### ЦІЛЬОВІ ГРУПИ У ВИБОРЧІЙ КАМПАНІЇ[[1]](#footnote-1)

Дослідження є основою діяльності будь-якої політичної партії або кампанії.

Дослідження гарантує, що ви:

* дотримуєтеся актуальності в політичному спектрі;
* залишаєтеся на зв’язку з потребами виборців.

Ви не можете дозволити собі не проводити дослідження цільових груп, хоча вам доведеться приймати рішення, засноване на ваших фінансах, відносно того, наскільки детальними будуть ці дослідження.

Дослідження цільових груп має охоплювати певний спектр інформації.

**1. Демографія**

Демографічні дані охоплюють інформацію про факти, цифри і статистику, пов’язані з виборчим округом та людьми, які там живуть.

Якісний профіль виборчого округу міститиме:

**а) географічні дані:**

* число районів/міст/сіл, виборчі округи, виборці;
* деталізовані карти вищевказаних місцевостей (наприклад, з дорогами);

**б) статистичну інформацію:**

* вікова структура;
* освіта;
* доходи;
* релігія;
* етнічна структура;

**в) відомості про зайнятість:**

* рівень зайнятості/кількість людей, що працюють;
* основні професії;
* великі підприємства, корпорації, переробні підприємства;
* кількість нових підприємств;
* кількість малих підприємств;

**г) інформацію про спеціальних виборців:**

* вчителів;
* бізнесменів;
* медиків;
* юристів;
* таксистів;
* підприємців;
* ВПО;
* інших;

**д) історію голосувань:**

* зареєстровані виборці;
* дані по дільницях;
* вік виборців;
* зміни в реєстрі виборців (наприклад, молоді люди, які досягли виборчого віку, та померлі виборці);
* політична поведінка людей;
* особливості голосування на попередніх виборах;
* закономірності голосування в регіоні/ окрузі;

**е) списки партійних організацій:**

* члени партії;
* молодіжне крило;
* жіноче крило;
* донори;
* волонтери.

**є) планування:**

* важливі дати;
* важливі для організацій зустрічі;
* дні культури в місцевості, дні міста, фестивалі, виставки тощо;

**г) інформацію про засоби масової інформації:**

* важливі контакти ЗМІ в регіоні: журналісти, репортери, редактори;
* місцеве телебачення, назви газет, списки станцій FM і т.ін.;
* терміни подачі матеріалів.

**ОПОЗИЦІЯ**

При вивченні опонента ви збираєте інформацію і аналізуєте:

* публічні вчинки, справи, діяльність (якщо ця людина вже вибиралася);
* його історію,
* позицію що певних/певного питання;
* проблеми кампанії суперника.

Запропонуйте виборцям чіткий вибір: підкресліть свої сильні сторони як кандидатки, знайте слабкі сторони опозиції, щоб пояснити розбіжності з питань, які турбують виборців, наголошуючи на контрастах.

1. За матеріалами Candidate Handbook (Campaign schools for women and youth), International Republican Institute, IRI-Kenya. [Режим](file:///C:\Documents%20and%20Settings\Admin\Рабочий%20стол\Режим) доступу: <http://www.wdn.org/sites/default/files/CandidateHandbookIRI-Kenya.pdf> [↑](#footnote-ref-1)