

PREDLOŽAK



SADRŽAJ

1. Definiranje fokus grupe u projektu REACH	3
2. Ciljevi fokus grupe	3
3. Tko bi trebao sudjelovati u fokus grupi	3
4. Kako privući sudionike u fokus grupe?	4
5. Fokus grupe	5
6. Predloženi raspored aktivnosti	6



1. Definiranje fokus grupe u projektu REACH

Fokus grupa je oblik kvalitativnog istraživanja u kojem se skupina ljudi ispituje o svojim zapažanjima, mišljenjima, uvjerenjima i stavovima prema proizvodu, usluzi, konceptu, reklami ili ideji. Za razliku od sastanaka jedan-na-jedan, fokus grupa pruža mogućnost širem krugu dionika da izraze svoje mišljenje o temi, uče jedni od drugih i zajedno dođu do ideja i rasprave ih. Stoga se uključivanjem različitih dionika mogu razvijati inovativne ideje zahvaljujući dijeljenju stručnog znanja i iskustava.

Fokus grupa u slučaju projekta REACH bit će moderirana grupa dionika koja se bavi ili je upoznata s kućanstvima s niskim primanjima i ugroženim kupcima. Ova fokus grupa trebala bi se sastojati od predstavnika energetske siromašnih kućanstava, stručnjaka za socijalni rad, sindikata, udruženja, nevladinih udruga, lokalnih vlasti, predstavnika Crkve, projektnih partnera i svih drugih relevantnih dionika koji bi mogli pružiti povratne informacije o oblikovanju, promociji i provedbi posjeta kućanstvima u pilot područjima.

2. Ciljevi fokus grupe

Cilj fokus grupe je pomoći projektnim partnerima u:

- Uključivanju energetske siromašnih kućanstava,
- Izradi promotivne kampanje za posjete koja će privući kućanstva,
- Omogućivanju konzorciju da odredi obećavajuće i uspješne primjene,
- Formiranju lokalnih partnerstava,
- Podizanju svijesti o energetske siromaštvu i ugroženim osobama.

3. Tko bi trebao sudjelovati u fokus grupi

Kako bi se izveli uspješni posjeti kućanstvima i osnažila ugrožena kućanstva, svaki bi partner trebao kontaktirati relevantne dionike i pozvati ih da sudjeluju u fokus grupi. Važan aspekt koji treba uzeti u obzir prilikom pozivanja dionika za fokus grupu jest odlučiti koji dionici bi vam tijekom provedbe posjeta kućanstvima mogli pružiti korisne povratne informacije i podržati predviđene aktivnosti. Relevantne grupe i mogući dionici mogu uključivati:

- Predstavnike ugroženih kućanstava,
- Društvene centre,
- Sindikate i udruženja osoba s invaliditetom,
- Predstavnike Crkve,
- Centre za kućnu njegu,
- Udruženja umirovljenika,
- Organizacije koje rade s kućanstvima s niskim primanjima (Caritas, Crveni križ),

- Organizacije nezaposlenih,
- Centre za zapošljavanje,
- Škole,
- Širi krug dionika (lokalne vlasti, grupe u zajednici, pružatelje obuke).

Svaki projektni partner također bi trebao uzeti u obzir lokalnu situaciju i kulturne okolnosti:

- Koje vrste organizacija su dostupne u regiji?
- Koje se organizacije praktično bave ugroženim osobama i kućanstvima s niskim primanjima?
- Postoje li neke druge lokalne organizacije upoznate s energetske siromaštvom?

4. Kako privući sudionike u fokus grupe?

Privlačenje društvenih aktera da se uključe u projekt ključna je točka njegovog uspjeha. Svaki partner može organizirati intervjue jedan na jedan, uputiti telefonske pozive ili organizirati grupni sastanak s ciljanim organizacijama kako bi ih privukao da sudjeluju u fokus grupi, kao i da općenito podrže projekt. Tijekom tih sastanaka poticajno je koristiti argumente koji bi vam trebali pomoći da privučete te dionike.

Možete koristiti sljedeće savjete prilikom usmjeravanja na društvene aktere. Naravno, argumenti koje svaki partner koristi moraju biti relevantni za lokalnu situaciju, kulturu i okolnosti

a) Pružite informacije o idejama i ciljevima projekta

- Međunarodni projekt koji će biti proveden u 4 zemlje;
- Besplatni pregled energetske siromašnih kućanstava;
- Smanjenje potrošnje energije i vode;
- Ciljani savjeti i preporuke;
- Poticanje energetske učinkovitosti i racionalnog korištenja energije.

b) Koristite argumente, primjerice:

- Mogu postići bolji publicitet putem akcija;
- Organizacije mogu poboljšati svoj imidž;
- Projekt im može pomoći u njihovim svakodnevnim aktivnostima;
- Mogu pridobiti nove članove;

c) Objasnite važnost njihovog sudjelovanja

- Objasnite da većina ugroženih kućanstava vjerojatno neće vjerovati usluzi za koju nisu čuli i ljudima koje ne poznaju;

- Kućanstva će možda morati nadvladati moguće frustracije uzrokovane životnim uvjetima;
- Njihovo sudjelovanje omogućuje vidljivost projektu i šire prihvaćanje u javnosti;
- Njihovo sudjelovanje može rezultirati novim partnerstvima i inicijativama;
- Ključno je svladati sumnje i rezerviranost kućanstava.

d) Zatvaranje sastanka

- Ukratko opišite sljedeće korake;
- Zahvalite im na njihovom vremenu.

5. Fokus grupe

Nakon što su članovi pristali sudjelovati u fokus grupi, svaki bi partner trebao odrediti odgovarajući datum, vrijeme i mjesto za to. Fokus grupa će djelovati kao platforma za raspravu među sudionicima i svatko može pridonijeti idejama, podijeliti brige, pružiti prijedloge za razvoj rješenja kako bi se pomoglo projektnim partnerima da strukturiraju kampanju, usmjere se na ciljana kućanstva i izvedu posjete. Prije početka fokus grupe obvezno pripremite pitanja i teme o kojima želite razgovarati.

MOGUĆI SADRŽAJ SASTANKA FOKUS GRUPE

a) Napravite uvod

- Zahvalite sudionicima na dolasku;
- Podsjetite ih na svrhu sastanka fokus grupe i program sastanka.

b) Razmijenite informacije među članovima fokus grupe

- Zamolite svakog člana fokus grupe da se predstavi i da pruži informacije o čemu se bavi;
- Tako će članovi moći izmjenjivati dodatne informacije među svojim organizacijama u budućnosti.

c) Objasnite ciljeve projekta

- Opet objasnite ciljeve projekta;
- Objasnite provedbu posjeta kućanstvima;
- Objasnite ulogu energetske savjetnika;
- Dajte primjer projekta ACHIEVE;
- Prikažite video primjer provedbe posjeta kućanstvima (Youtube, projekt ACHIEVE).

d) Pokrenite otvorenu raspravu

- Kanali za identificiranje kućanstava koja trpe ili su u opasnosti od energetske siromaštva;
- Ima li posebnih kategorija kućanstava na koje se treba fokusirati;
- Kako pridobiti povjerenje ciljanih kućanstava;
- Koji je najbolji način za dobivanje pristupa domovima tih ljudi;
- Koje kriterije treba koristiti za identifikaciju onih kojima je najteže;
- Kako komunicirati s energetski siromašnim kućanstvima.

e) Prikupite povratne informacije

- Sudionici ispunjavaju upitnike.

f) Bilježite

- Nemojte zaboraviti praviti bilješke.

g) Zatvaranje seminara za fokus grupu

- Ukratko opišite sljedeće korake;
- Zahvalite sudionicima što su došli.

Napomene

- Ako osiguravate ručak i/ili druge načine okrijepe, morate odlučiti o tome kada se to najbolje uklapa u vaš program.

6. Predloženi raspored aktivnosti

Mjesec		Aktivnost
1.	Svibanj	Razvijte ideje – što, kada, gdje, kako, tko, itd.? Razvijte ideje – kako privući dionike? Razvijte ideje – kako dobiti «najkorisnije» ljude za to?
2.	Lipanj	Kontaktiranje mogućih dionika Određivanje sastanaka s mogućim dionicima Privlačenje dionika
3.	Srpanj	Ostanite u kontaktu s dionicima koje ste privukli i ključnim ljudima Osmislite seminar(e) za fokus grupe Planirajte koje ćete informacije dati dionicima koji će sudjelovati? - Unaprijed?

		<ul style="list-style-type: none"> - Na sam dan? - Nakon događaja? <p>O kojim ćete pitanjima raspravljati i postaviti ih? Kako ćete ga zabilježiti? Tko će voditi zapisnik? Kako ćete dobiti povratne informacije od njih na samom sastanku fokus grupe</p>
4.	Kolovoz	Razradite točke navedene gore pod «Srpanj» Održavajte kontakt s ključnim ljudima
5.	Rujan	Održite seminar(e) za fokus grupe Dokumentacija
5.	Rujan – kraj projekta	Održite fokus grupu Izvedite posjete Dokumentacija