

Затверджено
Рішенням Дирекції Спілки
Протокол №2 від 12.08.2022 року



Виконавчий директор
Бадіков Т.О.

ІНСТРУКЦІЯ ОЦІНКИ ПОТРЕБ ЦІЛЬОВИХ АУДИТОРІЙ ГРОМАДСЬКОЇ СПІЛКИ «КОАЛІЦІЯ ЗА ВАКЦИНАЦІЮ»

1. Загальні положення

Інструкція містить практичні рекомендації для персоналу та/або проєктних команд ГС «Коаліція за вакцинацію» (далі - Коаліція) щодо проведення оцінки потреб громадян України у отриманні достовірної інформації щодо вакцинації та заходах із забезпечення наявності та доступності вакцин в рамках поточної та проєктної діяльності.

Цільові аудиторії - це категорії населення та/або установи, на які спрямована поточна діяльність, той чи інший проєкт Коаліції, та з якими передбачається взаємодія в рамках проєкту.

Оцінка потреб цільових аудиторій допомагає визначити найбільш ефективні механізми та інструменти для досягнення мети статутної діяльності Коаліції та цілей проєкту. Оцінка потреб слугує інструментом прийняття рішень та розподілу ресурсів для узгодження загального плану та підходів для виконання завдань та проєктів.

2. Методи оцінки потреб цільових аудиторій

В рамках поточної та проєктної діяльності Коаліція використовує наступні основні методи оцінки потреб цільових аудиторій:

- Аналіз соціальних мереж. Аналізується інформація зі сторінок та спільнот, присвячених темі вакцинопрофілактики та громадського здоров'я. Відбувається збір актуальних проблем та питань цільових аудиторій для подальшої обробки та прийняття відповідних рішень.

- Опитування цільових аудиторій. Проводиться шляхом анкетування, листування, онлайн форм опитування. Питання для опитування розробляються відповідальними співробітниками та/або проектною командою та затверджуються Виконавчим директором.
- Пряме спілкування та інтерв'ювання фокус-груп (особисто або засобами телефонного чи онлайн зв'язку, включаючи чат-групи).
- Запити до державних органів та структур, відповідальних або дотичних до питань вакцин та вакцинопрофілактики.
- Опитування членів Коаліції.

Цей перелік не є вичерпним та може доповнюватися в залежності від цілей конкретної проектної діяльності.

Оцінка потреб цільових аудиторій проводиться на регулярній основі в межах планів проектної діяльності та/або завдань поточної діяльності.

Джерело (джерела) даних для оцінки потреб визначається в залежності від цілей дослідження.

3. Аналіз та систематизація даних

За результатами оцінки потреб цільових аудиторій, в залежності від характеру даних, аналітик Коаліції та/або проектна команда розробляють графіки, таблиці, інші візуальні дані, опис результатів. Проводить аналіз чинників, які впливають на задоволення потреб цільових аудиторій.

На підставі отриманих даних визначаються пріоритети, готуються відповідні рекомендації та підходи до діяльності. Дирекцією розробляється робочий план для подальшого реагування на результати оцінки.

4. Зворотній зв'язок

Результати аналізу та рекомендації експертів Коаліції надсилаються членам Коаліції для подальшого використання в роботі.

Результати оцінки потреб цільових аудиторій підлягають обговоренню та поширенню серед широкої аудиторії, включаючи громадськість, органи державного та місцевого самоврядування, партнерів проекту та інших зацікавлених сторін. Це є запорукою усвідомлення та втілення результатів оцінки потреб.