste spokojeni s rozmanitostí nabídky sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji?

- Jsem zcela spokojen/a
 Jsem spokojen/a, ale některé služby postrádám
 Jsem nespokojen/a, postrádám služby, které potřebuji
 Nevím, nemohu posoudit

4b) pokud Vám chybí některá ze sociálních služeb, tak která?

5. Mají sociální služby pro seniory v Olomouckém kraji dle Vašeho názoru zlepšující se či zhoršující se tendence?

- Služby mají zlepšující se tendence
 Služby mají spíše zlepšující se tendence
 Služby se nezlepšují ani nezhoršují
 Služby mají spíše zhoršující se tendence
 Služby mají zhoršující se tendence

6. Jak dlouho již využíváte současné zařízení?

- Méně než měsíc
 Do půl roku
 Do 1 roku
 Do 2 let
 Více než 2 roky

7. Jak jste se o současně využívaném zařízení dozvěděl/a?

- Noviny/časopisy
- Televize
- Internet
- Od lékaře
- Od rodiny a známých
- Jinak (Doplňte jak) _____

8. Proč jste se rozhodl/a vybrat si právě toto zařízení?

- Kvůli finanční dostupnosti
- Kvůli pozitivním ohlasům na zařízení
- Vyhovuje mi typ a způsob poskytování služby
- Byla mi nabídnuta jen tato služba nebo za mě rozhodl někdo jiný
- Jiné (Doplňte) _____

9. Využíváte i jiných sociálních služeb než této?

- Ano
- Ne

9b) pokud ano, tak jakých?

10. Využíváte příspěvek na péči na financování Vámi využívaných sociálních služeb? Pokud ano, do jaké míry?

- Příspěvek na péči nevyužiji
- Na péči vyčerpám menší část příspěvku
- Na péči vyčerpám větší část příspěvku
- Na péči vyčerpám celý příspěvek
- Na péči vyčerpám více než celý příspěvek

11. Pohlaví

- Muž
- Žena

12. Věk

- 60-74 let
- 75-89 let
- 90 a více let

13. Rodinný status

- Svobodný/á
- Ženatý/vdaná bez dětí
- Ženatý/vdaná s dětmi
- Rozvedený/á bez dětí
- Rozvedený/á s dětmi
- Ovdovělý/á s dětmi
- Ovdovělý/á bez dětí

14. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Bez vzdělání
- Základní
- Učební obor
- Středoškolské
- Vysokoškolské

PŘÍLOHA PV: DOTAZNÍK – POPTÁVKA PO SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH PRO SENIORY A VEŘEJNÉ POVĚDOMÍ O SOCIÁLNÍCH SLUŽBÁCH

10. 5. 2017

Analýza nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji

Analýza nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji

Vážená paní, vážený pane,
jmenuji se Veronika Žváčková a jsem studentkou 3. ročníku Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce „Analýza nabídky vybraných sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji.“ Vyplnění dotazníku by nemělo přesáhnout 5 minut Vašeho času.

Dotazník slouží výhradně jako zdroj pro moji bakalářskou práci.

Není-li uvedeno jinak, u každé otázky označte Vaši odpověď, jež vyjadřuje Váš názor.

Děkuji za Váš čas a ochotu při vyplňování tohoto dotazníku.

Veronika Žváčková

*Povinné pole

1. Máte nebo budete mít v budoucnu zájem o využívání domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano *Přeskočte na otázku 2.*
 Ne, postará/stará se o mě rodina *Přeskočte na otázku 4.*
 Ne, nemám tuto potřebu *Přeskočte na otázku 4.*

Využívání domova pro seniory/denního stacionáře pro seniory

2. Za jak dlouho si myslíte, že tuto službu budete chtít využívat? *

Označte jen jednu elipsu.

- Již nyní
 Do 1 roku
 Do 2 let
 Do 3 let
 Do 5 let
 Do 10 let
 Více než 10 let

3. Za jakých okolností byste chtěl/a těchto služeb využívat? *

Označte jen jednu elipsu.

- Rád/a bych strávil/a svůj seniorský věk v ubytovacím či denním zařízení pro seniory už v době, kdy se obejdu bez pomoci druhé osoby
 V případě, že budu částečně odkázán/a na pomoc druhé osoby
 V případě, že budu plně odkázán/a na pomoc druhé osoby

Umístění osoby blízké do domova pro seniory/denního stacionáře

4. Přemýšleli jste o umístění někoho Vám blízkého či příbuzného do domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory? **Označte jen jednu elipsu.*

- Ano *Přeskočte na otázku 5.*
- Ne, postará/stará se o něj/ni rodina *Přeskočte na otázku 9.*
- Ne, nemám tuto potřebu *Přeskočte na otázku 9.*

Umístění osoby blízké do domova pro seniory/denního stacionáře**5. Kdy je aktuální zájem blízkého nebo příbuzného/příbuzné o využití domova pro seniory či denního stacionáře pro seniory? ****Označte jen jednu elipsu.*

- Již nyní
- Do 1 roku
- Do 2 let
- Do 3 let
- Do 5 let
- Do 10 let
- Více než 10 let

6. Z jakých důvodů chcete umístit svého blízkého či příbuzného/příbuzné do domova pro seniory či do denního stacionáře? **Označte jen jednu elipsu.*

- Rád by strávil/a svůj seniorský věk v ubytovacím či denním zařízení pro seniory už v době, kdy se obejde bez pomoci druhé osoby
- Je částečně odkázán/a na pomoc druhé osoby
- Je plně odkázán/a na pomoc druhé osoby
- Žiji v jiné části republiky, nemohu se o něj/ni postarat
- Žiji v zahraničí, nemohu se o něj/ni postarat
- Není v mých možnostech se o něj/ni postarat
- Jiné: _____

7. Váš blízký nebo příbuzný je? **Označte jen jednu elipsu.*

- Muž
- Žena

8. Jaký je věk Vašeho/Vaší blízké/ho nebo příbuzné/ho? **Označte jen jednu elipsu.*

- méně jak 60 let
- 60 – 74 let
- 75 – 89 let
- 90 a více let

Nabídka sociálních služeb pro seniory

9. **Jaké služby byste v rámci domova pro seniory/denního stacionáře očekával/a? (Vyberte 10 pro Vás nejdůležitějších) ***

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Lékař
- Lékárna
- Zdravotní rehabilitace/masáž
- Obchod
- Samostatná kuchyňka
- Úklid pokojů/bytu
- Zajištění stravování
- Restaurace
- Kadeřník/holič
- Návštěvy faráře
- Jazykové vzdělávání
- Rukodělné činnosti
- Organizované výlety
- Tělocvična
- Bazén/výňvka
- Kosmetika
- Pedikúra, manikúra
- Praní, žehlení
- Doprovod na úřady/k lékaři
- Doprava na úřady/k lékaři
- Jiné: _____

10. **Myslíte si, že máte dostatek informací o poskytovaných sociálních službách pro seniory?**

* Označte jen jednu elipsu.

- Mám dostatečné množství informací
- Mám přiměřené množství informací
- Nemám dostatečné množství informací
- Nemám žádné informace
- Nevím, nemohu posoudit

11. **Z jakých zdrojů se dozvídáte o sociálních službách pro seniory? (Můžete označit více odpovědí) ***

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Noviny/časopisy
- Televize
- Internet
- Od lékaře
- Od rodiny/známých
- Odbor sociálních věcí ve městě, kde žijete
- Jiné: _____

12. Myslíte si, že je nabídka sociálních služeb pro seniory v Olomouckém kraji dostatečná? **Označte jen jednu elipsu.*

- Ano *Přeskočte na otázku 14.*
- Ne, některé služby mi chybí *Přeskočte na otázku 13.*

Nabídka sociálních služeb pro seniory**13. Jaké sociální služby pro seniory Vám chybí v Olomouckém kraji? ***

Nabídka sociálních služeb pro seniory**14. Zúčastnil/a jste se někdy nějaké akce, jejímž pořadatelem byl domov důchodců či denní stacionář pro seniory? (př. taneční odpoledne, mezigenerační setkání, den otevřených dveří,...) ****Označte jen jednu elipsu.*

- Ano *Přeskočte na otázku 15.*
- Ne *Přeskočte na otázku 17.*

Nabídka sociálních služeb pro seniory**15. Jaký jste měl/a pocit z akce? ****Označte jen jednu elipsu.*

- Akce se mi líbila, rád/a se zúčastním další *Přeskočte na otázku 18.*
- Akce se mi líbila, ale dál už podobné akce nevyhledávám *Přeskočte na otázku 18.*
- Akce se mi nelíbila *Přeskočte na otázku 16.*

*Přeskočte na otázku 18.***Nabídka sociálních služeb pro seniory****16. Proč se Vám akce nelíbila? ***

*Přeskočte na otázku 18.***Nabídka sociálních služeb pro seniory**

17. Měl/a byste zájem se účastnit akce, jejímž pořadatelem by byl domov důchodců či denní stacionář pro seniory? (př. taneční odpoledne, mezigenerační setkání, den otevřených dveří,...) *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
 Ne

Nabídka sociálních služeb pro seniory

18. Slyšel/a jste někdy o možnosti dobrovolnictví v sociálních službách pro seniory? Byl/a byste ochoten/ochotna stát se dobrovolníkem? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano o dobrovolnictví jsem slyšel/a, jsem ochoten/ochotná stát se dobrovolníkem
 Ano o dobrovolnictví jsem slyšel/a, nejsem ochoten/ochotná stát se dobrovolníkem
 Ne, o dobrovolnictví jsem neslyšel/a, zajímalo by mě více informací
 Ne, o dobrovolnictví jsem neslyšel/a, tato možnost mě nezajímá

19. Byl/a byste ochoten/ochotna nějak jinak podpořit sociální služby pro seniory? Pokud ano, jakým způsobem byste chtěl/a podpořit sociální služby pro seniory? (můžete označit více odpovědí) *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Finanční dar
 Věnování věcí na „bleší trh“, jehož výtěžek půjde na sociální služby
 Účast na akcích, jejichž výtěžek jde na podporu sociálních služeb pro seniory (koncerty, divadla,...)
 Nejsem ochoten/ochotna podpořit tyto služby
 Není v mých možnostech podpořit tyto služby
 Jiné: _____

Identifikační otázky

20. Pohlaví *

Označte jen jednu elipsu.

- Muž
 Žena

21. Věk *

Označte jen jednu elipsu.

- Méně než 30 let
 30 – 44 let
 45 – 59 let
 60 – 74 let
 75 – 89 let
 90 a více let

22. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? **Označte jen jednu elipsu.*

- Základní
 Učební obor
 Středoškolské
 Vysokoškolské

23. Kolik obyvatel má obec, ve které žijete? **Označte jen jednu elipsu.*

- Méně než 1 000 obyvatel
 1 000 – 5 000 obyvatel
 5 001 – 25 000 obyvatel
 25 001 – 100 000 obyvatel

24. Jaký je ve Vaší domácnosti příjem (čistý) na 1 osobu/měsíc? **Označte jen jednu elipsu.*

- do 5 000 Kč
 5 001 – 10 000 Kč
 10 001 – 20 000 Kč
 20 001 Kč a více

25. Z jakého jste okresu? **Označte jen jednu elipsu.*

- okres Olomouc
 okres Šumperk
 okres Přerov
 okres Prostějov
 okres Jeseník
 Jiné: _____

Děkuji Vám za Váš čas :)
