

Praha, 24. 4. 2014

Aleš Nosek



## Monitorování procesů v ITV

[www.kvalita.reformy-msmt.cz](http://www.kvalita.reformy-msmt.cz)

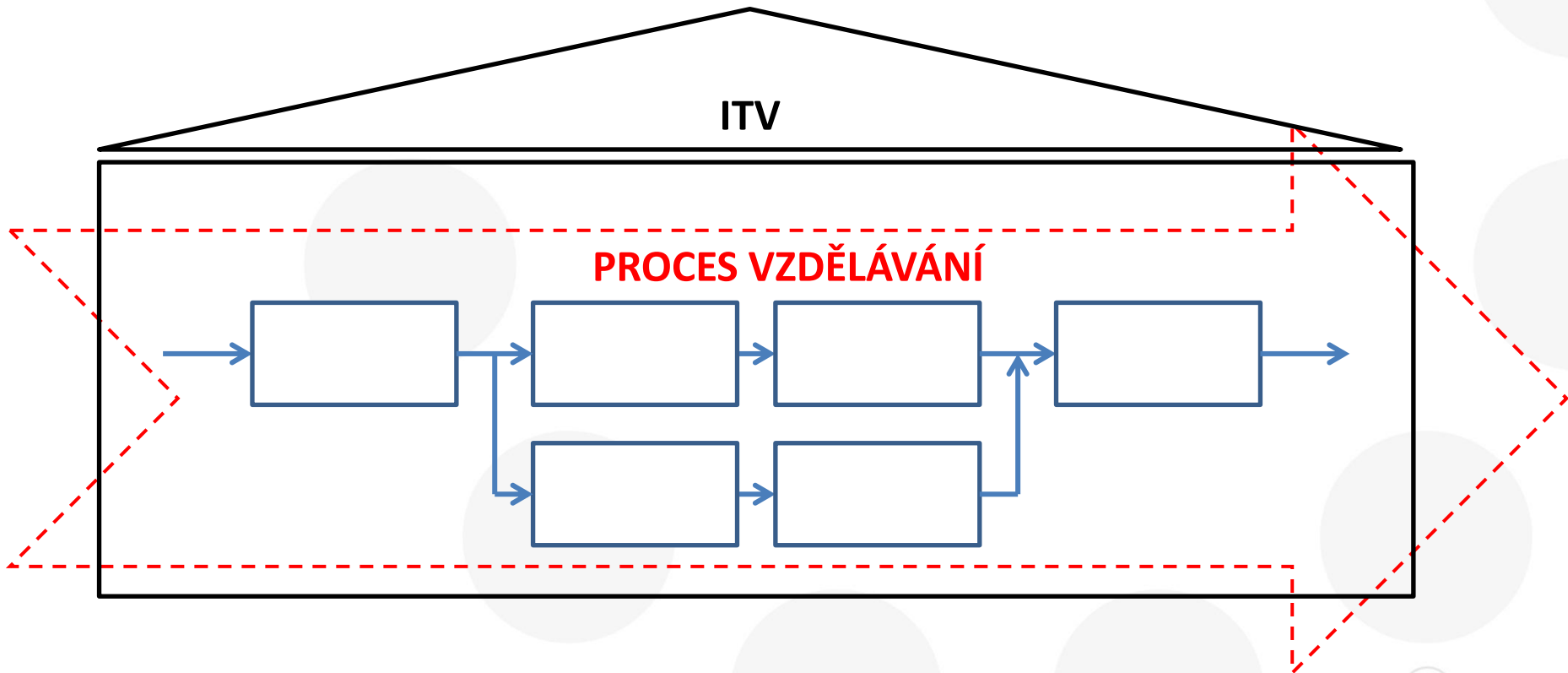


INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# Proč monitorovat procesy?

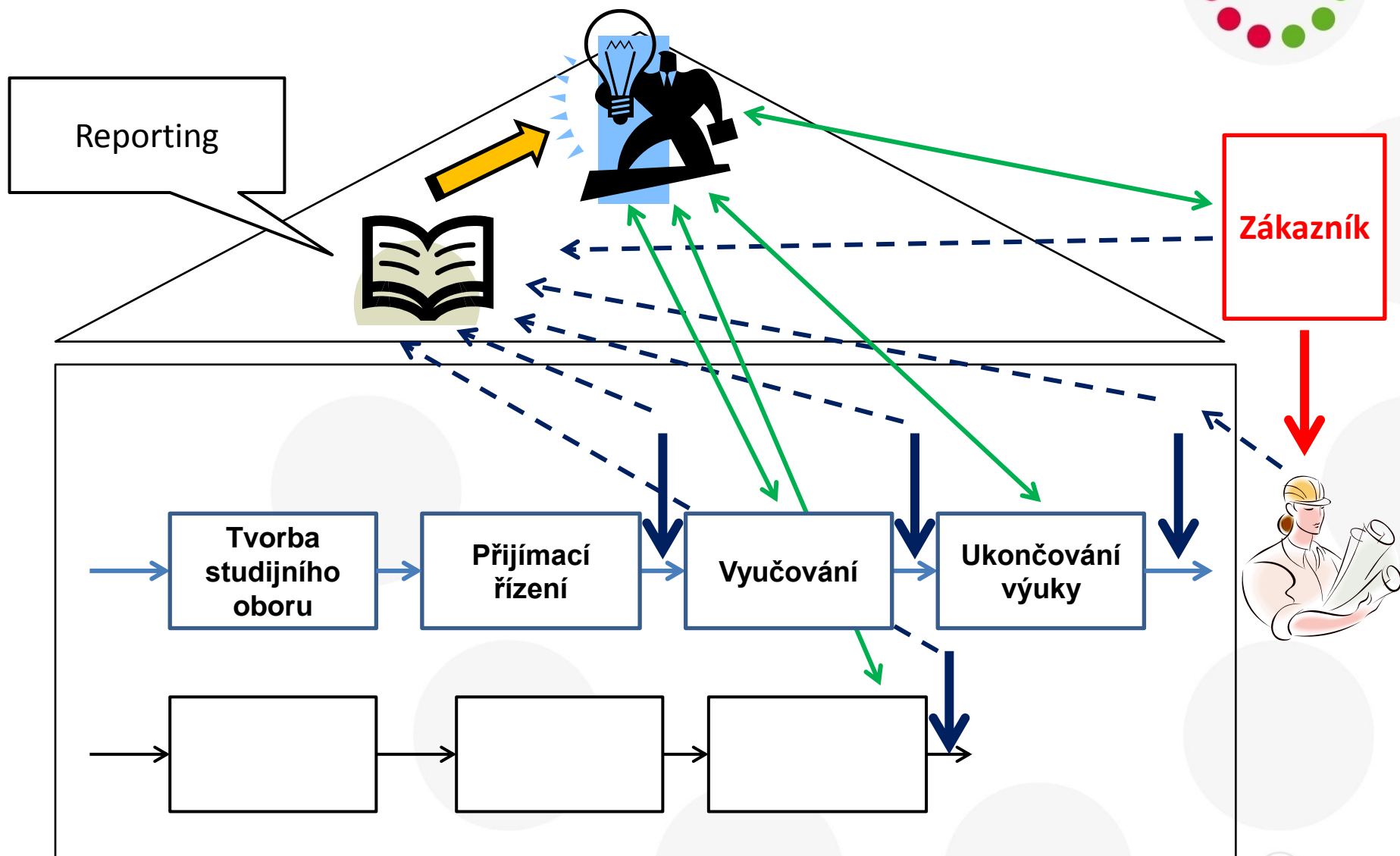
- „Často říkám, že jestliže můžete cokoliv, o čem hovoříte, změřit nebo vyjádřit čísly, pak o tom vždy víte víc“

William Thomson - lord Kelvin



# Procesní tok rozhodování

KVALITA



# Klíčový ukazatel výkonnosti (KPI - Key Performance Indicator)



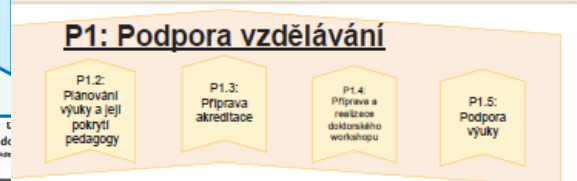
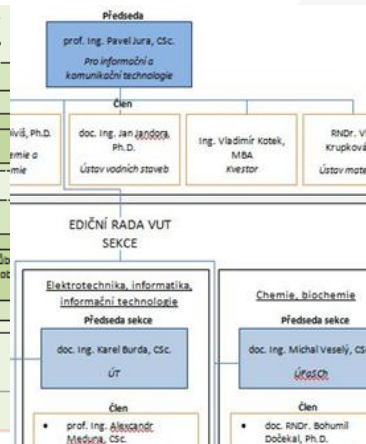
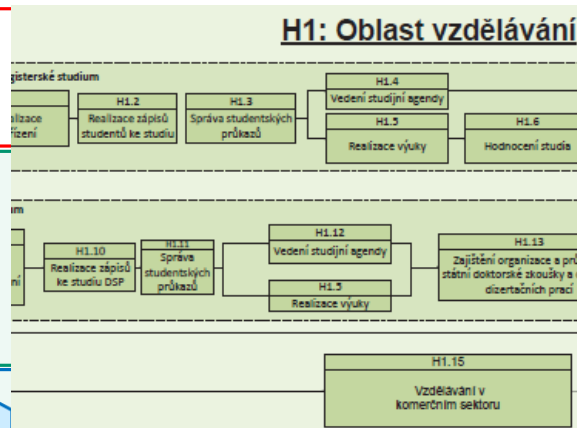
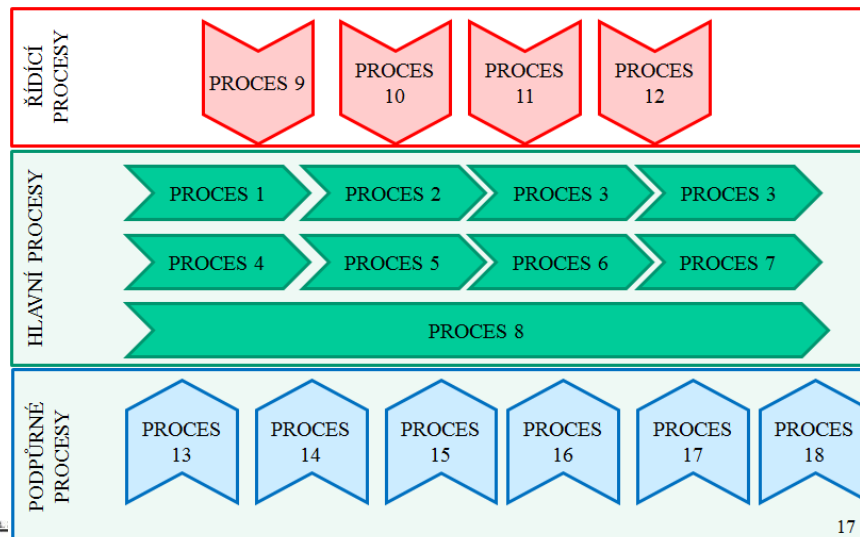
- Metrika výkonnosti procesu
- Kvantitativní (měřitelný), Kvalitativní (atributivní)
- Hodnota – aktuální, cílová, benchmarking
- Trendy – stabilní, pozitivní, negativní
- Znak kvality - čas, přesnost, pravděpodobnost předpokladu vývoje



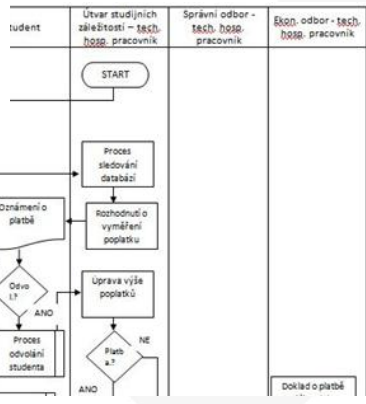
# Sebepoznávání instituce

KVALITA

- Logický předpoklad:
  - Mapování a modelování procesů/systému/organizačních schémat



Typ procesu	Sektor/Prosektor/Kvestor	Útvary	Osobnosti	Číslo procesu	Název procesu	Subprocesy	Vlastník procesu	Zákazníci	Produkt	Výstupy	Dodavatelé	Vstupy	Dokumenty (plánek, směrnice, normativ...) včetně identifikačního čísla	Číslo	Stav	Stav	Stav
H	Prosektor pro marketing a vnitřní vztahy	Útvary vnitřních vztahů	N/A		Marketingové průzkumy	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky
H	Prosektor pro marketing a vnitřní vztahy	Útvary vnitřních vztahů	N/A		Marketingové průzkumy	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky
H	Prosektor pro marketing a vnitřní vztahy	Útvary vnitřních vztahů	N/A		Marketingové průzkumy	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky	Marketingové průzkumy - elektronické dotazníky



# Obecný procesní postup

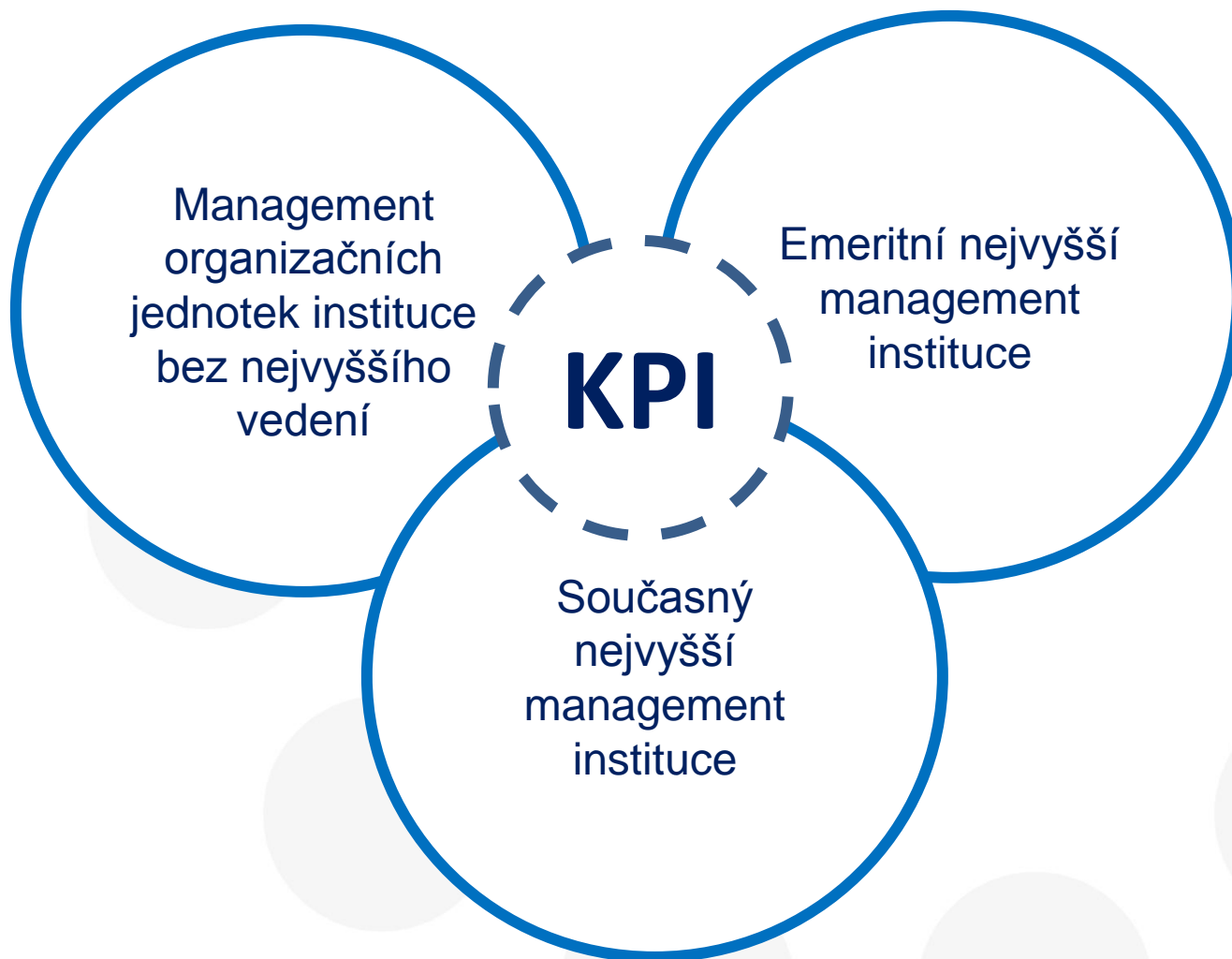


- 1) Oficiální požadavek nejvyššího vedení
- 2) Komunikace přes organizační jednotky
- 3) Stanovení vedoucího týmu
- 4) Stanovení týmu pro sběr dat
- 5) Stanovení harmonogramu
- 6) Příprava sběrného podpůrného materiálu pro záznam dat
- 7) Organizace sběrných schůzek
- 8) Realizace sběrných schůzek
- 9) Validace zjištěných dat
- 10) Prezentace výstupů nejvyššímu vedení (Procesy, KPI, Vazby, Další)
- 11) Rozhodnutí nejvyššího vedení o KPI
- 12) Technické zajištění reportingu KPI
- 13) Vlastníci procesů
- 14) Přezkoumání systému

# Obecný procesní postup



- Tři zdroje zjišťování klíčových ukazatelů výkonnosti:



# Obsecný procesní postup



- **Klíčový ukazatel výkonnosti:**

- 1) Opakovaná potřeba pro externí subjekt
- 2) Opakovaná potřeba pro nejvyšší management
- 3) Opakovaná potřeba pro řízení organizační jednotky/jednotek
- 4) Opakovaná potřeba servisu pro jinou organizační jednotku v rámci instituce
- 5) Názor na potřebu sledovatelnosti klíčových ukazatelů výkonnosti

**PŘIDANÁ HODNOTA, NÁKLADY, TECHNICKÉ ŘEŠENÍ, DATA, INFORMACE,  
ROZHODOVÁNÍ - ŘÍZENÍ**

# Obsecný procesní postup



- **Osnova pro záznam dat:**

- Identifikační údaje organizační jednotky
- Identifikační údaje vlastníků – manažer/realizátor
- Identifikační údaje – proces
- Klíčový ukazatel výkonnosti – popis, jednotka, četnost, poslední termín
- Priorita (vysoká, střední, nízká)
- Potřeba – externí organizace, nejvyšší management, organizační jednotka
- Zdroj dat
- Externí/interní reporting
- Datum revize
- Poznámka

# Závěr



- Jak se mám správně rozhodnout?
- Jak může mé rozhodnutí zajistit očekávané chování?
- Co potřebuji pro správné rozhodnutí?
- Jak vím, že informace, které mám, vykazují potřebné znaky kvality?
- Můžu se takto rozhodnout, aniž by to (ne)mělo následek na jiné procesy?
- ...
- „Hlavní překážkou v poznání pravdy není lež, ale zdánlivá pravda“

**Arthur Schopenhauer**

**METODIKA PRO STANOVENÍ KLÍČOVÝCH UKAZATELŮ VÝKONNOSTI V ITV**

# KVALITA



**Děkuji za pozornost!**

[www.kvalita.reformy-msmt.cz](http://www.kvalita.reformy-msmt.cz)



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ