

6.8 Párové porovnávání

Konvergentní metoda

Využití metody:

- plánovací setkání – ne
- řešitelské setkání – ano
- rozhodovací setkání – ano

Facilitátor – ne

Ideální počet účastníků – 6 – 12

Individuální použití – ano

Základní pomůcky – flipchart, flipové papíry, lektorský kufřík

Charakteristika skupiny:

- otevřená – ano
- uzavřená – ano

Část setkání:

- použití metody na začátku setkání – ne
- použití metody uprostřed setkání – ano
- použití metody na konci setkání – ano

Vhodná aplikace:

- Obecně – tam, kde určité řešení má své definovatelné klady i zápory.
- Tam, kde potřebujeme srovnat závažnost vlivu faktorů jednoho typu s vlivem faktorů opačného typu (silné stránky a slabiny, přínosy a ztráty, příležitosti a ohrožení apod.)

Metodu můžeme vhodně používat k porovnání požadavků a představ zákazníků a cílů organizace. Jinými slovy, zda cíle, které jsme si neprojektovali, jsou v souladu s očekáváními zákazníků.

Možnosti použití:

- Zavedeme tuto novou službu, nebo nikoli?
- Zaujmete na trhu spíše strategii ofenzivní, nebo defenzivní?
- Mám změnit pracovní místo, dát výpověď, nebo převažují důvody zůstat?
- Mám si vzít za ženu Marušku, nebo Bedřišku?
- Je pro pozici manažera lepší Petr, nebo Pavel? (viz též multikriteriální analýza)
- Mám věnovat síly svým podřízeným individuálně jako kouč, nebo je poslat na školení?

Párové porovnávání je jednou z technik vhodných k porovnání navržených možností řešení nějakého problému. Vybíráme postupně všechna kritéria, kterými chceme řešení posuzovat. Pro každé kritérium seřadíme náměty řešení tak, že nejprve porovnáme každé s každým. Bodujeme jejich porovnání jako například hokejové zápasy družstev – např. výherní nápad 2 body, porovnatelné nápady po jednom bodu, horší nápad žádný bod. Počty bodů po všech porovnáních sečteme. Výsledkem je objektivní pořadí jednotlivých námětů.

Párové porovnávání se často užívá ke zpracování výsledků SWOT analýzy.

Chceme-li např. rozhodnout, zda udržet problémového klienta, nebo se s ním rozejít vytvoříme (vhodnou vizualizační technikou) seznam kladů a záporů obou variant. Jinou možností jak oba seznamy sestavit jsou:

vnější **Příležitosti** x vnější **Hrozby**, projevy **Slabin** x projevy **Silných stránek**. Praktickým počtem položek bývá 7.

Srovnáváme vždy po jedné položce z každého seznamu a určujeme „vítěze“ srovnání (klient přinášel mnoho peněz x působil nejvíce problémů a nečekaných výdajů). Položce – „vítěz“ přidělíme 2 body, položce „poražený“ 0 bodů, v případě nerozhodnosti oba získají 1 bod.

Nakonec sečteme bodový zisk ve sloupci výhod a ve sloupci nevýhod. Získáme celkového vítěze (např. převažující důvody pro udržení klienta za každou cenu, nebo pro jeho opuštění). Exaktní postup s tabulkou lze – poměrně úspěšně – nahradit i „dojmologií,“ odhadem. Např.:

- Projevují se v naší činnosti spíše silné, nebo slabé stránky našeho týmu?
- Pociťujeme spíše převahu příležitostí na našem trhu, nebo nás tlačí k zemi početné vnější hrozby pro náš obchod?

Rozhodnutím obou těchto otázek definujeme naši momentální polohu v MATICI VOLBY STRATEGIE a můžeme s tímto zjištěním dále pracovat.

Matice pro párové porovnávání

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								
6.								
7.								
								/

<http://www.servqual.estranky.cz/stranka/whatis>