

POVZETEK SAMOEVALVACIJSKEGA POROČILA ZA LETO 2009

Samoevalvacijsko poročilo o kakovosti dela Svetovalnega središča Zasavje za obdobje od 1. 7. 2007 do 30. 6. 2009 je temeljila na dveh različnih metodah. Z metodo dokumentacije smo naredili analizo podatkov, ki jih zbiramo v svetovalnem središču z rednim spremljanjem dela. Zbrali smo podatke za izbrano časovno obdobje (za leti 2007 in 2008 ter prvo polovico 2009) in naredili swot analizo, s katero smo ugotavljali prednosti, pomanjkljivosti, nevarnosti in priložnosti za izboljšanje našega dela. V nadaljevanju smo z metodo anketiranja preverili tudi mnenje strank. V anketiranje smo vključili tiste stranke, ki so se na svetovalno središče obrnile med 1. 3. 2008 in 28. 2. 2009. Struktura strank, ki so odgovarjale na anketna vprašanja, ni povsem enaka strukturi strank iz naše podatkovne baze. Zaradi tega, pa tudi zaradi premajhnega vzorca, rezultatov anketiranja nismo mogli posplošiti na celotno populacijo strank. Kljub temu pa sta tako analiza dokumentacije, kot tudi analiza rezultatov anketiranja pokazali prednosti in pomanjkljivosti izvajanja svetovalne dejavnosti v Zasavju, na podlagi katerih bomo lahko vpeljevali različne izboljšave.

1. ZADOVOLJSTVO STRANK

Rezultati anketiranja so nam potrdili, da so stranke zelo zadovoljne z odnosom svetovalk do njih, kot tudi s kakovostjo storitev in z informacijami, ki jih dobijo v svetovalnem središču. Zadovoljstvo strank se lahko odraža tudi v naraščanju števila uporabnikov naših storitev iz leta v leto, kar je pokazala analiza dokumentacije.

2. PREPOZNAVNOST SVETOVALNEGA SREDIŠČA

Število storitev in strank v svetovalnem središču se je vsako leto povečalo in več kot polovica svetovanja je, kot je pokazala analiza dokumentacije, pravzaprav osebnega svetovanja. Iz tega bi lahko sklepali na dobro prepoznavnost svetovalnega središča. Analiza anketiranja pa nas je opozorila, da stranke velikokrat zamenjujejo svetovalno središče z Zasavsko ljudsko univerzo in tudi drugimi (podobnimi) ustanovami in da je povečevanje prepoznavnosti svetovalne dejavnosti v izobraževanju odraslih ena od ključnih nalog v prihodnjem obdobju.

3. ZBIRANJE PODATKOV O DELU

Pri zbiranju podatkov za swot analizo iz baze podatkov o strankah svetovalnega središča, kot tudi za anketiranje strank, so se pokazale manjše nedoslednosti in neenotnosti pri beleženju dela svetovalk v svetovalnem središču. Ugotovili smo, da bi bilo potrebno več skrbi nameniti zbiranju in spremljanju podatkov o strankah, kot tudi krepitvi komunikacije med svetovalkami.

4. SODELOVANJE Z DRUGIMI USTANOVAMI

Analiza dokumentacije je pokazala, da podatkov o sodelovanju z drugimi ustanovami v svetovalnem središču Zasavje ne beležimo dosledno. Anketiranje na drugi strani nas je opozorilo na težave s prepoznavnostjo svetovalnega središča. S krepitvijo sodelovanja z drugimi ustanovami (pri obravnavi posameznih problemov, promociji) lahko pridobimo nove stranke, zajamemo ciljne skupine, ki jih težje dosežemo, povečamo prepoznavnost svetovalnega središča in seveda tudi obseg in kakovost storitev.

5. VLOGA SVETOVALNEGA SREDIŠČA ZA POVEČANJE UČNE USPEŠNOSTI IN ZMANJŠANJE OSIPA

Analiza podatkov je pokazala, da je svetovanja med izobraževanjem manj kot svetovanja pred vključitvijo v izobraževanje, analiza anketiranja pa je potrdila, da odrasli niso dovolj seznanjeni z možnostmi svetovanja med izobraževanjem, za odpravo težav, povezanih z učenjem. Zato bi bilo potrebno več pozornosti nameniti promociji svetovalnega središča in poudariti predvsem možnosti svetovanja v zvezi s težavami pri učenju.

6. PROMOCIJA VSEŽIVLJENJSKEGA UČENJA

Prav tako nam je analiza anketiranja razkrila, da stranke svetovalnemu središču ne pripisujejo ključne vloge pri njihovi odločitvi za izobraževanje. To sicer ne pomeni, da je vloga svetovalnega središča pri tem zanemarljiva, saj se rezultati anketiranja, kot smo že poudarili, ne morejo posplošiti. Kažejo pa na to, da določene ciljne skupine niso dovolj seznanjene z možnostmi učenja, oz. da ponudba vseživljenjskega učenja v lokalnem okolju morda ni primerna ali usklajena s potrebami posameznih ciljnih skupin. Zato bi bilo smiselno še bolj okrepiti vlogo svetovalnega središča pri promociji učenja za različne ciljne skupine, predvsem tiste, ki jih uvrščamo med ranljive z vidika dostopanja do informacij in možnostmi za učenje.

Priprava samoevalvacijskega poročila (tako analiza podatkov, primerjava podatkov za različna obdobja in iskanje trendov, kot tudi povratne informacije strank) je bila za svetovalno središče dragocena izkušnja, tako z vidika novih znanj s področja metodologije, kot tudi rezultatov, ki smo jih zbrali z anketiranjem in preverjanjem podatkov iz aplikacije. Seveda pa je tudi več kot to. Rezultati, ki smo jih dobili, so nam večinoma potrdili domneve in opažanja o delu svetovalnega središča ter predstavljajo izhodišča za vpeljevanje določenih aktivnosti, s katerimi bomo izboljšali kakovost naših storitev. Na vsak način bomo v prihodnjem letu okrepili komunikacijo med svetovalkami, sodelovanje s partnerji (predvsem izobraževalnimi ustanovami, preko katerih bomo njihove stranke opozorili na možnost svetovanja med izobraževanjem in jih motivirali, da to priložnost izkoristijo, ter podjetji, s pomočjo katerih želimo promovirati vseživljenjskost učenja in motivirati odrasle za učenje) ter z rednimi akcijami svetovalnega središča poskrbeli za čim boljše promocijo in prepoznavnost v lokalnem prostoru.