

# Методика оценки потребностей населения

25 ноября 2022г.

# Содержание Методики

1. Что такое потребность, виды, классификации
  2. Оценка потребностей
  3. Этапы оценки потребностей
  4. Подготовительный этап
    - 4.1. Постановка цели, объекта, предмета и задач оценки
    - 4.2. Индикаторы и показатели для оценки
    - 4.3. Выбор исполнителя/поставщика, определение источника финансирования
    - 4.4. Определение целевых групп
    - 4.5. Этические стандарты
  5. Полевой этап
    - 5.1. Возможные методы сбора данных: Массовый опрос, фокус-группы, контент-анализ, наблюдение, экспертные опросы
    - 5.2. Выборка
  6. Этап анализа данных
    - 6.1. Обработка и анализ данных
    - 6.2. Аналитический отчет
  7. Этап распространения и использования полученных результатов
- Приложение 1. Анкета для массового опроса населения
- Приложение 2. Аналитический отчет о проведенном пилотировании/апробации

# Потребность

- **Потребность** — это различие между текущими достижениями человека и его желаемыми достижениями. Потребности представляют собой несоответствия, а часто недостатки между стремлениями индивида и результатами его текущей деятельности.
- **Потребность** раскрывается через реальное – функциональное отсутствие или психологическое ощущение отсутствия чего-либо. Это можно назвать нуждой, недостатком, отсутствием какого-либо объекта, субъекта, индивида, социальной группы, общества.
- Потребности бывают внутренними возбудителями активности, причинами каких-то действий, при этом проявляются они по-разному в зависимости от ситуации. **Именно поэтому важно понимать, какие потребности есть у населения и его отдельных групп.**

# Классификация потребностей

Потребности могут отличаться по:

- 1) Сферам деятельности (потребности труда, познания, общения, отдыха).
- 2) Объекту потребностей (материальные, биологические, социальные, духовные, этические, эстетические и др.).
- 3) Значимости (доминирующие/второстепенные, центральные/периферические).
- 4) Временной устойчивости (устойчивые, ситуативные).
- 5) Функциональной роли (естественные, обусловленные культурой).
- 6) Субъекту потребностей (групповые, индивидуальные, коллективные, общественные).

**Важно: Помнить о теории потребностей А.Маслоу.**

# Оценка потребностей

Оценка потребностей – это инструмент прикладных исследований, используемый для более эффективного планирования социальных услуг.

Оценка (Assessment, Evaluation) - процесс последовательного сбора, анализа и использования информации при исследовании определенной сферы деятельности.).

# Этапы оценки

1 Этап – подготовительный: Определение объекта, предмета, целей и задач исследования, определение ресурсов для проведения исследования, разработка методологии и графика исследования, пилотирование инструментария.

2 Этап – полевой: непосредственное проведение оценки потребностей. Этот этап предполагает работы (кабинетные и полевые) по сбору данных согласно разработанной методике.

3 Этап – аналитический: анализ собранных данных, подготовка отчета и выработка рекомендаций. На данном этапе проводится статистическая обработка и анализ первичных данных в соответствии с разработанной методикой анализа (выявление факторов, анализ ответов в зависимости от переменных) для идентификации определенных социальных явлений и т.д.

4 Этап – распространение результатов исследования. Данный этап предполагает организацию различных фокус-групп, круглых столов, публичных слушаний, организацию публикаций для ознакомления сообщества с результатами исследования.

# Подходы к масштабам оценки

С точки зрения масштаба, можно говорить о четырех возможных подходах к оценке потребностей:

1. Оценка **всех** потребностей **всего** населения.
2. Оценка **некоторых** потребностей **всего** населения (например, только образовательных, медицинских и т.п.).
3. Оценка **всех** потребностей **некоторых** групп населения (например, только сельских жителей, людей с инвалидностью и т.п.).
4. Оценка **некоторых** потребностей **определенных** групп населения (например, только образовательные потребности людей с инвалидностью).

# Задачи оценки

Основными задачами оценки потребностей являются:

1. **Получение информации об актуальной ситуации** населения (или его определенных групп), выявление проблем или потребности в услугах.
2. **Определение удовлетворенных и неудовлетворенных потребностей** в услугах на уровне целевой группы и/или населения в целом. Под удовлетворенными потребностями подразумеваются те услуги, которыми пользуются целевые группы (существующие, доступные, соответствующие нуждам). Неудовлетворенные потребности означают те услуги, которые еще не предоставляются через существующие учреждения (не существуют, недоступны, не подходят целевым группам).
3. **Разработка выводов и рекомендаций** по улучшению существующих услуг и по развитию
4. **Определение новых услуг** согласно выявленным потребностям.
5. **Рекомендации относительно необходимых ресурсов**, подходов и методов для эффективного удовлетворения выявленных потребностей.



# Оценка всех потребностей всего населения

Важно учитывать!

Если рассматривать оценку абсолютно всех потребностей, которые могут быть у населения, то важно охватить все сферы жизнедеятельности, в которых такие потребности могут возникать.

# Сферы, в которых могут возникать потребности

- 1. Образование:** Доступ и качество дошкольного образования, Качество школьного образования, Организация досуга школьников, Доступ к среднему и высшему образованию, Качество среднего и высшего образования
- 2. Здоровоохранение:** Доступ к своевременной медицинской помощи, Качество и стоимость лекарственных препаратов, Охрана репродуктивного здоровья, Качество подготовки медицинского персонала, Постановка диагноза, Оснащение медицинских учреждений, Вопросы психического здоровья, Паллиативная помощь, уход

# Сферы (продолжение)

**4. Занятость:** Обеспечение рабочими местами, Возможности для самозанятости, Трудовая миграция, Соблюдение трудового законодательства, Размер оплаты труда, Спектр вакансий, возможность устроиться по специальности

**5. Предпринимательство:** Процедуры открытия и ведения бизнеса, Доступность кредитов, Барьеры, проверки при ведении бизнеса

**6. Благосостояние:** Уровень доходов, Покупательская способность

**7. Безопасность:** Безопасность на улицах и других открытых общественных пространствах, Безопасность в школе и других образовательных учреждениях, Безопасность на дорогах, Работа правоохранительных органов

# Сферы (продолжение)

8. **Окружающая среда:** Благоприятная окружающая среда (атмосфера, почва, вода), Защита и восстановление окружающей среды, Деятельность промышленных предприятий

9. **Отдых и досуг:** Наличие в населенных пунктах доступных мест для отдыха и досуга, Доступность в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры

10. **Прочие социально-экономические вопросы:** Вопросы коррупции, Вопросы религии, Доступ к ответственным государственным органам по возникающим вопросам, Оказание поддержки и помощи в случае возникновения проблем, Каналы связи, Качество работы местных исполнительных органов и органов местного самоуправления, Доступ к достоверной информации

# Кто может сделать оценку?

**Вариант 1.** Исполнитель – государственный орган, квази-государственная структура

**Вариант 2.** Привлечение внешнего поставщика подобных услуг.

# Требования к поставщику

- 1) Опыт проведения социологических исследований. Предпочтительно – опыт проведения исследований регионального или странового уровня.
- 2) Наличие собственных или привлеченных специалистов-социологов.
- 3) Наличие специалистов – интервьюеров.
- 4) Опыт работы с большими объемами данных (от 2000 анкет).
- 5) Наличие соответствующего программного обеспечения и оборудования.
- 6) Опыт обработки и анализа данных.
- 7) Опыт разработки аналитических отчетов, содержащих выводы и рекомендации.

# Социолог

Высшее образование по специальности социология. Не менее 5 лет стажа работы по специальности. Практический опыт проведения социологических исследований не менее 3 лет. Опыт проведения оценки потребностей. Опыт проведения социологического анализа и разработки аналитического отчета.

Предполагаемый объем работ для социолога:

- Разработка инструментария для исследования;
- Пилотирование инструментария;
- Разработка технического задания для лиц/организации, которые будут проводить полевые работы;
- Обучение интервьюеров/операторов как применять инструментарий;
- Мониторинг качества полевых работ;
- Анализ данных;
- Разработка рекомендаций и подготовка отчета.

# Сбор данных

В целом для данной оценки можно использовать следующие методы:

- кабинетное исследование
- массовый письменный опрос (анкетирование)
- фокус-группы
- контент-анализ
- наблюдение
- экспертные опросы
- статистический анализ данных
- индивидуальный устный опрос (интервью)
- социальное картографирование



# Рекомендуемые методы

Для сбора данных о потребностях населения рекомендуется использовать комбинацию из трех-четырех методов:

- 1) Массовый письменный опрос (анкетирование)
- 2) Контент-анализ СМИ
- 3) Экспертный опрос
- 4) Кабинетное исследование вторичных данных

Важно: Это только рекомендация, поэтому при планировании каждой конкретной оценки, исходя из ситуации и условий, подбор методов может быть изменен.

# Выборка

При массовом опросе предлагается использовать многоступенчатую квотную выборку, которая по определенным параметрам репрезентирует состав респондентов к имеющимся пропорциям в генеральной совокупности, соответствующей актуальным на момент исследования данным Бюро национальной статистики АСПР РК (см. «Демографический ежегодник Казахстана»). Метод квотной выборки является наиболее точным и широко применяется в социологических исследованиях. При квотной выборке респонденты должны соответствовать параметрам обозначенных ранее квот.

Для формирования квотного задания в данном исследовании выступали следующие признаки:

- поселенческий (городское и сельское население);
- гендерный (мужчины-женщины);
- возрастной (группы 18–24, 25–29, 30–39, 40–49, 50–59, 60 лет и старше).

Рекомендуемый объем выборочной совокупности от 1600 до 2500 человек (для РК в целом). Важно понимать, что при изучении потребностей более специфичных целевых групп (т.е. не всего населения) такие квоты или признаки могут изменяться.

# Апробация методики

Методы сбора данных: Кабинетное исследование, Контент-анализ, Массовый письменный опрос.

Основной инструмент – Анкета, 7 страниц.

Разделы: Демографический блок + Основной раздел

Количество вопросов: Демографический – 9; Вопросы по шкале Лайкерта: 3 вопроса \* 57 потребностей

География: Павлодарская и Мангистауская области

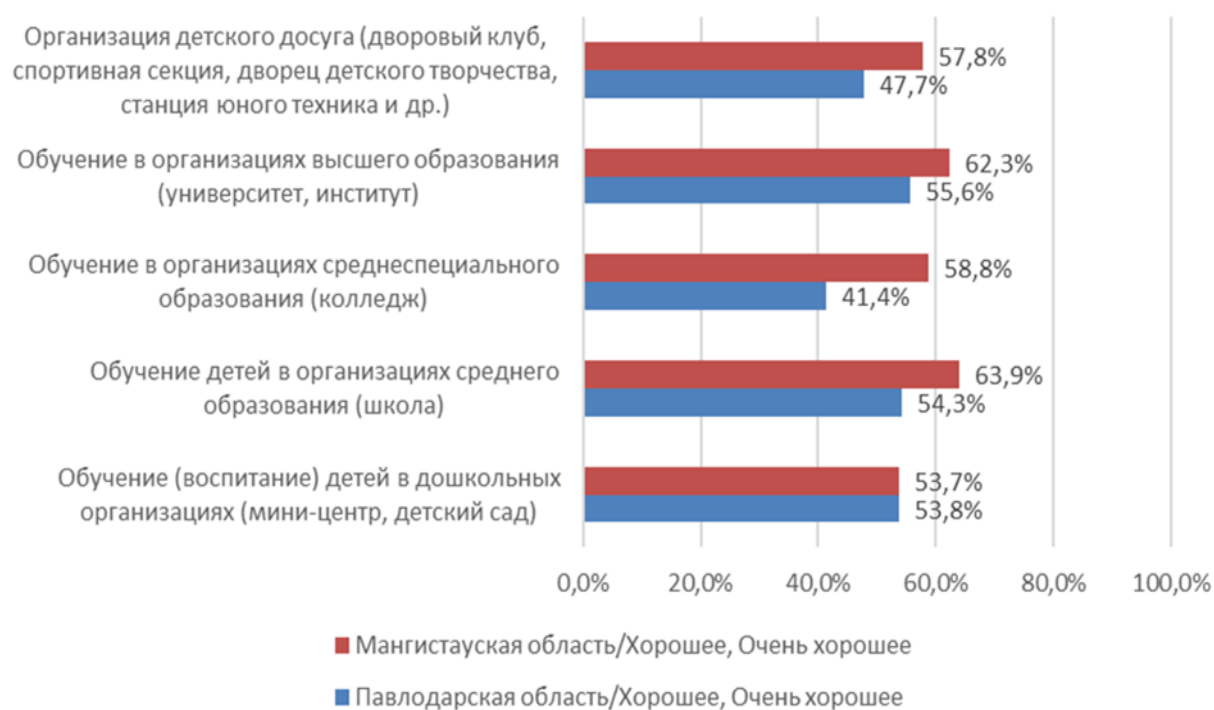
Объем выборочной совокупности 692 человека: Павлодарская область – 380 человек и Мангистауская область 312 человек.

# Результаты (выборочно)

## Актуальность потребностей респондентов в сфере воспитания и образования



## Качество удовлетворения потребностей респондентов в сфере воспитания и образования



# Сравнение данных по регионам

Респонденты из Мангистауской области значительно чаще отмечали наличие детей в семье, преимущественно школьного возраста, поэтому распределение ответов этих респондентов о потребностях в обучении (воспитании) детей демонстрирует более высокую актуальность потребностей в данной сфере.

Для респондентов из Павлодарской области, которые имеют детей дошкольного, школьного и студенческого возраста (49,5%) актуальны следующие потребности в образовании и воспитании:

- 1) Обучение в организациях высшего образования (36,8%);
- 2) Организация детского досуга (32,6%);
- 3) Обучение в организациях среднего образования (30,5%);
- 4) Обучение детей в дошкольных организациях (30,5%);
- 5) Обучение в организациях среднеспециального образования (24,2%).

Для респондентов из Мангистауской области, которые имеют детей дошкольного, школьного и студенческого возраста (76,9%) актуальны следующие потребности в образовании и воспитании:

- 1) Организация детского досуга (76,9%);
- 2) Обучение в организациях среднего образования (71,8%);
- 3) Обучение в организациях высшего образования (70,5%);
- 4) Обучение детей в дошкольных организациях (60,3%);
- 5) Обучение в организациях среднеспециального образования (60,3%).

# Результаты (выборочно)

В Павлодарской области являются неудовлетворенными из актуальных потребностей:

- 1) Организация детского досуга для 12,5% респондентов;
- 2) Обучение детей в дошкольных организациях для 2,9% респондентов.

В Мангистауской области:

- 1) Организация детского досуга (4,9%);
- 2) Обучение в организациях среднего образования (4,9%);
- 3) Обучение в организациях высшего образования (6,8%);
- 4) Обучение детей в дошкольных организациях (2,0%);
- 5) Обучение в организациях среднеспециального образования (7,8%).

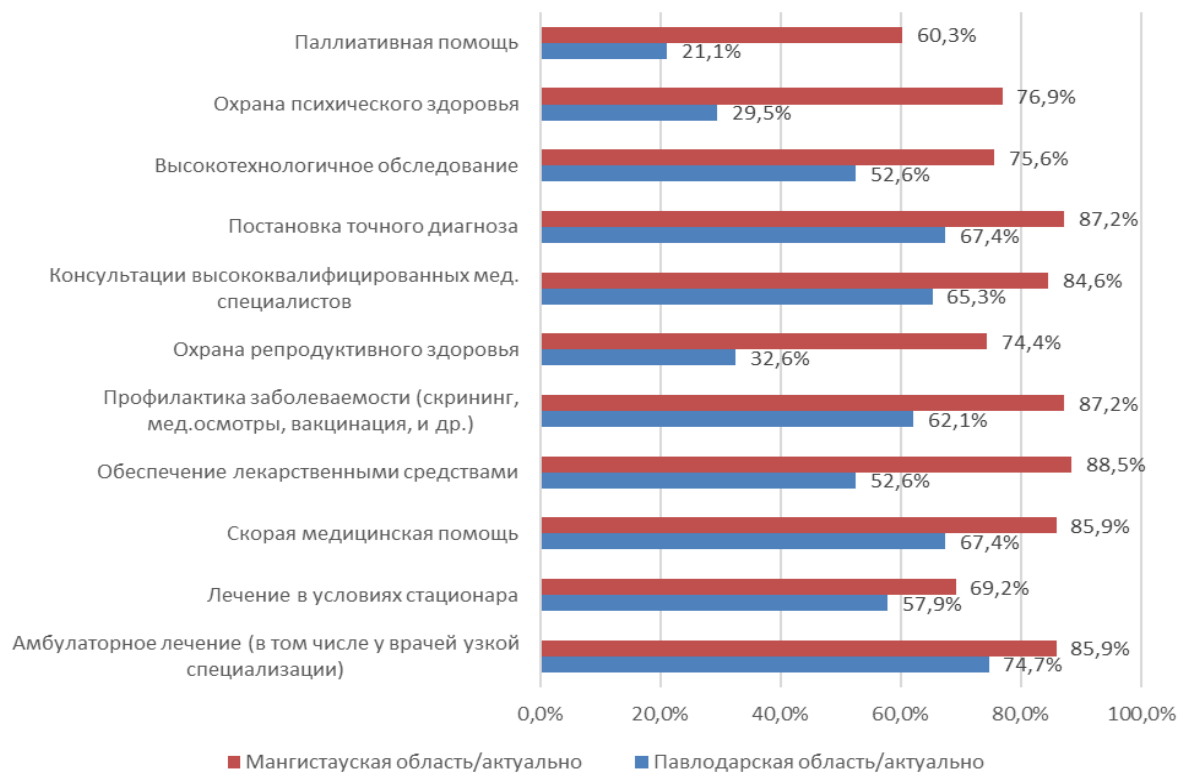
Официальная статистика скорее подтверждает сложившееся распределение ответов респондентов из Мангистауской области. Так, валовый коэффициент охвата средним образованием для сельского населения в регионе составил 91,6% для городского – 137,7%. Начальным образованием в Мангистауской области согласно официальной статистике охвачено 96,4% детей в возрасте от 7 до 10 лет. Охват высшим образованием 25,3%. Все данные описаны по состоянию на 2021 год.

По результатам контент-анализа СМИ по поисковым запросам школа, образование, университет, студент, колледж, лицей, детский сад Павлодарской области, найдено 38 публикаций отрицательной тональности и 23 публикации положительной тональности. По аналогичным запросам с указанием Мангистауской области найдено 8 публикаций отрицательной тональности и 18 положительной тональности.



# Результаты

Актуальность потребностей респондентов в сфере здравоохранения



Качество удовлетворения потребностей респондентов в сфере здравоохранения



# Рекомендации

По итогам пилотирования методики оценки потребностей рекомендуется:

- 1) Проводить оценку какой-либо сферы жизни населения в отдельности. Во-первых, это позволит расширить перечень потребностей внутри каждой сферы и получить более качественные результаты. Во-вторых, это упростит процесс сбора данных за счет упрощения анкеты. В-третьих, положительно отразится на процессе анализа данных, позволит глубже анализировать полученные данные.
- 2) Оптимизировать опросник за счет исключения вопроса об актуальности. Данные об актуальности потребностей будут получены из вопроса о полноте удовлетворения потребностей, что положительно скажется на процессах сбора и анализа данных.
- 3) По возможности сужать целевую аудиторию (объект оценки), останавливаясь на конкретных целевых аудиториях или территориях исследования (малообеспеченные, лица с инвалидностью, городское или сельское население региона и т.п.), что также позволит повысить качество оценки.
- 4) Проводить подробный инструктаж интервьюеров с последующей проверкой понимания интервьюером сути вопросов анкеты.