

2015

MERJENJE ZADOVOLJSTVA

INDIVIDUALNA ANALIZA  
ZADOVOLJSTVA

OA© 2015

27.1.2016

s k u p i n a  
**FABRIKA**

Skupina FABRIKA d.o.o. • Prešernova 28 • SI – 9240 Ljutomer • info@skupina-fabrika.com • www.skupina-fabrika.com • 05 / 907 93 93

CENTER ZA USPOSABLJANJE, DELO IN VARSTVO ČRNA NA  
KOROŠKEM

ZADOVOLJSTVO POSLOVNIH PARTNERJEV

s k u p i n a  
**FABRIKA**

info@skupina-fabrika.com  
www.skupina-fabrika.com  
05 / 907 93 93

Skupina FABRIKA d.o.o.  
Prešernova 28  
SI-9240 Ljutomer

•• NAROČNIK

CENTER ZA USPOSABLJANJE, DELO IN VARSTVO ČRNA NA KOROŠKEM

Center 144

2393 Črna na Koroškem

•• VODJA PROJEKTA

JANA ŠTRAKL

jana@skupina-fabrika.com

•• POROČILO

RAZISKAVA MERJENJA ZADOVOLJSTVA POSLOVNIH PARTNERJEV OA© 2015

27. januar 2016

•• IZJAVA O ZAUPNOSTI

Podjetje Skupina FABRIKA, raziskave in razvoj, d.o.o. je v skladu s kodeksom ESOMAR in AAPOR zavezano k varovanju osebnih podatkov anketirancev. Izvajalec tako v vseh pogledih preprečuje, da bi bilo mogoče prepoznati identiteto anketirancev. Vse spremenljivke oziroma polja, ki bi lahko neposredno kazala na identiteto anketiranca, so iz podatkovne baze in poročil odstranjena. Prav tako so odgovori anketirancev fizično ločeni od podatkov anketirancev. Vsak poskus namerne identifikacije anketiranca ali razkritje identitete anketiranca s strani naročnika ali izvajalca pomeni kršitev zgoraj omenjenih kodeksov. Vsi podatki so skrbno varovani pred kakršnokoli zlorabo.

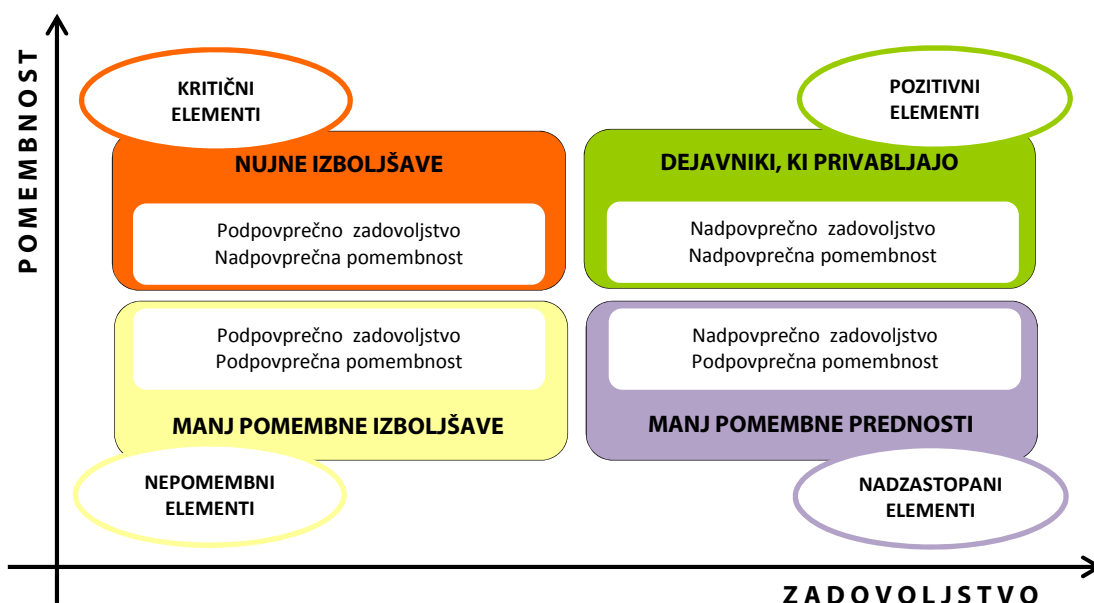
<b>•• Kazalo</b>	<b>Stran  </b>
Opis raziskave in metodologija analize	- 4 -
Model raziskave	- 4 -
Merjena področja delovanja	- 5 -
<b>1. Opis vzorca</b>	<b>- 6 -</b>
1.1 Velikost vzorca	- 6 -
1.2 Opredelite vlogo vaše institucije do zavoda:	- 6 -
1.3 Kako pogosto ima vaša organizacija stike z zavodom:	- 6 -
<b>2. Spremljanje merjenih področij - kazalnikov</b>	<b>- 7 -</b>
2.1 Stopnja zadovoljstva kupcev/strank	- 7 -
2.1.1 Potek sodelovanja	- 8 -
2.1.2 Kontaktna oseba	- 8 -
2.1.3 Poslovanje	- 8 -
<b>3. Sumarni rezultati</b>	<b>- 9 -</b>
3.1 Distribucija ocen zadovoljstva	- 9 -
<b>4. Demografske razlike</b>	<b>- 10 -</b>
4.1 Razlike v zadovoljstvu glede na VLOGO INSTITUCIJE DO ZAVODA	- 11 -
4.2 Razlike v zadovoljstvu glede na POGOSTOST STIKA	- 11 -
<b>5. Vpogled v elemente glavnih področij</b>	<b>- 12 -</b>
<b>6. Dvodimezionalno pozicioniranje elementov</b>	<b>- 13 -</b>
<b>7. Analiza odprtih odgovorov</b>	<b>- 15 -</b>
<b>PRILOGE</b>	
Povzetek rezultatov	

## •• Opis raziskave in metodologija analize

OA© Osnovna individualna analiza s trendi skupaj s Primerjalno letno analizo vseh vključenih centrov SPLA© predstavlja osnovo za procesne usmeritve upravljanja s kakovostjo storitev v centru. Skupaj dajeta raziskavi podlago za sprejemanje ukrepov, postavljanje prioritet pri izboljšavah storitev, pri čemer OA© omogoča primerjave med leti, torej spremljanje trendov individualnih rezultatov in podrobnejši vpogled v nekatera področja zadovoljstva, SPLA© pa s primerjavo posameznega centra z drugimi vključenimi centri, umešča individualne rezultate v širši kontekst ter tako predstavlja osnovo za učinkovito določanje ciljev, izpostavitve prednosti centra pred drugimi ter odkrivanje področij, ki se v primerjavi z drugimi izkažejo za bolj problematična.

## •• Model raziskave

Model raziskave merjenja zadovoljstva je osnovan na merjenju dveh dimenzij: zadovoljstvo s storitvijo in pomembnost določene storitve za poslovne partnerje. Namen takšnega načina merjenja je poleg ugotovitve stanja zadovoljstva še ugotovitev stopnje izpolnjenih pričakovanj, ki se vežejo na vrednote poslovnih partnerjev. Zadovoljstvo je namreč odvisno tudi od ponudbe storitev in bolj kot je ponudba v skladu s potrebami, večje je zadovoljstvo. Dimenzija pomembnosti nam tako omogoča merjenje kvalitete obstoječe storitve in potreb posameznika. V modelu zato rezultate zoperstavimo obema dimenzijama hkrati: stopnji zadovoljstva in stopnji pomembnosti, ki anketiranci pripisujejo različnim področjem.



## •• Merjena področja delovanja

Raziskava zajema tista področja delovanja centra, ki pomembno prispevajo k višjemu zadovoljstvu poslovnih partnerjev. Anketni vprašalnik, s katerim merimo zadovoljstvo poslovnih partnerjev, je rezultat dolgoletnih izkušenj z merjenjem zadovoljstva v centrih za socialno delo in predstavlja tretjo različico vprašalnika, ki smo jo v sodelovanju s strokovnjaki različnih področij pripravili v letu 2015. Vprašalnik zajema dve dimenziji merjenja in sicer zadovoljstvo ter pomembnost. S prvim skušamo ugotoviti kakšno je dejansko stanje v centru, medtem ko nam dimenzija pomembnosti pove, katere storitve in dejavniki so pomembni bolj in kateri manj, kar omogoča ciljano delo na izboljšavah.



Rezultati, predstavljeni v nadaljevanju, nam povedo s katerimi področji so poslovni partnerji zadovoljni in kako lahko zadovoljstvo še izboljšamo. Za vsakega od merjenih kazalnikov je v nadaljevanju predstavljeno kakšna je stopnja zadovoljstva ter stopnja pomembnosti na posameznem področju. Vključen pa je tudi Indeks zadovoljstva Q, ki v eni številki odraža tako stopnjo zadovoljstva kot tudi pomembnost. Pri indeksu zadovoljstva je potrebno razumeti predvsem to, da je kompleksnejša mera in bo nanjo vplivala tudi izmerjena pomembnost, kar pomeni, da se lahko trend spremeni navzdol, četudi se je recimo dejansko zadovoljstvo povišalo, a se je po drugi strani zvišala tudi ocena pomembnosti, kar je skupaj izraženo v eni številki. Indeks zadovoljstva je večdimenzionalen in zato predstavlja realnejšo sliko.

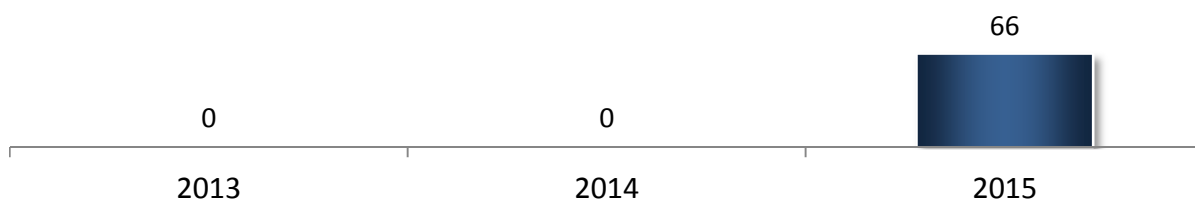
Ob prikazu rezultatov, so le-ti za prejšnja leta obarvani s sivo barvo, v primeru, da ste v preteklih letih že izvajali standardizirano raziskavo zadovoljstva. Ker smo pri merjenju zadovoljstva v letošnjem letu uporabili posodobljen merski instrument, letni trendi niso neposredno primerljivi, kljub temu pa omogočajo okvirno primerjavo gibanja stopnje zadovoljstva in pomembnosti na posameznem področju. Rezultate letošnjega leta je zato potrebno pri primerjavi z rezultati prejšnjih let interpretirati s posebno previdnostjo in zavedanjem o spremembah vprašalnika.

## 1. Opis vzorca

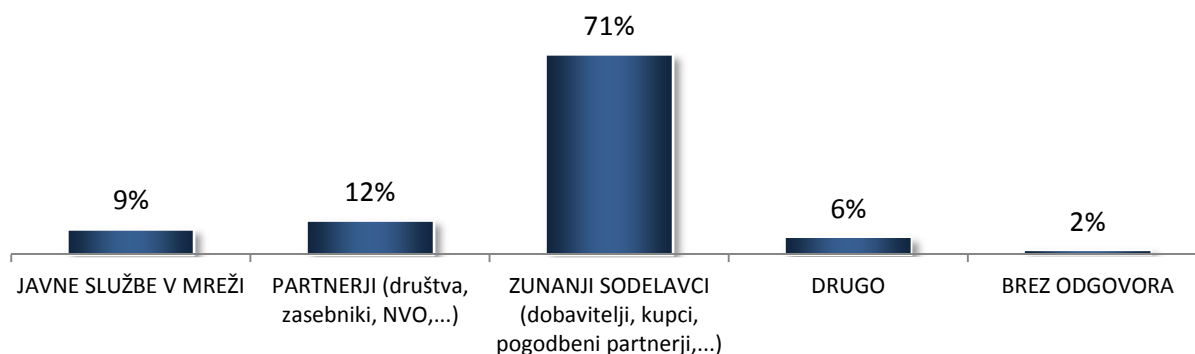
Analiza vzorca predstavlja skupino poslovnih partnerjev, vključeno v raziskavo oz. anketirance, ki so odgovarjali na anketni vprašalnik. Taka analiza je pomembno orodje za ugotavljanje reprezentativnosti rezultatov, saj nam pove, kako dobro zajeti vzorec predstavlja populacijo in kako zanesljivi so podatki iz raziskave. Po drugi strani pa nam sporoča, na katere skupine poslovnih partnerjev moramo biti pri naslednjem anketiranju še posebej pozorni, saj so bodisi tokrat nad ali pod zastopani.

### 1.1 Velikost vzorca

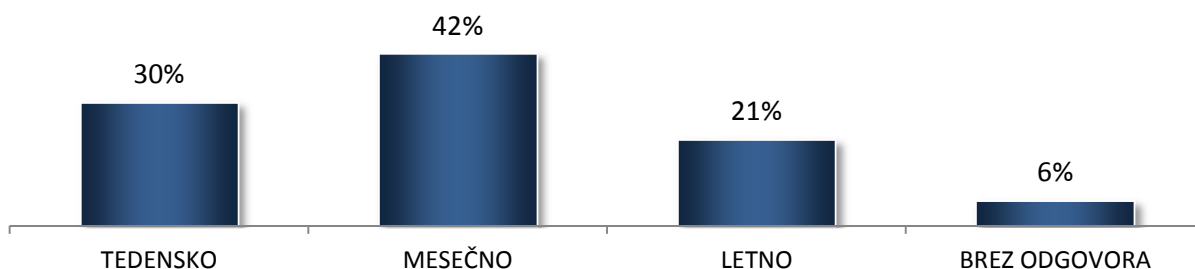
V letošnjem letu je v raziskavi sodelovalo 66 poslovnih partnerjev.



### 1.2 Opredelite vlogo vaše institucije do zavoda:



### 1.3 Kako pogosto ima vaša organizacija stike z zavodom:



## 2. Spremljanje merjenih področij - kazalnikov

### 2.1 Stopnja zadovoljstva kupcev/strank

Področje delovanja, ki zadeva Zadovoljstvo kupcev/strank, je sestavljeno iz osmih vprašanj, ki preverjajo zadovoljstvo s sodelovanjem, s kontaktno osebo, vključenostjo v dejavnost in izpolnjevanje pričakovanj, ki jih imajo javne službe, zunanji sodelavci in partnerji.

V skladu s poslovníkom E-Qalin je pripravljena tabela v namen izpolnjevanja ocenjevalnih listov, kjer ciljne vrednosti določite sami, s pomočjo dejanskih rezultatov pa preverjate ali so bile le-te dosežene. V tabeli so navedene ocene zadovoljstva (brez upoštevanja pomembnosti), v grafičnem prikazu pa so prikazane vse dimenzije - ocena zadovoljstva, pomembnosti ter razkorak med obema ocenama za obdobje treh let izvajanja raziskave zadovoljstva.

4.	VIDIK	STORITVENO PODROČJE »DRUŽBENI UČINEK«
4.1.	REZULTAT	ZADOVOLJSTVO
4.1.2.	DELNI REZULTAT	ZADOVOLJSTVO DRUGIH UDELEŽENCEV
I.	KAZALNIK	STOPNJA ZADOVOLJSTVA KUPCEV/STRANK

SAMO- OCENJEVALNI LIST	2013		2014		2015	
	Stopnja zadovoljstva		Stopnja zadovoljstva		Stopnja zadovoljstva	
	Dejanska	Cilj*	Dejanska	Cilj*	Dejanska	Cilj*
		*		*	4,65	*

\* ciljno vrednost določite sami. V pomoč naj vam bo Skupna letna primerjalna analiza, ki daje vpogled v primerjave ocen vašega centra, z drugimi centri. Glede na primerjavo z ostalimi se odločite kakšen je vaš cilj izboljšav (npr. višina ciljne vrednosti naj se orientira glede na najvišje in najnižje rezultate vseh centrov – znotraj SPLA, ciljna vrednost, ki znatno presega dosežen rezultat med vsemi centri bi bila verjetno nerealna).

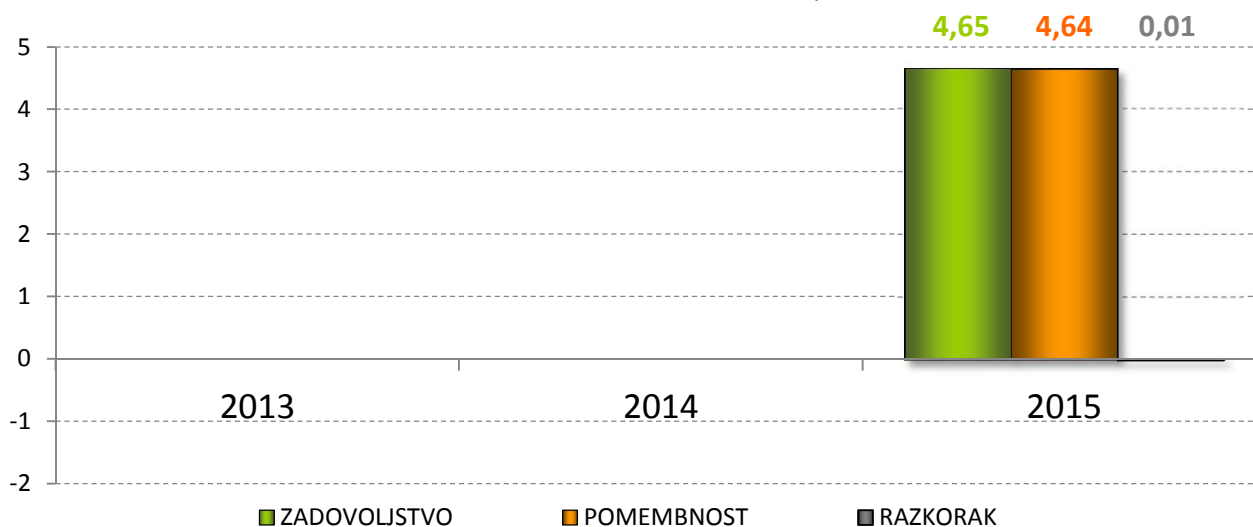
Trend stopnje zadovoljstva

pozitiven

negativen

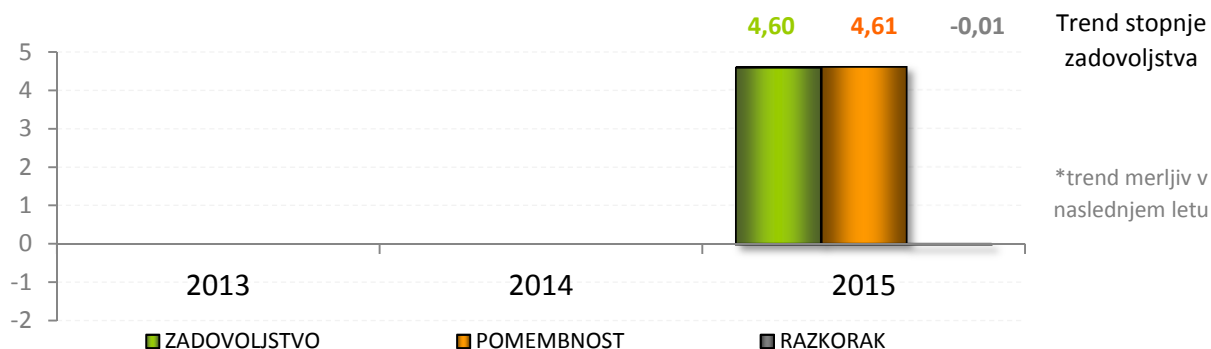
je enak

#### STOPNJA ZADOVOLJSTVA KUPCEV/STRANK



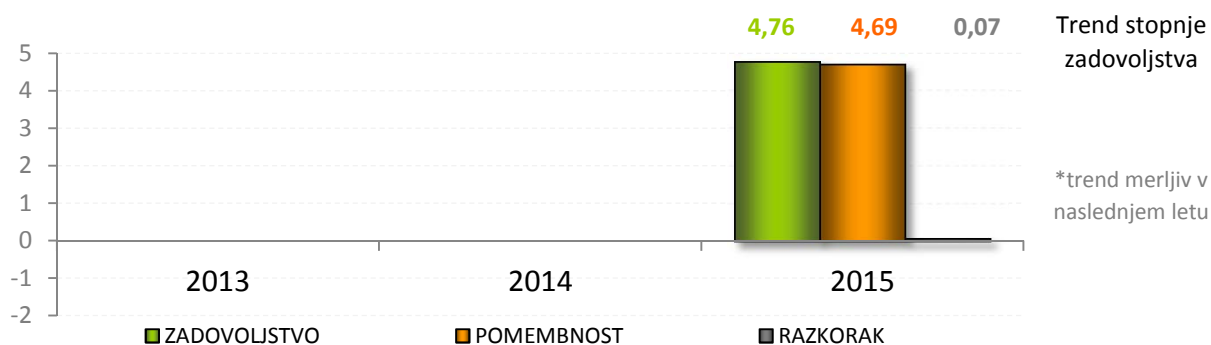
## 2.1.1 Potek sodelovanja

Podpodročje Potek sodelovanja zajema sklop vprašanj, ki se nanašajo na korektnost in koristnost sodelovanja z zavodom ter odgovarjanje na pobude in ponudbe.



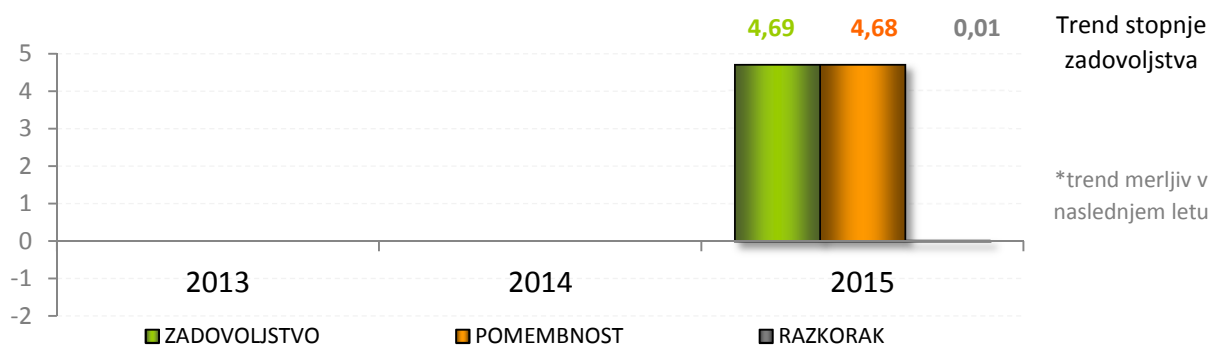
## 2.1.2 Kontaktna oseba

Podpodročje Kontaktna oseba zajema sklop vprašanj, ki se nanašajo na prijaznost in strokovnost kontaktne osebe v zavodu.



## 2.1.3 Poslovanje

Podpodročje Poslovanje se nanaša na kakovost poslovnih dogodkov (navaba, prodaja, storitve, dobavni rok in nabavni roki ipd).

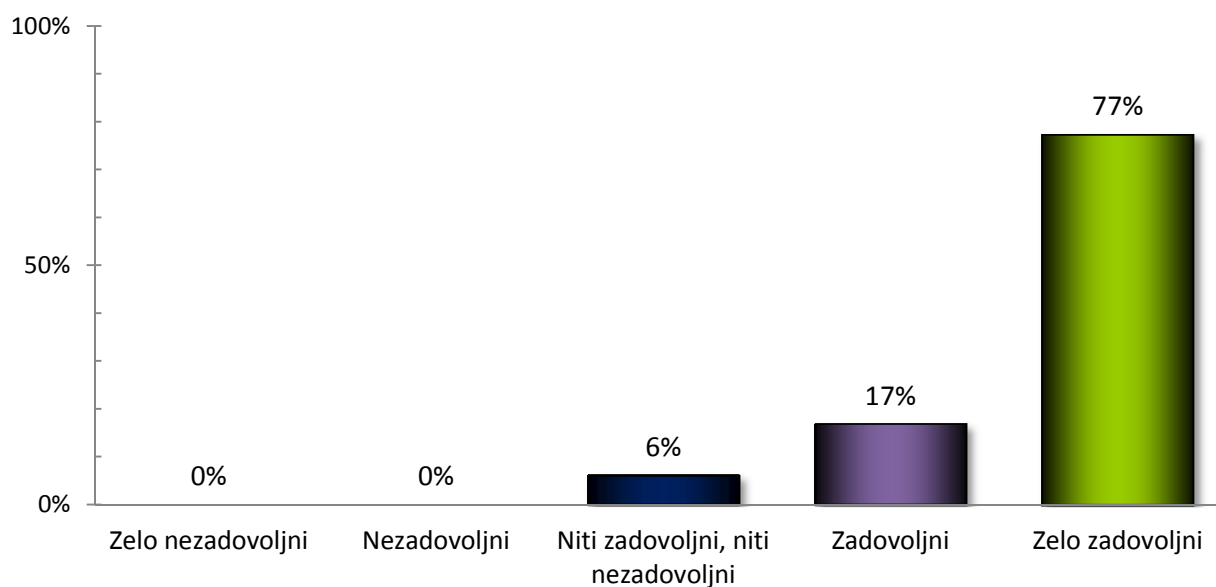




### 3. Sumarni rezultati

#### 3.1 Distribucija ocen zadovoljstva

Graf spodaj prikazuje odstotek (1) zelo nezadovoljnih, (2) nezadovoljnih, (3) srednje zadovoljnih, (4) zadovoljnih in (5) zelo zadovoljnih poslovnih partnerjev v vašem zavodu. V oceni sumarnega zadovoljstva, kot že omenjeno, so upoštevana vsa vprašanja, na katera so anketiranci odgovarjali.



## 4. Demografske razlike

Spodnje tabele na naslednjih straneh prikazujejo analizo variance oz. povprečne vrednosti stopnje zadovoljstva in pomembnosti na nekaterih segmentih uporabnikov, ki se med seboj razlikujejo bodisi po storitvi, ki so jo urejali na centru ali po dolžini čakanja na vrsto. **Zeleno obarvano polje pomeni najvišje, oranžno pa najnižje zadovoljstvo oz. pomembnost** na obarvani skupini v primerjavi z drugimi na določenem kazalniku. Branje tabele je vrstično; v vsaki vrstici je torej z oranžno označen najnižji rezultat in z zeleno označen najvišji rezultat.

Zvezdice (\*) ob odebeljenem in poševnem zapisu zadovoljstva oz. pomembnosti ponazarjajo statistično pomembne razlike, torej več kot 95% verjetnost, da razlike med segmenti na določenem kazalniku obstajajo in so pomembne. Tam, kjer zvezdic ni, lahko razberemo zgolj povprečne ocene zadovoljstva/pomembnosti te skupine, ne moremo pa trditi, da so razlike med njimi na kazalniku/podkazalniku statistično pomembne. Z drugimi besedami, odčitava zeleno in oranžno obarvanih povprečij je še posebej smiselna v vrstici, kjer so polja s pomembnostjo in zadovoljstvom označena z zvezdico.

Prav tako je potrebno pozorno pregledati velikost vzorca vsake posamične skupine. Le-ta je zapisan v drugi vrstici tabele. V primeru manjših vzorcev je namreč pomen statistično pomembnih razlik nekoliko manjši, saj bi za pregled realnega stanja potrebovali velike vzorce.

## 4.1 Razlike v zadovoljstvu glede na VLOGO INSTITUCIJE DO ZAVODA

<i>Vloga institucije do zavoda</i>	JAVNE SLUŽBE V MREŽI	PARTNERJI	ZUNANJI SODELAVCI
Velikost vzorca:	6	8	47

STOPNJA ZADOVOLJSTVA KUPCEV/STRANK	Zadovoljstvo	4,77	4,45	4,69
	Pomembnost	4,81	4,59	4,65
Potek sodelovanja	Zadovoljstvo	4,73	4,40	4,64
	Pomembnost	4,80	4,58	4,62
Kontaktna oseba	Zadovoljstvo	4,83	4,50	4,79
	Pomembnost	4,83	4,56	4,70
Poslovanje	Zadovoljstvo	4,83	4,63	4,77
	Pomembnost	4,83	4,75	4,73

## 4.2 Razlike v zadovoljstvu glede na POGOSTOST STIKA

<i>Pogostost stika</i>	TEDENSKO	MESEČNO	LETNO
Velikost vzorca:	20	28	14

STOPNJA ZADOVOLJSTVA KUPCEV/STRANK	Zadovoljstvo	4,57	4,69	4,71
	Pomembnost	4,56	4,62	4,68
Potek sodelovanja	Zadovoljstvo	4,52	4,62	4,67
	Pomembnost	4,54	4,57	4,64
Kontaktna oseba	Zadovoljstvo	4,73	4,84	4,71
	Pomembnost	4,67	4,71	4,64
Poslovanje	Zadovoljstvo	4,45	4,78	4,86
	Pomembnost	4,56	4,67	4,86

## 5. Vpogled v elemente glavnih področij

Vsako od področij delovanja (t.i. kazalniki) je sestavljeno iz posameznih elementov oz. vprašanj iz anketnega vprašalnika, obravnavanih v tem poglavju. Tabela predstavlja trend zadovoljstva (glede na pretekla leta v primeru, da ocene obstajajo), stopnjo zadovoljstva in pomembnosti za letošnje leto in razkorak med obema ocenama za posamezne elemente.

V kolikor trend že obstaja, to prikazujejo puščice v prvem stolpcu, ki povedo, ali je ocena zadovoljstva na tem elementu glede na lansko leto padla (↓) ali narasla (↑). Stolpec, označen z 'ZAD' za vsak element pove, kakšna je letošnja povprečna ocena zadovoljstva, pri čemer so zeleno obarvane najboljše ocene (**višje od 4**), zato je dodatno pozornost pri upravljanju s kakovostjo v bodoče bolj usmeriti v področja, označena z oranžno, saj predstavljajo priložnosti za ukrepanje (**nižje od 3**). V stolpcu razkoraka so zeleno obarvani vsi **pozitivni razkoraki**, oranžno pa vsi razkoraki, ki presegajo razliko večjo od ene ocene (**-1**) v negativno smer.

### •• Potek sodelovanja

TREND	ELEMENTI	ZAD	POM	RAZ
	Z zavodom sodelujemo zelo korektno.	4,77	4,78	-0,01
	Menim, da je sodelovanje z zavodom zelo koristno.	4,71	4,65	0,06
	Pričakovanja zavoda glede sodelovanja z našo organizacijo so jasna in natančna.	4,52	4,64	-0,12
	V zavodu so zelo odzivni pri odgovarjanju na naše pobude ali ponudbe.	4,51	4,50	0,01
	V zavodu so zelo odzivni pri odgovarjanju na naše pobude ali ponudbe.	4,47	4,48	-0,01

### •• Kontaktna oseba


TREND	ELEMENTI	ZAD	POM	RAZ
	Kontaktna oseba v zavodu je zelo prijazna.	4,77	4,67	0,10
	Kontaktna oseba v zavodu je strokovna.	4,75	4,71	0,04


### •• Poslovanje


TREND	ELEMENTI	ZAD	POM	RAZ
	Menim, da so poslovni dogodki med našo organizacijo in zavodom zelo kakovostni (nabava, prodaja, storitve, dobavni in nabavni roki,...).	4,69	4,68	0,01


## 6. Dvodimenzionalno pozicioniranje elementov

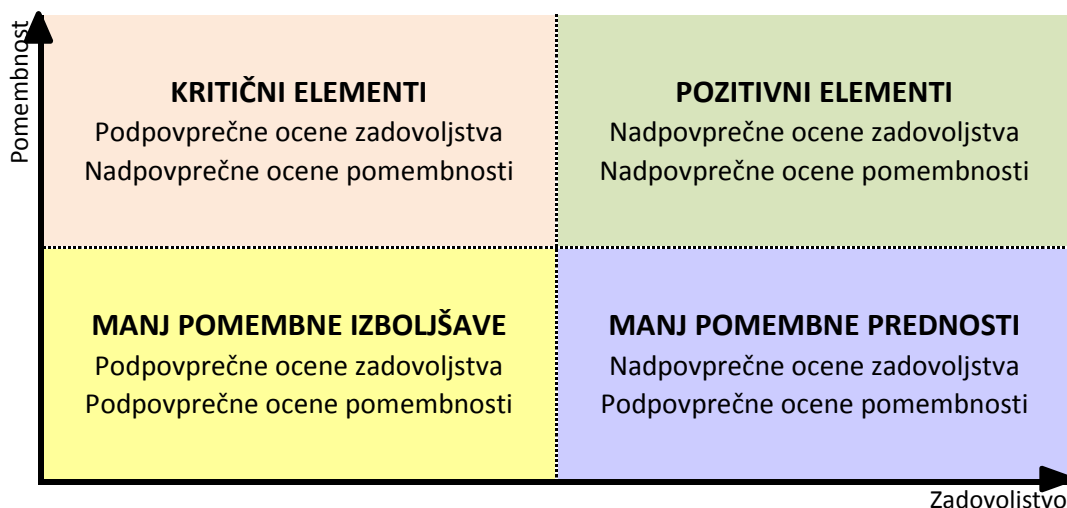
Opazovanje elementov iz perspektive obeh obravnavanih dimenzij (zadovoljstvo in pomembnost) je najpreglednejše s pomočjo razsevnega grafikona, ki dvodimenzionalni prostor razdeli na štiri kvadrante. Črta razdelitve je povprečje vseh elementov (sumarna ocena zadovoljstva in sumarna ocena pomembnosti).

 Problematičen je kvadrant levo zgoraj, kjer elementi dosegajo visoke, nadpovprečne ocene pomembnosti in podpovprečne ocene zadovoljstva – to so kritični elementi, ki potrebujejo izboljšave.

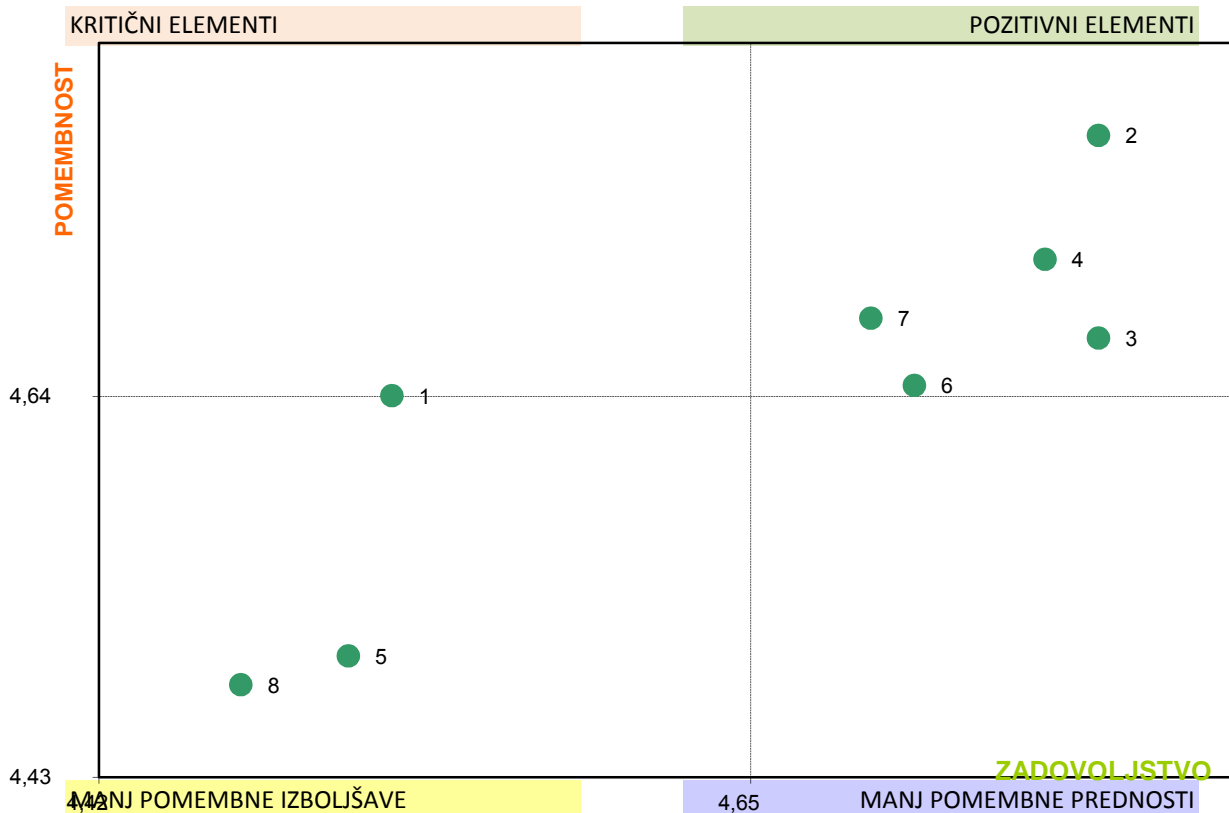
 V kvadrantu desno zgoraj se nahajajo elementi, pri katerih velja, da so nadpovprečno pomembni in dosegajo tudi nadpovprečno stopnjo zadovoljstva – to so pozitivni elementi oziroma dejavniki, ki privabljajo (prednosti).

 V kvadrantu levo spodaj so tisti elementi, ki so podpovprečno ocenjeni na obeh dimenzijah – to so manj pomembni elementi in se nanašajo na manj pomembne izboljšave.

 V kvadrantu desno spodaj so tisti elementi, na področju katerih zaposleni izražajo nadpovprečno zadovoljstvo in podpovprečna pričakovanja – ti so glede na zadovoljstvo »nad-zastopani« in se nanašajo na manj pomembne prednosti.



DVODIMENZIONALNO POZICIONIRANJE ELEMENTOV



Elementi

● 1	Pričakovanja zavoda glede sodelovanja z našo organizacijo so jasna in natančna.
● 2	Z zavodom sodelujemo zelo korektno.
● 3	Kontaktna oseba v zavodu je zelo prijazna.
● 4	Kontaktna oseba v zavodu je strokovna.
● 5	V zavodu so zelo odzivni pri odgovarjanju na naše pobude ali ponudbe.
● 6	Menim, da je sodelovanje z zavodom zelo koristno.
● 7	Menim, da so poslovni dogodki med našo organizacijo in zavodom zelo kakovostni (nabava, prodaja, storitve, dobavni in nabavni roki,...).
● 8	Zavod v dovoljšnji meri upošteva morebitne naše predloge in ideje.

## 7. Analiza odprtih odgovorov

Spodaj so po metodi razvrščanja grafično predstavljene spontane navedbe uporabnikov, ki se pojavijo pri odprtih odgovorih pohval, pripomb in predlogov. Tabela predstavlja seznam vseh navedb (takšne kot so bile dejansko zapisane), kjer je mogoče najti nekatere nastavke, kako bi se ukrepov lahko lotili, da bi se v največji meri približali željam in potrebam uporabnikov. Te navedbe predstavljajo dodano vrednost številčnim rezultatom in so kvalitativnega značaja, saj omogočajo globlji vpogled v zaznano stanje ter odgovarjajo na vprašanje "zakaj".



### •• RAZVRŠČENI ODPRTI ODGOVORI: POHVALE / PRIPOMBE / PREDLOGI

Odgovori so razvrščeni glede na tip navedbe. Vse navedbe z oznako številke 1 predstavljajo "pohvale", pod oznako 2 so navedbe, ki so jih anketiranci zapisali pod "pripombe" ter navedbe z oznako 3 predstavljajo "predloge".

---

1 Delamo sicer premalo, ampak interesi so vedno večji.

---

1 Hrana je zelo okusna in dobra.

---

1 Kontaktno osebo.

---

1 Ne morem koga posebej pohvaliti, ker so vsi, s katerimi sodelujem, odlični.

---

1 Odgovor oziroma odziv na vsako poslano ponudbo je zelo korekten.

---

1 Osebj je dostopno, odzivno in korektno.

---

1 Prehrana je v redu.

---

1 Sodelovanje je v veselje.

---

1 Sodelovanje je vzorno, zato bi si želel, da bi lahko sodeloval s še več takšnimi organizacijami.

---

1 Sodelovanje.

---

1 Strokovno, prijazno in korektno sodelovanje.

---

1 Vse korektne osebe so prijazne in strokovne.

---

---

1 Vse v kuhinji, ki naročajo živila.

---

1 Zelo smo zadovoljni z vašimi storitvami.

---

2 Menjava okusa.

---

2 Včasih je hrane preveč, včasih premalo.

---

3 Da bi bila kosila prilagojena dietam - sladkorna bolezen itd.

---

3 Da se nabavljajo še ostali artikli, ki niso v ponudbi rednega cenika.

---

3 Malo več sadja in zelenjave.

---

3 Truditi se še naprej.

---

3 V bodoče bi si še želeli sodelovati z vami, saj smo bili z vašim sodelovanjem načeloma zadovoljni in upam, verjamem, da tudi vi z nami (Dejan, Frango 3000, d.o.o.)

---

3 Več različne hrane.

---

3 Več zelenjave (solate) in sadja.

---

3 Želim, da ostane sodelovanje še naprej korektno.

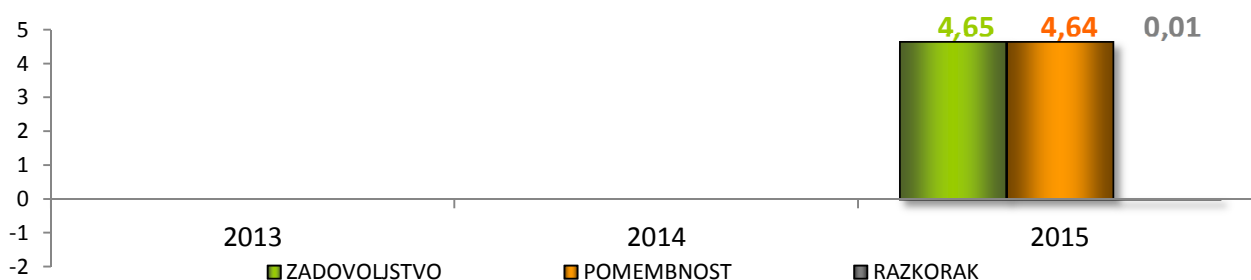
---



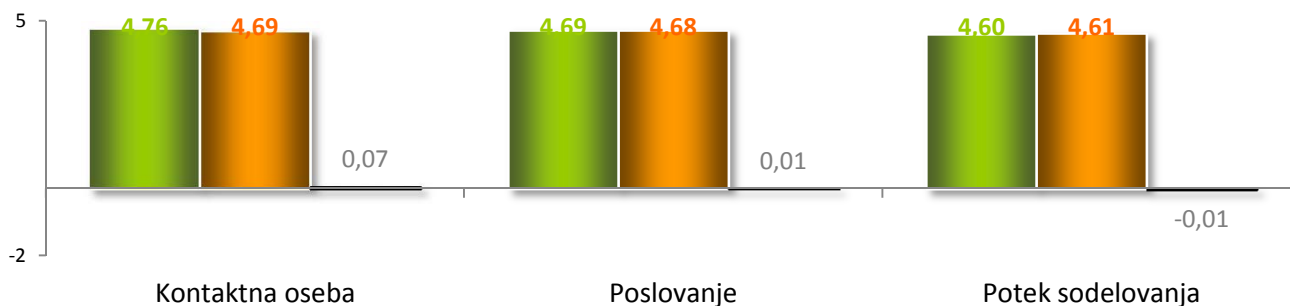
## ●● Povzetek rezultatov

V centru je vzpostavljen sistem spremljanja zadovoljstva uporabnikov z vključitvijo v standardizirano raziskavo merjenja zadovoljstva, ki omogoča spremljanje trendov skozi leta ter primerjavo rezultatov z drugimi centri. Vsi zbrani rezultati in informacije so osnova za usmerjeno sprejemanje ukrepov za zagotavljanje večjega zadovoljstva uporabnikov.

## ●● Ocene splošnega zadovoljstva s trendi



## ●● Ocene po podpodročjih



## ●● Ocene najbolj in najslabše ocenjenih elementov

Spodnji graf prikazuje odstopanja ocen zadovoljstva od skupnega povprečja. Pri tem so z zeleno obarvani 4 najbolj ocenjeni elementi ter z oranžno 4 najslabše ocenjeni elementi.

