

Styresak

Går til: Styremedlemmer
Føretak: Helse Vest HF
Dato: 10.03.2012
Sakhandsamar: Bente Aae
Saka gjeld: **Omdømmemåling i Helse Vest**

Styresak 060/12 B

Styremøte 06.06. 2012

Forslag til vedtak:

1. Styret tar saka til etterretning.
2. Styret ber om at første årlege omdømmemåling ligg føre hausten 2012.
3. Styret ber om å få presentert kvartalsvise medieanalysar.

Oppsummering

Helse Vest RHF har gjort målingar av omdømme sidan 2005. I samband med at omdømmemålingane for føretaksgruppa skal ut på nytt anbod sommaren 2012 tilrår ein ei revidering av måten målingane skal gjerast på. Målet er å gi ei auka forståing av omdømmebiletet for føretaksgruppa Helse Vest og gjennomføre målingar som skal vere eit god styringsreiskap.

Fakta

I Helse 2020 legg vi vekt på kor viktig omdømmet er for verksemda:

Omdømmet vårt både blant pasientar, avgjerdstakarar, folk flest, hos medarbeidarane våre, i media og i ulike fagmiljø blir stadig viktigare. Helse Vest er avhengig av allmenn tillit og av å stå fram som tillitvekkjande i dei ulike miljøa som influerer på verksemda.

Å utvikle bevisste haldningar til omdømmespørsmål vil bli stadig viktigare for føretaka. Omdømmebygging skal vere ein integrert del på alle plan i organisasjonen, frå det å yte service til pasientar og brukarar til det å inngå som ein sentral del av leiarskapen. Leiurar i organisasjonen har eit særskilt ansvar for at omdømmeaspektet, både internt og eksternt, blir teke med i avgjerdsprossar. [...]

I Helse 2020 er omdømmeaspektet særskilt trekt fram når det gjeld rekrutteringskraft.

Føretaksmøte 28. januar 2011 slår fast:

Styret sitt ansvar

Styret må vere bevisst på sitt ansvar for å sikre kvalitativt gode spesialisthelsetenester, berekraftig utvikling, godt omdømme og oppslutning om offentlege helsetenester.

I dag gjennomfører vi omdømmemålingane månadleg, med 1785 intervju på Vestlandet kvar gong, og målingane er delte i tiltru til helseføretaka (HF-a) og inntrykk av det regionale helseføretaket (RHF-et). Resultata blir presenterte for styret i Helse Vest RHF og blir gjort tilgjengelege for føretaka i Helse Vest.

Omdømmemålingane gir svar på spørsmål om grad av tiltru til at ein får dei helsetenestene ein har trong for, delt per føretak, og inntrykket av det regionale helseføretaket. Vidare gir målingane svar på avvik/ikkje avvik i tiltru og inntrykk mellom pasientar (dei som har vært i kontakt med spesialisthelsetenesta), pårørande og andre. At kategoriane mellom måling av HF og RHF er forskjellige, i tiltru og inntrykk, gir seg utslag i at resultata verken er samanliknbare for «benchmark» eller vidare hensiktsmessige. Målinga av tiltru til HF-a, med tvungne svar positivt/ negativt, skil seg frå dei fremste målingane av omdømme for offentlege organisasjonar nasjonalt.

I dag har målingane meir verdi for å følgje den løypande, overordna utviklinga av desse kategoriane, og mindre verdi som verktøy for styring og leiing, forståing av årsaker og grunnlag for strategi og utvikling.

På bakgrunn av dette tilrår ein ei føremålstenleg endring i metode og frekvens for måling av omdømmet i Helse Vest.

Kommentar

Omdømme

Omdømme er summen av dei oppfatningane som ulike interessentgrupper har av verksemda vår, over tid. Vi har alltid eit omdømme, anten vi måler det eller ikkje.

Omdømme er det biletet folk har av verksemda, det ein tenkjer på når ein høyrer verksemda nemnt eller når ein ser ei referanse til verksemda. Det ein tenkjer, kan vere skapt av førstehandsinntrykk gjennom at

ein sjølv har hatt kontakt med verksemda eller har relasjon til nokon som har vore i kontakt med verksemda. Det kan også vere skapt av medieomtale, annan informasjon ein har tilgang til eller rykte, fordommar og spekulasjonar. Omdømmet er altså summen av subjektive inntrykk som eksisterer rundt oss. For måling av omdømme skil ein ikkje på kor godt funderte desse haldningane er, om dei er baserte på eigne, reelle erfaringar eller feilslutningar. Konsekvensen er den same: I fall det finst eit gap mellom kva organisasjonen meiner den fortener av omdømme og det omdømme ein faktisk har, så er det åleine organisasjonen sjølv som må møte utfordringa i å skape det rette omdømmet.

Eit godt omdømme får ein når handlingar og avgjersler bekreftar verdiane verksemda har og når ein følgjer opp det ein har lova, for eksempel mandat og målsettingar. Å svare forventningane folk har til oss, anten ved å oppfylle desse eller ved å klargjere grunnlaget for verksemda, er ei føresetnad for eit godt omdømme. Oppsummert: Ein må seie det ein skal gjere og gjer det ein seier.

Godt omdømme byggjer vi innifrå

Det omdømmet vi har er resultatet av måten vi driv kjerneverksemda vår på. Ofte mediebildet av verksemda forveksla med omdømme. Mediebildet kan forsterke eller svekkje inntrykk, men omdømme er meir enn dette.

Det har vore mykje fokus på godt omdømme og bygging av godt omdømme i det offentlege dei siste par åra. Seinast 26. og 27. oktober 2011 i Dagens Næringsliv peiker førstelektor ved Markedshøyskolen, Karl-Fredrik Tangen, på at det er fare for at det offentlege reduserer verdien av omdømmeomgrepet. Han kallar det omdømmedumping når ein set jakta på eit godt omdømme framfor det å fokusere på årsakene til omdømmet. Han seier «offentlige organisasjonar må i første rekke se på hvilket mandat de har og hvordan de skal utøve det. Så får gode plasseringar og omdømmepriser vere en tilfeldig og hyggelig bieffekt». Dagen etter nyanserer Martin Apenes biletet: «Det er et problem, at godt omdømme brukes som parameter på vellykkethet. Fremover vil vi se etater som jakter på riktig omdømme, der det er samsvar mellom det som leveres og folks inntrykk. Det vil bli mer ubehagelig for politikerne, med kanskje bedre for oss brukere?».

Godt omdømme er eit viktig mål. Å måle det omdømmet som er riktig til ei kvar tid er viktig styringsinformasjon. Det svarer på om vi er tydelege i leiing, avgjersler, pasientmøte, drift, generell kommunikasjon med meir.

Konsekvens av omdømme

Å kjenne til kva vi har for omdømme, tiltru og tillit handlar om moglegheita for god styring. Haldning styrer handling. Dette er grunnlaget for vektlegginga av omdømme. Sjølv om ein ikkje alltid kan gjere dei vala ein sjølv synest er best, vil ein som regel velje det beste ein har moglegheit for til ei kvar tid.

Omdømmemålingane føreset kjennskap til verksemda vår. Generelt ser vi at nordmenn har marginal kjennskap til den offentlege forvaltninga: I ei undersøking gjort av Synovate viser det seg at i 9 av 10 undersøkingar er 20 % eller fleire av dei spurde anten ukjende med organisasjonen eller berre kjende med namnet på organisasjonen. «*Det er et demokratisk problem at mange ikke har kjennskap til etater eller institusjoner. Har man ikke kjennskap til dem og hva de driver med, kan man heller ikke bruke dem fullt ut,*» seier Kristin R. Pran, direktør for Synovate Politikk og Samfunn.

Dette betyr ikkje at det i kvart tilfelle er nødvendig med marknadsføring i seg sjølv, men det betyr at vi må gjere informasjon lett tilgjengeleg for befolkninga, og drive med openheit som eit prinsipp for å vere synlege der vi skal vere det og der det er forventa av oss.

Betydinga og fordelane av eit godt omdømme, god effekt av samanhengen mellom haldning og handlingar, kan kort summerast opp slik:

- lettare å få medarbeidarar/ rekrutteringskraft
- stolte medarbeidarar/ godt miljø/ gode ambassadørar
- lettare å få gjennomslag for avgjersler
- grunnlag for formidling og forståing av budskap i eigne kanalar, media med meir
- klarar oss betre gjennom endringar og kriser

- føresetnad for gjennomslag av strategiske val
- lågare kommunikasjonskostnader

Omdømmemåling

Når det gjeld måling av omdømme skal dette vere eit føremålstenleg verktøy for å følgje utviklinga, eit termometer som fortel kva omdømmet vårt er og bakgrunnen for dette, slik at biletet blir rett og samanliknbart.

Det finst tre ulike typar undersøkingar av omdømme. Målingane har ulike siktepunkt og gjer greie for ulike områder:

- **Brukarmålingar**
 - Måler først og fremst tilfredsheit og eventuelt lojalitet. I helsevesenet omfattar dette pasientundersøkingar og interne undersøkingar blant medarbeidarane (registrerte brukarar).
- **Profil- / imageundersøkingar**
 - Blir gjennomførde blant alle aktørar på ein bestemt arena (eks. bransje), både eigne brukarar, andre sine brukarar og potensielle brukarar. Ein evaluerer aktørar i en bestemt sektor på generelt grunnlag.
- **Omverdsanalyse**
 - Blir gjennomførde i dei viktigaste delane av omgivingane til helseføretaket der suksess og fiasko, rammevilkår etc. blir avgjort. Omfattar til eksempel innbyggjarar, medarbeidarar, styringsmakta, media, politikarar med fleire. Ein evaluerer helseføretaket ut i frå faktorar som har gyldigheit i alle delane av omgivingane, nedfelt i lovtekst, verdigrunnlag, statuttar og strategiske planar.

Omdømmemålingar skal gi ei oversikt over det totale biletet av verksemda vår. Samtidig legg dei fleste rådande omdømmemålingane vekt på å gi god styringsinformasjon gjennom spørjing som saman og kvar for seg dekkjer både pasientar, medarbeidarar og befolkninga elles.

Vidare er det viktig at omdømmemålinga svarer på fleire parameter enn målinga vi har i Helse Vest i dag. Her finnes det ulike spørsmål, som verksemda vektlegg etter kva som skal ha strategisk vekt, slik som inntrykk og tiltru til tenestene, leiging, effektivitet, forvaltning, fornying, openheit og meir. Desse parametrane vil gi gode svar på kva faktorar som verker inn på omdømmet til ei kvar tid og vere eit verktøy for å måle særskilte område for satsing.

Medieanalysar

Presseoppslag er ein viktig faktor for styring av inntrykket befolkninga har av helsetenestene. I dag får ikkje styret i Helse Vest medieanalysar utover at dette til somme tider er tema under presentasjonen av omdømmemålingane. Helse Vest har allereie verktøy for dette og kan trekkje dette ut som særskilte oppsummeringar delt i tal på oppslag, geografisk spreiding, spreiding på medietype, positiv og negativ omtale og meir.

Konklusjon

Omdømmemålingane i Helse Vest i dag gir lite svar på anna enn overordna inntrykk av verksemda, og er mindre eigna for analyser utover dette. Ein bør få på plass parameter som gir betre styringsinformasjon slik at ein tydeleggjer bakgrunnen for svara og får eit heilskapleg bilete av tilliten til sjukehusa på Vestlandet.

Tilråding

1. Styret i Helse Vest RHF får presentert ei meir omfattande omdømmemåling årleg.

Målinga skal kunne delast per føretak (HF og RHF) og inkludere gruppene *pasientar*, *medarbeidarar* og *befolkninga på Vestlandet* meir generelt. Målinga skal vidare leggje vekt på ulike område av verksemda, som grunnlag for solide analysar og god styringsinformasjon. Pasientmålinga skal leggje særskilt vekt på pasientbehandling og -oppleving ved sjukehusa.

2. Styret i Helse Vest får lagt føre kvartalsvise medieanalyser og presseklipp frå føretaksgruppa Helse Vest.