



adpontes.cz

Jiří Sobek

Individuální plánování

jednoduše a srozumitelně

Individuální plánování jednoduše a srozumitelně

Autor textu: Mgr. Jiří Sobek

Jazyková korektura: Mgr. Jana Válková

Fotografie a obrázky: © Canva, archiv autora

Vydal: Mgr. Jiří Sobek – Adpontes

Fetrovská 937/26

160 00 Praha 6

Tel.: +420 602 885 857

E-mail: sobek@adpontes.cz

Web: adpontes.cz

První vydání, Praha 2019

Děkuji vám za zakoupení publikace. Tato kopie je určena pouze pro vaši osobní potřebu nebo pro potřebu vaší organizace. Další šíření těchto materiálů by bylo porušením autorského zákona. Děkuji, že to respektujete.

Obsah

K čemu je individuální plánování dobré	3
Jak vytvořit kvalitní individuální plán	5
Hlavní části individuálního plánu	9
Osobní profil	10
Popis potřebné podpory	14
Cíle a kroky	21
Plán, jak být v pohodě	27
Vyhodnocení plánu	29
Aktualizace plánu	31
Individuální přístup v praxi	32
3 způsoby, jak zlepšit individuální plány	33
Příklady formulářů	36



Tato publikace je určena především pro pobytové služby, jako jsou domovy pro seniory, domovy pro osoby se zdravotním postižením, chráněná bydlení apod. Věřím ale, že inspiraci zde naleznou i zaměstnanci jiných sociálních služeb.

K čemu je individuální plánování dobré

Lidí je na světě hodně a každý člověk je jiný. Každý má rád něco jiného. Každému vadí něco jiného. Každý potřebuje ke spokojenosti něco jiného.

Dobrá sociální služba se co nejvíce přizpůsobuje jednotlivým klientům, jejich individuálním potřebám a přáním. Snažíme se každému člověku maximálně vyjít vstříc. Chceme, aby služba probíhala způsobem, který klientovi opravdu vyhovuje.

Proto má každý klient sociální služby svůj individuální plán. V průběhu plánování chceme klienta hlouběji poznat. Pochopit jeho přání a potřeby. Znat jeho zvyklosti. Vědět, co je pro něho důležité, co má rád a co ho naopak trápí. Chceme si vyjasnit, s čím přesně potřebuje klient pomoci a jak konkrétně má tato pomoc vypadat.

Individuální plánování pomáhá, aby se klient cítil jako partner personálu, ne jako objekt péče. Aby mohl **maximálně rozhodovat sám o sobě a o svém životě**. Aby mohl ovlivňovat věci, které se ho týkají.

Hlavním výsledkem plánování není šanon plný papírů. Nejdůležitější je, jak se individuální přístup ke každému klientovi projevuje v reálném každodenním životě.

Nejčastější nedorozumění

Mnoho zaměstnanců v sociálních službách má pocit, že se individuální plánování točí především kolem cílů. Každý klient prý musí mít nějaký cíl, ten je potřeba splnit a vyhodnotit. A pak je nutné najít další cíl a pak další a další.

To je ale velmi **redukovaný pohled** na individuální plánování. Spousta klientů nemá v šuplíku seznam vytoužených cílů. Přílišný důraz na cíle vede plánování často do slepé uličky.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



Mějte prosím na paměti, že **hlavním smyslem individuálního plánování není stanovování cílů a jejich následné plnění**. Individuální plán vyjasňuje celkový rámec naší spolupráce s klientem. Zahrnuje vše, co pro klienta děláme. Popisuje veškerou podporu a péči, kterou klientovi poskytujeme.

Individuální plánování napomáhá tomu, aby člověk mohl žít co nejvíc samostatně, spokojeně a po svém.



Jak vytvořit kvalitní individuální plán

3 klíčové otázky

V dobrém individuálním plánu najdeme odpověď na tři zásadní otázky:

- **Kdo je člověk**, kterého máme před sebou?
- Co tento člověk **chce a potřebuje**?
- Jak a s čím mu můžeme **pomoci**?

Dobrý individuální plán vzniká v týmu

Individuální plánování není práce pro jednotlivce. Plánování v týmu je **jednodušší, rychlejší** a hlavně přináší daleko **větší užitek**. Plánovací tým obvykle tvoří klíčový pracovník a několik dalších pracovníků, kteří klienta dobře znají. Tým se schází na tzv. plánovací schůzce.

Přínosné je zastoupení **různých profesí** (například pečovatelka, sociální pracovníce, zdravotní sestra, terapeutka apod.). Součástí plánovacího týmu je samozřejmě i **klient**. Je vhodné, když se klient účastní schůzky plánovacího týmu. Pokud se účastnit nechce, může s ním potřebné věci probrat klíčový pracovník předem.

Jednoduchost a srozumitelnost

Dobrý individuální plán má jednoduchou a přehlednou strukturu. Je psán **běžným, srozumitelným jazykem**. Obejdeme se bez zbytečných cizích slov a odborných frází. Plánu by měl porozumět i klient.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



Nepište do plánu složité a odborně znějící věty, jako například: *Aktivizace formou účasti na volnočasových aktivitách*. Raději napište úplně jednoduše: *Chci si sama jednou za týden upéct buchtu nebo bábovku*.

Informace v individuálním plánu musí být jasné a konkrétní. Pokud se chce klient naučit zapínat si sám knoflíky u košile, nepište do plánu: *Rozvoj jemné motoriky a sebeobsluhy*. To je dost mlhavé. Napište raději: *Chci si sám zapínat knoflíky u košile*. Nedělejte z plánování zbytečnou vědu.

Samozřejmostí by měly být plány napsané **na počítači**. Plány psané propiskou bývají většinou špatně čitelné, při každé aktualizaci se musí celé přepisovat a to přináší řadu zbytečných komplikací. U některých klientů může k lepší srozumitelnosti pomoci také **použití obrázků, piktogramů či fotografií**.

Jen užitečné informace

Pište do individuálních plánů **pouze užitečné informace**. Informace, které jsou důležité pro klienta nebo pro personál. Dobré individuální plány neobsahují žádnou zbytečnou „omáčku“. Nejsou to slohová cvičení. Stručnější plány bývají většinou kvalitnější než ty zdlouhavé.

Zaměření na člověka

Dobrý individuální plán vychází z toho, **co je pro klienta důležité**. Personál při plánování nevnucuje klientovi svoje představy a odborné rady, ale snaží se zjistit, co chce klient. Jak si představuje svůj život? Jakou pomoc a podporu potřebuje, aby mohl žít podle svého?

Klient je v centru plánování. Má aktivní roli, která se dá vyjádřit slovy: **já plánuji** (ne: *pro mě se plánuje*). Důležitý je **proces plánování** (komunikace s klientem, diskuse v týmu). Plán na papíře je výsledkem a záznamem tohoto procesu.



Vycházíme ze silných stránek

Existuje nebezpečí, že při plánování věnujeme příliš mnoho pozornosti pouze klientovým problémům a omezením. Ale i když má klient celou řadu potíží, je důležité, abychom si nejprve zmapovali jeho silné stránky a schopnosti. Abychom si uvědomili, **co v životě klienta funguje**. To nám pomůže **vnímat situaci vyváženěji**. Můžeme pak lépe a efektivněji řešit i případné problémy.

Nehodnotíme, popisujeme

Klient je agresivní – tato věta v sobě obsahuje negativní hodnocení a přináší minimum konkrétních informací. Nevíme, jestli klient někomu sprostě nadával nebo jestli se pokusil někoho zabít. Proto je lepší být konkrétnější: *Když panu Novákovi někdo bere jídlo, reaguje zlostně a občas druhého člověka bouchne*. Tato věta **popisuje jednání klienta, ale nehodnotí ho**.

Další příklad nevhodného hodnocení: *Klient je líný a nezapojuje se do společných aktivit*. Stejnou situaci můžeme popsat například takto: *Pan Růžička nejraději tráví čas ve svém pokoji sledováním televize a o společné aktivity nemá zájem*.

Snažte se v individuálním plánu používat **popisný styl**. Popisujte, co klient dělá nebo nedělá, co má nebo nemá rád, ale nehodnoťte, jestli je to dobře nebo špatně.

Zkuste psát plány v 1. osobě

Může se to zdát jako detail, ale kvalitu individuálního plánu výrazně ovlivňuje, zda použijeme 1. osobu, 3. osobu nebo infinitiv. Zkuste psát plány v 1. osobě. Například: *Chci si jednou za týden půjčit v knihovně novou knížku*. V plánu, který je psaný v 1. osobě, se **více odráží klientova osobnost, přání a vůle**.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



Pokud vám 1. osoba z nějakého důvodu nevyhovuje, použijte 3. osobu: *Paní Novotná si chce jednou za týden půjčit v knihovně knížku.* Je to trochu méně osobní, ale pořád zcela vyhovující.

Vyvarujte se používání infinitivů: *Jednou za týden půjčit knížku. Navštívit rodinu. Chodit více ven.* Plány plné infinitivů bývají poměrně neosobní a tím i nejméně kvalitní.

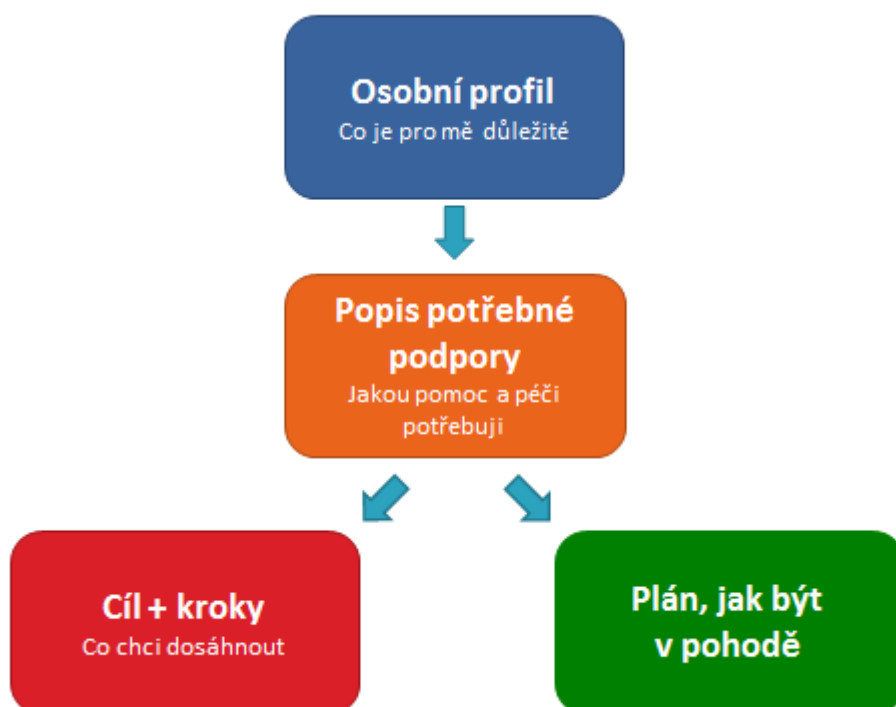
***Dobrý individuální plán je jednoduchý,
srozumitelný a hlavně užitečný.***



Hlavní části individuálního plánu

Individuální plán má obvykle tři důležité části:

1. Nejprve se musíme něco dozvědět o osobnosti klienta. Zjistit, co má rád a co mu vadí. Ujasnit si, jaké jsou jeho potřeby, přání a očekávání. Musíme vědět, co tento člověk potřebuje ke spokojenému životu. Této části plánu říkáme **osobní profil**.
2. V **popisu potřebné podpory** si vyjasňujeme zcela konkrétně a prakticky, jakou pomoc, podporu a péči klient potřebuje v jednotlivých oblastech svého života. Najdeme zde popis všeho, co pro klienta děláme. A také se dozvíme, co klient zvládá samostatně.
3. Pokud se chce klient něco naučit, v něčem se osamostatnit nebo něčeho konkrétního dosáhnout, stanovíme si s klientem **cíl** a popíšeme **kroky**, které povedou k jeho dosažení. Pokud klient žádný cíl nemá, můžeme zpracovat **plán, jak být v pohodě**.



Osobní profil

Aby mohl být plán skutečně individuální, musíme nejprve **hlouběji poznat osobnost klienta**. Osobní profil je výborný odrazový můstek pro další plánování. Když začínáme plánování osobním profilem, dostává se klient a jeho potřeby přímo do centra naší pozornosti. A právě o to při plánování jde.

Osobní profil zahrnuje několik důležitých oblastí, s kterými se podrobněji seznámíme. Formulář pro osobní profil naleznete na konci této publikace.

Co mám rád, co je pro mě důležité

Snažte se zmapovat **co nejvíc věcí, které má váš klient rád**. Co má rád k jídlu a k pití? Jak nejraději tráví čas? Jakým aktivitám se rád věnuje? Nebo má raději klid? Které lidi má rád? Co je pro něj v každodenním životě důležité? Co mu dělá radost? Má nějaké oblíbené každodenní rituály? Poslouchá hudbu? Dívá se rád na filmy? Má rád přírodu, zvířata, květiny? Podobných otázek vás může napadnout spousta.

Při vytváření osobního profilu buďte **konkrétní**. Dobrým začátkem je například věta: *Rád se dívám na televizi*. Ale ještě lepší bude, když napíšete: *Rád se dívám na televizi, nejraději mám sportovní přenosy a detektivky*. Víc jsme se toho o klientovi dozvěděli. Další příklad: *Mám rád jídlo*. Lepší varianta: *Mám rád jídlo, nejvíc mi chutná svíčková, řízky a bramborový salát*.

Zkuste najít **aspoň pět věcí**, které má váš klient rád. A když jich najdete víc, bude to samozřejmě jen dobře.

Co nemám rád, co mi vadí

Co váš klient nemá rád? Čeho se obává? Co mu vadí? V jakých situacích se necítí dobře? Co mu kazí radost ze života? Jaké aktivity

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



mu nevyhovují? Jaké jídlo mu nechutná? Jaké lidi zrovna nemusí mít kolem sebe? Co ho může rozzlobit nebo rozčítit?

Opět **budte co nejkonkrétnější** a snažte se objevit alespoň pět věcí, které váš klient nemá rád.

Co na mně mají lidé rádi, mé silné stránky

V sociálních službách se někdy až příliš necháme pohltit klientovými problémy, omezeními, hendikepy. Při individuálním plánování je dobré začít z opačné strany. **Pojmenujte si, jaké má váš klient silné stránky a schopnosti.** Co v jeho životě funguje? Čím je vám tento člověk sympatický? Co na něm máte rádi?

Pojmenování silných stránek je **úkol pro vás a pro celý tým.** Klient vám pravděpodobně své silné stránky nevyjmenuje. To dokáže jen málokdo.

Někteří klienti možná nemají silných stránek mnoho. Ale pokud se vám i u nich podaří jich pár objevit, může to mít **pozitivní vliv** na to, jak se klient cítí, jak se chová, a na váš vzájemný vztah. Při hledání silných stránek velmi pomáhá, když se zapojí celý tým.

Moje přání, touhy a sny

Každý člověk má své touhy a přání. Pokud je klient ochotný se vám svěřit, запиšte je do osobního profilu. Nevadí, když jsou to věci třeba i nereálné. Pokud jsou **pro klienta důležité**, tak do osobního profilu patří.

Životní cesta

Člověka dokážeme **lépe pochopit**, když víme, co v životě prožil. Proto je součástí osobního profilu i životní cesta. Jak váš klient prožil svůj předchozí život? Co bylo v jeho životě podstatné? Jací lidé, místa

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



či zážitky hráli důležitou roli? Na co váš klient rád vzpomíná? Na co vzpomíná nerad?

Při mapování životní cesty musíme **respektovat soukromí klienta**. Většina lidí je ráda, když se o ně někdo zajímá. Ale ne každý se vám bude chtít svěřovat se svým životním příběhem. Musíme to respektovat a rozhodně nebudeme na klienta žádným způsobem tlačit.

Fotografie a obrázky

Součástí osobního profilu je i fotografie klienta. S fotografií je osobní profil ještě **osobnější**. Fotografie je užitečná také například pro nové zaměstnance, kteří ještě klienty tolik neznají. Snáze si pak spojí individuální plán s konkrétním klientem.

Existují osobní profily, které jsou plné fotografií. Je to vhodné například u lidí s mentálním postižením, kteří neumí číst. Je možné nafotit věci, které člověk má a nemá rád, a z těchto fotografií pak osobní profil sestavit. Převahu v tomto případě tvoří fotografie a obrázky, textu je minimum.

Chce to čas

Vytvořit kvalitní osobní profil není práce na pár minut. Možná uteče několik týdnů nebo i měsíců, než klienta dobře poznáte a získáte si jeho důvěru. Nemá cenu spěchat. Hlavním cílem není vytvořit nějaký papír. To důležité je právě **posílení vztahu s klientem, důvěra a hlubší pochopení**. A tyto věci vyžadují svůj čas.

Čím začít

Když osobní profil vytváříte, **začněte mapováním toho, co váš klient má a nemá rád**. To je obvykle nejlepší začátek. Teprve potom

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



pokračujte pojmenováním silných stránek a dalšími částmi osobního profilu.

Osobní profil nám pomáhá poznat klienta více do hloubky. To je výborný základ pro další plánování.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Pokud při plánování používáte program Cygnus, osobní profil v něm bohužel nenajdete. Mnoho organizací to řeší tak, že si osobní profil vytvoří v programu Word a do Cygnusu ho případně nahrají jako přílohu.



Popis potřebné podpory

Abychom mohli klientovi poskytovat službu skutečně „na míru“ a podle jeho potřeb, musíme zjistit a zaznamenat, co klient v jednotlivých oblastech svého života zvládá sám a v čem potřebuje pomoc. A právě to se dozvíme v popisu potřebné podpory.

V této části individuálního plánu je popsána **náplň, rozsah a průběh služby**:

- **s čím přesně** budeme klientovi pomáhat;
- **jakým způsobem** budeme klientovi s různými věcmi pomáhat;
- **jak často**, případně jak dlouho klient podporu a pomoc potřebuje.

Oblasti podpory

Příklad formuláře pro popis podpory naleznete na konci této publikace. Formulář obsahuje devět oblastí podpory:

- **Osobní hygiena**
- **Péče o vlastní osobu**
- **Samostatný pohyb**
- **Stravování**
- **Péče o domácnost**
- **Kontakt s lidmi**
- **Seberealizace (vzdělávání, práce, aktivity)**
- **Zdraví, bezpečí, rizika**
- **Uplatňování vlastních práv a zájmů**

Tyto oblasti vycházejí z tzv. Regionální karty sociálních služeb. Zahrnují všechny aspekty běžného každodenního života. Lidé obvykle vyhledávají sociální službu, protože v jedné nebo více oblastech potřebují soustavnou a pravidelnou pomoc. V této části individuálního plánu se chceme na jednotlivé oblasti důkladně zaměřit.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



Co klient zvládá sám

Při sestavování popisu potřebné podpory s klientem postupně procházíme všechny oblasti podpory. Nejprve zjišťujeme, co klient v dané oblasti zvládá sám. Například v oblasti osobní hygieny můžeme zjistit a zapsat: *Zvládnou si sám dojít na toaletu. Sám si vyčistím zuby, umyji obličej a ruce.*

Když začínáme popis podpory tím, co klient zvládá sám, má to dva důvody. Za prvé tím **zdůrazníme klientovy schopnosti**. Za druhé takto nastavujeme určitou **hranici**. Věci, které klient zvládá sám, by měl skutečně také sám dělat. Neměl by vyžadovat pomoc od personálu například jen proto, že se mu do dané činnosti nechce.

Jakou podporu a pomoc klient potřebuje

Když zaznamenejme, co klient v dané oblasti zvládá sám, **popíšeme jasně a srozumitelně, jakou pomoc a podporu potřebuje**. Například: *Při koupání a sprchování potřebuji, aby mě pracovník přidržel, když jdu do vany a z vany, aby mi nastavil teplou vodu. Sám si namydlím horní polovinu těla, dolní polovinu těla musí namydlit pracovník. Potřebuji pomoc při utírání zad a dolní poloviny těla.*

Popis podpory by měl být natolik konkrétní, aby jakýkoliv pracovník po jeho přečtení získal **jasnou představu, co má pro klienta udělat** a jakým způsobem má postupovat. Podporu nelze popsat několika slovy, např.: *Částečná pomoc s hygienou*. Když si tato slova přečteme, tak sice víme, že máme klientovi při hygieně pomoci, ale nevíme přesně s čím a jak.

Buďte konkrétní, ale nepište román

Popis podpory obsahuje **konkrétní instrukce** pro všechny pracovníky, jak mají s klientem pracovat. Cílem není sepsat román, ale stručně na pár řádcích popsat, jak má pomoc a podpora probíhat a **na co je klient zvyklý**. Někdy totiž i zdánlivé detaily rozhodují o tom, jestli klient bude pomoc vnímat jako příjemnou nebo spíš nepříjemnou. Dobře zpracovaný popis podpory zaručuje, že všichni členové týmu budou táhnout za jeden provaz. Daný úkon (například pomoc s hygienou) budou u konkrétního klienta **provádět všichni stejně**, tak jak to klientovi vyhovuje.



Naopak velice **struční** můžete být v případě, že klient v dané oblasti **žádnou pomoc nepotřebuje**. Pokud například váš klient velmi dobře komunikuje, zvládá navazovat kontakty a udržovat své vztahy, pak můžete jednoduše napsat, že v oblasti komunikace klient zvládá vše sám a nepotřebuje žádnou podporu.

Rodina a přátelé se mohou také zapojit

Pomoc a podporu nemusí klientovi poskytovat pouze zaměstnanci sociální služby. Je žádoucí, když se do okruhu pomáhajících **zapojí například i rodina nebo přátelé klienta**. V popisu podpory pak uvedeme, které věci pro klienta zajišťuje personál a které rodina. Například klient potřebuje doprovod, když jde na procházku do parku. V popisu podpory se můžeme dočíst, že v týdnu doprovází klienta personál a o víkendu zajišťuje doprovod rodina.

Pojďme se nyní podrobněji seznámit s jednotlivými oblastmi podpory.

Osobní hygiena

Tato oblast se úzce týká intimity člověka. Nejedná se pouze o mechanické zvládnutí hygienických úkonů, ale také o to, aby si člověk odkázaný v této oblasti na pomoc druhých mohl zachovat svoji **důstojnost a sebeúctu**. Do této oblasti patří ranní a večerní hygiena, čištění zubů a péče o ústa, česání a mytí vlasů, čištění uší, stříhání nehtů, sprchování, koupání, ošetření pokožky krémem, toaleta apod.

Do popisu potřebné podpory napište, co z těchto věcí zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu. Nezapomeňte napsat nejen to, co klient potřebuje, ale také **jak často**. Pokud mu například pomáháte s koupáním nebo sprchováním, jak často tato činnost obvykle probíhá?



Péče o vlastní osobu

Tato oblast zahrnuje výběr vhodného oblečení, oblékání a svlékání, obouvání a zouvání, úpravu vzhledu a líčení, nákupy oblečení apod. Klient by měl mít možnost oblékat se **dle své volby a vkusu**.

Napište, co v této oblasti zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu.

Samostatný pohyb

Do této oblasti spadá bezpečný pohyb ve vlastním prostoru (pokoji či bytě), po budově i pohyb venku (v okolí budovy i na delší vzdálenosti). Dále pak vstávání, sezení, stání, změna polohy na lůžku, manipulace s předměty denní potřeby apod. Podpora a pomoc v této oblasti pomáhají klientovi mimo jiné naplnit jedno ze základních lidských práv, **právo na volný pohyb**.

Popište, nakolik klient zvládá samostatný pohyb bez cizí pomoci a v čem případně potřebuje pomoc personálu. Pokud klient například potřebuje doprovod, když chodí na procházky, nezapomeňte napsat, **jak často** vaši pomoc obvykle potřebuje.

Stravování

Dobře se najíst a napít je jednou ze základních lidských potřeb. A pro mnoho lidí představuje jídlo a pití také velké potěšení. Nejde tedy jen o pouhé fyzické nasycení klienta.

Do této oblasti patří nákup potravin a jejich uchovávání (uložení do ledničky, sledování data spotřeby), **vaření a příprava teplých i studených jídel a nápojů**, ohřívání jídla, porcování a příjem stravy. Důležitá je **možnost výběru jídla**, možnost najíst se v místě, které klientovi vyhovuje (jídlna nebo pokoj), v čase, který mu vyhovuje, v klidu a bez zbytečného spěchu.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



Uved'te, co v oblasti stravování zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu.

Péče o domácnost

Tato oblast se týká další důležité potřeby mít vlastní prostor, kde se **cítíme doma** a kde zažíváme **pocit soukromí**. Tato oblast zahrnuje možnost zařídit si svůj pokoj či byt podle svého, provádění běžného úklidu, stlaní, převlékání lůžkovin, mytí nádobí, zalévání květin, praní, žehlení, čištění bot, obsluhu elektrických spotřebičů, topení, větrání apod.

Napište, co v péči o domácnost zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu.

Kontakt s lidmi

Schopnost komunikovat a navazovat vztahy s druhými lidmi patří mezi základní lidské potřeby. Řada klientů sociálních služeb právě v této oblasti zažívá problémy. Obtížně komunikují, cítí se osaměle, chybí jim blízké vztahy. Proto je pomoc a podpora v této oblasti tak důležitá.

Patří sem **schopnost klienta komunikovat** v běžných každodenních situacích (srozumitelně se vyjádřit a porozumět sdělení druhých). Dále schopnost **navazovat a udržovat vztahy** s přáteli, sousedy a rodinou, navazovat a udržovat partnerské vztahy, využívat veřejné služby (obchod, pošta, banka, restaurace, kluby, kavárny, knihovny, kadeřnictví apod.)

Napište, zda klient zvládá komunikovat s ostatními sám, případně jakou potřebuje pomoc. Popište také, zda sám zvládá navazovat a udržovat své vztahy a jakou konkrétní podporu potřebuje ze strany personálu. Uved'te, jakou pomoc a podporu klient potřebuje, aby mohl využívat běžné veřejné služby.



Seberealizace (vzdělávání, práce, aktivity)

Každý člověk má touhu a potřebu být nějakým způsobem užitečný a **trávit svůj čas smysluplně**. Tato oblast zahrnuje možnost vzdělávání a osobního rozvoje, pracovní a jiné uplatnění, možnost věnovat se oblíbeným činnostem, koníčkům a volnočasovým aktivitám. Zajímá nás také, zda si klient umí svůj čas sám naplánovat.

V plánu podpory popište, jakým oblíbeným aktivitám se klient věnuje. Nezapomeňte napsat, zda tyto činnosti a aktivity zvládá samostatně nebo potřebuje **pomoc personálu**. Pokud ano, tak uveďte, jak tato pomoc vypadá a jak často probíhá.

Zdraví, bezpečí, rizika

V této oblasti zjišťujeme, zda se klient umí chovat bezpečně a **nakolik zvládá rizikové situace**, ve kterých by mohl být nějakým způsobem ohrožen. Zabýváme se různými druhy rizik (např. pády, úrazy, zdravotní rizika apod.). Hledáme způsob, jak rizikům předcházet. Zajímá nás také schopnost klienta pečovat o vlastní zdraví, užívat léky apod.

Pokud zjistíte, že je pro klienta nějaká činnost nebo situace riziková (například se obáváte, že by se klient mohl utopit ve vaně), napište do popisu podpory, **jak konkrétně tomuto riziku budete předcházet**. Nestačí napsat pouze: *Zvýšený dohled*. To je příliš obecné. Buďte konkrétnější, uveďte například: *Když se klient koupe ve vaně, musí ho pracovník každých pět minut zkontrolovat*.

Uplatňování vlastních práv a zájmů

Pokud je člověk nějakým způsobem závislý na pomoci druhých, může se lehce stát, že okolí začne o tomto člověku rozhodovat nezávisle na jeho vůli. Člověk pak potřebuje pomoc a podporu, aby mohl **vyjádřit a uplatnit svoje práva a vlastní vůli**.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



V této oblasti se věnujeme **hospodaření s penězi** a nakládání s majetkem, kontaktu s **úřady**, vyřizování různých dávek, ale také **ochraně základních práv**, ochraně před zneužíváním a podpoře při vyjádření a uplatňování vlastní svobodné vůle v běžném každodenním životě.

V popisu podpory napište, zda klient sám hospodaří se svými financemi a sám si vyřizuje úřední záležitosti, případně jakou konkrétní pomoc a podporu potřebuje ze strany personálu, sociálních pracovníků apod. Věnujte se i tomu, zda klient zvládá vyjádřit svoji vůli a rozhodovat se v běžných každodenních záležitostech (např. kdy budu vstávat, co si dám k jídlu, co budu přes den dělat apod.). Pokud i v těchto věcech potřebuje pomoc personálu, popište, jak konkrétně tato pomoc vypadá.

Popis potřebné podpory nám dává jasnou představu, s čím potřebuje klient pomoci a jak má pomoc a podpora ze strany personálu vypadat.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Popis potřebné podpory najdete v Cygnusu pod označením Plán péče. Oblasti podpory v Cygnusu nejsou rozvrženy příliš šťastně. Doporučuji držet se výše uvedených oblastí dle Regionální karty sociálních služeb.

Plán péče je v Cygnusu komplikovaný a obsahuje množství zbytečných kolonek. Kolonky jako „Nezvládá z důvodu“, „Společný cíl klienta a PSS“, „Zdroje klienta“ apod. radím nepoužívat (vložit do těchto kolonek pouze nějaký znak, např. pomlčku). Doporučuji v každé oblasti podpory využít kolonku „Jiné“ a zde popsat podporu slovně, jak bylo uvedeno výše. K tomu zadejte odpovídající úkony, což vám pak pomůže při vytváření denních záznamů a měsíčních výkazů.



Cíl a kroky

Jak bylo řečeno v úvodu, hlavním smyslem individuálního plánování není stanovování cílů a jejich následné plnění. Ovšem když se chce klient něco naučit, v něčem se osamostatnit nebo něčeho konkrétního za pomoci sociální služby dosáhnout, je užitečné s takovým cílem pracovat. Slouží k tomu formulář, který naleznete na konci publikace.

Zdaleka ne všichni klienti před sebou mají každý půlrok nějaký nový cíl, o jehož dosažení by skutečně stáli. Často se pak stává, že se do plánů píší formální a neužitečné cíle. To je ale ztráta času pro klienty i personál. **Proto se této části individuálního plánu věnujte pouze v případě, že klient má nějaký cíl, na kterém mu doopravdy záleží.** Pokud s klientem žádný smysluplný cíl nenajdete, můžete tuto část přeskočit.

K čemu jsou cíle dobré

Cíle, o které mají klienti skutečný zájem, jsou užitečné hned z několika důvodů:

- Cíl dává spolupráci s klientem jasný **směr**. Víme, kam jdeme, a nepřeshlapujeme na místě.
- Cíl brání tomu, abychom se nechali svázat navyklou **rutinou**. Cíl znamená, že chceme s klientem vyzkoušet **něco nového**, že s ním neděláme pořád to samé.
- Cíl vyjadřuje, **co je teď důležité**. Celý tým se díky tomu při práci s klientem může **soustředit na jednu věc**. Je pak daleko větší šance, že se cíle podaří dosáhnout.
- Cíl dává klientovi větší **jistotu**, že se na danou věc nezapomene.
- Když cíl vyhodnocujeme, můžeme často vidět **posun**. Klient i personál si díky tomu mohou jasněji uvědomit, co se podařilo, a mít **radost z úspěchu**.



Jak najít smysluplný cíl

Samotné slovo cíl může být pro některé lidi matoucí. Slovo cíl je totiž běžně spojené s úsilím, výkonem nebo plněním nějakých úkolů. Proto raději nepokládejte klientovi otázku: Jaký je váš cíl? Řada lidí nebude vědět, na co se jich vlastně ptáte. Zkuste raději tyto otázky:

- Co je teď pro vás **důležité**?
- Co od nás **potřebujete**? A co ještě?
- S čím potřebujete **pomoci**?
- Co si **přejete**?
- Co potřebujete k tomu, abyste byl **spokojený**?
- Co vám **schází**? Trápí vás něco?
- Co potřebujete **vyřešit**?
- Co byste chtěl zvládat **samostatněji**?
- Na co se nyní **společně zaměříme**?

Podobné otázky si můžete položit i v týmu pracovníků, kteří se plánování účastní:

- **Co je teď důležité**?
- Na co se nyní při práci s klientem **společně zaměříme**?
- Jaký **problém** je nyní potřeba řešit?
- **Trápí** klienta něco?
- Má nějaké **nenaplněné potřeby**?
- Má nějaké **konkrétní přání**?
- Chce se klient něco **naučit**?
- Chce se v něčem **osamostatnit**?
- Co dalšího můžeme pro tohoto člověka udělat, aby se mu **lépe žilo**?

Při stanovování cíle musíme dát velký pozor na to, abychom klientovi nevnucovali svůj vlastní názor a své vlastní představy. **Do individuálního plánu patří pouze cíle, které sám klient vnímá jako důležité a má o ně zájem.** Takže pokud například klient nerad chodí ven, tak by se v jeho plánu rozhodně neměl objevit cíl: *Budu častěji chodit na procházky.* I když jsou procházky zdravé, tak do plánu tohoto klienta takový cíl nepatří.



Stejně tak do individuálního plánu nepatří ani cíle rodiny a příbuzných, pokud jsou v rozporu s tím, co chce klient.

Jak správně formulovat cíl

Cíl musí být konkrétní

Cíle v mnoha individuálních plánech bývají často **nejasné a mlhavé**. Zde je pár příkladů **chybně formulovaných cílů**:

- Zvýšit samostatnost při úklidu.
- Rozvoj jemné motoriky.
- Zlepšit sociální kontakt s rodinou.
- Prohlubování školních znalostí.
- Zapojit se do aktivizačních činností.
- Pokračovat v nácviku péče o domácnost.
- Zlepšit orientaci v areálu.

Když si přečtete tyto cíle, tak vlastně nevíte, o čem je přesně řeč. Pouze tušíte. Dejte si pozor na slova zvýšit, posílit, zlepšit, prohloubit, rozvinout, pokračovat, zapojit. Použití těchto slov obvykle vede k tomu, že je cíl mlhavý a neurčitý.

Cíl musí být jasný, konkrétní, vyjádřený **srozumitelně a česky, bez použití odborné terminologie**. Každý (i klient) musí hned pochopit, o co jde. Například:

- Chci zvládnout sám si ustlat postel.
- Chci si umět sám pustit televizi a najít oblíbený program.
- Chci alespoň jednou měsíčně vidět svého bratra.
- Chci si procvičit počítání, abych uměl spočítat peníze při nakupování.
- Chci se dvakrát za týden účastnit práce v keramické dílně.
- Do tří měsíců se chci naučit vařit tři nová jídla.
- Chci umět sám dojít do dílny, do jídelny a do tělocvičny.

Po přečtení těchto cílů přesně víte, o co se jedná. Kdokoliv si takový cíl přečte, získá jasnou představu o tom, co klient chce.



Cíl by měl být měřitelný

Pokud to jde, měl by cíl být měřitelný. Neměřitelný cíl vypadá například takto: *Chci umět lépe vařit*. Podle čeho poznáme, že klient skutečně umí lépe vařit? **Je potřeba zvolit nějaké měřítko:** *Chci se naučit vařit tři teplá jídla*. To už je něco, co můžeme za pár měsíců dobře vyhodnotit a budeme vědět, jestli se to povedlo nebo ne.

Další příklad neměřitelného cíle je: *Chci lépe chodit*. Měřitelný cíl by zněl jinak: *Chci zvládnout dojít do bufetu a zpátky bez pomoci chodítka*.

Ne každý cíl se dá měřit. Jak budeme například měřit cíl: *Chci lépe vycházet se svojí spolubydlící*? Mohli bychom jako měřítko vzít například počet hádek za týden. Ale bylo by to asi trochu násilné. Pokud je však cíl praktičtější, snažte se nějaké měřítko najít.

Cíl musí být reálný

Pro člověka s mentálním postižením zřejmě nebude reálný cíl: *Chci se stát prezidentem*. Pro ženu, která přišla o obě nohy, není reálný cíl: *Chci se stát baletkou*. Pro člověka upoutaného na lůžko nejspíš není reálným cílem cesta do Indie. Tato **neuskutečnitelná přání patří spíše do osobního profilu**. Tam mají své místo.

Musíme ale dát pozor, abychom cíl neoznačili za nereálný příliš rychle. Někdy dokážou lidé i věci, které na začátku nikdo nečekal. *Chci vystudovat vysokou školu* – ještě před dvaceti lety by se pro člověka s Downovým syndromem zdál tento cíl nereálný. A dnes již existuje řada lidí s tímto postižením, kterým se podařilo vysokou školu dokončit. A existují například baletní soubory, ve kterých vystupují lidé na vozíku.

Z velkého nereálného cíle si můžeme vzít **něco menšího a reálného**. Například člověk, který se chce stát prezidentem, se při nejbližší volební kampani může zapojit jako dobrovolník, aby trochu „přičichl“ k politice. Nebo člověk, který by se rád podíval do Indie, se může zúčastnit besedy s cestovatelem, který již v Indii skutečně byl. To jsou uskutečnitelné, reálné cíle.



Kroky: co, kdy, kdo

Popsat kroky vedoucí k naplnění cíle bývá poměrně jednoduché. Napište, **co udělá klient**, aby svého cíle dosáhl, **co uděláte vy** a co udělají případně **další lidé**, kteří se na dosahování cíle budou podílet. Nezapomeňte uvést, **kdy** jednotlivé kroky uděláte.

Někdy seznam kroků vypadá spíše jako seznam úkolů pro personál. Ovšem **nejaktivnější by při dosahování svého cíle měl být klient**.

Nepište do plánu **nic zbytečného**. Docela často se totiž stává, že pracovníci zdlouhavě popisují jednotlivé kroky i tam, kde to vůbec není potřeba. Například cíl: *Chci si koupit nové boty*. Pro klienta je to určitě důležité. Ale otázka zní, jestli je nutné v individuálním plánu detailně rozepisovat, jak budeme nakupovat boty. Většinou to potřeba není, protože každý pracovník zvládne s klientem koupit boty i bez detailního rozpisu jednotlivých kroků.

Když je cíl takto jednoduchý, napište do kolonky „Kroky“ pouze stručný komentář nebo tuto kolonku nechte prázdnou.

Překážky a rizika

Kolonka „Překážky a rizika“ se týká pouze rizik, která **souvisí s daným cílem**. Ostatní rizika uveďte v popisu potřebné podpory (oblast Zdraví, bezpečí, rizika).

Nesnažte se vymýšlet rizika za každou cenu. Řada cílů není spojena s žádným velkým rizikem. V takovém případě nechte tuto kolonku prázdnou. **Věnujte se pouze závažnějším rizikům.**

Termín

Pokud si s klientem stanovíme jakýkoliv cíl, musíme se domluvit také na termínu, dokdy chceme daného cíle dosáhnout. Cíl bez termínu totiž nemá příliš velký význam. Pokud nemáme jasný termín,



tak přání klienta může být neustále odsouváno, až vše skončí do ztracena. Termín nás motivuje pustit se do akce.

Termín také pomáhá **sladit představy klienta a pracovníka**. Klient chce například začít chodit do místní knihovny. Ale lehce by se mohlo stát, že klient si představuje, že začne do knihovny chodit příští týden, a pracovník si myslí, že až příští měsíc. Domluva na termínu pomůže tyto představy ujednotit.

Místo složitého hledání cíle si položte jednoduchou otázku: Co můžeme pro tohoto člověka udělat, aby se mu lépe žilo?

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

*Cíle a kroky najdete v Cygnusu v části nazvané **Individuální plán**. To je dost matoucí, protože řada pracovníků má pak představu, že individuální plánování se týká pouze stanovování cílů. Ve skutečnosti je Plán péče nedílnou součástí individuálního plánu.*

Individuální plán v Cygnusu obsahuje některé kolonky, které jsou vcelku zbytečné. Můžete se ovšem rozhodnout neužitečné kolonky vynechat (vložit do nich například pomlčku).



Plán, jak být v pohodě

V případě, že klient nemá v tuto chvíli žádný smysluplný cíl, zkuste zpracovat plán, jak být v pohodě. Tento plán je mezi zaměstnanci i klienty oblíbený pro svoji **jednoduchost a užitečnost**. Formulář najdete na konci publikace.

Plán, jak být v pohodě, se hodí především **pro klienty, kteří jsou v současnosti spokojení a nic zásadního je netrápí**. Ovšem stav spokojenosti obvykle nevzniká jen tak sám od sebe. Jsou určité věci, které nám pomáhají být v pohodě. A jsou jiné věci, které by nás mohly o pocit spokojenosti připravit.

Co mi pomáhá být v pohodě a cítit se dobře

Nejprve si zmapujte, co vašemu klientovi pomáhá cítit se dobře. Může to být cokoli, drobnosti i velké věci. Snažte se být konkrétní. Když vám například klient řekne *příjemné bydlení*, zeptejte se ho, co přesně se mu na jeho bydlení líbí.

Nezůstávejte na povrchu. Snažte se najít aspoň pět věcí. Když jich najdete víc, je to samozřejmě jen dobře.

Co způsobuje, že se mohu cítit v nepohodě

Zaměřte se na to, co vašemu klientovi způsobuje nebo by mohlo způsobit pocit nepohody. Opět to mohou být zdánlivé drobnosti i zásadní věci.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



Co je potřeba udělat, abych se i nadále cítil dobře

Na závěr se společně s klientem zamyslete nad tím, na co je potřeba se v příštích měsících zaměřit, aby se klient mohl cítit co možná nejlépe. Vaše nápady by měly být konkrétní a praktické.

Možná zjistíte, že se váš klient cítí dobře, když má pocit, že je užitečný. A možná vás napadne pár konkrétních věcí, díky kterým se bude cítit ještě užitečněji. Nebo zjistíte, že je váš klient v nepohodě, když má pocit, že ho někdo do něčeho nutí. A možná si do této části plánu zapíšete, že se nebudete neustále snažit zapojovat klienta do různých aktivit a budete více respektovat jeho způsob trávení času.

Plán, jak být v pohodě, pomáhá posílit věci, díky kterým se klient cítí dobře, a minimalizovat to, co mu způsobuje nepohodu.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Plán, jak být v pohodě, v Cygnusu nenajdete. Můžete si ho vytvořit ve Wordu a do Cygnusu ho případně vložit jako přílohu.



Vyhodnocení plánu

V pobytových službách probíhá vyhodnocení a aktualizace individuálního plánu většinou **po uplynutí šesti měsíců**. Hodnocení plánu v žádném případě není hodnocení a posuzování klienta. Jde o hodnocení vzájemné spolupráce za dané období.

Vyhodnocení služby

Nejprve vyhodnotíme, jak služba celkově naplňuje potřeby, přání a očekávání klienta. K tomu vám poslouží následující otázky, které můžete probrat s klientem:

- **Bydlím** tak, jak chci bydlet? Jsem spokojený s bydlením, vyhovuje mi spolubydlící, mám dostatek soukromí?
- Jsem spokojený s tím, jak probíhá můj **běžný den**? Můžu se rozhodnout, jak budu trávit svůj čas? Můžu žít podle svých představ a zvyklostí?
- Dostanu se do obce či do města **mezi lidi**?
- Mám možnost stýkat se s **přáteli a příbuznými**?
- Mám možnost navázat a udržovat **partnerský vztah**, žít s partnerem?
- Cítím se dobře po **zdravotní stránce**? Je podpora a péče v této oblasti dostatečná?
- Dělán v něčem **pokroky**? Daří se mi rozvíjet nebo udržet svoji **samostatnost**?
- Co jsem v minulých měsících zažil **příjemného** či **nepříjemného**?
- Naplňuje služba moje **představy, přání a očekávání**?

Vyhodnocení cíle

Pokud měl klient ve svém plánu stanovený nějaký konkrétní cíl, vyhodnotíme, zda se jej podařilo dosáhnout:

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



- Podařilo se **naplnit** cíl klienta?
- Co to klientovi **přineslo**? Naplnila se jeho **očekávání**?
- Jak se **osvědčil postup a kroky**, které jsme naplánovali?
- Vyskytly se nějaké **překážky**?

V plánování zaměřeném na člověka se pro vyhodnocení cílů využívá technika **4+1 otázka**:

- Co jsem **zkusil**?
- Co mi to **přineslo**?
- Co se mi na tom **líbilo**?
- Co se mi na tom **nelíbilo**?
- Co budu **dělat dál**?

*Vyhodnocení plánu se týká nejenom cílů,
ale i celkové spokojenosti klienta
s poskytovanou službou.*



Aktualizace plánu

Aktualizace celého individuálního plánu probíhá většinou **po uplynutí šesti měsíců**. Pokud se ale v mezidobí náhle zhorší schopnosti klienta například vlivem úrazu nebo nemoci, je vhodné plán aktualizovat neprodleně.

Aktualizace plánu obvykle probíhá na tzv. **plánovací schůzce**, které se účastní tým pracovníků a klient. Pokud se klient této schůzky účastnit nechce, probere s ním klíčový pracovník potřebné věci předem. To je ale dobré udělat i v případě, že se klient schůzky účastnit chce, aby oba byli na schůzku dobře připraveni.

- Aktualizace **osobního profilu**: věci v osobním profilu se obvykle příliš nemění. Je ale dobré překontrolovat, zda je osobní profil stále aktuální, a zaznamenat případné změny.
- Aktualizace **popisu potřebné podpory**: ověříme si, zda je míra podpory v každé oblasti nastavená dobře. Změnily se nějak schopnosti klienta? Potřebuje v nějaké oblasti více pomoci a péče? Nebo se naopak v něčem osamostatnil a podpora personálu může být menší? Případné změny zaznamenáme.
- Objevil se nový **cíl**, na který se v příštích měsících společně zaměříme? Pokud ano, zpracujeme nový plán (cíl a kroky). Pokud ne, můžeme zpracovat **plán, jak být v pohodě**.

Aktuální materiály vždy navrchu

Pokud máte plány vytištěné a založené v deskách, **navrchu by měla být vždy aktuální verze plánu**. Mnoho šanonů bohužel vypadá tak, že aktuální dokumenty jsou promíchané se starými a neaktuálními verzemi plánu, čímž vzniká zbytečný zmatek.



Individuální přístup v praxi

Při individuálním plánování není nejdůležitějším výsledkem papír, který nazýváme individuální plán. Hlavní je, zda skutečně vnímáme každého klienta jako individualitu, jako člověka s jedinečnými přáními a potřebami. A zda sociální služba dokáže v každodenním fungování těmto individuálním potřebám vycházet vstříc.

Abyste si ověřili, nakolik se individuální přístup daří ve vaší organizaci prosazovat, odpovězte si na následující otázky:

- Může klient skutečně **rozhodovat sám o sobě** a o tom, jak žije a jak tráví svůj čas?
- Co když klientovi nevyhovuje **zavedená rutina**? Co když chce např. později vstávat nebo si sám chystat snídani? Je možné mu vyjít vstříc?
- Můžete si udělat **čas na jednotlivé klienty** a věnovat se jim individuálně (alespoň pár hodin za měsíc)?
- Věnujete na pravidelných **schůzkách týmu** dostatek času jednotlivým klientům, jejich potřebám a problémům?
- Jsou klienti rozděleni do **menších skupin**, domácností, oddělení (max. 15 lidí)?
- Jsou pracovníci rozděleni do **menších týmů** (max. 12 lidí)?
- Máte možnost vaši službu **rozvíjet a přizpůsobovat** tak, aby stále lépe odpovídala skutečným potřebám klientů? Nebo na vašem pracovišti přetrvávají zavedené pořádky a stereotypy, které již řadě klientů dávno nevyhovují?

Individuální přístup ke klientovi nesmí zůstat jen na papíře. Nejdůležitější je, jak se projevuje v každodenní praxi.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



3 způsoby, jak zlepšit individuální plány

Neexistuje jeden správný způsob individuálního plánování. Osvědčených postupů je celá řada. **Držte se toho, co se vám ve vaší organizaci osvědčilo a co se vám zdá užitečné.** Ať už plánujete jakýmkoliv způsobem, věřím, že následující tipy vám pomohou individuální plánování ještě o něco vylepšit.

1. Začněte s PROČ

Ve spoustě organizací zaměstnanci vůbec netuší, **k čemu je individuální plánování dobré.** Berou ho jako zbytečnou administrativní povinnost. Výsledkem jsou formální a neužitečné plány. Ztráta času.

Začněte s tím, že si vyjasníte, proč se vlastně individuálnímu plánování věnujete (a ten hlavní důvod by neměly být standardy kvality ani inspekce). **Teprve když lidé znají odpověď na otázku PROČ, začne jim individuální plánování dávat smysl.** A jsou pak schopní vytvářet kvalitní a užitečné plány.

2. Zaměřte se na člověka

Myslete na to, že **plánování se netýká papírů, ale lidí.** Není až tak důležité, jestli máte v plánu správně vyplněné všechny kolonky.

Jde o to, abychom díky plánování lépe poznali člověka, se kterým pracujeme. Aby služba probíhala tak, jak tento člověk potřebuje. Aby nemusel svůj život převrátit vzhůru nohama a přizpůsobit se zavedenému režimu, nýbrž aby se služba dokázala v maximální míře přizpůsobovat potřebám jednotlivých lidí.

PROČ
A JAK



OSOBNÍ
PROFIL



POPIS
PODPORY



CÍL
A KROKY



JAK BÝT
V POHODĚ



HODNOCENÍ,
AKTUALIZACE



PLÁNOVÁNÍ
V PRAXI



3. Zjednodušte

Ve většině organizací je individuální plánování **zbytečně složité**. Používají se komplikované a nepřehledné formuláře nebo počítačové programy. Vytvářet složité plány vyžaduje spoustu času a energie. A výsledek většinou za moc nestojí.

Vynechte ve vašich plánech vše nepodstatné. Používejte jednoduché formuláře. Zapisujte do plánů jen důležité informace.

Když je individuální plánování jednoduché, tak se mu lidé věnují daleko raději. A výsledek bývá o mnoho lepší.

***Vyjasněte si, k čemu je plánování dobré,
zaměřte se na člověka
a planujte co nejjednodušeji.***



O autorovi

Mgr. Jiří Sobek působí v oblasti sociálních služeb již více než 25 let. Nejprve pracoval s klienty v přímé péči a posléze ve vedoucích funkcích, naposledy jako ředitel občanského sdružení Portus Praha. Jako odborný poradce se účastnil řady projektů zaměřených na kvalitu, rozvoj a transformaci sociálních služeb. Je autorem či spoluautorem mnoha odborných článků a několika publikací na téma kvality v sociálních službách, práv a povinností uživatelů, práce s rizikem apod.

První publikaci věnovanou individuálnímu plánování napsal v roce 2012. Příručka *Jak dobře individuálně plánovat* se stala metodickým vodítkem v mnoha zařízeních. Řadu let vede akreditované kurzy zaměřené na individuální plánování i další témata, kterými prošlo již několik tisíc účastníků.

Máte nějaké otázky? Chcete se podělit o své zkušenosti?

Pošlete mi e-mail: sobek@adpontes.cz

Za vaše zprávy předem děkuji!

Chcete se o individuálním plánování dozvědět více?

Přihlaste se do **online kurzu** nebo přijďte na **živý kurz** v Praze, Brně, Ostravě a dalších městech. Nebo si objednejte **kurz na klíč** přímo do vašeho zařízení.

Více informací naleznete zde: <https://adpontes.cz>

Osobní profil

Jméno:



Fotografie klienta

Co na mně mají lidé rádi, mé silné stránky:



**Co mám rád/a, co mě baví,
co je pro mě důležité:**



Co nemám rád/a, co mi vadí:



Moje touhy, přány a sny:



Moje životní cesta:



Další důležité informace:



Zpracováno dne:

Popis potřebné podpory

Jméno klienta:

Popište, co klient zvládá sám a jakou pomoc a podporu potřebuje:

OSOBNÍ HYGIENA



Denní hygiena, péče o ústa, česání a mytí vlasů, stříhání nehtů, sprchování, koupání, toaleta...

PÉČE O VLASTNÍ OSOBU



Oblékání, svlékání, obouvání, zouvání, úprava vzhledu, nákupy oblečení...

SAMOSTATNÝ POHYB



Pohyb uvnitř i venku, vstávání, sezení, stání, změna polohy na lůžku, manipulace s předměty...

STRAVOVÁNÍ



Vaření a příprava stravy a nápojů, příjem stravy, pití, nákupy potravin...

PÉČE O DOMÁCNOST



Běžný úklid, stlaní, mytí nádobí, praní, žehlení, obsluha spotřebičů a topení, zalévání květin...

KONTAKT S LIDMI



Navazování a udržování vztahů, komunikace, využívání veřejných služeb v obci...

SEBEREALIZACE



Vzdělávání, pracovní uplatnění, oblíbené činnosti, koníčky a volnočasové aktivity...

ZDRAVÍ A BEZPEČÍ



Zajištění bezpečí, zvládání rizikových situací, návštěva lékaře, péče o zdraví, užívání léků...

UPLATŇOVÁNÍ PRÁV



Hospodaření s penězi, kontakt s úřady, ochrana základních práv, možnost uplatnit svoji vůli...

Datum:

Zpracoval:

Cíle a kroky

Jméno klienta:

Co je teď důležité. Na co se nyní společně zaměříme (cíl):



Jaké kroky uděláme (co kdo udělá a kdy):



Překážky a rizika:



Datum zpracování:

Termín:

Vyhodnocení:



Datum vyhodnocení:

Plán, jak být v pohodě

Jméno klienta:

Co mi pomáhá být v pohodě a cítit se dobře:



Co způsobuje, že se mohu cítit špatně a v nepohodě:



Co je potřeba udělat, abych se cítil/a dobře:



Datum zpracování: