



МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ

Методика разработана в рамках проекта «Организация и развитие деятельности республиканского гражданского центра для поддержки неправительственных организаций»
2022 год



МЕТОДИКА

Оценки потребностей населения

Оглавление

Введение	3
Основные понятия	4
Список сокращений	5
1. Что такое потребность, виды, классификации	5
2. Оценка потребностей	7
3. Этапы оценки потребностей	8
4. Подготовительный этап	9
4.1. Постановка цели, объекта, предмета и задач оценки	9
4.2. Индикаторы и показатели для оценки	11
4.3. Выбор исполнителя/поставщика, определение источника финансирования	14
4.4. Определение целевых групп	16
4.5. Этические стандарты	17
5. Полевой этап	17
5.1. Возможные методы сбора данных: Массовый опрос, фокус-группы, контент-анализ, наблюдение, экспертные опросы	17
5.2. Выборка	21
6. Этап анализа данных	22
6.1. Обработка и анализ данных	22
6.2. Аналитический отчет	23
7. Этап распространения и использования полученных результатов	23
Заключение	24
Приложения	27
Приложение 1. Анкета для массового опроса населения	27
Приложение 2. Аналитический отчет о проведенном пилотировании/апробации	36
Список использованных источников	77

Введение

Настоящая Методика разработана в рамках исполнения условий договора, заключенного с Гражданским альянсом Казахстана 21 июля 2022г.

С начала двухтысячных годов экспертное сообщество, в особенности представители некоммерческого сектора, поднимают вопрос о необходимости проведения исследований или оценки нужд и потребностей населения. В основном это связано с тем, что отдельные компоненты некоторых бюджетных и государственных программ не имели четкой причинно-следственной связи с реальными потребностями населения, либо в них использовали методы, которые не приводили к удовлетворению таких потребностей.

Несмотря на то, что в Казахстане нет пока универсальной методики оценки потребностей, были попытки создать методологическую основу для подобных исследований. В частности, в 2019г. Фондом информационной поддержки развития общества были разработаны Методические рекомендации по внедрению методики оценки нужд и потребностей населения по регионам, включая сельские. Кроме того, в рамках различных проектов периодически проводятся исследования, направленные на выявление нужд и потребностей каких-то определенных групп населения. Таким образом, определенные предпосылки для такой методики существуют.

Важно отметить, что практическое применение настоящей Методики может быть важным и полезным в нескольких прикладных направлениях.

Первое – государственный социальный заказ. В период обсуждения законопроекта «О государственном социальном заказе» и сразу после принятия Закона в 2005г. в некоммерческом секторе и заинтересованных государственных органах шло активное обсуждение вопроса о том – какие суммы необходимы для ГСЗ, на какие направления его выделять, как определять приоритетность при формировании тем ГСЗ и т.п. Уже в тот период экспертное сообщество озвучивало необходимость регулярной работы по оценке нужд и потребностей населения, определения перечня приоритетных проблем, на которые следует направлять государственное финансирование, в т.ч. через использование механизма государственного социального заказа. Одно из предложений, которые озвучивались тогда, касалось использования социального маркетинга, как инструмента для улучшения жизни отдельных людей, групп населения и общества в целом. Социальный маркетинг позволяет сфокусироваться и оказывать эффективную помощь отдельным группам населения.

Термин «социальный маркетинг» был предложен одним из авторитетных теоретиков маркетинга Филипом Котлером в 1971 году. Под влиянием идей Ф. Котлера российский исследователь Е. П. Голубков ввел следующее определение для социального маркетинга: **«Это вид маркетинга, который заключается в разработке, реализации и контроле социальных программ, направленных на повышение уровня восприятия определенными слоями общественности неких социальных идей, движений или практических действий».**

Практическая применимость социального маркетинга для целей данного исследования состоит в том, что социальный маркетинг включает в себя несколько этапов, первый из которых – это определение проблемы. Важно определить, в чём состоит проблема, на кого и как она влияет, определение проблемы — это начало всей программы социального маркетинга. Неполное определение или непонимание проблемы ведет к упрощенным и неэффективным программам. Социальный маркетинг тщательно рассматривает выбор соответствующих целевых аудиторий, уделяет серьезное внимание их исследованию для того, чтобы лучше понимать эту группу, волнующие их проблемы. Таким образом, верное

определение проблемы является одним из условий ее эффективного решения. Как раз для этих целей важно проводить оценку нужд и потребностей.

Сейчас, по прошествии уже 17 лет с момента принятия Закона «О государственном социальном заказе», проблема подходов к формированию направлений и объемов финансирования остается по-прежнему актуальной. Несмотря на постоянное совершенствование нормативно-правовой базы, в частности требование о том, что необходимо исследовать нужды и потребности населения, учитывать мнение НПО и т.п., подходы к формированию ГСЗ до сих пор вызывают много вопросов. В частности, в п.6 Правил формирования, мониторинга реализации и оценки результатов государственного социального заказа закреплено, что формирование государственного социального заказа осуществляется на основании стратегических и программных документов, предложений государственных органов и неправительственных организаций, **а также данных оценки нужд и потребностей населения.**

И НПО, и сами госорганы признают, что многие лоты ГСЗ не отвечают запросам общества, не направлены на решение первоочередных проблем.

Вторым примером применения Методики может являться формирование тематики и объемов государственных грантов. Несмотря на то, что единый оператор грантового финансирования – НАО «ЦПГИ», в силу отличий грантового финансирования от ГСЗ итак является более гибким и чувствительным к изменяющейся ситуации в общественно-политической и социальной сферах, тем не менее наличие научно-обоснованной методики определения потребностей населения и результатов ее применения, могли бы сделать государственные гранты более эффективными.

В-третьих, результаты применения Методики должны быть востребованы практически всеми местными и центральными госорганами при разработке соответствующих программ, особенно это применимо к органам так называемого социального блока: здравоохранение, образование, социальная защита, культура.

Во всех случаях речь идет о том, чтобы регулярно, на системной основе, выявлять потребности населения, определять наиболее приоритетные из них и принимать соответствующие решения. Все решения, которые могут приниматься касательно выявленных потребностей, должны быть направлены на их удовлетворение наиболее эффективным способом. Поскольку в большинстве случаев речь идет о выделении ресурсов, то данная методика позволит повысить эффективность использования бюджетных средств.

Помимо государственных и квази-государственных органов и структур, методика будет востребована со стороны НПО, а также экспертного, академического и исследовательского сообщества, поскольку данные, полученные в результате ее применения, будут наиболее актуальными, а при условии регулярного применения, позволят увидеть динамику изменений потребностей населения. Спрос на подобную информацию традиционно высок. Косвенно – принятие обоснованных решений по эффективному реагированию на потребности населения, как следствие, повлияет на повышение качества жизни.

Основные понятия

Проблема - Осознаваемая человеком ситуация неудовлетворения актуальных для него нужд и потребностей.

Нужда - ощущаемая человеком необходимость в получении какого-либо блага.

Потребность - необходимость в удовлетворении материального или духовного запроса личности.

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

Экспертное оценивание — процесс получения оценки чего-либо, на основе мнения экспертов, с целью последующего принятия решения или выбора.

Программа социологического исследования - Методика оценки нужд и потребностей – теоретический документ, определяющий цели, задачи, основные этапы и назначение исследования, направленного на выявление и оценку нужд и потребностей населения. Конечным итогом указанного исследования является актуализация Карты нужд и потребностей населения в разрезе регионов, которая в обобщенном виде будет отражать качество жизни и уровень жизни населения (т.н. Индекс комфортности проживания).

Исследование — процесс научного изучения какого-либо объекта (предмета, явления) в целях выявления его закономерностей возникновения, развития и преобразования его в интересах общества. В данном случае под оценкой мы понимаем именно исследование, т.е. поиск новых знаний или систематическое расследование с целью установления фактов; процесс изучения чего-либо, результат такого действия (исследования), научный труд, документ с описанием изученного объекта или чего-то.

Население — совокупность людей, живущих в пределах конкретной территории — континента, страны, государства, области и так далее.

Индекс комфортности проживания – комплексный показатель, вычисляемый как разность между долей неудовлетворенных и долей удовлетворенных потребностей. Таким образом, показатели Индекса с отрицательным знаком свидетельствуют о преобладании неудовлетворенных потребностей, с положительным знаком – о преобладании удовлетворенных потребностей.

Методические рекомендации по внедрению Методики оценки нужд и потребностей: настоящий документ, описывающий организационные действия и процедуры реализации

Список сокращений

ГСЗ – государственный социальный заказ

ООН – Организация объединенных наций

ФИПРО – ЧФ «Фонд информационной поддержки развития общества»

МИО – местные исполнительные органы

ЦГО – центральные государственные органы

ЦПГИ – НАО «Центр поддержки гражданских инициатив»

1. Что такое потребность, виды, классификации

Короткое определение потребности состоит в том, что потребность — это различие между текущими достижениями человека и его желаемыми достижениями. Иными словами, 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.

В научной литературе потребности называют внутренними возбудителями активности, это те причины, которые часто становятся 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.

Для того, чтобы проиллюстрировать раскрытие понятия потребность, часто используется пример чувства жажды — *т.е. острой потребности в воде, которое возникает у человека или животного при обезвоживании организма (обеднении организма жидкостью) или при превышении в крови нормальной концентрации минеральных и органических веществ. Механизм возникновения потребности в жидкости – жажды также можно описать научно: воздействие повышенного общего и осмотического давления, изменение концентрации ионов натрия, возбуждение питьевого центра в головном мозге, вызывающее нервно-гуморальные реакции сохранения воды в организме, поиск воды особью.* Этот пример из физиологии наглядно показывает, что потребности могут быть крайне важными, насущными, соответственно, могут побуждать людей к активным действиям. Наличие неудовлетворённых потребностей вызывает у человека напряжение и дискомфорт, дисбаланс между его внутренними ожиданиями и внешними – реальными условиями.

Рассматривая процесс появления и удовлетворения потребностей, важно понимать, что по мере удовлетворения одних потребностей у человека возникают другие потребности, *поэтому можно утверждать, что потребности безграничны.*

Потребности связаны с наличием у человека чувства неудовлетворённости, когда человеку недостаёт того, что требуется. Примечательно, что потребности определяют избирательность восприятия мира, являются своеобразными фильтрами, которые направляют внимание человека в основном на те объекты, которые способны удовлетворить его потребности. Также важно понимать, что в течение жизни потребности человека меняются, что определяется возрастными особенностями, социальным статусом, внешней обстановкой и т.д.

Потребности имеют разное содержание и отличаются по значимости. Так, возвращаясь, к примеру с жаждой, следует отметить, что наличие неудовлетворённых жизненно важных или витальных потребностей может привести к проблемам со здоровьем и даже к смерти. Другие же потребности могут быть связаны с интересами и желаниями человека, которые находятся в сфере культуры, творчества и т.д.

Различные учёные по-разному объясняют сущность человеческих потребностей. Например, С.Л. Рубинштейн¹ описывал их как нужду индивида в условиях жизни, предметах и объектах, без которых невозможно его существование и развитие. Другой ученый – Д.А.Леонтьев² характеризует потребность как систему отношений между субъектом и средой обитания. Д.К.Макклелланд³ характеризует потребность как результат отклонения внешней или внутренней реальности от сложившихся ожиданий субъекта по поводу этой реальности. Курт Левин⁴ даёт следующее определение потребности: *Под потребностью понимается динамическое состояние повышенного напряжения, которое «толкает» человека к определённым действиям. Это напряжение «разряжается» при удовлетворении*

¹ С. Л. Рубинштейн. Основы общей психологии. СПб., 1998.

² Леонтьев Д.А. Деятельность и потребность // Деятельностный подход в психологии: проблемы и перспективы /под ред. В.В.Давыдова, Д.А.Леонтьева -М., 1990

³ Макклелланд Д. Мотивация человека. — СПб.: Питер, 2007.

⁴ Зейгарник Б.В. Теория личности К. Левина. М.: Издательство Московского университета, 1981.

потребности. Таким образом, в процессе возникновения и удовлетворения потребностей человек проходит через ряд динамических состояний, отличающихся уровнем своей напряжённости.

Столь подробное описание характеристик потребностей имеет существенное значение для целей данной работы. Дело в том, что ввиду разного содержания существует и разная классификация потребностей. Это важно для понимания того, что сделать одну «универсальную» оценку потребностей для всего населения будет крайне сложно в силу ограниченности ресурсов (прежде всего, временных и финансовых). Эти ограничения будут подробнее описаны далее, их нужно учитывать при постановке цели, задач оценки и формировании бюджета подобного исследования.

Продолжая развивать тему классификации потребностей, отметим, что они 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).

Здесь уместно упомянуть о «Пирамиде потребностей», предложенной А. Маслоу⁵. В основе данной теории лежит факт того, что обычно у человека одновременно имеется более десяти нереализованных потребностей, и его подсознание расставляет их по степени значимости, образуя довольно сложную иерархическую структуру. Эту структуру и описал Маслоу, разделив потребности по последовательности их удовлетворения, когда потребности высшего уровня появляются после удовлетворения потребностей уровнем ниже.

Так, к биологическим можно отнести стремление человека поддерживать своё существование (потребность в пище, одежде, сне, безопасности, сексуальном удовлетворении, в экономии сил и пр.). К социальным потребностям относится потребность человека к общению, к популярности, к господству над другими людьми, к принадлежности к определённой группе, в лидерстве и признании.

Духовные потребности человека — это потребность познать окружающий мир и себя самого, стремление к самосовершенствованию и самореализации, в познании смысла своего существования.

По мере удовлетворения одних потребностей они уступают первенство другим потребностям.

2. Оценка потребностей

Оценка потребностей начала применяться в прикладных исследованиях более двадцати лет назад как ответ на поиски более чувствительных инструментов для определения наиболее неотложных проблем в обществе, измерения существующих услуг и характера их использования и определения потенциальных услуг. Согласно Психологическому словарю, **оценка потребностей определяется как инструмент прикладных исследований, используемый для более эффективного планирования социальных услуг.**

⁵ А. Маслоу «Теория человеческой мотивации», 1943

Оценка потребностей обычно используется для принятия стратегических решений, которые как раз и основаны на потребностях общества. При этом, помимо непосредственно населения, т.е. бенефициаров какой-либо деятельности, осуществляемой государством, такие потребности могут быть связаны с потребностями целой отрасли или сферы, например – образования. В этом случае следует иметь в виду также потребности главного ответственного органа (например, министерства образования), также организаций, предоставляющих образовательные услуги населению (например, школы). Это важно, поскольку нужно осознавать и планировать последствия любого принимаемого решения, т.к. оно может затронуть целый ряд заинтересованных групп и связанных социальных систем.

Оценка потребностей может повлиять на три уровня решений: *стратегические, тактические и операционные*.

Деятельность по оценке потребностей представляет собой исследовательскую работу, которая применяет методы сбора и анализа данных, используемые в социологических исследованиях.

При планировании оценки потребностей важно определить, какие данные необходимы для выявления существующих пробелов между желаемым и действительным на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях. Другими словами, какая информация требуется для принятия обоснованного решения.

При этом, как в маркетинговых, так и в социологических исследованиях определяются потенциальные источники данных (например, документы, мнения экспертов и т. д.). Затем определяются методы сбора информации, например интервью, опросы, фокус-группы и т. д. Итогом такой работы должен стать обоснованный аналитический отчет, содержащий перечень выявленных потребностей, определенных на основе различий между текущими и желаемыми результатами. Заказчик или иное заинтересованное лицо, получив такой отчет, должны иметь понимание и возможность принять решение на стратегическом, тактическом и оперативном уровне для обеспечения выравнивания выявленных пробелов. Важно понимать, что средствами удовлетворения человеческих потребностей являются блага – социальные, экономические, культурные и прочие. Степенью удовлетворения определенных потребностей человека является благосостояние и повышение качества жизни.

3. Этапы оценки потребностей

Оценка потребностей как любое исследование предполагает выполнение нескольких этапов:

1 этап – подготовительный. На данном этапе происходит разработка объекта, предмета, целей и задач исследования, определение ресурсов для проведения исследования, разработка методологии и графика исследования, пилотирование инструментария.

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

3 этап – анализ собранных данных, подготовка отчета и выработка рекомендаций. На данном этапе проводится статистическая обработка и анализ первичных данных в соответствии с разработанной методикой анализа (разработка определенных индикаторов, выявление факторов, анализ ответов в зависимости от переменных) для идентификации определенных социальных явлений и т.д. На основе поставленных задач и проведенного анализа разрабатывается отчет.

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

4. Подготовительный этап

4.1. Постановка цели, объекта, предмета и задач оценки

Общая цель оценки потребностей заключается в привлечении эмпирических данных о потребностях, что в конечном итоге поможет принять более эффективные решения о том, где, когда и какого рода услуги надлежит предоставлять тем или иным группам населения. Цель данного исследования может быть сформулирована более широко, примерно так: Изучение и оценка нужд и потребностей населения Республики Казахстан по регионам. Или более узко и специфично, например: Исследование потребностей детей групп риска и оценка существующих услуг для установления стратегий государственных органов, касающихся развития и улучшения качества предоставляемых социальных услуг детям групп риска и их семьям⁶.

Если смотреть на исследование глобально, то **основным объектом оценки** выступает население Республики Казахстан. Однако, важно понимать, что задача выполнить оценку абсолютно **всех** потребностей для **всего** населения, учитывая все характеристики народонаселения страны (регион проживания, пол, возраст, национальность, социальный статус, принадлежность к определенным социально-защищаемым слоям населения и т.п.), во-первых, трудновыполнима, во-вторых, не очень продуктивна. Прежде всего, это потребует значительных затрат. Кроме того, инструменты оценки будут громоздкими, и респонденты, скорее всего, будут неохотно участвовать в такой оценке (например, если представить себе анкету, направленную на выявление абсолютно всех имеющихся потребностей – такая анкета вместе с социальным блоком может состоять примерно из десяти страниц, набранных мелким шрифтом).

Наконец, возникает вопрос о целесообразности такого исследования, ведь любое подобное исследование направлено на получение таких данных, которые позволят принять соответствующие решения, например, принять новый нормативный правовой акт, внести изменения в действующее законодательство, либо в какие-то программные, стратегические документы и т.п., что в конечном итоге позволит удовлетворить выявленные потребности. В данном же случае, сложно представить какой-либо один конкретный орган, который сможет эффективно использовать результаты данного исследования, ведь речь будет идти о нескольких органах, а также о нескольких документах. Более эффективным подходом представляется фокусировка на более узких сферах, на потребностях определенных групп населения и т.п.

И последнее ограничение в этой связи – актуальность полученных данных. Ведь исследование позволит выявить потребности на определенный период времени, при этом всегда есть допущение о том, что потребности могут меняться, также при одинаковом количестве потребностей может меняться их приоритетность. Иными словами, актуальность полученных со значительными затратами ресурсов данных, может быть в скором времени утрачена.

⁶ Пример взят из Руководства по проведению оценки потребностей детей групп риска, ЮНИСЕФ Казахстан, 2007г.

Таким образом, определяя объект и предмет оценки, важно четко определять фокус, т.е. оценка не всех потребностей, а потребностей в определенной сфере (например, в здравоохранении), оценка потребностей не всего населения, а некоторых его групп и т.д. И даже в этом случае оценка потребностей не будет простым и дешевым исследованием, это потребует затрат, подготовленных и квалифицированных подрядчиков и т.п.

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.
3. Оценка всех потребностей некоторых групп населения.
4. Оценка некоторых потребностей определенных групп населения.

Наиболее эффективной моделью оценки потребностей является та, которая заключается в комплексном подходе к исследованию. В широком понимании такой подход означает анализ проблемы, исследование потребностей целевых групп, изучение количества и качества существующих услуг, изучение уровня удовлетворенности целевых групп качеством предоставленных услуг и своих потребностей, выявление решений для правильного планирования и улучшения услуг. Однако, для целей данной работы остановимся на том, что комплексный подход предполагает применение комбинированных методов исследования. Также важно соблюдать принцип триангуляции, который означает, что при проведении оценки будет использовано сочетание не менее трех методов сбора данных, из не менее чем трех источников информации. Такими методами могут быть, например, анализ вторичных данных, картографирование существующих услуг, наблюдение, фокус-группа, анализ заинтересованных сторон, интервью, анкета, эксперимент и т.д.

Исходя из вышесказанного, **предметом оценки будут являться актуальные потребности населения (городских и сельских жителей).**

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.

Пример задач для оценки потребностей⁷:

1. Проанализировать состояние и динамику детей групп риска за последние пять лет.
2. Оценить уровень благополучия и потребностей детей и их семей в социальных услугах.
3. Картографировать существующие социальные услуги и службы для детей групп риска и их семей.
4. Оценить качество услуг, предоставляемых различными институтами и учреждениями.
5. Провести анализ структур, которые вовлечены в социальную защиту детей групп риска (выявить сильные и слабые стороны).
6. Разработать рекомендации для развития и улучшения качества социальных услуг для детей групп риска и их семей.

Еще несколько примерных задач подобного исследования⁸:

1. Выявление и классификация основных проблем населения РК.
 - 1.1. Выявление актуальных проблем населения РК по регионам, включая сельские местности.
 - 1.2. Классификация выявленных актуальных проблем населения по регионам (определение региональных особенностей степени актуальности названных проблем).
2. Выявление и оценка актуальных нужд и потребностей населения РК и соотнесение их с выявленными проблемами.
 - 2.1. Выявление и оценка наиболее актуальных нужд и потребностей населения регионов в социально значимых сферах.
 - 2.2. Соотнесение нужд и потребностей населения с выявленными проблемами.
3. Оценка степени удовлетворения нужд и потребностей населения госорганами и НПО.
 - 3.1. Оценка степени удовлетворения нужд и потребностей населения государственными органами.
 - 3.2. Оценка степени удовлетворения нужд и потребностей населения неправительственными организациями.
4. Разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности государственных органов и НПО за счёт повышения соответствия управленческих решений нуждам и потребностям населения
 - 4.1. Разработка рекомендаций для государственных органов
 - 4.2. Разработка рекомендаций для НПО.

4.2. Индикаторы и показатели для оценки

Комплексный подход в случае оценки потребностей населения также означает замеры показателей как по объективным индикаторам, так и по субъективным.

Объективные индикаторы или внешние, представляют собой оценку объективных условий социального благосостояния и благополучия, а также их объективных последствий. К таким социальным индикаторам относятся официальные данные: статистика, показатели благосостояния и другое. Все это – вторичные источники данных, которые при самостоятельной оценке не позволят составить полное и подлинное представление о потребностях населения. Поэтому важно комбинировать их с

⁷ Пример взят из Руководства по проведению оценки потребностей детей групп риска, ЮНИСЕФ Казахстан, 2007г.

⁸ Пример взят из Методических рекомендаций по внедрению методики оценки нужд и потребностей населения по регионам, включая сельские. ФИПРО, 2019г.

исследованием **субъективных индикаторов**, т.е. того, как сам человек видит условия своей жизнедеятельности и общества в целом.

При предыдущей попытке разработать Методику оценки потребностей населения⁹, авторы взяли за основу индикаторы, используемые при исследовании качества жизни.

Качество жизни — междисциплинарное понятие, характеризующее эффективность **всех сторон жизнедеятельности человека, уровень удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей, уровень интеллектуального, культурного и физического развития, а также степень обеспечения безопасности жизни**. Качество жизни используется Организацией Объединённых Наций (ООН) для оценки и сравнения социального и экономического положения населения стран. Качество жизни наиболее часто характеризуют по показателям здравоохранения, образования, демографии, экономических условий, экологической обстановки, условия жизни, занятости и реализации конституционных прав.

Стандартные показатели качества жизни включают благосостояние, занятость, окружающую среду, физическое и психическое здоровье, образование, время отдыха и досуга, социальную принадлежность, религиозные убеждения, безопасность, защищенность и свободу¹⁰.

При этом при оценке потребностей населения, мы говорим о том, как люди сами оценивают ситуацию, т.е. о субъективных индикаторах.

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

1. Образование:

- 1) Доступ и качество дошкольного образования
- 2) Качество школьного образования
- 3) Организация досуга школьников
- 4) Доступ к среднему и высшему образованию
- 5) Качество среднего и высшего образования

2. Здравоохранение:

- 1) Доступ к своевременной медицинской помощи
- 2) Качество и стоимость лекарственных препаратов
- 3) Охрана репродуктивного здоровья
- 4) Качество подготовки медицинского персонала
- 5) Постановка диагноза
- 6) Оснащение медицинских учреждений
- 7) Вопросы психического здоровья
- 8) Паллиативная помощь, уход

⁹ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕДРЕНИЮ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ НУЖД И ПОТРЕБНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ ПО РЕГИОНАМ, ВКЛЮЧАЯ СЕЛЬСКИЕ. Частный Фонд информационной поддержки развития общества, 2019г.

¹⁰ Gregory, Derek; Johnston, Ron; Pratt, Geraldine; Watts, Michael; et al., eds. (June 2009). "Quality of Life". Dictionary of Human Geography (5th ed.). Oxford: Wiley-Blackwell. ISBN 978-1-4051-3287-9.

Martha Nussbaum and Amartya Sen, ed. (1993). The Quality of Life, Oxford: Clarendon Press. Description and chapter-preview links. Barcaccia, Barbara (4 September 2013). "Quality Of Life: Everyone Wants It, But What Is It?". Forbes/ Education. Retrieved 10 May 2016.

3. Социальная защита:

- 1) Размер социальных пособий и выплат
- 2) Организация ухода за людьми с ограниченными возможностями, предоставление специальных социальных услуг
- 3) Инклюзивная среда

4. Занятость:

- 1) Обеспечение рабочими местами
- 2) Возможности для самозанятости
- 3) Трудовая миграция
- 4) Соблюдение трудового законодательства
- 5) Размер оплаты труда
- 6) Спектр вакансий, возможность устроиться по специальности

5. Предпринимательство:

- 1) Процедуры открытия и ведения бизнеса
- 2) Доступность кредитов
- 3) Барьеры, проверки при ведении бизнеса

6. Благосостояние:

- 1) Уровень доходов
- 2) Покупательская способность

7. Жилищные условия:

- 1) Обеспеченность жильём
- 2) Качество жилья и удовлетворенность жилищными условиями
- 3) Наличие возможности улучшения жилищных условий

8. Безопасность:

- 1) Безопасность на улицах и других открытых общественных пространствах
- 2) Безопасность в школе и других образовательных учреждениях
- 3) Безопасность на дорогах
- 4) Работа правоохранительных органов

9. Окружающая среда:

- 1) Благоприятная окружающая среда (атмосфера, почва, вода)
- 2) Защита и восстановление окружающей среды
- 3) Деятельность промышленных предприятий

10. Отдых и досуг:

- 1) Наличие в населенных пунктах доступных мест для отдыха и досуга
- 2) Доступность в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры

11. Прочие социально-экономические вопросы:

1. Вопросы коррупции
2. Вопросы религии
3. Доступ к ответственным государственным органам по возникающим вопросам

4. Оказание поддержки и помощи в случае возникновения проблем
5. Каналы связи
6. Качество работы местных исполнительных органов и органов местного самоуправления
7. Доступ к достоверной информации

Таким образом, при оценке всех возможных потребностей населения важно понимать, что диапазон сфер жизнедеятельности, в которых могут находиться потребности, является очень широким. Поэтому, намереваясь оценить все потребности, при сборе данных важно обратить внимание на каждую из указанных выше сфер, в противном случае, может возникнуть ситуация, когда какие-то сферы деятельности и относящиеся к ним потребности окажутся не охваченными.

4.3. Выбор исполнителя/поставщика, определение источника финансирования

Вариант 1. Исполнитель – государственный орган

При принятии решения о проведении оценки потребностей населения важно определить – чьими силами возможно провести столь масштабное исследование. В некоторых источниках в качестве непосредственного исполнителя или организаций, которые могут провести такую оценку, называются сами местные государственные органы. Такой подход вполне возможен, однако в этом случае необходимо учитывать ряд ограничений.

Первое – государственные органы, как правило, не специализируются в проведении подобных исследований, не располагают штатными социологами, специалистами по статистике, интервьюерами и т.д. Соответственно, их опыта и квалификации будет недостаточно для осуществления оценки потребностей населения. *Это ограничение не применимо в случае, если орган имеет в своей структуре штатного социолога или исследовательский отдел.*

Второе – в силу перечисленных выше факторов часто на практике государственные органы склонны упрощать подходы к проведению масштабных исследований – не соблюдать требования к выборке, ограничиваться одним-двумя методами сбора данных, также испытывают трудности при обработке и интерпретации данных.

Третье – часто у госорганов нет отдельного бюджета для проведения исследований, это приводит к попыткам выполнить масштабные исследования за счет небольших расходов, что также приводит к неэффективному и часто необъективному результату.

Вместе с тем, указанные ограничения совсем не означают, что государственные органы не должны заниматься самостоятельно оценкой потребностей населения, просто в этом случае необходимо адекватно оценивать собственные ресурсы и возможности, чтобы избежать нецелесообразных расходов и результатов исследований, которые в итоге окажутся неприменимыми. Здесь основной рекомендацией может быть отказ от проведения оценки, если госорган не располагает необходимыми ресурсами (прежде всего – временными и финансовыми).

Вариант 2. Второй подход к выбору подрядчика (или исполнителя) заключается в привлечении внешнего поставщика подобных услуг.

Внешним поставщиком может быть, квази-государственная организация, например центр анализа и прогнозирования, такие центры существуют во многих регионах (названия могут отличаться).

Также поставщиком услуг по оценке потребностей населения может выступать организация, специализирующаяся на поведении исследований. При этом такая организация может быть как коммерческой, так и некоммерческой (НПО). Практика последних лет подтверждает наличие на рынке определенного количества НПО и коммерческих организаций, способных проводить масштабные страновые исследования. Однако, стоит сделать оговорку, что в данном случае, учитывая особенности исследования, некоммерческая организация предполагается более подходящим поставщиком для проведения оценки потребностей населения. Это обусловлено социальной направленностью некоммерческих организаций, знанием проблематики социальной сферы, опытом прямой работы с различными группами населения.

Еще одним вариантом потенциального поставщика может выступить учебное заведение (например, вуз), которое располагает соответствующими ресурсами, опытом и квалификацией.

В отношении источника финансирования исследования по оценке потребностей населения можно отметить, что таковыми могут оказаться следующие:

- 1) Средства государственного бюджета - республиканского и местного. Заказчиком исследований могут выступать как ЦГО, так и МИО. При этом закупки могут проходить как по линии государственного социального заказа (по 155 бюджетной специфике), где поставщиком может выступать только НПО, так и по государственным закупкам, где поставщиком может быть и коммерческая, и некоммерческая организация.
- 2) Средства доноров – международных и национальных. Например, подобные исследования может профинансировать крупная международная или иностранная организация. На национальном уровне такой организацией может выступить, например, НАО «ЦПИ».
- 3) Средства спонсоров. В казахстанской практике распространен опыт финансирования различных социальных проектов крупными финансово-промышленными группами или добывающими компаниями. Поэтому не исключена возможность, что подобная оценка будет профинансирована из такого источника.

Здесь перечислены наиболее вероятные источники финансирования, хотя теоретически, подобная оценка может быть профинансирована из любых, не запрещенных законодательством, источников.

Требования к поставщику

В данном разделе описываются требования к поставщику, если он является внешним, привлеченным. Перечень требований или характеристик может выглядеть примерно таким образом:

- 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.

При подготовке и проведении подобной оценки не избежать привлечения квалифицированного социолога. Требования к социологу могут быть примерно следующими:

- 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 организации, которая будет проводить полевые работы;
- Обучение интервьюеров/операторов как применять инструментарий;
- Мониторинг качества полевых работ;
- Анализ данных;
- Разработка рекомендаций и подготовка отчета.

В качестве организации, которая будет проводить полевые исследования не обязательно нанимать специализированную социологическую компанию. Эту работу может проводить местная неправительственная организация, а также сотрудники таких организаций (т.е. физические лица), которые имеют опыт проведения опросов, могут выступить в качестве интервьюеров.

4.4. Определение целевых групп

Применительно к данному виду исследования, целевая группа означает **объект исследования**, т.е. носителя той проблемы или потребностей, которую исследование пытается выявить, оценить.

Как отмечалось ранее, данная методика рекомендует не оценивать абсолютно все потребности всего населения страны, а фокусироваться на более узких целевых группах и более специфичных потребностях. Например, рассмотрим ситуацию, когда потребуется оценить все потребности одной целевой группы – людей с инвалидностью. Здесь важно понимать, что даже одна эта целевая группа не является однородной, внутри нее есть лица с разными ограничениями, следовательно – с разными потребностями. Поэтому при подготовке к исследованию, в частности при разработке инструментария, важно учитывать следующие моменты:

- разные группы инвалидности и разные физические ограничения;
- распределение по возрасту;
- распределение по месту жительства,
- распределение образованию.

Предложенные факторы не являются исчерпывающими, их перечень может быть расширен. Эти параметры помогут при составлении выборки для проведения исследования. Также при разработке инструментария, важно понимать, что наличие инвалидности совсем не означает, что все потребности данной целевой группы будут связаны с обеспечением доступной среды и инклюзивности. У данной целевой группы также могут быть и образовательные, и культурные, и спортивные потребности, все это необходимо иметь в виду и предусмотреть возможность их выявления оценки.

4.5. Этические стандарты

При проведении любого исследования важно соблюдать этические нормы и требования. Особенно это актуально в данном случае, когда речь идет об оценке потребностей населения, что предполагает работу с разными целевыми группами, включая уязвимые категории населения. Список таких норм может выглядеть следующим образом:

1. **Безвредность методики.** Согласно данному принципу, исследователь должен использовать методы и подходы, которые меньше всего подвергают респондента стрессу, оказывают какое-либо негативное воздействие.
2. **Информированное согласие.** Исследователь обязательно должен информировать респондента об особенностях исследования и о том, какие выгоды или последствия могут быть после его участия в исследовании. Человек сам должен решить хочет он принимать участие в данном исследовании или нет. То же самое касается и прекращения участия в исследовании. Это является правом выбора человека, и никто не вправе его заставлять продолжать участие.
3. **Анонимность.** Респондент имеет право не сообщать свои персональные данные.
4. **Конфиденциальность.** Исследователь должен держать в тайне полученную информацию об участниках исследования. Имя респондентов не должно оглашаться в отчетах и в других документах исследования, а также в разговорах с другими людьми. Если существует необходимость, чтобы другие люди имели доступ к информации об именах участников, об этом, а также о планах хранения конфиденциальности, следует оповещать заранее участников исследования во время получения информированного согласия.
5. **Последствия полученных результатов.** Исследователи должны помнить, что результаты исследования могут повлиять на социальную жизнь, политику и людей. Поэтому они должны быть особенно осторожными при презентации результатов. Это, однако, не означает, что исследователи не имеют право изучать определенную сферу деятельности или не должны соблюдать prerogatives научного исследования.

Следует обратить внимание на то, что предложенный перечень не является чем-то неизменным и может быть изменен, например дополнен другими нормами. Главное, чтобы исследователи – и непосредственный исполнитель (поставщик), и все задействованные сотрудники понимали важность и необходимость соблюдения этических норм.

5. Полевой этап

5.1. Возможные методы сбора данных: Массовый опрос, фокус-группы, контент-анализ, наблюдение, экспертные опросы

Как отмечалось выше, при проведении столь масштабного и сложного исследования рекомендуется применять комбинированный подход, в т.ч. и в отношении методов. Речь

идет о сочетании сразу нескольких (не менее трех) методов сбора данных. Это позволит получить максимально объективную ситуацию касательно потребностей населения.

Чтобы определить, какие методы будут наиболее эффективны при данном виде исследования, нужно ответить на следующие вопросы: где мы можем найти информацию о том, какие потребности есть у населения, кто может сообщить нам об этом максимально точно и подробно, каким образом получить эту информацию?

Итак, кто лучше других знает о том, какие потребности есть у населения? Очевидно, само население, т.е. люди. Следовательно, такую информацию можно получить у них. Отвечая на вопрос, как это лучше сделать, можно предложить метод массового письменного опроса, т.е. анкетирование. Такой опрос сейчас можно осуществить в гибридном формате – часть через онлайн-опрос (например, с помощью инструментов Google), часть – в традиционном бумажном формате, для этого нужны интервьюеры, которые будут находить и опрашивать респондентов, следуя выборке и маршрутному листу. Анкетирование – это количественный метод, который достаточно легко обрабатывается при помощи соответствующего программного обеспечения (например, программы SPSS).

Рассуждая далее о том, где и как собрать данные, зададимся вопросом – а куда обращаются люди со своими проблемами (т.е. кому они сообщают о своих потребностях)? Круг таких источников информации достаточно узок: государственные органы (аким, акимат, отделы, управления, министерства и т.п.), СМИ (телевизионные каналы, газеты, интернет порталы, соцсети и т.п.), депутаты, правоохранительные органы (суды, прокуратура, полиция). Исходя из этого, в качестве еще одного метода предлагается использовать контент-анализ СМИ. Этот метод позволит по заранее заданным параметрам определить, какие проблемы (соответственно, потребности) чаще всего освещаются в республиканских или местных СМИ (ТВ, печатных, электронных) и социальных сетях.

Далее, следуя предложенной логике, предлагается использовать метод экспертного опроса, где в качестве экспертов могут выступать сотрудники акимата, отделов, управлений, министерств и т.д. Например, исследуя потребности людей с инвалидностью, необходимо опросить работников органов координации занятости и социальных программ, депутатов, сотрудников профильных НПО, т.е. тех людей, которые могут являться носителями уникальной информации о проблематике исследования.

Методы контент-анализа и экспертного опроса – это качественные методы сбора данных, обрабатывать их сложнее, чем, например анкетирование, однако эти методы являются эффективными, позволяют получить более глубокое понимание о предмете исследования. Для получения максимально полной картины о потребностях населения важно также поработать со вторичными источниками информации, изучить документы, статистические данные и т.п. Для этого рекомендуется провести кабинетное исследование, например, изучить статистику жалоб и обращений, поступающих в акимат или другие госорганы, проанализировать статистику по отдельным целевым группам, динамику изменений по годам, возможно – судебную статистику и т.п.

Таким образом, резюмируя все вышесказанное, можно сказать, что для сбора данных о потребностях населения рекомендуется использовать комбинацию из четырех методов:

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

Следует обратить внимание на то, что это только рекомендация, поэтому при планировании каждой конкретной оценки, исходя из ситуации и условий, подбор методов может быть изменен. 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

Теперь остановимся подробнее на каждом из упомянутых методов и дадим им короткую характеристику.

Кабинетное исследование

Это анализ ситуации с помощью исследования вторичных источников – нормативных правовых актов, официальных документов, статистических данных и т.п. Этот метод не требует больших финансовых затрат, но качество его исполнения и результата зависят от подготовки и квалификации экспертов, которые будут реализовать этот метод. Эксперт должен четко понимать – где, в каком источнике может быть информация по предмету исследования, сколько всего таких источников, какого количества будет достаточно для того, чтобы сделать выводы. Например, анализ законодательства может заключаться в определении всех нормативных актов, регулирующих исследуемую сферу общественных отношений, поиске тех норм, которые непосредственно воздействуют на эту сферу, правовой оценке такого воздействия, сопоставления с практикой их применения, анализ пробелов, коллизий и т.д.

Массовый опрос (анкетирование)

Массовый опрос – это наиболее распространённый метод социологических исследований. Существует несколько разновидностей массового опроса, среди которых индивидуальное интервью лицом-к-лицу, почтовый опрос, телефонное интервью, опрос или интервью с использованием компьютерных технологий и т. п. Анкетирование — это разновидность опроса, которая предполагает письменное заполнение анкет. В данном исследовании предлагается вариант, когда заполнение анкеты осуществляется самим респондентом. Преимущества анкетирования заключаются в том, что это наиболее оперативный и относительно недорогой вид опроса. При анкетировании мы можем получить более достоверные данные, так как респондент заполняет анкету самостоятельно и может высказываться достаточно откровенно, что позволяет снизить эффект социальной желательности (тип предвзятости в ответах респондентов, который заключается в стремлении опрашиваемых давать такие ответы, которые выглядят предпочтительнее в глазах окружающих).

Вместе с тем опыт исследований показал, что анкетирование имеет и определенные недостатки, которые заключаются в большой вероятности отсутствия ответов на открытые вопросы и в неполноте набора альтернатив по закрытым и полузакрытым вопросам.

Крайне важно уделять максимальное внимание качеству анкеты. Для проверки качества анкеты исследователь должен задавать себе следующие вопросы: обеспечивает ли анкета получение нужной информации; взаимосвязаны ли вопросы с целью и задачами исследования и способствуют ли они их достижению?

При разработке анкеты также важно обеспечить ее ясность и понятность для респондента, это касается и формулировки вопросов, и технического оформления анкеты. Важно не «перегрузить» этот инструмент большим количеством вопросов, вариантов ответов и т.д. Если анкета получится многостраничной, с мелким шрифтом, неудобным для восприятия, то респонденты будут избегать участия в опросе.

Также всегда полезно снова и снова проверять себя вопросом о том – помогут ли ответы респондентов выявить спектр их потребностей

Интервью

Интервью – это разновидность опроса, оно осуществляется в устной форме непосредственном контакте исследователя и респондента (хотя последнее время все более широко используется дистанционное интервьюирование посредством таких платформ как Zoom, Teams, WhatsApp и т.д.). Интервьюер задает вопросы, заранее зафиксированные в инструментарии (анкета, опросник, гайд), организует и направляет ход беседы, исходя из полноты и качества ответов.

Существует несколько разновидностей интервью, среди которых:

- Структурированные и полуструктурированные
- Глубинные интервью
- Фокусированные интервью
- Интервью с открытыми вопросами и т.д.

Применительно к данному виду исследования рекомендуется использовать экспертное интервью, т.е. разновидность глубинного интервью, где респондентами являются высококвалифицированные специалисты в исследуемой сфере – эксперты или «лидеры мнений». О том, кто может выступить в роли эксперта, уже говорилось выше. Основными критериями отбора экспертов являются уровень их компетентности, опыт работы в интересующей исследователя сфере, авторитетность.

Учитывая, что эксперты обладают высоким уровнем знаний в своей сфере, предлагается проводить глубинное интервью. Это означает, что во время проведения интервью круг подготовленных вопросов может расширяться в зависимости от ответов респондентов.

Фокус-группы

Фокус-группа также относится к качественным методам исследования. Этот метод еще называют групповым направленным интервью. Он позволяет собирать мнения, рекомендации, суждения участников о предмете исследования. Фокус-группа является прямой дискуссией с группой в количестве примерно 8-10 человек. Дискуссию направляет подготовленный интервьюер – модератор (иногда его также называют фасилитатором). Участники фокус-группы должны иметь схожие характеристики (например, принадлежать к одной целевой группе). При проведении фокус-группы ведется аудио и/или видеофиксация, также модератор сам фиксирует высказывания участников.

Для фокус-группы нужно организовать подходящее помещение.

Контент-анализ СМИ

Контент-анализ (от англ. contents — содержание, содержимое) – это метод исследования содержания документов с целью выявления или измерения различных фактов и тенденций, отраженных в этих документах. Особенность контент-анализа состоит в том, что он изучает документы в их социальном контексте.

В данном исследовании предлагается делать контент-анализ публикаций в СМИ и социальных сетях. Контент-анализ будет направлен на выявление частоты упоминаний определенных проблем, нужд и потребностей населения согласно заданным ключевым словам за определенный период времени, также возможно их направленность – положительная или негативная.

5.2. Выборка

Выборка или выборочная совокупность — это часть **генеральной совокупности** элементов, которая охватывается исследованием. *Иными словами – это часть населения, опросив которую, можно сделать вывод о мнении всего населения.* Под выборкой понимается научно-обоснованный выбор отдельных элементов объекта исследования с целью их дальнейшего наблюдения и изучения. Качество исследования во многом зависит и от качества его выборки.

1. Для проведения данной оценки, при массовом опросе, предлагается использовать многоступенчатую квотную выборку. Многоступенчатая квотная выборка по определенным параметрам репрезентирует состав респондентов к имеющимся пропорциям в генеральной совокупности, соответствующей актуальным на момент исследования данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, опубликованным в «Демографическом ежегоднике Казахстана».

Метод квотной выборки является наиболее точным и широко применяется в социологических исследованиях. Квотная выборка используется при наличии генеральной совокупности (в данном случае это население Республики Казахстан). При квотной выборке респонденты, которые отбираются интервьюерами, должны соответствовать параметрам обозначенных ранее квот.

Метод квотной выборки относится к видам фокусированной выборки. К такой выборке не применимы условия теории вероятности. Для формирования квотного задания в данном исследовании выступают 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.

2. Количество экспертов, при проведении экспертного опроса, значительно меньше в сравнении с количеством респондентов, опрашиваемых при массовом опросе. Отбор экспертов — достаточно непростая задача, результат которой определяет эффективность метода и применимость полученных результатов.

Основными критериями выбора экспертов являются их компетентность и авторитетность, именно поэтому численность и представительность группы респондентов в данном случае оценивается не столько количественными, сколько качественными показателями.

Так для формирования перечня экспертов настоящей методикой предлагаются следующие требования:

1. Представители местных государственных органов (по выявленным в ходе массового опроса потребностям).

Это могут быть, например, руководители или заместители руководителей управлений здравоохранения, образования, информации и общественного развития, внутренних дел, предпринимательства, социальной защиты и т.п., занимающие текущую должность не менее 3-х лет;

2. Представители местных негосударственных некоммерческих организаций (направления деятельности организаций определяются по выявленным в ходе массового опроса потребностям). Рекомендуется выбирать руководителей негосударственных некоммерческих организаций, занимающих текущую должность не менее 10 лет.

3. Фокус-группа – качественный метод сбора информации. Она представляет собой модулируемую (т.е. управляемую и направляемую) дискуссию. Все члены этой дискуссии должны обладать сходными социально-демографическими характеристиками, установками или моделями поведения. Фокус-группу можно проводить, например, с целью уточнения полученных данных в ходе массового опроса, участники фокус-группы могут подтвердить (либо опровергнуть) актуальность выявленных проблем, а также ответить на вопросы более качественного характера: «Почему эти проблемы возникают?», «Каким образом выявленные проблемы можно разрешить?» и т.п.

Что важно учитывать при подготовке фокус-группы:

Оптимальное число участников. Рекомендуется приглашать для участия от пяти до двенадцати человек (в противном случае участники поделятся на подгруппы и рассредоточится общее внимание участников). В рамках одного полного исследования проводят около шести фокус-групп, если метод фокус-группы является ведущим;

Критерий достаточности. При проведении фокус-групп исследователю необходимо достичь теоретической насыщенности. Другими словами, фокус-групповое исследование проводят до тех пор, пока не перестанет появляться новая информация – так исследователь понимает, что произошло «насыщение поля», можно остановиться и никого больше не опрашивать;

Гомогенность группы. Участники должны быть схожими по каким-то характеристикам (пол / возраст, место жительства, уровень образования, профессия, доход, наличие инвалидности и пр.). При этом группа участников может дробиться на подгруппы с разными мнениями;

Участников фокус-группы рекомендуется отбирать методом «снежного кома» (через знакомых и знакомых знакомых) или при помощи анкеты-фильтра (если необходим отбор по конкретным параметрам);

6. Этап анализа данных

6.1. Обработка и анализ данных

Для обработки результатов опроса рекомендуется использовать специальное программное обеспечение. В казахстанской практике чаще всего используется программа SPSS Statistics.

Данная и аналогичные программы позволяют вводить и обрабатывать полученные данные, выявлять статистические закономерности, зависимости и т.д.

В идеале поставщик услуги по оценке потребностей должен обладать собственной лицензионной версией такого программного обеспечения или иметь право пользования.

Помимо наличия самой программы крайне важно иметь подготовленного специалиста, имеющего знания и навыки работы с программой. Например, данные, полученные в результате массового опроса, нужно будет внести в программу. На практике это часто делается в ручную – в программу вносятся результаты опроса с бумажных носителей, например с 2000 анкет, это достаточно затратный по времени процесс, требующий сосредоточения. Результаты онлайн опросов обрабатываются проще, поскольку копируются уже с электронных носителей.

Анализ данных осуществляется программой, при этом важно понимать, что такой анализ должен выполнять опытный специалист, социолог, который понимает, как пользоваться программой. В этом случае программа может выдать очень ценные данные, например зависимость между возрастом респондента и его выбором ответа. Программа также может выдавать графические диаграммы, что всегда оживляет любой аналитический отчет.

6.2. Аналитический отчет

На основе полученных данных подготавливается итоговый аналитический отчет, содержащий полную информацию о ходе проведенного исследования, его результатах. Крайне важно, чтобы отчет содержал обоснованные выводы и основанные на них рекомендации.

Аналитический отчет должен содержать описание утвержденной методологии, объекта, предмета, цели и задач исследования. Перед основной частью отчета рекомендуется разместить резюме – краткое содержание всего отчета. Отдельным разделом в отчете должно быть описание хода работ – что было сделано, в какой последовательности, каковы промежуточные итоги и выводы. Важной частью отчета является раздел «Выводы», в который следует перенести все промежуточные выводы, сформулировав их четко и лаконично. Именно на выводы обращают внимание в первую очередь, поскольку это и есть результаты исследования. Раздел «Рекомендации», как правило, следует после выводов. Все предложенные рекомендации должны быть основаны на выводах исследования.

Основными структурными элементами аналитического отчета являются:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение (методология, объект, предмет, цель, задачи, гипотезы)
- Резюме
- Основная часть (описание ходы исследования)
- Выводы
- Рекомендации
- Заключение
- Список источников (литературы или перечень использованных информационных ресурсов с указанием ссылок);
- Приложение

7. Этап распространения и использования полученных результатов

Если оценка нужд и потребностей проведена качественно и добросовестно, то полученные выводы и рекомендация – это материал для дальнейшей работы. Практика показывает, что подобные исследования всегда выявляют новую информацию, либо существенно дополняют ту информацию, которой обладал заказчик до исследования. Таким образом, когда заказчик получил отчет о выявленных нуждах и потребностях, перед ним стоит новая задача – внести изменения и дополнения в действующие программы, проекты, подходы, внедрить новые услуги, либо, наоборот – отказаться от каких-то действий, которые не приносят результата.

По существу в отношении любой программы после получения такого аналитического отчета можно применить три основных решения: 1) Продолжать делать без изменений; 2) Внести изменения и дополнения; 3) Упразднить, т.е. отказаться от дальнейшей реализации.

Возвращаясь к определению понятий нужда и потребность, мы приходим к тому, что после получения отчета об оценке, мы видим, в чем именно состоит разрыв между желаемым и действительным, т.е. понимаем – какие ожидания у исследуемой группы на практике не реализованы. Соответственно, дальнейшие действия заинтересованного заказчика должны привести к восполнению этого разрыва, к устранению имеющихся пробелов между ожиданиями населения и реальной ситуацией. Например, если исследование выявило потребности в качественной медицинской диагностике, то ответственный орган – Министерство здравоохранения, акимат области или города, управления здравоохранения – должны предпринять меры, направленные на обеспечение такой потребности.

Исходя из мировой практики, в частности – практики некоторых международных организаций, можно дать рекомендацию потенциальным заказчикам оценки нужд и потребностей: Не стоит заказывать оценку нужд и потребностей, если вы не собираетесь использовать ее результаты, не намереваетесь принимать соответствующие решения в ответ на полученные рекомендации. Также оценка потребностей не стоит потраченного времени и денег, если она проводится с целью оправдать уже принятые решения. Результаты оценки нужд и потребностей могут быть использованы государственным органом в качестве аргумента при защите проектов программ перед депутатами, Правительством, своим непосредственным руководством, также при диалоге с населением – отвечая на вопрос, почему были предприняты какие-либо шаги, можно использовать результаты проведенных исследований. И, как уже было отмечено во введении, результаты такой оценки имеют непосредственную связь с направлением бюджетных расходов.

Заключение

Данная методика позволяет на практике организовать исследование по оценке нужд и потребностей населения. Для большей практической значимости и применимости методики была проведена ее апробация. В частности в двух регионах Казахстана – Мангыстауской и Павлодарской областях, был проведен массовый опрос, также проведено кабинетное исследование и контент-анализ СМИ. К методике приложен основной инструмент исследования – анкета для массового опроса, а также аналитический отчет, который дает реальное представление о нуждах и потребностях населения двух регионов страны по состоянию на октябрь 2022г. Результаты отчета уже могут быть использованы



заинтересованными государственными органами для принятия соответствующих решений, направленных на улучшение ситуации.

Оценка нужд и потребностей должна стать обычной практикой для многих государственных органов – местных и центральных. Такая работа позволит оперативно и на основе объективных данных принимать решения, направленные на изменение ситуации, на восполнение выявленных пробелов в обеспечении населения услугами.

Выполнение оценки нужд и потребностей – это и диалог с населением, и вовлечение организаций гражданского общества. Поэтому такая оценка позволит реализовать положения концепции Слышащего государства, озвученной Президентом страны К.К.Токаевым, а также позволит эффективнее выстраивать отношения справедливого – нового Казахстана.



Приложения

Приложение 1. Анкета для массового опроса населения

АНКЕТА ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ

ОЮЛ «Гражданский альянс Казахстана» проводит оценку потребностей населения в двух пилотных регионах, включая сельские территории. Цель оценки – пилотирование разработанной методики для повышения качества жизни населения РК за счёт соответствия разрабатываемых управленческих решений и нормативных актов потребностям населения.

Мы просим Вас ответить на наши вопросы. Опрос проводится анонимно, исследовательская группа ждет от вас не столько правильных, сколько максимально честных ответов при выборе вариантов. Мы гарантируем, что все данные будут использоваться только в обобщённом виде после обработки в специальной программе для анализа данных.

1) ВЫБЕРИТЕ РЕГИОН ВАШЕГО ПОСТОЯННОГО ПРОЖИВАНИЯ

1) Павлодарская область	2) Западно-Казахстанская область
-------------------------	----------------------------------

2) УКАЖИТЕ ПОЖАЛУЙСТА ТИП НАСЕЛЁННОГО ПУНКТА, В КОТОРОМ ВЫ ПРОЖИВАЕТЕ

1) Город	2) Село
----------	---------

3) ВАШ ПОЛ

1) Мужской	2) Женский
------------	------------

4) ВАШ ВОЗРАСТ

1) 18-24 лет	4) 40-49 лет
2) 25-29 лет	5) 50-59 лет
3) 30-39 лет	6) 60 лет и старше

5) ВАШЕ СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

1) Женат/замужем/живём вместе	2) 2) Холост/не замужем/разведён/разведена/вдовец/вдова
-------------------------------	---

6) УКАЖИТЕ РОД ВАШИХ ЗАНЯТИЙ:

1) Руководитель предприятия, организации	6) Самозанятый
2) Наёмный работник	7) Студент, учащийся
3) Государственный служащий	8) Безработный, временно не работающий, домохозяйка
4) Сотрудник бюджетной организации	9) Пенсионер
5) Предприниматель	10) Другое (укажите) _____

7) ОТНОСИТЕСЬ ЛИ ВЫ К ОДНОЙ ИЗ ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП (ОТМЕТЬТЕ НУЖНОЕ)?

<p>1) Инвалиды и участники ВОВ (лица, приравненные к инвалидам и участникам ВОВ)</p> <p>2) Инвалиды 1 и 2 групп</p> <p>3) Семьи, имеющие или воспитывающие детей-инвалидов</p> <p>4) Пенсионеры по возрасту</p> <p>5) Семьи, находящиеся в трудной жизненной ситуации</p>	<p>5) Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, не достигшие двадцати девяти лет, потерявшие родителей до совершеннолетия</p> <p>6) Кандасы</p> <p>7) Многодетные семьи</p> <p>8) Неполные семьи</p> <p>9) Другое (укажите) _____</p>
---	---

8) ЕСТЬ ЛИ ДЕТИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ? (МОЖНО ОТМЕТИТЬ НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ)

- 1) Детей нет
- 2) Есть дети дошкольного возраста
- 3) Есть дети школьного возраста
- 4) Есть дети, которые учатся в колледже/ВУЗе

9) КАКИЕ ИЗ ЭТИХ УТВЕРЖДЕНИЙ НАИБОЛЕЕ ТОЧНО ХАРАКТЕРИЗУЮТ ВАШ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ?

<p>1) У нас нет никаких финансовых затруднений. При необходимости мы можем купить квартиру или дом</p> <p>2) наших средств хватит на всё (дорогие вещи, автомобиль и т.д.), кроме таких дорогих приобретений, как квартира или загородный дом</p> <p>3) Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватает</p>	<p>4) Нам хватает на еду и одежду, но купить телевизор, холодильник или стиральную машину нам будет сложно</p> <p>5) У нас хватает денег на еду, но купить одежду для нас – серьёзная проблема</p> <p>6) Нам не всегда достаточно денег даже на еду</p> <p>7) Отказ от ответа</p>
---	---



Потребность		10) АКТУАЛЬНОСТЬ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ? 1 – не актуальна 2 – актуальна	11) ОЦЕНИТЕ ПОЛНОТУ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально 1 – совсем не удовлетворяется 2 – частично удовлетворяется/частично не удовлетворяется 3 – полностью удовлетворяется	12) ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально/или потребность не удовлетворяется 1 – очень плохое 2 – плохое 3 – среднее 4 – хорошее 5 – очень хорошее
Воспитание и образование				
1	Обучение (воспитание) детей в дошкольных организациях (мини-центр, детский сад)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
2	Обучение детей в организациях среднего образования (школа)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
3	Обучение в организациях среднеспециального образования (колледж)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
4	Обучение в организациях высшего образования (университет, институт)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
5	Организация детского досуга (дворовый клуб, спортивная секция, дворец детского творчества, станция юного техника и др.)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
6	Другое (вписать)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
Здравоохранение				
7	Амбулаторное лечение (в том числе у врачей узкой специализации)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
8	Лечение в условиях стационара	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
9	Скорая медицинская помощь	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
10	Обеспечение лекарственными средствами	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
11	Профилактика заболеваемости (скрининг, мед.осмотры, вакцинация, и др.)	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
12	Охрана репродуктивного здоровья	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
13	Консультации высококвалифицированных мед. специалистов	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
14	Постановка точного диагноза	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
15	Высокотехнологичное обследование	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
16	Охрана психического здоровья	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
17	Паллиативная помощь	1 2	0 1 2 3	0 1 2 3 4 5
Занятость				



	Потребность	10) АКТУАЛЬНОСТЬ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ? 1 – не актуальна 2 – актуальна		11) ОЦЕНИТЕ ПОЛНОТУ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально 1 – совсем не удовлетворяется 2 – частично удовлетворяется/частично не удовлетворяется 3 – полностью удовлетворяется			12) ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально/или потребность не удовлетворяется 1 – очень плохое 2 – плохое 3 – среднее 4 – хорошее 5 – очень хорошее						
		1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
18	Наличие постоянного места работы	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
19	Трудоустройство в соответствии с образованием, специализацией и опытом работы	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
20	Наличие условий для открытия и ведения собственного бизнеса (удобство процедур регистрации, перерегистрации, отчетности и т.п.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
21	Финансовая помощь для открытия бизнеса (кредиты, субсидии и др.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
22	Получение разрешительных документов (лицензий, патентов и т.п.) и прохождение проверок (налоговые, пожарные, санитарные и т.п.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
23	Трудоустройство в другом населенном пункте (городе, селе, регионе, стране и др.) с лучшими условиями труда (более высокая з/п, перспективная должность и др.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
24	Благоприятные условия труда (режим работы, техника безопасности и др.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
25	Наличие возможности повышения квалификации/переквалификации	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
26	Защита трудовых прав (решение трудовых конфликтов, поддержка профсоюзов и др.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
Социальная защита													
27	Увеличение размеров пособий и других выплат	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5



	Потребность	10) АКТУАЛЬНОСТЬ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ? 1 – не актуальна 2 – актуальна		11) ОЦЕНИТЕ ПОЛНОТУ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально 1 – совсем не удовлетворяется 2 – частично удовлетворяется/частично не удовлетворяется 3 – полностью удовлетворяется			12) ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально/или потребность не удовлетворяется 1 – очень плохое 2 – плохое 3 – среднее 4 – хорошее 5 – очень хорошее								
		1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
28	Упрощение процедуры получения пособий и других выплат	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
29	Нефинансовая поддержка социально-незащищенных слоев населения (льготы, предоставление гигиенических, лекарственных средств, продуктовых наборов и/или услуг и т.п.)	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
30	Безбарьерная инфраструктура и доступность социально-значимых объектов для людей с инвалидностью, людей с детскими колясками, пожилых людей	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
Жилищные условия и работа коммунальных служб															
31	Обеспеченность жильем (наличие собственного жилья)	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
32	Улучшение жилищных условий (ремонт жилья, приобретение более хорошего жилья)	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
33	Возможность получения жилья по государственным жилищным программам (арендное жилье, льготное и т.п.)	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
34	Доступ к питьевой воде	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
35	Подключение к энергосетям, наличие электроэнергии	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
36	Подключение к интернету, наличие скоростного интернета	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
37	Качественная работа коммунальных служб (состояние дорог, очистка снега и т.д.)	1	2	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5



Потребность		10) АКТУАЛЬНОСТЬ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ? 1 – не актуальна 2 – актуальна	11) ОЦЕНИТЕ ПОЛНОТУ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально 1 – совсем не удовлетворяется 2 – частично удовлетворяется/частично не удовлетворяется 3 – полностью удовлетворяется	12) ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально/или потребность не удовлетворяется 1 – очень плохое 2 – плохое 3 – среднее 4 – хорошее 5 – очень хорошее						
Безопасность										
38	Обеспечение правопорядка в населенном пункте, безопасности граждан в общественных местах	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
39	Безопасность дорожного движения	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
40	Снижение уголовной преступности в населенном пункте (квартирных краж и др. не уличных преступлений)	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
41	Снижение административных правонарушений в населенном пункте (курение в неположенных местах, выброс мусора и т.д.)	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
42	Безопасность детей в учреждениях образования	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
43	Компетентность и приверженность своему делу сотрудников правоохранительных органов	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
Окружающая среда										
44	Благоприятная окружающая среда (атмосфера, почва, вода)	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
45	Защита и восстановление окружающей среды	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
46	Сокращение выбросов промышленных предприятий	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	
Отдых и досуг										
47	Наличие в населенном пункте доступных мест для отдыха и досуга	1 2	0 1 2 3	0	1	2	3	4	5	

	Потребность	10) АКТУАЛЬНОСТЬ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ? 1 – не актуальна 2 – актуальна		11) ОЦЕНИТЕ ПОЛНОТУ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально 1 – совсем не удовлетворяется 2 – частично удовлетворяется/частично не удовлетворяется 3 – полностью удовлетворяется				12) ОЦЕНИТЕ КАЧЕСТВО УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ДАННОЙ ПОТРЕБНОСТИ ДЛЯ ВАС И ВАШЕЙ СЕМЬИ 0 – для меня не актуально/или потребность не удовлетворяется 1 – очень плохое 2 – плохое 3 – среднее 4 – хорошее 5 – очень хорошее					
		1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
48	Доступность в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры (обустроенные тропы, природные, исторические объекты, пляжи, парки и т.п.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
Прочие социально-экономические вопросы													
49	Снижение коррупции	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
50	Посещение религиозных учреждений (мечеть, церковь, синагога и др.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
51	Борьба с экстремизмом	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
52	Доступные каналы связи населения с государственными органами	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
53	Решение государственными органами актуальных проблем граждан	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
54	Учет мнения населения при планировании и решении вопросов населенного пункта (благоустройство, строительство и т.д.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
55	Доступ к социально значимой информации (о государственных программах, правах, возможностях и др.)	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5
56	Доступ к информации о планируемых действиях местных властей												
57	Доступ к информации о предпринимаемых действиях местных властей	1	2	0	1	2	3	0	1	2	3	4	5

13) НАМЕРЕНЫ ЛИ ВЫ ПРЕДПРИНЯТЬ ЧТО-ЛИБО ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ (ВАШИХ И/ИЛИ ВАШЕЙ СЕМЬИ) В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ?

1. Ничего не буду предпринимать (менять)
2. Повысить свой личный потенциал (получить дополнительное образование, повысить квалификацию и др.)



3. Изменить свой статус (сменить работу, открыть бизнес и др.)
 4. Проявить активную гражданскую позицию (привлечь внимание к Вашим потребностям, посетить общественные слушания, собрания местногосамоуправления, активно участвовать в решении общественных вопросов и др.)
 5. Переехать в другой населенный пункт (село, район, город, страну)
 6. Другое (укажите)_____
-



Приложение 2. Аналитический отчет о проведенном пилотировании/апробации

Аналитический отчет О проведенном пилотировании/апробации методики оценки потребностей населения

Введение

Настоящее исследование проведено с целью пилотирования/апробирования методики оценки потребностей населения, которая была разработана в рамках исполнения условий договора, заключенного с ОЮЛ «Гражданский Альянс Казахстана» от 21 июля 2022 года.

1. Краткое описание программы исследования

1.1. Объект, предмет, цели и задачи

Согласно техническому заданию, предполагается апробирование методики оценки потребностей населения не менее чем на двух регионах Казахстана.

В качестве **объекта** исследования было определено городское и сельское население Мангистауской и Павлодарской областей в возрасте от 18 лет и старше.

Согласно разработанной методике, **предметом** исследования являются актуальные потребности населения (городских и сельских жителей).

Цель исследования - изучение и оценка нужд и потребностей населения Мангистауской и Павлодарской областей.

В соответствии с поставленной целью перед исследованием стоят следующие задачи:

1. Получение информации об актуальной ситуации с населением (или его определенными группами), выявление проблем или потребности в услугах.
2. Определение удовлетворенных и неудовлетворенных потребностей в услугах на уровне населения выбранных регионов.
3. Разработка выводов и рекомендаций по улучшению существующих услуг и их развитию.
4. Определение новых услуг согласно выявленным потребностям.
5. Рекомендации относительно необходимых ресурсов, подходов и методов для эффективного удовлетворения выявленных потребностей.

1.2. Описание методов исследования

Для изучения и оценки нужд и потребностей населения Мангистауской и Павлодарской областей применяется количественный метод сбора информации – массовый опрос с применением анкеты посредством проведения личного интервью на основе региональной выборки.

Методом сбора информации выступает массовый опрос респондентов посредством личного интервью. Данный метод позволяет получить объективный срез о нуждах и потребностях населения выбранных регионов.

Инструментом сбора данных выступает логически структурированный вопросник – анкета социологического исследования. Анкета – стандартный инструмент для сбора первичной информации, который содержит набор вопросов, сформулированных и связанных между собой по определенным правилам. Свойства и качества социологической анкеты, ее объем, структура, специфика конструирования вопросов тесно связаны и определяются типом опроса, для которого данный инструмент предполагается использовать (массовый), а также особенностями объекта исследования.

Структура социологической анкеты состоит из трех блоков:

- 1) Вводный, содержащий обращение, информацию для респондента об исследовании, инструкцию по заполнению и т.п.;
- 2) Основной, содержащий набор вопросов собственно по изучаемой проблеме. Этот блок может иметь несколько разделов, посвященных различным аспектам изучаемой проблемы или отдельным темам;
- 3) Социально-демографический, содержащий набор вопросов о таких характеристиках респондента, как пол, возраст, семейное положение, наличие детей, социальный статус и т.п.

Соблюдая принцип триангуляции в масштабных исследованиях, в качестве дополнительных методов сбора данных выступают кабинетные исследования и контент анализ электронных СМИ.

В ходе кабинетных исследований были изучены программы развития территорий выбранных регионов и официальная статистика с целью выявления возможных объяснений, выявленных в ходе массового опроса нужд и потребностей.

В ходе контент-анализа социальных сетей были изучены самые популярные электронные СМИ за период с начала 2022 года по настоящее время.

1.3. Методология выборки

В исследовании для проведения массового опроса используется квотная выборка. Объем выборочной совокупности 692 человека: Павлодарская область – 380 человек и Мангистауская область 312 человек.

Выборка является репрезентативной, и строится на следующих параметрах: место жительства, пол, возраст. Именно по данным параметрам выборка приближена к соответствующим пропорциям генеральной совокупности или населения региона старше 18 лет (согласно данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан – «Демографический ежегодник Казахстана» за 2020 год).

Территория проведения социологического исследования – Мангистауская и Павлодарская области.

Комбинационная таблица ВАШ ПОЛ * ВАШ ВОЗРАСТ * УКАЖИТЕ ПОЖАЛУЙСТА ТИП НАСЕЛЁННОГО ПУНКТА, В КОТОРОМ ВЫ ПРОЖИВАЕТЕ

Количество

УКАЖИТЕ ПОЖАЛУЙСТА ТИП НАСЕЛЁННОГО ПУНКТА, В КОТОРОМ ВЫ ПРОЖИВАЕТЕ			ВАШ ВОЗРАСТ					Всего	
			18-24 лет	25-29 лет	30-39 лет	40-49 лет	50-59 лет		60 лет и старше
Город	ВАШ ПОЛ	0	0	4	0	0	0	4	
		Мужской	28	24	40	32	28	32	184
		Женский	28	28	44	36	40	40	216
	Всего	56	56	84	68	68	72	404	
Село	ВАШ ПОЛ	Мужской	20	20	32	28	24	16	140
		Женский	20	20	32	28	24	24	148
	Всего	40	40	64	56	48	40	288	
Всего	ВАШ ПОЛ	0	0	4	0	0	0	4	
		Мужской	48	44	72	60	52	48	324
		Женский	48	48	76	64	64	64	364
	Всего	96	96	148	124	116	112	692	

2. Сводные результаты исследования

№ п/п	Потребность	Мангистауская область			Павлодарская область		
		Актуальность	Полнота	Качество	Актуальность	Полнота	Качество
Образование							
1	Обучение (воспитание) детей в дошкольных организациях (мини-центр, детский сад)	60,3%	98,0%	53,7%	30,5%	97,1%	53,8%
2	Обучение детей в организациях среднего образования (школа)	71,8%	95,1%	63,9%	30,5%	100,0%	54,3%
3	Обучение в организациях среднеспециального образования (колледж)	60,3%	92,2%	58,8%	24,2%	100,0%	41,4%
4	Обучение в организациях высшего образования (университет, институт)	70,5%	93,2%	62,3%	36,8%	100,0%	55,6%

№ п/п	Потребность	Мангистауская область			Павлодарская область		
		Актуальность	Полнота	Качество	Актуальность	Полнота	Качество
5	Организация детского досуга (дворовый клуб, спортивная секция, дворец детского творчества, станция юного техника и др.)	76,9%	95,1%	57,8%	32,6%	87,5%	47,7%
Здравоохранение							
6	Амбулаторное лечение (в том числе у врачей узкой специализации)	85,9%	84,9%	24,7%	74,7%	95,8%	47,9%
7	Лечение в условиях стационара	69,2%	80,7%	22,8%	57,9%	93,1%	41,9%
8	Скорая медицинская помощь	85,9%	84,9%	25,4%	67,4%	80,3%	32,4%
9	Обеспечение лекарственными средствами	88,5%	67,6%	23,3%	52,6%	98,3%	55,0%
10	Профилактика заболеваемости (скрининг, мед.осмотры, вакцинация, и др.)	87,2%	87,5%	31,5%	62,1%	100,0%	64,1%
11	Охрана репродуктивного здоровья	74,4%	87,1%	36,5%	32,6%	95,2%	66,7%
12	Консультации высококвалифицированных мед. специалистов	84,6%	81,9%	27,8%	65,3%	87,7%	28,4%
13	Постановка точного диагноза	87,2%	85,1%	12,5%	67,4%	80,3%	29,4%
14	Высокотехнологичное обследование	75,6%	76,5%	19,4%	52,6%	66,1%	26,7%
15	Охрана психического здоровья	76,9%	74,5%	25,8%	29,5%	97,1%	53,7%
16	Паллиативная помощь	60,3%	75,0%	13,5%	21,1%	96,7%	52,6%
Занятость							
17	Наличие постоянного места работы	78,2%	87,7%	40,0%	68,4%	88,1%	42,4%
18	Трудоустройство в соответствии с образованием, специализацией и опытом работы	83,3%	93,9%	11,9%	67,4%	89,2%	39,4%
19	Наличие условий для открытия и ведения собственного бизнеса (удобство процедур регистрации, перерегистрации, отчетности и т.п.)	74,4%	82,5%	42,2%	38,9%	81,0%	29,5%
20	Финансовая помощь для открытия бизнеса (кредиты, субсидии и др.)	79,2%	86,2%	32,8%	36,8%	73,8%	42,2%
21	Получение разрешительных документов (лицензий, патентов и т.п.) и прохождение проверок	74,4%	88,9%	31,1%	31,6%	75,0%	33,3%

№ п/п	Потребность	Мангистауская область			Павлодарская область		
		Актуальность	Полнота	Качество	Актуальность	Полнота	Качество
	(налоговые, пожарные, санитарные и т.п.)						
22	Трудоустройство в другом населенном пункте с лучшими условиями труда (более высокая з/п, перспективная должность и др.)	71,8%	85,3%	31,7%	37,9%	88,9%	29,5%
23	Благоприятные условия труда (режим работы, техника безопасности и др.)	73,1%	95,0%	34,4%	58,9%	88,1%	45,5%
24	Наличие возможности повышения квалификации/переквалификации	74,0%	86,7%	45,9%	53,7%	85,0%	40,7%
25	Защита трудовых прав (решение трудовых конфликтов, поддержка профсоюзов и др.)	71,8%	88,1%	40,0%	54,7%	91,7%	46,7%
Социальная защита							
26	Увеличение размеров пособий и других выплат	79,5%	87,7%	18,1%	57,9%	89,7%	22,0%
27	Упрощение процедуры получения пособий и других выплат	71,8%	90,0%	25,4%	49,5%	92,0%	37,2%
28	Нефинансовая поддержка социально-незащищенных слоев населения (льготы, предоставление лекарств, продуктовых наборов и/или услуг и т.п.)	74,4%	77,6%	18,9%	56,8%	65,5%	12,5%
29	Безбарьерная инфраструктура и доступность социально-значимых объектов для людей с инвалидностью, людей с детскими колясками, пожилых	71,8%	73,8%	14,5%	42,1%	93,1%	34,8%
Жилищные условия							
30	Обеспеченность жильем (наличие собственного жилья)	87,2%	88,1%	25,7%	63,2%	83,6%	23,8%
31	Улучшение жилищных условий (ремонт жилья, приобретение более хорошего жилья)	85,9%	88,5%	22,8%	69,5%	85,4%	25,6%
32	Возможность получения жилья по государственным жилищным программам (арендное жилье, льготное и т.п.)	78,2%	81,9%	16,6%	49,5%	72,3%	34,6%
33	Доступ к питьевой воде	82,1%	89,6%	27,9%	49,5%	94,2%	50,9%

№ п/п	Потребность	Мангистауская область			Павлодарская область		
		Актуальность	Полнота	Качество	Актуальность	Полнота	Качество
34	Подключение к энергосетям, наличие электроэнергии	78,2%	89,1%	46,1%	46,3%	98,0%	50,0%
35	Подключение к интернету, наличие скоростного интернета	79,5%	93,8%	42,2%	48,4%	92,0%	43,1%
36	Качественная работа коммунальных служб (состояние дорог, очистка снега и т.д.)	87,2%	85,8%	36,6%	61,1%	85,5%	25,3%
Безопасность							
37	Обеспечение правопорядка в населенном пункте, безопасности граждан в общественных местах	93,6%	89,4%	13,5%	87,4%	100,0%	51,6%
38	Безопасность дорожного движения	96,2%	90,6%	16,0%	87,4%	100,0%	40,9%
39	Снижение уголовной преступности в населенном пункте (квартирных краж и др. не уличных преступлений)	84,6%	86,8%	15,4%	78,9%	100,0%	52,6%
40	Снижение административных правонарушений в населенном пункте (курение в неположенных местах, выброс мусора и т.д.)	87,2%	90,5%	17,8%	75,8%	98,7%	52,7%
41	Безопасность детей в учреждениях образования	85,9%	97,2%	30,4%	65,3%	98,5%	46,3%
42	Компетентность и приверженность своему делу сотрудников правоохранительных органов	82,1%	92,5%	22,7%	60,0%	98,5%	54,5%
Окружающая среда							
43	Благоприятная окружающая среда (атмосфера, почва, вода)	85,9%	91,4%	35,2%	74,7%	94,0%	43,2%
44	Защита и восстановление окружающей среды	91,0%	87,9%	20,2%	55,8%	91,2%	40,8%
45	Сокращение выбросов промышленных предприятий	75,6%	82,6%	15,3%	58,9%	76,2%	31,4%
Отдых и досуг							
46	Наличие в населенном пункте доступных мест для отдыха и досуга	82,1%	85,3%	24,6%	73,7%	84,7%	60,2%
47	Доступность в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры (тропы, природные, исторические	80,8%	78,4%	17,9%	66,3%	95,8%	64,7%

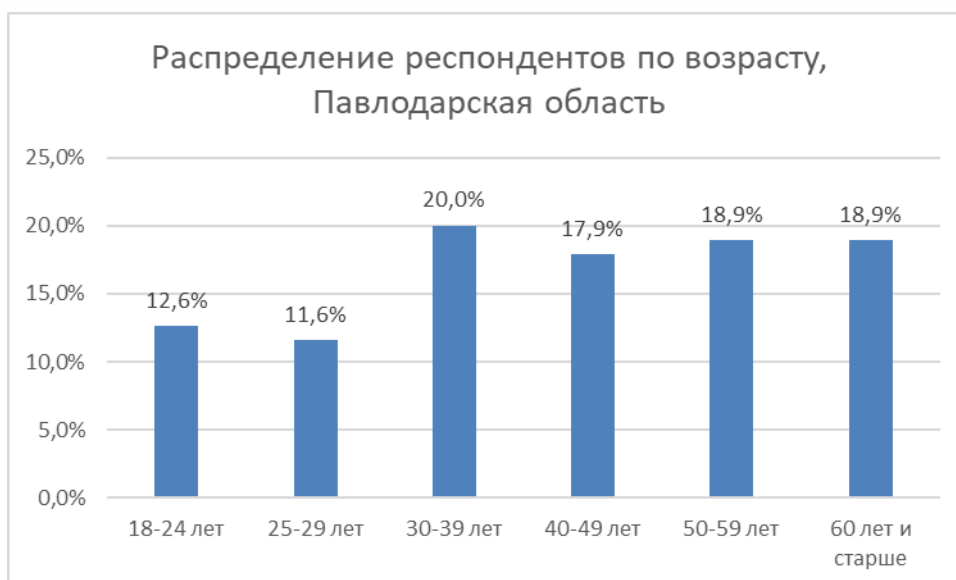
№ п/п	Потребность	Мангистауская область			Павлодарская область		
		Актуальность	Полнота	Качество	Актуальность	Полнота	Качество
	объекты, пляжи, парки и т.п.)						
Прочие социально-экономические вопросы							
48	Снижение коррупции	92,3%	90,7%	26,6%	35,8%	80,0%	46,1%
49	Посещение религиозных учреждений (мечеть, церковь, синагога и др.)	66,7%	89,3%	50,7%	40,0%	77,8%	57,8%
50	Борьба с экстремизмом	71,8%	83,1%	52,5%	23,2%	75,0%	38,4%
51	Доступные каналы связи населения с государственными органами	71,8%	83,9%	26,9%	45,3%	81,9%	34,7%
52	Решение государственными органами актуальных проблем граждан	73,1%	81,9%	16,6%	50,5%	82,4%	25,9%
53	Учет мнения населения при планировании и решении вопросов населенного пункта (благоустройство, строительство и т.д.)	78,2%	83,4%	29,2%	45,3%	69,4%	18,8%
54	Доступ к социально значимой информации (о государственных программах, правах, возможностях и др.)	74,4%	88,9%	22,9%	45,3%	84,4%	24,5%
55	Доступ к информации о планируемых действиях местных властей	71,8%	88,2%	23,7%	33,7%	59,4%	32,2%
56	Доступ к информации о предпринимаемых действиях местных властей	71,8%	84,8%	25,0%	42,1%	70,3%	17,0%

3. Портрет респондента

Население Павлодарской и Мангистауской областей очень отличается по основным критериям социально-демографического блока, именно это различие способствовало выбору данных регионов. Учитывая факт такого кардинального различия считаем, что портрет респондента стоит описать для каждой области в отдельности.

Так, в Павлодарской области респондентами стали женщины и мужчины в соотношении 54%:46%. Распределение респондентов из Павлодарской области по возрасту представлено в диаграмме 1.

Диаграмма 1



Семейными людьми являются 55,8%, оставшиеся 44,2% не состоят в браке. По роду занятий респонденты из Павлодарской области представлены в диаграмме 2.

Диаграмма 2



Большинство респондентов (63,2%) не относят себя ни к одной из предложенных социально-уязвимых групп населения. Из оставшейся доли респондентов, чаще всего респонденты отмечали, что являются пенсионерами (15,8%).

Половина респондентов (50,5%) не имеют детей дошкольного, школьного возраста или детей обучающихся в вузах и сузах. Оставшаяся доля респондентов отметили наличие детей в перечисленных возрастных

категориях примерно в равных пропорциях от 19,4% до 21,5% на каждую категорию.

По уровню жизни респонденты из Павлодарской области чаще указывали на средние показатели, выбирая такие варианты ответов как: «Нам хватает на еду и одежду, но купить телевизор, холодильник или стиральную машину нам будет сложно» - 44,2%, «Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватит» - 29,5%.

Респондентами из Мангистауской области стали женщины и мужчины в соотношении 51% : 49%. Распределение респондентов из Мангистауской области по возрасту представлено в диаграмме 3.

Диаграмма 3



Семейными людьми являются 79,5%, оставшиеся 20,5% не состоят в браке. По роду занятий респонденты из Павлодарской области представлены в диаграмме 4.

Диаграмма 4



Большинство респондентов (39,7%) не относят себя ни к одной из предложенных социально-уязвимых групп населения. Из оставшейся доли респондентов, чаще всего респонденты отмечали, что относят себя к многодетным семьям (33,3%).

Только 23,1% не имеют детей дошкольного, школьного возраста или детей обучающихся в вузах и сузах. Оставшаяся доля респондентов отметила наличие детей преимущественно школьного возраста (41,0%).

По уровню жизни респонденты из Мангистауской области чаще указывали на средний показатель, выбирая такой вариант ответа как: «Мы можем купить основную бытовую технику, но на автомобиль нам не хватит» - 38,5%. При этом значительная доля респондентов отказалась от ответа – 23,1%.

4. Описательная часть

Рассматривая оценку абсолютно всех потребностей, которые могут быть у населения, исследовательская группа попыталась охватить все сферы жизнедеятельности, в которых такие потребности могут возникать. Таким образом, были охвачены следующие сферы: образование, здравоохранение, социальная защита, занятость, жилищные условия, безопасность, окружающая среда, отдых и досуг, и прочие социально экономические вопросы.

4.1. Воспитание и образование

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются вопросы воспитания и образования показано в диаграмме 5.

Диаграмма 5



Здесь важно напомнить, что респонденты из Мангистауской области значительно чаще отмечали наличие детей в семье, преимущественно школьного возраста. Соответственно распределение ответов респондентов о потребностях в обучении (воспитании) детей демонстрирует более высокую актуальность потребностей в данной сфере среди респондентов из Мангистауской области.

Таким образом, 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%).
 Диаграмма 6. Демонстрирует, насколько актуальные потребности в воспитании и образовании удовлетворяются.



Так, 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%).

Стоит отметить, что 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.

В соответствии с логикой исследования респондентам было также предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере образования и

воспитания. В Диаграмме 7 представлено распределение оценок респондентов, потребности которых удовлетворяются полностью либо частично.

Диаграмма 7



Более половины респондентов из Мангистауской области более или менее высоко оценивают качество удовлетворения актуальных потребностей в сфере образования и воспитания:

- 1) Организация детского досуга (57,8%);
- 2) Обучение в организациях среднего образования (63,9%);
- 3) Обучение в организациях высшего образования (62,3%);
- 4) Обучение детей в дошкольных организациях (53,7%);
- 5) Обучение в организациях среднеспециального образования (58,8%).

Оценки респондентов из Павлодарской области, практически по всем актуальным потребностям оказались немного ниже:

- 1) Обучение в организациях высшего образования (55,6%);
- 2) Организация детского досуга (47,7%);
- 3) Обучение в организациях среднего образования (54,3%);
- 4) Обучение детей в дошкольных организациях (53,8%);
- 5) Обучение в организациях среднеспециального образования (41,4%).

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.

4.2. Здоровоохранение

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются вопросы здравоохранения показано в диаграмме 8.

Диаграмма 8



Актуальность потребностей в сфере здравоохранения для опрошенных из Мангистауской области также оказалась выше, по каждой из предложенных потребностей, чем для респондентов из Павлодарской области. Таким образом, не менее 60,3% участников опроса отмечают актуальность каждой из предложенных потребностей:

- 1) Паллиативная помощь (60,3%);

- 2) Лечение в условиях стационара (69,2%);
- 3) Охрана репродуктивного здоровья (74,4%);
- 4) Высокотехнологичное обследование (75,6%);
- 5) Охрана психического здоровья (76,9%);
- 6) Консультация высококвалифицированных медицинских специалистов (84,6%);
- 7) Скорая медицинская помощь (85,9%);
- 8) Амбулаторное лечение (85,9%);
- 9) Постановка точного диагноза (87,2%);
- 10) Профилактика заболеваемости (87,2%);
- 11) Обеспечение лекарственными средствами (88,5%).

Рейтинг актуальных потребностей в сфере здравоохранения, респондентов из Павлодарской области, во многом отличается от рейтинга участников опроса из Мангистауской области, как по общей доле актуальности предложенных потребностей, так и по месту в рейтинге:

- 1) Паллиативная помощь (21,1%);
- 2) Охрана психического здоровья (29,5%);
- 3) Охрана репродуктивного здоровья (32,6%);
- 4) Высокотехнологичное обследование (52,6%);
- 5) Обеспечение лекарственными средствами (52,6%);
- 6) Лечение в условиях стационара (57,9%);
- 7) Профилактика заболеваемости (62,1%);
- 8) Консультация высококвалифицированных медицинских специалистов (65,3%);
- 9) Постановка точного диагноза (67,4%);
- 10) Скорая медицинская помощь (67,4%);
- 11) Амбулаторное лечение (74,7%);

Насколько актуальные потребности в воспитании и образовании удовлетворяются, демонстрирует диаграмма 9.

Диаграмма 9



Для респондентов из Мангистауской области, которые отметили актуальность, тех или иных потребностей в сфере здравоохранения не удовлетворяются совсем следующие потребности:

- 1) Профилактика заболеваемости – 12,5% респондентов;
- 2) Охрана репродуктивного здоровья – 12,9% респондентов;
- 3) Постановка точного диагноза – 14,9% респондентов;
- 4) Скорая медицинская помощь – 15,1% респондентов;
- 5) Амбулаторное лечение – 15,1% респондентов;
- 6) Консультации высококвалифицированных медицинских специалистов – 18,1% респондентов;
- 7) Лечение в условиях стационара – 19,3% респондентов;
- 8) Высокотехнологичное обследование – 23,5% респондентов;
- 9) Паллиативная помощь – 25,0% респондентов;
- 10) Охрана психического здоровья – 25,5% респондентов;
- 11) Обеспечение лекарственными средствами – 32,4% респондентов.

Для респондентов из Павлодарской области, которые отметили актуальность, тех или иных потребностей в сфере здравоохранения не удовлетворяются совсем такие потребности как:

- 1) Высокотехнологичное обследование – 33,9% респондентов;
- 2) Постановка точного диагноза – 19,7% респондентов;
- 3) Скорая медицинская помощь – 19,7% респондентов;

- 4) Консультации высококвалифицированных медицинских специалистов – 12,3% респондентов;
- 5) Лечение в условиях стационара – 6,9% респондентов;
- 6) Охрана репродуктивного здоровья – 4,8% респондентов;
- 7) Амбулаторное лечение – 4,2% респондентов;
- 8) Паллиативная помощь – 3,3% респондентов;
- 9) Охрана психического здоровья – 2,9% респондентов;
- 10) Обеспечение лекарственными средствами – 1,7% респондентов.

Также опрошенным, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере здравоохранения. Результаты представлены в диаграмме 10.

Диаграмма 10



Вместе с более высокими оценками полноты удовлетворения потребностей, в сфере здравоохранения, респонденты из Павлодарской области также чаще отмечают более или менее высокое качество удовлетворения таких потребностей. От 26,7% до 66,7% респондентов из Павлодарской области отмечают качество восполнения имеющихся потребностей как хорошее и очень хорошее. Респонденты из Мангистауской области напротив, при более низких оценках восполнения актуальных потребностей реже оценивают качество удовлетворения актуальных как хорошее и очень хорошее (от 12,5 до 36,5%).

Согласно базе данных субъектов здравоохранения по состоянию на 05.10.2022 года, размещенной на сайте Фонда Медицинского Страхования, в Павлодарской области оказывают услуги 340 медицинских учреждений (учитывая все филиалы) при населении 745,7 тыс. человек, в Мангистауской 304 учреждения и филиала при населении 748,5 тыс. человек. Недостаток медицинских учреждений в регионе может оказывать существенное влияние на полноту и качество удовлетворения потребностей населения в сфере здравоохранения.

По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам больница, лечение, болезнь, обследование, диагноз, врач, медсестра, анализы в Павлодарской области было найдено 19 публикаций отрицательной тональности и 17 публикаций положительной тональности.

По таким же запросам с указанием Мангистауской области найдено 24 публикации с отрицательной тональностью и 18 с положительной.

4.3. Занятость

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются вопросы занятости, показано в диаграмме 11.

Диаграмма 11



Актуальность потребностей в сфере занятости для опрошенных из Мангистауской области также оказалась выше, по каждой из предложенных потребностей, чем для респондентов из Павлодарской области. Таким образом, от 74,0% до 83,3% участников опроса отмечают актуальность каждой из предложенных потребностей.

Для респондентов из Павлодарской области, также, как и для респондентов из Мангистауской области, самыми актуальными являются «Трудоустройство в соответствие с образованием, специализацией и опытом работы» (67,4%) и «Наличие постоянного места работы» (68,4%). В то время как «Получение разрешительных документов» (31,6%), «Финансовая помощь для открытия бизнеса» (36,8%), «Трудоустройство в другом населенном пункте с лучшими условиями труда» (37,9%) и «Наличие условий для открытия и ведения бизнеса» (38,9%) являются актуальными потребностями для заметно меньшей доли респондентов из Павлодарской области.

Насколько актуальные потребности в сфере занятости удовлетворяются, демонстрирует диаграмма 12.



Несмотря на то, что потребности, касающиеся возможностей ведения бизнеса, реже отмечались респондентами из Павлодарской области как актуальные, чаще всего не восполненными являются именно они. Так, для 26,2% респондентов потребность в финансовой помощи для открытия бизнеса оказалась совсем не удовлетворенной. Еще 25,0% опрошенных не получили разрешительных документов либо не прошли проверки в ходе ведения бизнеса, также еще 19,0% отмечают отсутствие условий для ведения собственного бизнеса.

Совершенно очевидно, что для жителей Павлодарской области существуют некоторые ограничения для ведения собственного бизнеса. Возможно, именно поэтому респонденты из Павлодарской области реже отмечают соответствующие потребности как актуальные и осуществляют свою трудовую деятельность чаще как наемные работники.

В то же время, при более высокой актуальности потребностей, касающихся ведения бизнеса, респонденты из Мангистауской области реже отмечают абсолютное отсутствие удовлетворения данных потребностей. Напомним, что респонденты из Мангистауской области также выше оценили свой уровень жизни, чем респонденты из Павлодарской области.

Согласно данным Бюро Национальной статистики количество действующих субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 1 января 2022 года в Павлодарской области составило 46694 единиц, а в Мангистауской 56521 единиц. При этом численность занятых на действующих субъектах малого и среднего предпринимательства по состоянию на 1 января 2022 года составило 135742 человека в Павлодарской области и 128715 человек в Мангистауской области.

Также опрошенным, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере занятости. Результаты представлены в диаграмме 13.

Диаграмма 13



Качество удовлетворения потребностей в сфере занятости респонденты из Павлодарской и Мангистауской области оценивают практически одинаково (кроме трудоустройства в соответствии с образованием, специализацией и опытом работы). Как хорошее и очень хорошее качество удовлетворения потребностей в сфере занятости отметили от 11,9% до 45,9% респондентов из

Мангистауской области и от 29,5% до 46,7% респондентов из Павлодарской области.

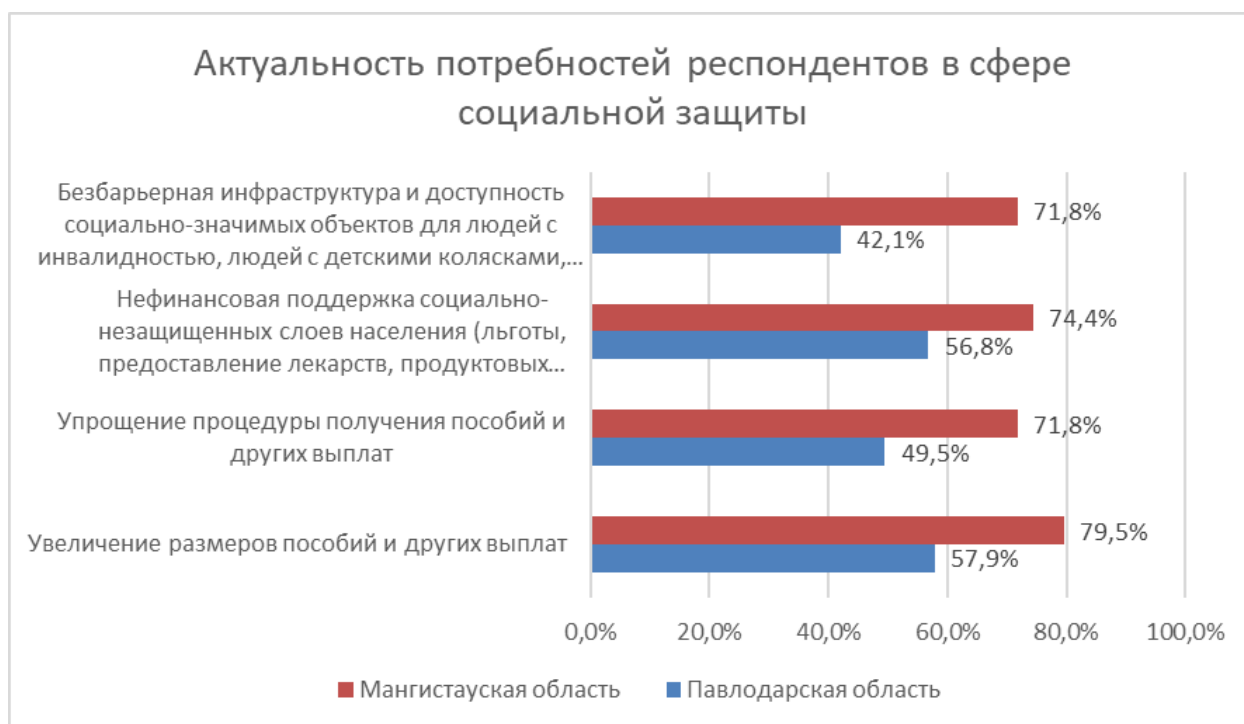
По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам работа, трудоустройство, льготный кредит, открытие бизнеса, бизнесмен, проверки, предприниматель, права трудящихся, профсоюз, поддержка бизнеса в Павлодарской области было найдено 12 публикаций отрицательной тональности и 43 публикаций положительной тональности.

По таким же запросам с указанием Мангистауской области найдено 16 публикации с отрицательной тональностью и 24 с положительной.

4.4. Социальная защита

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются вопросы социальной защиты показано в диаграмме 14.

Диаграмма 14

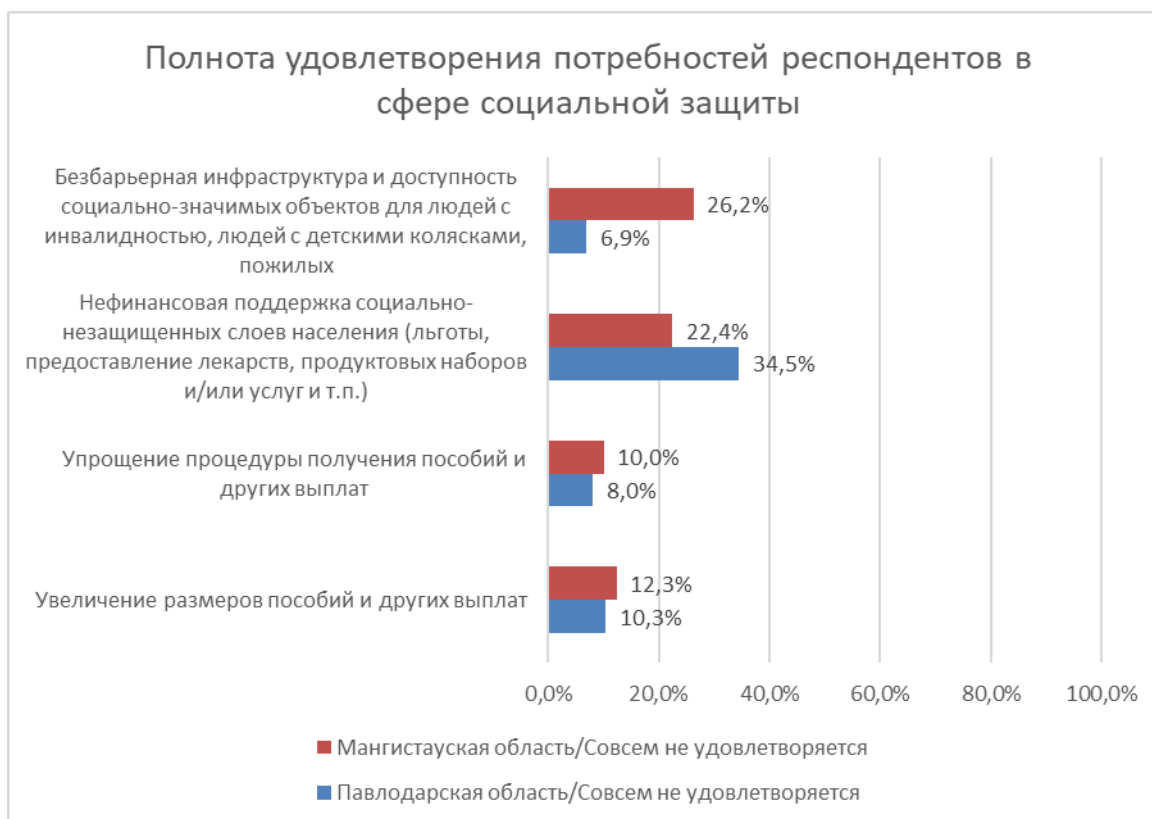


Актуальность тех или иных потребностей в сфере социальной защиты отметили значительные доли респондентов из Мангистауской области (71,8% до 79,5%). Респонденты из Павлодарской области гораздо реже отмечали актуальность потребностей в сфере социальной защиты несмотря на то, что чаще, чем респонденты из Мангистауской области отмечали более низкий уровень жизни.

Стоит отметить, что согласно официальной статистике, количество получателей АСП за последний третий квартал 2022 года составило 121111 человек в Мангистауской области и 26930 человек в Павлодарской области.

Насколько актуальные потребности в сфере социальной защиты удовлетворяются, демонстрирует диаграмма 15.

Диаграмма 15



Лидерами по неудовлетворенности потребностей респондентов из Мангистауской области в сфере социальной защиты являются такие потребности как «Безбарьерная инфраструктура и доступность социально-значимых объектов», данная потребность оказалась совсем не удовлетворенной для 26,2% респондентов и «Нефинансовая поддержка социально-незащищенных слоев населения» - не удовлетворена совсем для 22,4% респондентов.

Для респондентов из Павлодарской области чаще всего является неудовлетворенной потребность в нефинансовой поддержке социально-незащищенных слоев населения (34,5%).

Также опрошенным, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере социальной защиты. Результаты представлены в диаграмме 16.

Диаграмма 16



Участники опроса из Павлодарской области, потребности которых в сфере социальной защиты восполняются полностью или частично чаще высоко оценивают качество упрощения процедуры получения пособий и других выплат – 37,2%, а также 34,8% высоко оценили качество созданной безбарьерной инфраструктуры. Однако доли респондентов, дающие более низкие оценки качеству восполнения потребностей в сфере социальной защиты являются очень высокими (от 62,8% респондентов и более). Доли респондентов из Мангистауской области, низко оценивающих качество восполнения потребностей в сфере социальной защиты, являются еще более значительными (от 74,6% респондентов и более).

По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам АСП, многодетные, малообеспеченные, инвалиды, пенсионеры, пенсии, пособия, льготы, прожиточный минимум в Павлодарской области было найдено 15 публикаций отрицательной тональности и 31 публикация положительной тональности.

По таким же запросам с указанием Мангистауской области найдено 8 публикаций с отрицательной тональностью и 37 с положительной.

4.5. Жилищные условия

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются потребности в сфере жилищных условий показано в диаграмме 17.



Как и в других вышеописанных сферах жизни, респонденты из Мангистауской области чаще отмечают актуальность представленных потребностей в сфере жилищных условий, чем участники опроса из Павлодарской области. Причиной этому может служить различное разъяснение значения вопроса об актуальности, которое было дано интервьюером. Первое, актуальность потребности — это наличие потребности, постоянная необходимость чего-либо, вне зависимости от того восполняется она или нет. Второе, актуальность – это наличие не восполненной потребности. Рекомендации по структуре опросника и инструкций для интервьюеров будут даны в разделе «Рекомендации».

В ходе настоящего анализа вопрос актуальности потребностей, как и в предыдущих сферах жизни респондента будет использован для сравнения с полной удовлетворенностью потребностей. То есть, сравнения того, что респондент считает для себя необходимым с тем, что у него фактически есть.

Таким образом, подавляющим большинством респондентов из Мангистауской области были отмечены как актуальные все потребности, касающиеся жилищных условий (от 78,2% до 87,2%).

Для респондентов из Павлодарской области наиболее актуальными являются потребности в улучшении жилищных условий (для 69,5% респондентов), в обеспечении жильем (для 63,2% респондентов) и в качественной работе коммунальных служб (для 61,1% респондентов). Актуальность оставшихся потребностей в сфере жилищных условий отметили от 46,3% до 49,5% респондентов.

Насколько удовлетворяются актуальные потребности в сфере жилищных условий, демонстрирует диаграмма 18.

Диаграмма 18



Наименее восполняемой потребностью для рассматриваемых регионов является «Возможность получения жилья по государственным программам». Так, из 49,5% респондентов из Павлодарской области, отмечающих актуальность данной потребности у 27,7% потребность не восполняется. Из 78,2% респондентов Мангистауской области у 18,1% потребность в получении жилья по государственным программам также не восполняется.

Довольно ощутимая доля респондентов из Павлодарской области отмечает отсутствие собственного жилья (16,4% из 62,3% отметивших актуальность данной потребности). Улучшить свои жилищные условия и получить качественное обслуживание от коммунальных служб не могут порядка 14,5% участников опроса из Павлодарской области, которые отметили актуальность данных соответствующих потребностей.

Также опрошенным, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере жилищных условий. Результаты представлены в диаграмме 19.

Диаграмма 19



Наиболее часто высоко оценивают качество восполнения потребностей обеспечения доступа к питьевой воде и подключения к энергосетям респонденты из Павлодарской области, порядка 50% респондентов. Немного меньшая доля респондентов из Павлодарской области (43,1%) оценивает качество подключения к интернету как хорошее и очень хорошее.

Респонденты из Мангистауской области также наиболее часто высоко оценивают качество подключения к энергосетям (46,1%) и к интернету (42,2%). Стоит обратить внимание на низкую оценку качества доступа к питьевой воде участниками опроса из Мангистауской области. Всего 27,9% респондентов из 89,6%, имеющих доступ к питьевой воде, оценили качество такого доступа как хорошее или очень хорошее.

По информации, полученной в ходе контент-анализа СМИ, в связи с развитием области и интенсивным ростом населения в регионе с каждым годом увеличивается потребность в обеспечении питьевой водой. На конец 2021 года регион потреблял 150 тыс. кубометров воды в сутки. Летом наблюдается дефицит 51 тыс. кубометров воды.

По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам дороги, жилье, строительство, ремонт, коммунальные сети, освещение, водоснабжение, ипотека, интернет, энергоснабжение в Павлодарской области было найдено 28 публикаций отрицательной тональности и 19 публикаций положительной тональности.

По таким же запросам с указанием Мангистауской области найдено 23 публикации с отрицательной тональностью и 10 с положительной.

4.6. Безопасность

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются потребности в сфере безопасности, показано в диаграмме 20.

Диаграмма 20



Очевидно, что потребности респондентов из Мангистауской области в сфере безопасности (от 82,1% до 96,2%) являются еще более актуальными, чем потребности в выше рассмотренных сферах жизни.

Также и для участников опроса из Павлодарской области доли респондентов, отмечающих актуальность потребностей в сфере безопасности, превышают доли респондентов, отмечающих актуальность потребностей в других сферах жизни и составляют от 60,0% до 87,4% опрошенных.

Безусловно, лидером актуальности среди всех сфер жизнедеятельности участников опроса в двух рассматриваемых регионах является сфера безопасности. И это несмотря на то, что Павлодарская и Мангистауская области не являются последними в рейтинге регионов страны по уровню преступности. Мангистауская область по уровню преступности

расположилась на четвертом месте среди регионов республики (53,3 преступлений на 10000 населения), Павлодарская – на седьмом (76,3 преступлений на 10000 населения).

Насколько удовлетворяются актуальные потребности в сфере безопасности, демонстрирует диаграмма 21.

Диаграмма 21



Респонденты из Павлодарской области отметили, что такие потребности в сфере безопасности как «Снижение уголовной преступности в населенном пункте», «Безопасность дорожного движения» и «Обеспечение правопорядка в населенном пункте, общественных местах» удовлетворяются полностью. Незначительные доли опрошенных из Павлодарской области отмечают следующие потребности в сфере безопасности совсем не удовлетворенными:

- 1) Компетентность и приверженность своему делу сотрудников правоохранительных органов (1,5%);
- 2) Безопасность детей в учреждениях образования (1,5%);
- 3) Снижение административных правонарушений в населенном пункте (1,3%).

Участники опроса из Мангистауской области напротив чаще отмечали совсем не удовлетворенными такие потребности как:

- 1) Снижение уголовной преступности в населенном пункте», «Безопасность дорожного движения (13,2%);
- 2) Обеспечение правопорядка в населенном пункте, общественных местах (10,6%);
- 3) Снижение административных правонарушений в населенном пункте (9,5%);
- 4) Безопасность дорожного движения (9,4%).

Однако, доли респондентов, у которых совсем не удовлетворены потребности в сфере безопасности, не являются критичными в сравнении с потребностями из выше рассмотренных сфер.

Также опрошенным респондентам, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере безопасности. Результаты представлены в диаграмме 22.

Диаграмма 22



Качество восполнения потребностей из сферы безопасности около половины участников опроса из Павлодарской области практически по всем параметрам оценили как хорошее и очень хорошее. Самая низкая доля респондентов (40,9%) высоко оценила безопасность дорожного движения.

Респонденты из Мангистауской области значительно реже высоко оценивают качество удовлетворения потребностей сферы безопасности, относящиеся к

работе правоохранительных органов (от 13,5% до 22,7%). Чаще всего опрошенные отмечали хорошее и очень хорошее качество выполнения потребности в безопасности детей в учреждениях образования (22,7%), что относится скорее к работе органов образования.

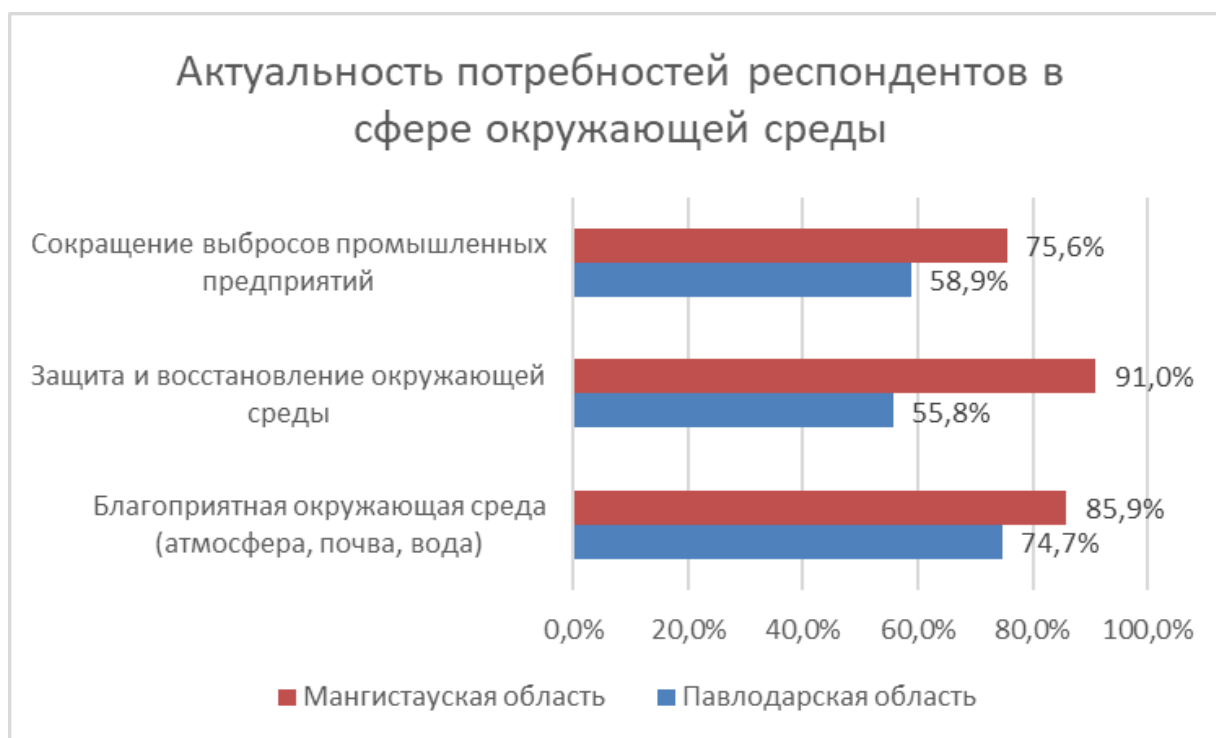
По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам авария, дорожное движение, патруль, ДПС, сотрудник полиции, убийство, хулиганство, правонарушение, задержание, преступник, осужден в Павлодарской области было найдено 32 публикации отрицательной тональности и 9 публикаций положительной тональности.

По аналогичным запросам с указанием Мангистауской области найдено 25 публикации с отрицательной тональностью и 15 с положительной.

4.7. Окружающая среда

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются потребности в сфере окружающей среды, показано в диаграмме 23.

Диаграмма 23



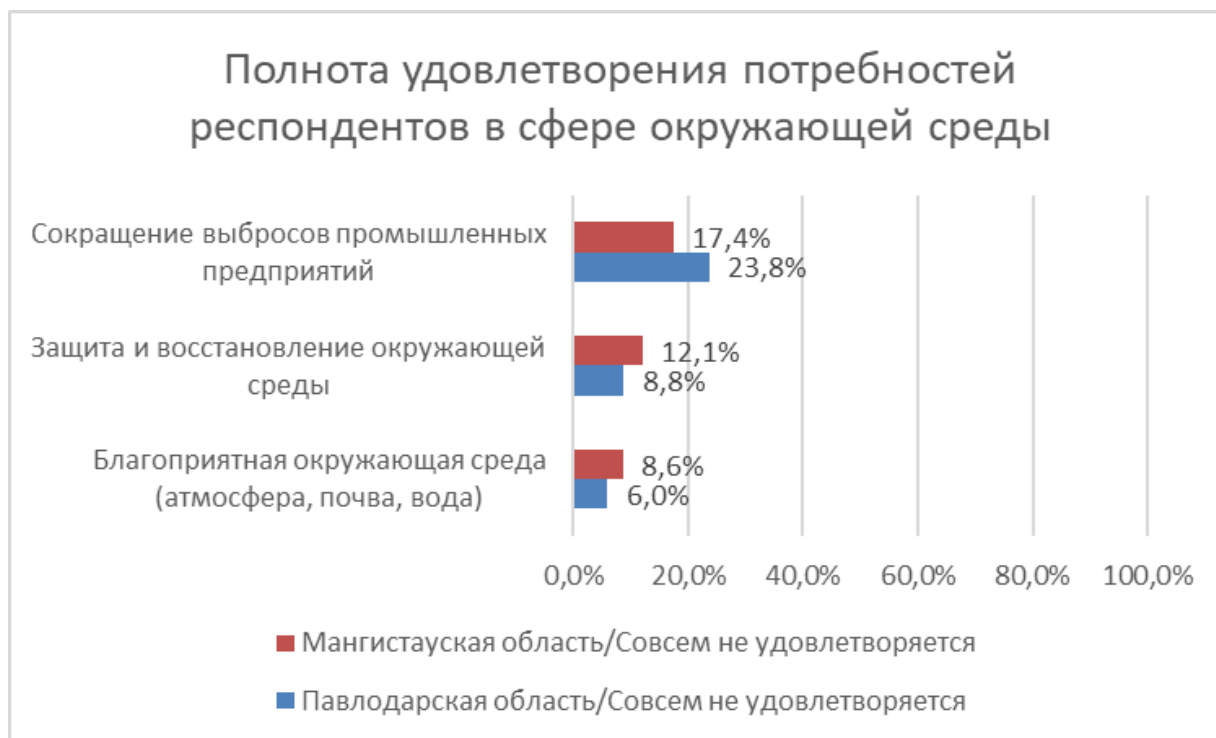
Подавляющее большинство респондентов из Мангистауской области считают актуальными все представленные потребности в сфере окружающей среды.

В распределении ответов респондентов из Павлодарской области удается выделить явного лидера среди потребностей рассматриваемой сферы. Так, значительно чаще участники опроса из Павлодарской области отмечали актуальность потребности в благоприятной окружающей среде (74,7%).

Сокращение выбросов промышленных предприятий и защита окружающей среды волнуют чуть более половины опрошенных.

Насколько актуальные потребности в сфере окружающей среды удовлетворяются демонстрирует диаграмма 24.

Диаграмма 24



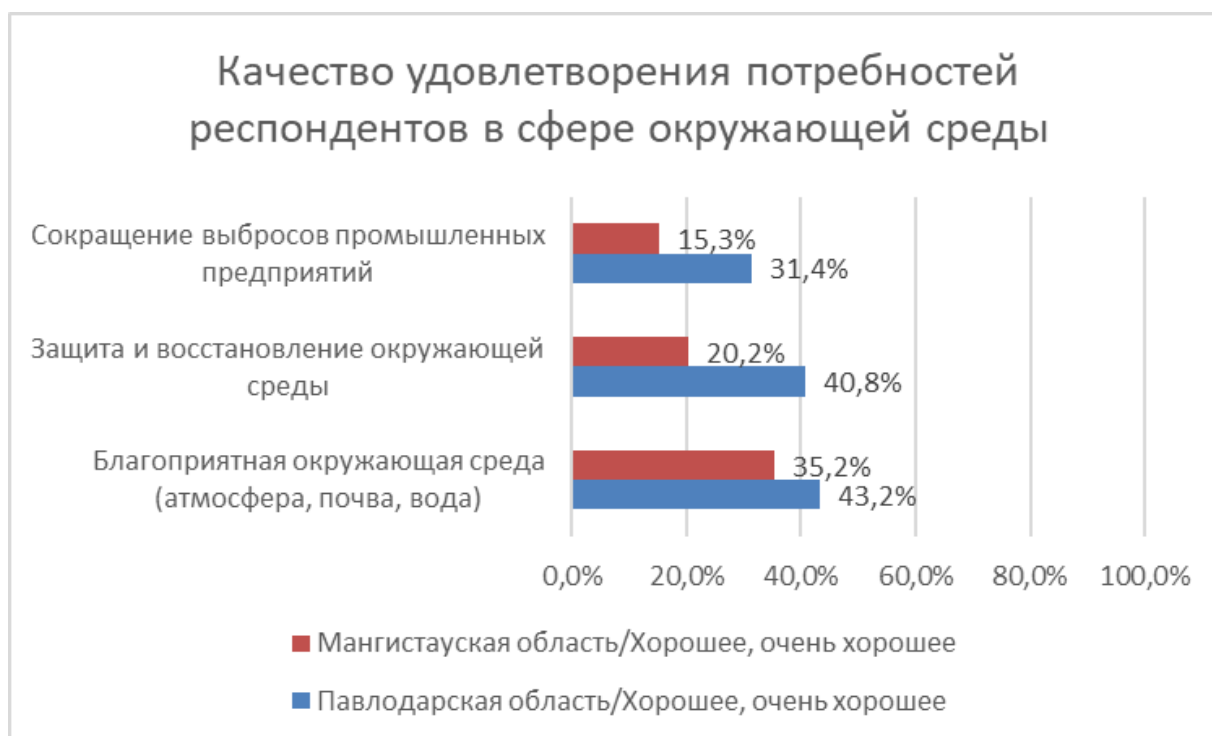
Чаще всего неудовлетворенной для респондентов из двух рассматриваемых регионов является потребность в сокращении выбросов промышленных предприятий. Среди респондентов из Мангистауской области такая доля составила 17,4%, из Павлодарской области – 23,8%.

Такое распределение ответов, скорее, связано со значительным количеством промышленных предприятий на территории данных регионов. Так, на территории Павлодарской области зарегистрировано 860 промышленных предприятий, Мангистауской – 559.

Также 12,1% респондентов из Мангистауской области и 8,8% респондентов из Павлодарской области считают совсем не удовлетворенной потребность в защите и восстановлении окружающей среды.

Также респондентам, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере окружающей среды. Результаты представлены в диаграмме 25.

Диаграмма 25



В Павлодарской области качество удовлетворения потребностей в сфере окружающей среды оценили как хорошее или очень хорошее невысокие доли респондентов (от 31,4% до 43,2%). Респонденты из Мангистауской области еще реже давали высокие оценки качеству восполнения их потребностей в сфере окружающей среды (от 15,3% до 35,2%).

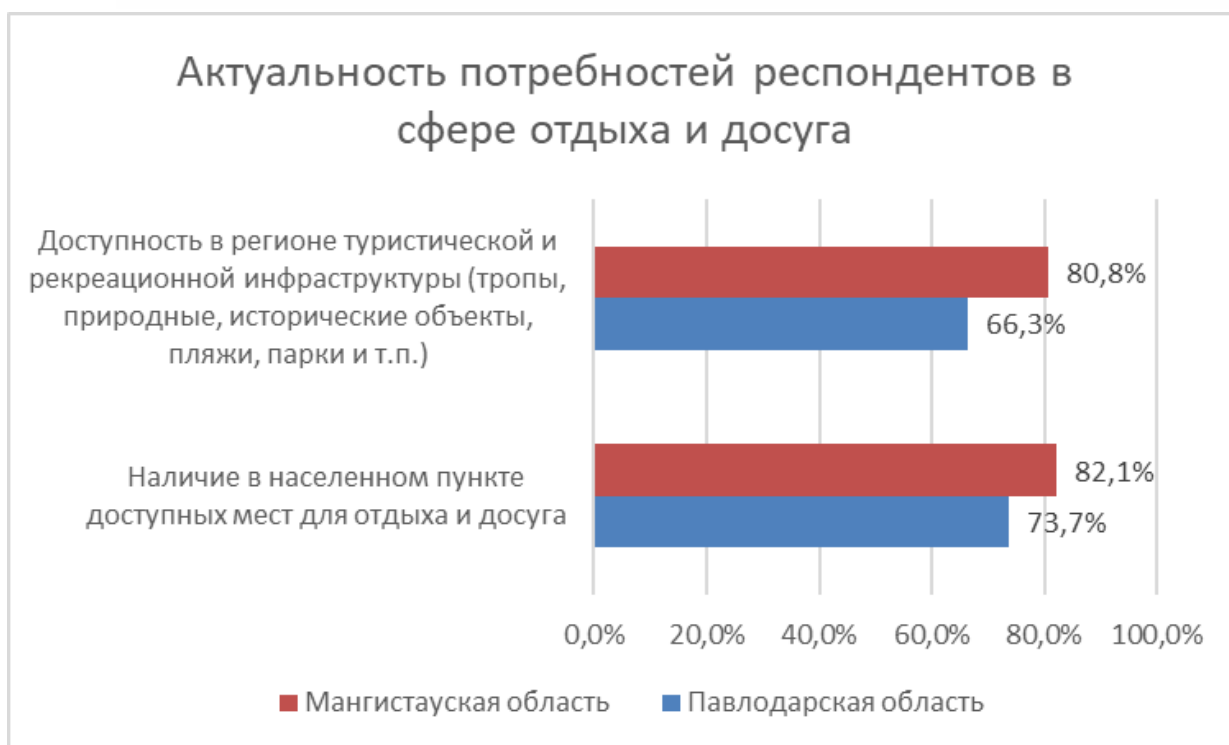
По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам выбросы, отходы, озеленение, отчистка, экология, субботник, эко, воздух, вода, почва, деградация земель, изменение климата, загрязнение в Павлодарской области было найдено 29 публикаций отрицательной тональности и 23 публикации положительной тональности.

По таким же запросам с указанием Мангистауской области найдено 33 публикации отрицательной тональности и 11 положительной.

4.8. Отдых и досуг

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются потребности в сфере отдыха и досуга, показано в диаграмме 26.

Диаграмма 26

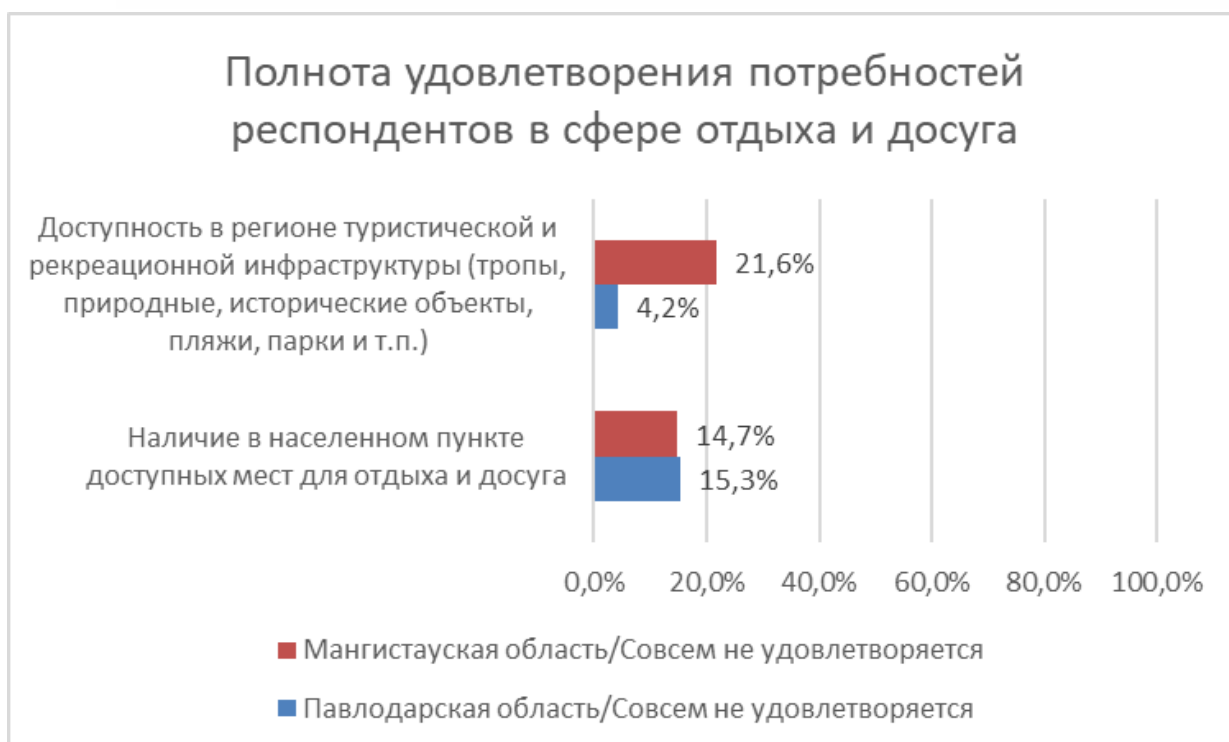


Респонденты из Мангистауской области практически одинаково высоко оценивают актуальность потребностей в сфере отдыха и досуга. Так, чуть более 80% респондентов отметили актуальность доступности в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры и наличия в населенном пункте доступных мест для отдыха и досуга.

Участники опроса из Павлодарской области немного реже отмечают актуальность предложенных потребностей в сфере отдыха и досуга, «Доступность в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры» - 66,3% и «Наличие в населенном пункте доступных мест для отдыха и досуга» - 73,7%.

Насколько актуальные потребности в сфере отдыха и досуга удовлетворяются демонстрирует диаграмма 27.

Диаграмма 27

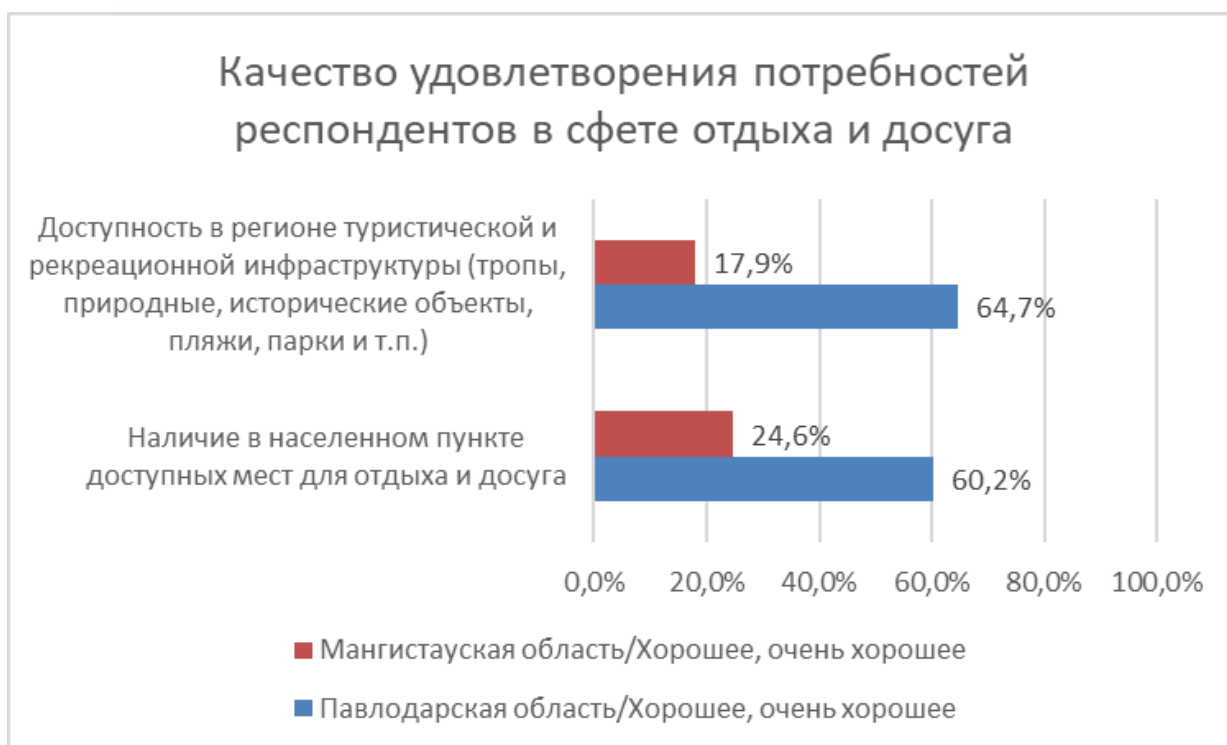


Совсем не удовлетворенной для 21,6% респондентов из Мангистауской области является потребность в доступности туристической и рекреационной инфраструктуры в регионе и еще для 14,7% осталась не восполненной потребность в местах для отдыха и досуга.

Незначительная доля респондентов (4,2%) из Павлодарской области отметила полную неудовлетворенность потребности в доступности туристической и рекреационной инфраструктуры в регионе и еще для 15,3% участников опроса осталась не восполненной потребность в местах для отдыха и досуга.

Также опрошенным, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере отдыха и досуга. Результаты представлены в диаграмме 28.

Диаграмма 28



Участники опроса из Павлодарской области достаточно высоко оценивают качество удовлетворения потребностей в сфере отдыха и туризма. Так, более 60% респондентов оценили, как хорошее и очень хорошее качество восполнения предложенных потребностей в сфере отдыха и досуга.

Респондентов из Мангистауской области реже удовлетворяет качество восполнения потребностей в сфере отдыха и досуга: «Доступность в регионе туристической и рекреационной инфраструктуры» - 17,9% и «Наличие в населенном пункте доступных мест для отдыха и досуга» - 24,6%.

По результатам контент анализа СМИ по поисковым запросам туризм, отдых, заповедник, тур, музей, театр, парк, стадион, игра, матч, концерт, открытие, фестиваль, соревнования, развлечения в Павлодарской области было найдено 8 публикаций отрицательной тональности и 46 публикаций положительной тональности.

По таким же запросам с указанием Мангистауской области найдено 14 публикации отрицательной тональности и 28 с положительной.

4.9. Прочие социально-экономические вопросы

Насколько актуальными для респондентов из Мангистауской и Павлодарской областей являются потребности в сфере прочих социально-экономических вопросов в диаграмме 29.



Для подавляющего большинства респондентов из Мангистауской области актуальными являются все предложенные в анкете потребности в сфере прочих социально-экономических вопросов. Однако, особенно часто респонденты отмечали актуальность снижения коррупции (92,3%).

Респонденты из Павлодарской области чаще всего отмечали актуальность следующих потребностей из сферы прочих социально-экономических вопросов:

- 1) Решение государственными органами актуальных проблем граждан (50,5%);
- 2) Доступ к социально значимой информации (45,3%);
- 3) Учет мнения населения при планировании и решении вопросов населенного пункта (45,3%);
- 4) Доступные каналы связи с государственными органами (45,3%).

Насколько удовлетворяются актуальные потребности в сфере прочих социально-экономических вопросов, демонстрирует диаграмма 30.



Для респондентов из Павлодарской области наименее восполненными потребностями среди всех рассматриваемых сфер являются потребности именно сферы прочих социально-экономических вопросов. Так от 15,6% до 40,6% отмечает совершенную неудовлетворенность потребностей из рассматриваемой сферы.

В то время как участники опроса из Мангистауской области реже отмечают вариант «Совсем не удовлетворяется» при оценке восполнения потребностей из сферы прочих социально-экономических вопросов (от 9,3% до 18,1%).

Также опрошенным респондентам, потребности которых восполняются полностью или частично, было предложено оценить качество удовлетворения потребностей в сфере отдыха и досуга. Результаты представлены в диаграмме 31.

Диаграмма 31



В целом качество восполнения потребностей прочих социально-экономических вопросов оценивается респондентами двух регионов не высоко. Наиболее часто высоко оценивается качество удовлетворения таких потребностей как:

- 1) Борьба с экстремизмом. Мангистауская область – 52,5%, Павлодарская область – 38,4%.
- 2) Посещение религиозных учреждений. Мангистауская область – 50,7%, Павлодарская область 57,8%.
- 3) Снижение коррупции. Павлодарская область 46,1%.

Качество доступа к информации и взаимодействия государственных органов с населением респондентами из рассматриваемых регионов чаще оценивают низко.

В завершение опроса респондентам было предложено выбрать один из вариантов действий, направленных на изменение сложившейся ситуации с не восполнением или некачественным восполнением актуальных потребностей. Распределение ответов респондентов представлено в диаграмме 32.

Диаграмма 32



Респонденты из Павлодарской области чаще отмечали, что предпринимать для изменения ситуации ничего не будут (41,1%). Еще столько же отметили, что будут повышать свой личный потенциал (21,1%) и проявлять активную гражданскую позицию (20,0%).

Респонденты из Мангистауской области чаще всего считают, что смогут повлиять на ситуацию изменив свой социальных статус (работа, открытие бизнеса) - 29,9%. Учитывая протестные настроения в регионе, настораживает значительная доля респондентов из Мангистауской области (23,4%) отметивших вариант «Другое».

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.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. A Guide to Assessing Needs. Essential Tools for Collecting Information, Making Decisions, and Achieving Development Results. Ryan Watkins, Maurya West Meiers, Yusra Laila Visser. © 2012 International Bank for Reconstruction and Development /International Development Association or The World Bank.
2. A Community Needs Assessment Guide. A Brief Guide on How to Conduct a Needs Assessment. Prepared by Aparna Sharma B.S., Mindy Lanum B.S., and Yolanda Suarez-Balcazar Ph.D. Center for Urban Research and Learning and the Department of Psychology Loyola University Chicago, 2000.
3. Gregory, Derek; Johnston, Ron; Pratt, Geraldine; Watts, Michael; et al., eds. (June 2009). "Quality of Life". Dictionary of Human Geography (5th ed.). Oxford: Wiley-Blackwell. ISBN 978-1-4051-3287-9.
4. Martha Nussbaum and Amartya Sen, ed. (1993). The Quality of Life, Oxford: Clarendon Press. Description and chapter-preview links.
5. Barcaccia, Barbara (4 September 2013). "Quality Of Life: Everyone Wants It, But What Is It?". Forbes/ Education. Retrieved 10 May 2016.
6. Руководство по проведению оценки потребностей детей групп риска. Л.МАЛКОЧ, доктор социологических наук, консультант, ЮНИСЕФ Казахстан, 2007г.
7. Методические рекомендации по внедрению методики оценки нужд и потребностей населения по регионам, включая сельские. Частный Фонд информационной поддержки развития общества. Усть-Каменогорск, 2019г.
8. Беляев И. А. Ограничение и компенсация способностей и потребностей целостного человеческого существа // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2009.
9. Потребности / Г. Д. Гловели // Большая российская энциклопедия, 2004—2017.
10. Потребность / Д. А. Леонтьев // Большая российская энциклопедия, 2004—2017.
11. Фрейджер Р., Фейдимен Дж. Личность: теории, эксперименты, упражнения. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.
12. Щербатых Ю. В. Общая психология. — СПб.: Питер, 2008.
13. С. Л. Рубинштейн. Основы общей психологии. СПб., 1998.
14. Леонтьев Д.А. Деятельность и потребность // Деятельностный подход в психологии: проблемы и перспективы /под ред. В.В.Давыдова, Д.А.Леонтьева -М., 1990
15. Макклелланд Д. Мотивация человека. — СПб.: Питер, 2007.
16. Зейгарник Б.В. Теория личности К. Левина. М.: Издательство Московского университета, 1981.
17. А. Маслоу «Теория человеческой мотивации», 1943