

Analýza cílových skupin projektu

Co je Analýza cílových skupin a k čemu slouží

Analýza cílových skupin projektu je dokument, který **identifikuje cílové skupiny a jejich potřeby**. Cílové skupiny projektu jsou podmnožinou zainteresovaných stran projektu (viz Registr zainteresovaných stran). Cílem zpracování Analýzy je pochopit, jaké reálné potřeby mají cílové skupiny, s jakými problémy se potýkají, a zdůvodňuje smysluplnost projektu.

Zpracování Analýzy cílových skupin umožní nastavit aktivity projektu tak, aby v co největší míře vyhovovaly cílovým skupinám. Podrobně zpracovaná Analýza zvyšuje kvalitu projektu a snižuje riziko nezájmu cílových skupin o projekt.

Kdy se dokument zpracovává

Analýza cílových skupin se zpracovává obvykle **v předprojektové fázi**, navazuje na Záměr projektu a Registr zainteresovaných stran. Analýzou lze ověřit, zda Záměr projektu odpovídá potřebám cílových skupin, a případně jej upravit.

Kdo se podílí na zpracování

Analýzu cílových skupin zpracovává **tým**, jehož úkolem je zdůvodnit Záměr projektu. Je vhodné, aby tým vedla osoba se znalostí technik dotazování.

Kdy se dokument používá

Analýza cílových skupin se používá při zpracování plánu projektu, kdy dokument slouží pro vnitřní potřeby týmu k reálnému nastavení projektu a při schvalování plánu projektu. Analýza je předkládána jako podklad pro rozhodování o přidělení finančních zdrojů a schválení realizace projektu.

Postup zpracování dokumentu

1. V rámci týmu **definujte cílové skupiny projektu** – tedy osoby či organizace, které budou uživateli výstupů projektu. Na základě vlastních zkušeností se pokuste odhadnout, jaké problémy a potřeby jsou pro každou z cílových skupin typické.
2. Pro každou cílovou skupinu **stanovte metodu**, kterou ji budete zkoumat. Pokuste se najít již zpracované analýzy každé cílové skupiny, např. vysokoškolské práce, studie ministerstev, krajů, neziskových organizací atp., které vám mohou ušetřit práci. Pokud nenajdete **věrohodnou analýzu** pro danou skupinu, rozhodněte se, zda budete potřeby a problémy zkoumat prostřednictvím **dotazníkového šetření, řízených pohovorů, fokusních skupin** či jiných metod. Sestavte návrh dotazníku, strukturu řízeného pohovoru, program fokusní skupiny. Určete, kolik zástupců cílových skupin bude zapojeno do analýzy, kdo a kdy provede dotazování.
3. **Popište cílovou skupinu**. Uvedte, jak je cílová skupina početná, jaké jsou její demografické charakteristiky (věk, pohlaví, vzdělání, atp.) a jak početnou část cílové skupiny chcete zapojit do realizace projektu.
4. **Proveďte a vyhodnoťte vlastní šetření** (dotazníky, řízené pohovory).

5. Na základě již zpracovaných výzkumů nebo vlastního šetření **popište reálné potřeby**, které cílová skupina má, a problémy, kterým musí čelit. Uvedte, jak tyto potřeby a problémy budete řešit v rámci projektu.

6. Popište, **jak budete motivovat každou cílovou skupinu**, aby se do projektu zapojila.

Poznámka

Analýza cílových skupin je zásadním dokumentem u projektů žádajících o podporu ze strukturálních fondů EU, neboť zdůvodnění projektu má obvykle až třetinovou váhu při hodnocení žádosti.

Zpracování samotné Analýzy může být časově a finančně náročná aktivita. Je proto třeba dobře zvážit zejména množství respondentů tak, aby byla Analýza věrohodná, ale zároveň nákladově efektivní.

Ukázka vypracovaného formuláře

Cílová skupina	Žáci střední hotelové školy XY
Předpokládané potřeby a problémy cílové skupiny	
<ul style="list-style-type: none">Nedostatečná znalost cizích jazyků, která snižuje uplatnitelnost absolventů v praxi	
Metoda analýzy cílové skupiny	
<ul style="list-style-type: none">Dotazníkové šetření - 50 žáků 3. a 4. ročníku – subjektivní zhodnocení jazykových znalostí.Dotazníkové šetření - 50 absolventů, kteří maturovali před 3 lety – identifikace bariér uplatnění se na trhu práce.Řízené rozhovory se 20 zaměstnavateli absolventů školy – identifikace slabých stránek absolventů školy.	
Charakteristika cílové skupiny	
Střední hotelovou školu XY navštěvuje 176 žáků, z toho 96 dívek a 80 chlapců v rámci jediného čtyřletého studijního oboru hotelnictví a cestovní ruch. Do projektu „Rozvoj jazykové vybavenosti studentů“ budou zapojeni všichni žáci školy. Nepovinný maturitní předmět - cizí jazyk si v posledních dvou letech vybralo necelých 30 % žáků.	
Zjištěné potřeby a problémy cílové skupiny a způsob jejich řešení v projektu	
Závěry, na kterých se shodli absolventi školy a zaměstnavatelé:	
Anglický jazyk:	
<ul style="list-style-type: none">absolventi školy jsou dobře vybaveni znalostmi gramatiky - zaměstnavatelé je hodnotí průměrnou známkou 2,2 a absolventi dokonce 1,8;absolventům chybí dovednost konverzovat, zejména v typických situacích, které je čekají v praxi (jednání s klientem na recepci hotelu, obsluha, atp.) – tento problém identifikovalo 85 % zaměstnavatelů a 90 % absolventů;velmi nedostačující je úroveň písemného projevu absolventů – zaměstnavatelé jej hodnotí průměrnou známkou 4,1 a absolventi 3,9.	
Německý jazyk:	
<ul style="list-style-type: none">schopnost komunikovat v německém jazyce je velmi omezená, pro hotelovou praxi	

zcela nedostačující - zaměstnavatelé hodnotí průměrně úroveň znalostí němčiny známkou 4,3.

Ruský jazyk:

- v praxi je čím dál častěji vyžadován (rusky hovořící klienty má 60% zaměstnavatelů), výuku ruštiny škola nenabízí.

Francouzský jazyk:

- je vyžadován velmi zřídka - pouze 10% zaměstnavatelů vítá znalost francouzštiny;
- znalosti absolventi v praxi téměř neuplatní - v praxi francouzštinu uplatnilo pouze 15% absolventů.

Závěry z dotazníkového šetření mezi žáky 3. a 4. ročníku:

- pouze 16 % žáků je spokojeno s úrovní jazykového vzdělávání;
- 75 % žáků hodnotí úroveň pomůcek pro jazykové vzdělávání jako velmi špatnou, 15 % jako špatnou;
- 65% žáků by uvítalo více konverzace ve všech vyučovaných jazycích;
- 88% žáků má zájem zúčastnit se jazykového zahraničního pobytu či stáže;
- 20% žáků má zájem o výuku ruského jazyka jako volitelného předmětu.

Způsob řešení potřeb a problémů cílových skupin v projektu:

- zbudování nové jazykové multimediální učebny, která výrazně zvýší kvalitu nácviku konverzačních dovedností;
- realizace zahraničních pobytů pro studenty, jež umožní ostříti jazykové dovednosti s rodilými mluvčími;
- realizace stáže pro pedagogy, kde získají know-how pro změnu způsobu výuky jazyků;
- zavedení nového nepovinného předmětu – ruský jazyk od 2. ročníku.

Způsob motivace cílové skupiny k zapojení do projektu

V dotazníkovém šetření žáci prokázali, že mají zájem o plánovaný projekt. Pro aktivity, které nejsou „povinné“, plánuje projektový tým následující motivační nástroje:

- před nábořem na zahraniční pobyty zrealizujeme setkání s absolventy, kteří v průběhu studia byli na zahraniční stáži, ti budou prezentovat přínosy stáže;
- před zahájením náboru žáků do nepovinného předmětu ruský jazyk uspořádáme pro žáky exkurzi do hotelu s výrazným podílem rusky hovořící klientely a pro rodiče setkání, na kterém dokážeme aktuálně rostoucí zájem o ruštinu.