

pracownia badań
i innowacji
społecznych



Partycypacja w usługach publicznych uwagi ogólne

Kuba Wygnański

Seminarium organizowane jest w ramach projektu "Kurs - Partycypacja!", współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej oraz ze środków Fundacji im. Stefana Batorego.



- *Skąd wiecie że ta oferta jest adekwatna?*
- *Bo zawsze jest więcej chętnych niż miejsc.*

(Rozmowa z osobą kierującą jedną z miejskich placówek)

Zmiany w modelu rządzenia

- **administracja publiczna** (wariant quasi monopolu) -> **new public management** (kontraktowanie, komercjalizacja) -> **new public services** (partnerstwo)
- **świadczeniobiorca** → **konsument** -> **obywatel**
- **lojalność, krytyka, rozstanie** (loyalty, voice, exit)
- **vote - głosowanie** (demokracja incydentalna) -> **voice – głos / zdania** (bieżące formułowanie preferencji / personalizacja)

Po co to wszystko?

- **decentralizacja**, adaptacja do lokalnych warunków / możliwości – większa niż dotychczas odpowiedzialność władz lokalnych
- **ograniczoność zasobów**, deficyt finansów publicznych
→ konieczność formułowania priorytetów;
- **brak równowagi przywilejów i oczekiwań w stosunku do zobowiązań**
→ duże oczekiwania w stosunku do państwa i braku lojalności w stosunku do niego);
- **ryzyko vetokracji** (koncentracja na proteście, roszczeniach, ochronie interesów, unikaniu obciążeń)
- **troska o poprawę jakości usług publicznych**
- **kontrola / monitoring / ewaluacja usług;**
- **poszukiwanie nowych pomysłów / rozwiązania;**
- **optymalizacja – personalizacja - satysfakcja mieszkańców**
- **korzyści polityczne – uprawomocnienie**

„Sytuacje” partycypacyjne powiązane z usługami publicznymi

1. diagnozowanie potrzeb / identyfikacja problemów
2. generowanie pomysłów
3. recenzowanie obecnie świadczonych usług
4. projektowanie nowych usług

Dylematy - możliwe problemy i nieporozumienia

- potrzeby a życzenia
- jakość a satysfakcja usługobiorców
- czy klient zawsze ma rację?
- rozwój lokalny a suma preferencji indywidualnych
- indywidualizacja vs standaryzacja
- możliwe przechwycenia przez grupy interesów / roszczeń
- użytkownicy i „nieużytkownicy”
- społeczny wymiar „zasady nieoznaczoności”

Niektóre techniki przydatne w recenzowaniu usług

- indeksy / wskaźniki bazujące na danych administracyjnych, spisowych – wykorzystanie statystyki małych obszarów (np. LHDI)
- badania globalne - pomiar „wpływu”:
 - pomiar krajowy (np. *Diagnoza Społeczna w Polsce*, *Citizenship Survey* Wielka Brytania) + badania typu „Państwo widziane od dołu” (np. Holandia)
 - badania lokalne (np. warszawskie dzielnicowe badanie jakości życia, regularny Barometr)
- badanie „użytkowników” ankiety, ankiety, ankiety
- badania panelowe (np. Gdyński Dialog z Seniorami)
- skrzynki z pomysłami
- mystery shopping (kontrola)
- etnografia (spacery badawcze + obserwacje)

