



UDDEVALLA KOMMUN
KOMMUNLEDNINGSKONTORET

Handläggare
Lena Tegenfeldt
Tfn 0522-69 60 34

1 (4)

2006-09-01

Rapport

Utvärdering av servicedeklaration Konsument Uddevalla

2006.

1. Bakgrund och syfte

Uddevalla kommun arbetar sedan några år tillbaka med att servicedeklarera de kommunala tjänsterna. Syftet är att tydliggöra de kommunala tjänsterna för medborgarna. Utgångspunkten är att medborgarna har rätt att få veta vad de kan förvänta sig av de tjänster och den service som kommunen har ansvar för.

Servicedeklarationerna har tagits fram i ett trepartssamarbete mellan de som brukar tjänsten, tjänstemän och respektive nämnds politiker. Deklarationerna utgör en strategisk del av kommunens kvalitetsarbete och är knutna till kommunens styr- och ledningssystem.

Konsument Uddevalla är en verksamhet direkt under kommunstyrelsen.

2. Fakta om utvärderingen

Den här första utvärderingen av Konsument Uddevalla och skall betraktas som en nulägesanalys och en utgångspunkt för vidare arbete.

<i>Utvärderingsunderlag:</i>	Servicedeklaration för Konsument Uddevalla fastställd i december 2004 av kommunstyrelsen. Notering: Underlag till rubriken "Konsument Uddevalla arbetar utåtriktat" är hämtat från verksamhetens statistik. Intervjuer med personal har kompletterat bilden.
<i>Målgrupp:</i>	Personer som fått budget/skuldrådgivning, konsumentvägledning samt grupper som via seminarium fått information om konsumentvägledning.
<i>Metod:</i>	Enkät värderingsskala 1-4 formulerad i påståenden. Utlottning av biobiljett som morot.
<i>Urval:</i>	Samtliga som under år 2006 erhållit <ul style="list-style-type: none">- budget/skuldrådgivning v 1-22.- konsumentvägledning v 23-25- seminarier v 1-22
<i>Svarsfrekvens:</i>	53%. - utskick 120 st. Seminarierna 35% - utskick 35
<i>Genomförandetidpunkt:</i>	Maj/juni 2006

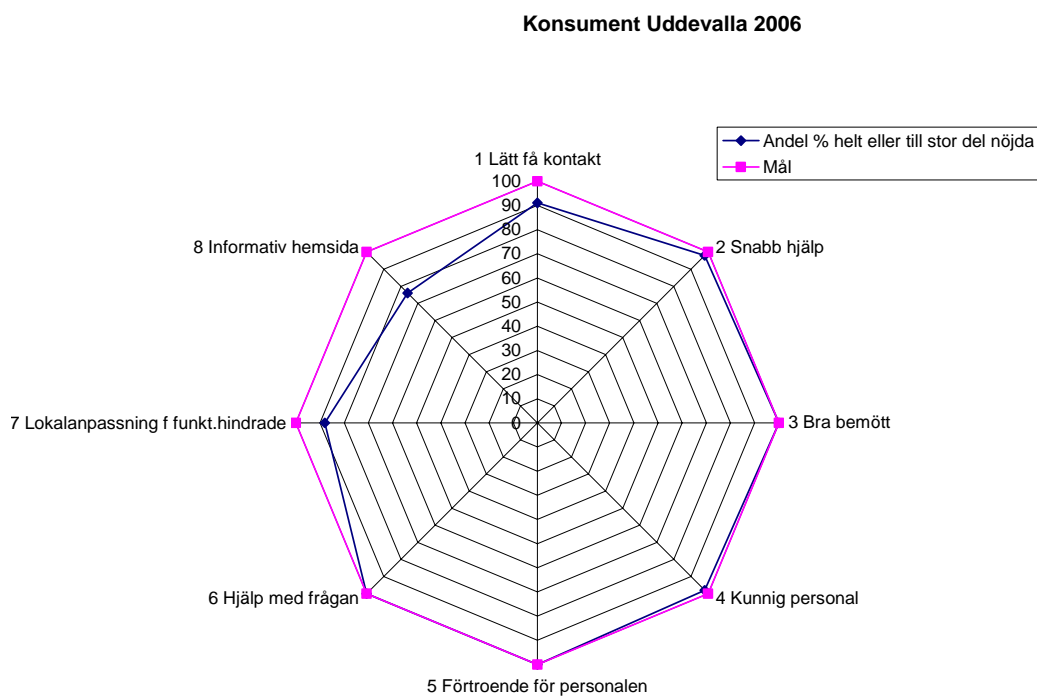
3. Analysresultat

3.1 Disposition

Resultatredovisningen följer servicedeklarationens olika rubriker och strecksatser. För att tolka analysresultatet på bästa sätt bör läsaren vara uppdaterad på servicedeklarationens innehåll. Korta kommentarer om fortsatt utvecklingsarbete ges sist i rapporten under slutsatser och rekommendationer.

3.2 Värderingsfrågor om Konsument Uddevalla

Frågorna i enkäten ställdes som påstående motsvarande servicedeklarationens olika punkter. De svarande har på en fyrgradig skala kunnat instämma i olika hög grad där ytterligheterna är ”instämmer helt” och ”instämmer inte alls”. Resultatet presenteras nedan i form av ett s.k. polärddiagram där den yttersta linjen utgör målet = 100% helt eller till stor del nöjda och den inre linjen de svarandes nulägesbedömning i form av nöjdhetsgrad.



Resultatet är på samtliga punkter positivt och gällande för båda tjänsterna konsumentvägledning och budget/skuldrådgivning. Inga relevanta skillnader kan påvisas mellan kvinnor och män eller personen födda inom/utanför Sverige. Åldersgruppen > 65 år är mest nöjda. Samtliga ger (12 personer) högsta betyg på alla frågor.

Kunderna ger högsta betyg för bemötande, personalens kompetens och förtroende, vilket understryks av en mängd positiva kommentarer. Väg-

ledningen upplevs vara bra, d.v.s. man får den hjälp man behöver och den sker dessutom snabbt. I deklARATIONEN utlovas återkoppling inom 1 dygn och besök inom tre veckor. Verksamhetsstatistik bekräftar att detta hålls. Ca 10% instämmer bara delvis eller inte alls i att det varit lätt att få kontakt med Konsument Uddevalla. En anledning uppges vara att man inte vetat vart man skall vända sig. De flesta säger sig ha fått kännedom om konsumentvägledningen via tidning, Internet eller bekanta. Kanaler för budget och skuldrådgivning är banken, kronofogdemyndigheten, kurator eller kommunen. 94% tar kontakt via telefon eller besök.

Funktionshindrade har ombetts besvara funktionaliteten på lokalerna. 88% (14 av 16 personer) har bedömt att lokalerna var helt eller till stor del väl anpassade. Ca en tredjedel av de svarande har använt hemsidan och information den vägen är uppenbart inte lika högt värderad. Detta kan vara en möjlig förbättringspotential.



98% har givit helhetsbetyget bra eller mycket bra.

3.3 Öppen fråga

De svarande har också givits möjlighet att lämna fria kommentarer och förslag till förbättringar. 40% har utnyttjat möjligheten.

Typ	Antal
Kritik, missnöje	0
Synpunkter	19
Beröm	16

Ett exempel på Ros: "Trevlig personal som ställer upp och ger hjälp. Kan verkligen bemöta sina kunder och ge råd och stöd. Stort plus för kommunen att de finns". Synpunkterna är viktiga inspel i det kontinuerliga förbättringsarbetet. Flera efterlyser bättre marknadsföring av Konsument Uddevalla; "Konsument Uddevalla känns otillgängligt för gemene man

fram till dess man kontaktar er!” Andra förslag är längre kvällsöppet någon gång i veckan och riktad information till ungdomar.

3.4 Utvärdering av seminarier

De föreläsningsseminarier som har utvärderats vänder sig till två olika målgrupper; ungdomar och pensionärer. Tyvärr var svarsfrekvensen mycket låg, vilket gör att resultatet får betraktas med försiktighet. Samtliga svarande tycker sig ha fått en bra bild av vad Konsument Uddevalla kan erbjuda. Någon önskade längre föreläsningstid. De flesta säger sig ha blivit mer intresserade av konsumentfrågor efter seminariet.

3.5 Andra insatser

I servicedeklarationen under rubriken ”Konsument Uddevalla arbetar utåtriktad” finns åtaganden riktade inåt organisationen i syfte att visa att personalen håller sig uppdaterad i information och kompetens. Under senaste 12-månadersperioden genomfördes:

- deltagade i 4 temadagar
- 6 marknadsbevakningar

4. Slutsatser och rekommendationer

4.1 Att arbeta vidare med

Sammantaget ger brukarna ett mycket gott betyg åt verksamheten Konsument Uddevalla. Servicedeklarationens punkter rörande bemötande, kompetens, handläggningstider kan anses vara uppfyllda. Vi kan också konstatera att den del av verksamheten som syftar till gruppinformation är uppskattad.

Trots det goda resultatet finns ändå intressanta uppslag till kvalitetsförbättringar. Den stora utmaningen ligger i att göra Konsument Uddevalla bättre känt. Hur kan Konsument Uddevalla marknadsföras bättre? Bör hemsidan utvecklas? Bör man försöka nå flera ungdomar?

I övrigt bör prioriterade insatser vägas mot utvärderingsresultatet. Någon har önskat längre öppettider på kvällarna. Är det något att överväga för förbättrad tillgänglighet? Utvärderingen visar i stort att tillgängligheten är hög och att deklARATIONEN håller vad den lovar – idag. Ett ev. införande av kvällsöppet ska ses som en ambition att höja utlovad nivå, d.v.s. också en revidering av servicedeklarationen.

4.2 Spridning av utvärderingsresultatet

Rapportering sker internt till berörd verksamhet, kommunstyrelsen och centrala samverkansgruppen. Extern publicering på www.uddevalla.se samt på annonssidorna i Bohuslänningen.

Lena Tegenfeldt
Kommunledningskontoret