Komunikace s klienty projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“

Ing. Hana Šedová, Ph.D.

Vyšší odborná škola ekonomická Zlín

e-mail: h.sedova@vosezlin.cz

Abstrakt

Projektová činnost je v současné době jednou z forem získávání finančních prostředků z Evropské unie. Obchodní akademie Tomáše Bati a Vyšší odborná škola ekonomická Zlín již několik let úspěšně realizuje projekty. Bez klientů projektu by ale žádný projekt nemohl existovat a nemohl by ani být realizován. Proto jsou využívány různé formy komunikace s cílovou skupinou projektu.

Klíčová slova: Operační program, vzdělávání, konkurenceschopnost, projekt, finanční gramotnost, komunikace, klient, cílová skupina.

Abstract

Project activities – that has been recently on of the possibilities of petting financials means from Europe Union. OA T. B. a VOŠE Zlín is realising some projects. But there is th necessity of clients. The project would not be realised without them. That´s why there are used some forms of communication with the target group.

Key words: Operational programme, education, competitivenes, project, financial grammar, communication, klient, target group.

Úvod

Česká republika klade důraz na posilování konkurenceschopnosti jednotlivých klíčových aktivit hospodářství. Základní princip zní, že konkurenceschopná česká ekonomika přispěje k celkové konkurenceschopnosti Evropské unie. [1] Další myšlenka je, že "*prostřednictvím trvalého posilování konkurenceschopnosti bude dosahováno udržitelného růstu. ČR bude usilovat o růst zaměstnanosti a o vyvážený harmonický vývoj region, který povede ke zvyšování úrovně kvality života obyvatelstva*"[1]. Na základě těchto cílů se Česká republika snaží o čerpání finančních prostředků z Evropské unie.

Česká republika čerpá finanční prostředky Evropské unie v rámci své regionální politiky. To vše je realizováno prostřednictvím tzv. Operačních programů. Operační programy jsou popisem jednotlivých priorit, řízení a finančních zdrojů. Od 1.ledna 2007 se jedná o následující operační programy:

- Podnikání a inovace
- Výzkum, vývoj, inovace
- Rozvoj lidských zdrojů a zaměstnanost
- Vzdělávání,
- Životní prostředí
- Doprava
- atd.

Finanční podpora, kterou Česká republika čerpá dosahuje výše kolem 750 miliard korun. Do roku 2006 Česká republika čerpala finanční prostředky ve zkráceném realizačním období. Operační program Rozvoj lidských zdrojů (OP RLZ) vymezoval priority v sektoru rozvoje lidských zdrojů, např. ve vzddělávání. I v této oblasti Vyšší odborná škola ekonomická Zlín realizovala již dva projekty.

1. Projekt Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

Vyšší odborná škola ekonomická Zlín (dale jen VOŠE Zlín) se od r.2005 začala pečlivě připravovat na čerpání finančních prostředků z Evropské unie. Po důkladné přípravě došlo k realizaci několika projektů. V současné době v rámci Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost, VOŠE Zlín realizuje project "**Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje" reg. č. 1.07/1.3.09/01.0018 [3]**.Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a stáním rozpočtem ČR.

Tab. 1. Projekt Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje

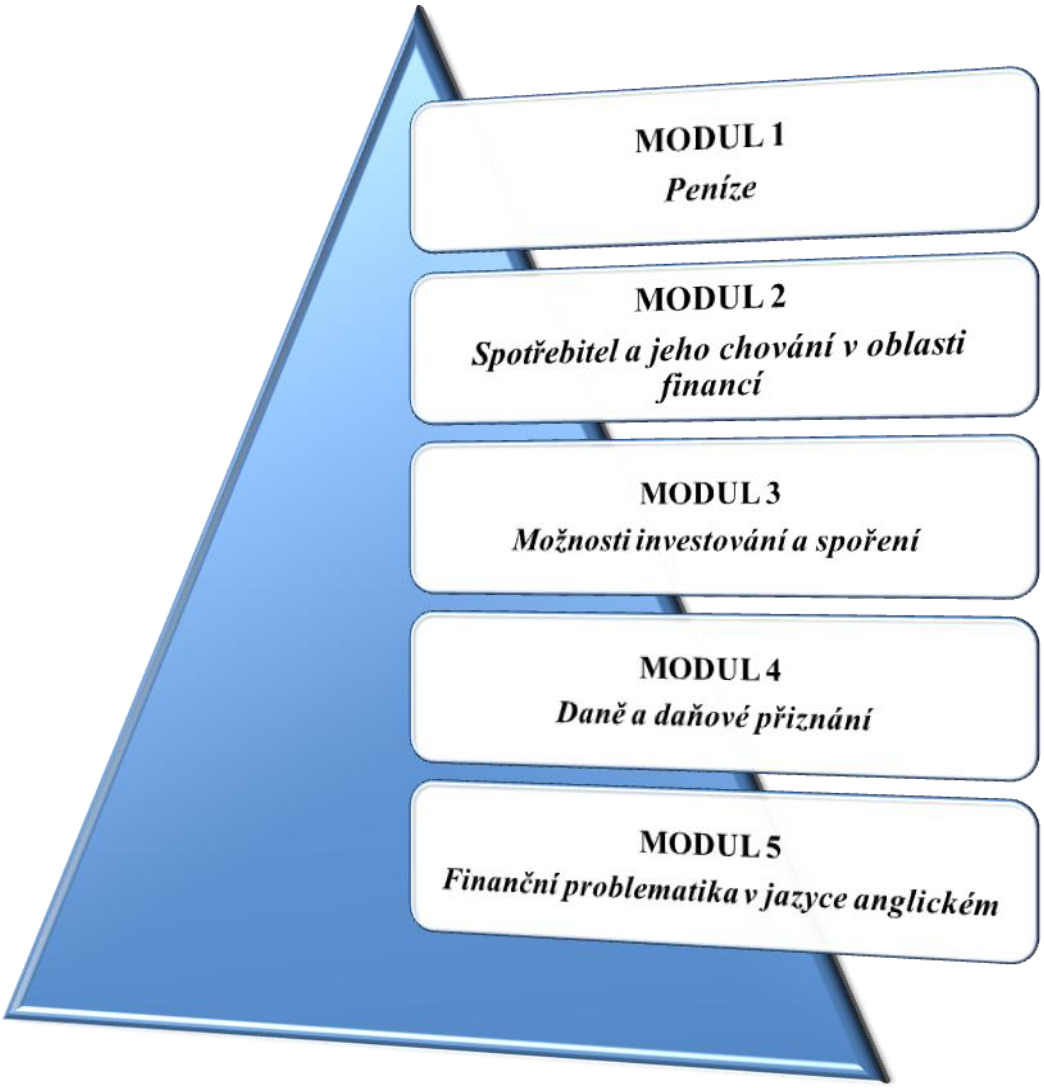
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

číslo operačního programu	**CZ.1.07**
název operačního programu	OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
číslo priority	7.1
číslo oblasti podpory	7.1.3
název oblasti podpory	Další vzdělávání pracovníků škol a školských zařízení
číslo výzvy	01
název výzvy	Zlínský kraj – výzva č.1 pro GP – oblast 1.3
celkové náklady projektu	2 078 325,-- Kč

Zdroj: interní materiály projektu [3]

Projekt je určen především pro učitele základních a středních škol, jako pomůcka při jejich orientaci ve finanční problematice. Hlavním cílem projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“ je zvýšení kompetencí pedagogických i nepedagogických pracovníků škol a školských zařízení ve Zlínském kraji v oblasti financí. Projekt je rozdělen na jednotlivé moduly, kterých je celkem 5 (viz dále schéma).

Obr 1: Schéma projektu



Zdroj: vlastní

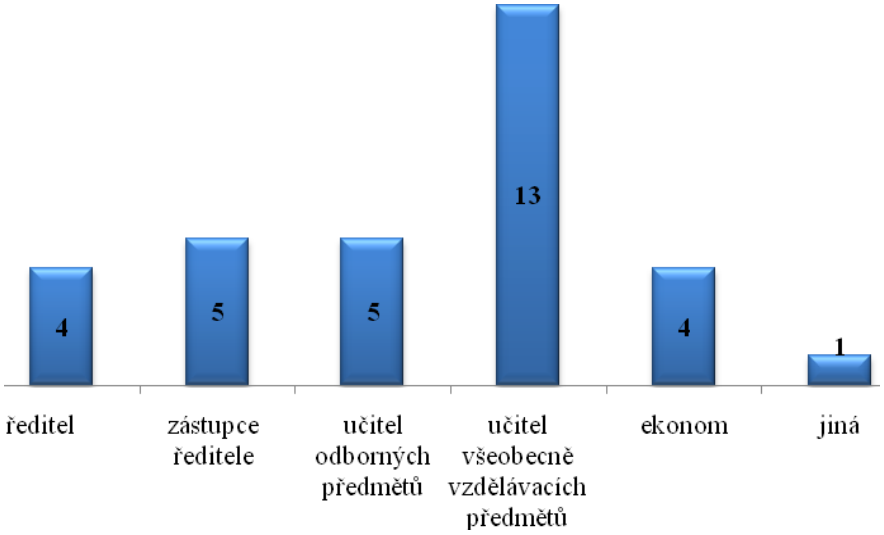
Klienti mohou absolvovat celý vzdělávací program, všech 5 modulů, ale také si mohou zvolit jen některé. Každý modul je zakončen plnohodnotným certifikátem.

Důvodem napsání projektu, byla především potřeba vzdělávání v oblasti „Finanční gramotnosti“ vyplývající ze společného dokumentu MFČR, MŠMT a MPO České republiky ze dne 7. 12. 2005, který byl dále aktualizován v prosinci 2007 a z tzv. systému budování finanční gramotnosti na základních a středních školách.

Druhým důvodem byla výchozí analýza, která byla zpracována již v roce 2008, a její výsledky ukázaly zájem o tuto problematiku ze strany škol. Tím začala komunikace s budoucími klienty projektu. Komunikace s klienty projektu pak pokračovala od zahájení

projektu. Současnými klienty projektu jsou pedagogičtí i nepedagogičtí pracovníci škol a školských zařízení Zlínského kraje.

Graf 1: Skladba klientů projektu podle pracovního zařazení



zdroj: vlastní

Graf ukazuje složení klientů projektu. Současný počet klientů je nyní mnohem vyšší, jedná se o stav z počátku realizace projektu, tj. začátek roku 2009. Další klienti přicházejí a vše je průběžně monitorováno.

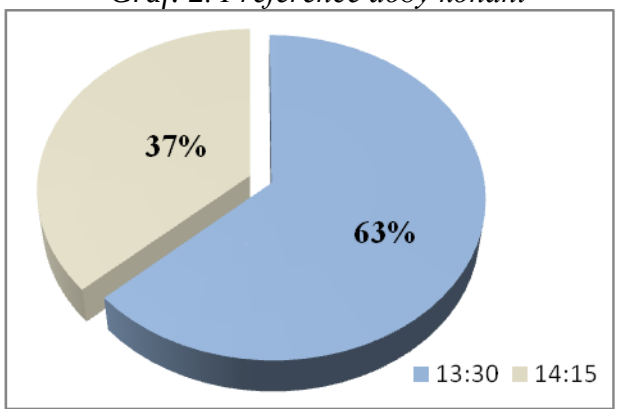
2. Formy komunikace s klienty projektu

Formy komunikace jsou voleny dle potřeb klientů:

- **Osobní** – v průběhu jednotlivých seminářů. Tento způsob kontaktu se potvrdil jako nejlepší forma komunikace. Proto jej také řadíme na první místo. Potvrzuje se, že jakýkoliv „osobní“ přístup s klientem se několikanásobně vrátí. Tím není myšleno jen formální setkání s klienty při výuce, při seminářích. Jedná se především o osobní projednávání dalších aktivit projektu. Klienti mohou okamžitě reagovat a projevovat své názory.
- **Telefonická** – dle nutnosti. Potvrzuje se dle zkušeností, že klienti na druhém místě reagují dobře na osobní telefonický hovor.
- **E-mailem** – nejčastější forma komunikace. Ale již ne tak úspěšná. Mnoho klientů neovládá práci s počítačem nebo ještě hůře nemají na školách základní vybavení výpočetní technikou. U předchozího projektu realizovaného na naší škole se celkem asi z 500 respondentů ozvalo na e-mail celkem 2 klienti – to je jen názorný příklad z předchozího projektu.
- **Dopis** – tato forma se vůbec nepoužila.
- Informace **prostřednictvím webových stránek** – také ji používáme, ale vzhledem k duplicitě informací pro klienty e-mailem máme potvrzeno, že klienti naše webové stránky projektu příliš nesledují.

Na začátku realizace projektu byla provedena jedna z prvních výzkumných sond potřeb klientů projektu. Klientům byl dán například na výběr čas realizace projektu. Důvodem bylo především zajištění spokojenosti a pak také účasti klientů. Klienti preferovali dřívější začátek doby seminářů – celkem 63 procent respondentů (viz následující graf).

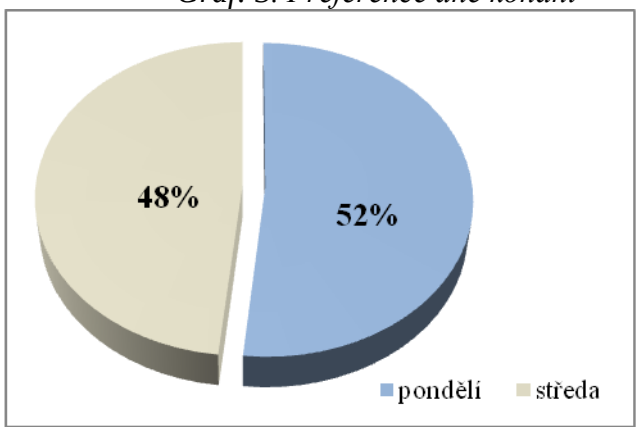
Graf: 2. Preference doby konání



zdroj: vlastní

Klienti si také volili i den konání realizace projektu – viz následující graf

Graf: 3. Preference dne konaní



Zdroj: vlastní

Pro výše zmíněné důvody komunikace byla zpracována následně databáze klientů projektu.

3. Databáze klientů

Databáze byla nezbytná pro oslovování nejprve zájemců a později klientů. Nejdříve byl vytvořen seznam všech středních a základních škol. Databáze škol byla tvořena ze seznamu škol, který je umístěn na webových stránkách Zlínského kraje. Tento seznam byl dále doplňován z informací získaných na internetu. Do přehledné tabulky, která byla rozdělena na základní, a střední školy byly zaznamenány tyto informace: název školy, adresa školy včetně odkazu na webové stránky, e-mail na vedení školy nebo sekretariát, telefon, jméno ředitele případně zástupce statutárního orgánu.

Na dané e-mailové kontakty byla rozeslána nabídka bezplatného vzdělávání v rámci projektu „Finanční gramotnost ve školách Zlínského kraje“. To byla první databáze, se kterou jsme v rámci projektu začali pracovat.

Druhá část tvorby databáze spočívala ve vytvoření seznamu budoucích klientů a získaní kontaktů na tyto zájemce. Původní databáze byla rozšířena o:

- jména a příjmení klientů
- jejich telefonický kontakt
- jejich e-mailovou adresu.

Dále byla tato databáze dopracována a doplňována po zahájení a v průběhu realizace projektu. Neustále se doplňuje o nové klienty a slouží jako základ komunikace s klienty.

Po vytvoření databáze se v průběhu realizace projektu přistupuje k dalším úkolům. Především se s klienty projektu pracuje nejen po stránce obsahové, tj. klienti se vzdělávají v oblasti „finanční gramotnosti“. S klienty se pracuje také i v oblasti vědecko-výzkumné činnosti formou různých sond a analýz. Jako prostředek jsou voleny určité formy dotazování. Výše zmíněné formy komunikace s klienty jsou totožné s formami dotazování.

4. Formy dotazování klientů projektu

- osobní
- telefonické
- e-mailem
- písemné

Smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získávání požadovaných primárních zdrojů. Vybraní respondenti, kteří budou dotazováni, musí odpovídat cíli a záměrům výzkumu. [2] Tento problém v případě realizace projektu „Finanční gramotnost“ zcela odpadá, protože respondenti jsou totožní s cílovou skupinou projektu. Pro účely analýz ale je pořadí komunikace s klienty, tj. formy dotazování poněkud pozměněno. Využíváme kombinaci tří variant dotazování: e-mailem, písemné + osobní. Nejdříve e-mail – k tomu komunikace v projektu přímo nutí. Důvodem je monitorování a prokazování komunikace s klienty projektu. Je to sice v rozporu s výše uvedeným tvrzením v kapitole 2, ale zkušenost z projektové činnosti ukazuje, že zde není možné „osobní“ variantu použít. Záznamy z osobních hovorů kontrolní orgány Evropské komise nepovažují za prokazatelné. Nastává zde velký paradox zkušenosti a praxe.
Zkušenost a praxe, s podporou teorie, prokazují, že osobní forma je nejlepší. Ale projektová činnost vyžaduje zcela jiný postup.

Závěr

Na prvním místě využíváme pro komunikaci s klienty e-mail, kdy jsou klientům zasílány dotazy, ať formou jednoduché otázky nebo formou dotazníku. A na druhém místě, pokud klient neodpovídá, volíme písemnou formu v kombinaci s osobní. Klient většinou osobní kontakt uvítá a pak odpoví na otázky bez problému. Tím si zajišťujeme téměř stoprocentní návratnost odpovědí. Některé příklady sond jsou uvedeny výše v grafech.
Komunikace s klienty je pro nás velmi důležitá. Proto je vše monitorováno. A jak je v kapitole 4 uvedeno, je využíván především e-mailový kontakt z důvodu prokazatelnosti komunikace. Závěrem tedy můžeme shrnout, že i „neosobní“ e-mailová forma komunikace, která je většinou považována za nepříliš vhodnou, kvůli „návratnosti“ odpovědí, je u projektové činnosti naopak nejvhodnější.

Literatura:

[1] MAREK,D., KANTOR,T. *Příprava a řízení projektů strukturálních fondů Evropské unie*. Brno: Společnost pro odbornou literaturu Barrister & Principal, 2007. ISBN 978-80-87029-13-8.

[2] KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum* Praha: GRADA, 2006. ISBN 80-247-0966-X.

[3] http://www.oazlin.cz/projekty.php on line 20.11.2009