

Методичні рекомендації для планування оцінки потреб

Київ-2023



Методичні рекомендації для планування оцінки потреб. Федорович І., Бондаренко О., С. Щербань, ГО «Центр «Соціальна Дія», Київ, 2023

Зміст цієї публікації може вільно копіюватися та використовуватися для навчальних та інших некомерційних цілей за умови, що відтворення тексту містить посилання на джерело інформації.

Розроблено в межах проєкту «Сприяння соціальній згуртованості в Україні / Пункт 7" за підтримки Американської асоціації юристів Ініціативи з верховенства права (ABA ROLI). Зміст, висвітлений у цьому документі, може не співпадати з поглядами Американської асоціації юристів Ініціативи з верховенства права (ABA ROLI) і є виключною відповідальністю ГО «Центр «Соціальна Дія».

Зміст

Планування оцінки потреб	4
Матриця планування оцінки потреб	4
Кроки для планування власної методології ОП	5
Первинні та вторинні дані для оцінки потреб	8
Первинні дані	8
Вторинні дані	8
Методи збору інформації	9
Особливості збору даних від (соціальних) груп населення	13
Питання доступності під час планування оцінки потреб – вибір інструментів та підготовка питань	14
Швидка оцінка потреб – спосіб реакції в умовах кризи	15
Приклад методології з оцінки потреб молоді ЛГБТК+ в психічному здоров'ї	16

Планування оцінки потреб

Оцінка потреб (далі – ОП) — це інструмент, який допомагає тим, хто приймають рішення, і розробникам політик базувати свої припущення та, відповідно, рішення, на надійних і підтверджених даних. Ще простіше, оцінка потреб — це процес, який покращує рішення та результати.

Оцінка потреб¹, наприклад, у соціальних послугах, які пропонуються різним групам населення, – це структурований та системний аналіз, спрямований на виявлення та визначення пріоритетів серед унікальних потреб і вимог цих груп населення. Кінцевою метою ОП в такому випадку буде розроблення та впровадження ефективних соціальних програм і послуг, які можуть покращити добробут і якість життя людей в межах однієї чи кількох досліджуваних груп населення.

Для спрощення підходу до процесу планування ОП, його можна розділити на 3 етапи:

- дослідження поля,
- збір інформації,
- прийняття рішень.

Таблиця 1. Матриця планування оцінки потреб

Дослідження поля	Збір інформації	Прийняття рішень
Розробіть план	Складіть перелік цільових аудиторій	Складіть перелік пріоритетних потреб
Визначте точки занепокоєння	Зберіть дані для визначення потреб	Опрацюйте можливі кроки для розв’язання проблем (задоволення потреб)
Підготуйте перелік реалістичних індикаторів	Оцініть реальну ситуацію – рівень задоволення наявних	Оберіть пріоритети або стратегічні напрями (цілі)

¹ Тут і далі в цій методології оцінка потреб розуміється як оцінка потреб групи людей, об’єднаних спільною ознакою (характеристикою), а не проведення індивідуальної оцінки потреб.

Дослідження поля	Збір інформації	Прийняття рішень
	потреб, пріоритизуйте потреби	
Складіть перелік джерел для дослідження	Виокремте та проаналізуйте причини (чому потреби не задоволені)	Запропонуйте план дій
Визначте попередні пріоритети	Підготуйте узагальнення отриманої інформації	Підготуйте звіт з рекомендаціями та/або політиками

Таблиця 2. Кроки для планування власної методології ОП

Крок	Зміст завдання
Визначте мету та направленість (сферу, де ви хочете провести ОП)	Чітко визначте цілі оцінки потреб, наприклад, розуміння конкретних проблем, з якими стикаються одна чи кілька конкретних групи населення, виокремте типи досліджуваних послуг. Визначте сферу дії, включно з географічною територією, цільовою аудиторією та конкретними ознаками (наприклад, досвід внутрішнього переміщення, бездомність, зловживання психоактивними речовинами, бідність, психічне здоров'я).
Сформулюйте завдання	Неможливо проаналізувати всі аспекти певного явища або процесу. Зосередьтесь на декількох ключових завданнях. Наприклад, дослідити наявні можливості задоволення потреб, причини незадоволення потреб, основні джерела інформації про допомогу тощо.
Залучення зацікавлених сторін	Залучайте різноманітні зацікавлені сторони, включно з представниками і представницями досліджуваних груп населення, громадськими організаціями, державними установами та експертами і експертками у цій галузі. Зберіть їхні внески та ідеї, щоб краще зрозуміти унікальні потреби та перспективи цільової групи.

Збір даних	Використовуйте окремі методи збору даних або їх поєднання – опитування, інтерв'ю, фокус-групи, спостереження та наявні джерела даних (перепис населення, медичні записи тощо). Збирайте дані про демографічну інформацію, соціально-економічний статус, стан здоров'я, освіту, роботу, житло та будь-які інші важливі фактори, які позначаються на становищі досліджуваної групи в конкретних умовах. Важливо не розтягувати цей етап у часі, щоб всі отримані дані були актуальними і їх можна було зіставити один з одним.
Аналіз даних	Проаналізуйте зібрані дані, щоб визначити тенденції, моделі та прогалини в послугах. За можливості використовуйте статистичні інструменти та методи якісного аналізу, щоб глибше зрозуміти проблеми, з якими стикаються досліджувані групи населення.
Пріоритизація потреб	Разом з залученими представниками досліджуваної групи зробіть ієрархію (пріоритизацію) потреб з огляду на їх терміновість та вплив від задоволення чи залишення статусу кво на саму групу та її становище в конкретних умовах. Розгляньте доцільність задоволення цих потреб і наявні ресурси станом на зараз. Завжди розглядайте проблему, намагаючись її локалізувати та аналізувати у визначений час. Надмірне теоретизування та намагання розв'язати проблему глобально можуть заважати вам побачити реальні шляхи покращення ситуації.
Оцінка наявних послуг	Оцініть ефективність роботи органів виконавчої влади та/або місцевого самоврядування чи інших надавачів (включно з громадськими організаціями чи волонтерами) у задоволенні виявлених потреб. Визначте прогалини в наявній системі надання послуг.
Рекомендації та план дій	Використовуючи отримані дані, розробіть набір рекомендацій щодо нових послуг або вдосконалення послуг, що надаються. Створіть план дій, який визначає кроки, обов'язки та часові рамки виконання рекомендацій.

Зворотній зв'язок і повторення	Презентуйте напрацювання зацікавленим сторонам – досліджуваній групі, громадським організаціям, органам влади – та зберіть їхні коментарі та доповнення до побудованого вами плану дій. Відкоригуйте план на основі їхньої інформації.
*Реалізація та моніторинг	Постійно відстежуйте та оцінюйте вплив послуг та/або іншої допомоги на досліджувані групи населення. За потреби внесіть корективи, щоб забезпечити ефективність.
*Звітування та комунікація	Поділіться висновками, рекомендаціями та здобути досвідом із відповідними зацікавленими сторонами, громадськістю та владою. Підтримуйте прозору комунікацію, щоб здобути підтримку та ресурси для наступних ініціатив.

* це не обов'язкові пункти оцінки потреб, адже заходи з реалізації змін, моніторингу та звітування – це вже частина впровадження змін задля розв'язання проблем, які ви виявили на етапі ОП.

Такий підхід до оцінки потреб (на прикладі соціальних послуг для різних груп населення) – це комплексний та спільний процес, спрямований на вирішення унікальних проблем, з якими можуть стикатись різні групи та/або окремі громади.

Систематично визначаючи та встановлюючи пріоритети їхніх потреб, ми можемо розробляти та впроваджувати цільові рішення для покращення добробуту, якості життя та сприяння соціальній інтеграції.

Запропонований підхід до підготовки методології ОП забезпечує структуровану основу для аналізу та розробки ефективних соціальних послуг для підтримки різних груп населення. Важливо як на етапі планування, так і безпосередньо під час проведення ОП включати до співпраці зацікавлені сторони.

Аналогічно за запропонованим покроковим планом можна скласти методологію оцінки потреб в інших сферах – не тільки щодо соціальних послуг чи гуманітарної допомоги.

Первинні та вторинні дані для оцінки потреб

Первинні дані

Первинні дані – це оригінальні дані, зібрані безпосередньо з джерела, спеціально для цілей конкретного дослідження чи аналізу.

Методи збору первинних даних: первинні дані збираються за допомогою різних методів збору даних, таких як опитування, інтерв'ю, фокус-групи, спостереження та експерименти. Ці методи передбачають взаємодію з окремими представниками і представницями цільової аудиторії або групами людей для отримання інформації.

Приклади джерел первинних даних – опитування, інтерв'ю, спостереження та фокус-групові дискусії (див. опис кожного джерела у таблиці 3).

Вторинні дані

Вторинні дані стосуються даних, які вже були зібрані кимось іншим з іншою метою, але можуть бути використані для нових досліджень або аналізу. Вторинні дані можуть бути цінним ресурсом для оцінки потреб, оскільки вони часто надають ширший контекст та перспективу в часі. Це інформація з різних опублікованих джерел.

Джерела вторинних даних

- **Державні записи:** різні установи мають дані про демографічні показники, охорону здоров'я, освіту, використання соціальних послуг тощо. Це важливо для оцінки загальної ситуації та заходів, які здійснюють державна та місцева влада щодо досліджуваних груп населення в регіоні.
- **Наукові дослідження:** опубліковані дослідження та наукові статті можуть надати цінну інформацію та статистичні дані щодо конкретних питань чи груп населення.
- **Дані громадських організацій:** звіти та інші публікації громадських організацій і правозахисних груп/ініціатив можуть надати дані та аналіз, пов'язані з потребами та проблемами цільової групи.

- **Матеріали в медіа:** наприклад, журналістські розслідування щодо певних тем, інтерв'ю з експертами і експертками та представниками і представницями важливих для вас цільових аудиторій.

Якщо є змога отримати демографічні дані від місцевої влади, це гарне джерело в ситуації, коли в країні багато років не було перепису населення, але потрібно актуалізувати інформацію за швидкоплинних умов.

Під час оцінки потреб поєднання первинних і вторинних джерел даних може забезпечити всебічне та повне розуміння проблем і потреб цільової групи населення.

Первинні дані пропонують конкретні індивідуальні ідеї, тоді як вторинні дані надають контекст, тенденції в розрізі часу та ширшу картину соціальних проблем і доступних послуг. Цей подвійний підхід підвищує ефективність методології оцінки потреб і може сприяти прийняттю більш обґрунтованих рішень при розробленні пропозицій змін до соціальних послуг для досліджуваних груп населення.

Методи збору інформації

В таблиці наведені приклади й посилання на інструменти з раніше розроблених методологічних матеріалів. У разі їх використання варто пам'ятати, що кожне дослідження потреб має проводитися за розробленою для нього методологією, яка включає специфічні для цього дослідження інструменти, такі як анкети, питання фокус-груп, інтерв'ю тощо.

Таблиця 3. Методи збору інформації

Опитування	Опитування можуть включати структуровані анкети, які заповнюються вибіркою з досліджуваної групи. Опитування корисні для збору кількісних даних із широкого кола тем.	Приклад: проведення опитування щодо умов житла та доступності житла серед внутрішньо переміщених людей у конкретному місті, щоб зрозуміти масштаби бездомності та чинники, що цьому сприяють. Приклади анкет опитування: Приклад анкети для масового опитування «Потреби внутрішньо переміщених осіб» із супровідними документами.
------------	---	---

		Джерело: Методичний посібник з оцінювання потреб ВПО у громадах — Харків, Харківський інститут соціальних досліджень (ХІСД) (Додаток 1). Анкета визначення потреб населення ОТГ Джерело: Посібник із визначення потреб населення об'єднаної територіальної громади у соціальних послугах / Практичні рекомендації (Додаток 1).
Інтерв'ю та експертні інтерв'ю	Інтерв'ю включають індивідуальні або групові розмови з представниками або представницями цільової групи. Вони дають змогу поглиблено досліджувати досвід і перспективи конкретних людей. Експертні інтерв'ю передбачають розмови з особами, які мають експертні знання про цільову групу населення або конкретні проблеми, які їх стосуються, наприклад, лідери громад або постачальники послуг.	Приклад: Проведення індивідуальних бесід із особами, які пережили домашнє насильство, щоб краще зрозуміти їхні конкретні потреби щодо безпеки, підтримки та правової допомоги. Приклад: інтерв'ю із соціальним працівником, який має багаторічний досвід роботи з молоддю групи ризику, щоб отримати уявлення про унікальні проблеми, з якими стикається ця молодь, і потенційні рішення.
Фокус-групи	Фокус-групи – це фасилітовані групові дискусії з представниками досліджуваних груп населення. Вони забезпечують платформу для учасників та учасниць, де вони мають змогу поділитися своїми	Приклад: Організація фокус-групи з батьками з низьким рівнем доходу для обговорення проблем, з якими вони стикаються в доступі до якісних послуг догляду за дітьми, і їхніх уподобань щодо доступних варіантів.

	думками, проблемами та ідеями в безпечному середовищі та з допомогою фасилітатора.	Джерело: Посібник із визначення потреб населення об'єднаної територіальної громади у соціальних послугах / Практичні рекомендації (Додаток 1).
Спостереження	Спостереження передбачають систематичне спостереження та запис поведінки, взаємодії та умов конкретної групи населення в їхньому природному середовищі.	Приклад: спостереження за розпорядком дня та умовами життя людей старшого віку в геріатричному закладі, щоб оцінити рівень догляду та їхнє загальне самопочуття.
Аналіз вторинних даних або кабінетний аналіз	Цей метод передбачає аналіз наявних джерел даних, таких як державні записи, статистика у сфері охорони здоров'я та наукові дослідження, щоб зібрати інформацію, що стосується оцінки потреб.	Приклад: Аналіз даних перепису населення та статистики злочинності, щоб зрозуміти соціально-економічні проблеми, з якими стикається окремий міський район, і їхній вплив на молодь.
Картування	Картування громад передбачає залучення досліджуваних груп населення до визначення ключових ресурсів, активів і проблем у їхньому районі чи громаді.	Приклад: співпраця з бездомними людьми для створення карти, на якій виділено місця, де вони шукають притулок, харчуються та стикаються з проблемами безпеки.
Тематичні дослідження	Тематичні дослідження передбачають поглиблене вивчення конкретних осіб або сімей із цільової групи, щоб отримати глибоке розуміння їхніх унікальних проблем і потреб.	Приклад: проведення тематичного дослідження батька, який самотійно виховує дітей і живе в бідності, щоб виявити його щоденні труднощі, прагнення та перешкоди, з якими він та діти стикаються в доступі до освіти та працевлаштування.
Соціальні медіа та	Використання онлайн-платформ і соціальних медіа для розповсюдження опитувань або	Приклад: створення онлайн-опитування для збору відгуків від

онлайн-опитування	збору інформації від досліджуваних груп населення може бути більш доступним для участі більшої кількості людей завдяки онлайн-формату (але підходить не для всіх цільових груп).	ЛГБТІК+ ² молоді про їхній досвід у школах та рекомендації щодо створення безпечнішого та інклюзивнішого середовища.
-------------------	--	---

Усі ці методи збору даних можна і треба пристосувати до конкретних потреб і характеристик досліджуваної групи населення. Застосовуючи комбінацію цих методів, можна досягти всебічного розуміння їхніх потреб, що дасть змогу розробити більш ефективні рішення та, відповідно, реалістичні рекомендації для досягнення змін надалі.

² Аббревіатура: лесбійки, геї, бісексуальні, трансгендерні, інтерсекс, квір-люди та інші. Джерело: [«ЛГБТК+ Глосарій»](#).

Особливості збору даних від (соціальних) груп населення

- Уважно підійдіть до вибору методів збору даних. Якщо тема дослідження вкрай чутлива для досліджуваної групи, найкраще застосовувати глибинні інтерв'ю.
- Знайдіть для розмови тихе місце, де вас не будуть відволікати та слухати. Так можна буде налаштуватися на більш відверту та детальну розмову.
- Варто закласти достатньо часу на те, щоб налаштуватися на розмову, не тиснучи на людину тим, що вам необхідно швидко зібрати необхідні дані.
- Тримайте фокус уваги на потребах і шляхах їх вирішення, не заглиблюючись детально в досвід людини щодо пережитого, опис емоцій та страждань тощо.
- У разі прояву емоцій або негативної реакції на питання проявляйте розуміння, дайте людині висловитись, але не розвивайте цю тему надалі. У разі значного загострення психоемоційного стану респондента або респондентки краще припинити розмову.
- Розраховуйте власні сили. Вислухати чужу історію та зафіксувати всі потреби та проблеми, з якими стикалася людина, буває складно. Важливо слідкувати також за власним самопочуттям, щоб мати ресурс для подальшої роботи.
- Обережно ставтеся до особистого фізичного простору людей, з якими проводите інтерв'ю. Не варто досить близько наближатися до респондента під час розмови, обіймати без дозволу та ін. Люди, які пережили втрати або насильство, можуть досить болісно реагувати на це.
- Акцентуйте на анонімності та конфіденційності участі в дослідженні, за потреби нагадайте про це декілька разів.
- Будьте емпатичними, демонструйте увагу та зацікавленість до того, що вам розказують. Але важливо, щоб це було щиро, не вдавайте співчуття або інші емоції, якщо не відчуваєте це.
- Пам'ятайте про добровільну участь людей у дослідженні. Це означає, що не варто наполягати на участі та відповідях на всі питання, якщо людина не демонструє активну згоду. Респондент або респондентка, які знаходиться у вразливому становищі, можуть погодитися на участь в оцінюванні тільки тому, що не мають достатньо сил відмовитися від нього.
- Не давайте обіцянок допомогти, в яких не впевнені. Не наполягайте на вчиненні певних кроків, які, на вашу думку, варто здійснити людині, щоб подолати свої проблеми. Варто пам'ятати, що ключове завдання цієї розмови – зібрати необхідні дані для оцінювання потреб.

Питання доступності у плануванні оцінки потреб

Ключове питання для врахування інтерсекційності в процесі планування та проведення оцінки потреб – це її доступність.

Доступність оцінки потреб для різних респондентів та респонденток і, відповідно, врахування їхнього досвіду має кілька вимірів – фізичний, інформаційний та цифровий (щонайменше).

Фізична доступність охоплює, як питання архітектурної доступності приміщення, де ви проводите інтерв'ю та фокус групи, так і, наприклад, врахування включення до переліку респондентів та респонденток людей з віддалених громад.

Інформаційна доступність: в цьому контексті під інформаційною доступністю матимемо на увазі насамперед те, як сформульовані питання та анкети, наскільки вони зрозумілі різним людям, чи можуть вони самотійно на них відповісти тощо. Також елементом інформаційної доступності буде врахування різних форматів подачі інформації – друкованої з дотриманням стандартів доступності (розмір шрифту, кольори тощо), електронної у форматах, які зручні, наприклад, для користувачів та користувачок скрінрідеру.

Цифрова доступність – це підготовка до проведення онлайн-заходів та онлайн-інструменти для збору інформації та/або презентації вашої роботи. Обираючи цифрові інструменти та/або проводячи фокус-групи онлайн, подбайте про те, щоб ними могли на рівні скористатися люди з низьким рівнем цифрової грамотності, люди з порушеннями зору та/або люди з порушенням слуху (це не вичерпний список). Наприклад, інструмент Typeform для анкетування є більш доступним, ніж Google Forms.

Якщо ви не знаєте, як краще організувати доступність, ви завжди можете пошукати [поради](#) від громадських організацій, які на цьому спеціалізуються або напяму звернутися по допомогу.

Швидка оцінка потреб – спосіб реакції в умовах кризи

Інструмент “швидка оцінка потреб” використовується для швидкого зрізу та оперативного планування заходів в умовах, коли немає часу на ретельне дослідження та планування. Зазвичай швидка ОП використовується як один з перших етапів розгортання кризового реагування на загрози (пандемія, війна, стихійні лиха чи інші неочікувані виклики та, відповідно, необхідність мати дані для планування гуманітарного реагування).

Швидка оцінка потреб – негайне проведення первинних і вторинних досліджень, для формування розуміння ключової інформації, яка може лягти в основу розроблення та реалізації програм негайного реагування.

Первинне дослідження – це дані безпосередньо від групи (спільноти), зібрані через пряме дослідження теми чи ситуації, що цікавить у конкретних умовах.

Вторинне дослідження – це аналіз доступної інформації про проблему (кабінетна оцінка нормативного регулювання та іншої доступної задокументованої інформації).

Обидва підходи рекомендовані в екстрених ситуаціях. Попри те, що оцінка потреб, проведена на етапі надзвичайної ситуації, є швидкою, вона все ж вимагає системного підходу до збору та вивчення даних, результатів і контекстної інформації для розуміння проблеми, яка розглядається.

Під час швидкої оцінки потреб важливо враховувати інтерсекційність (людське різноманіття). Це означає врахування не тільки умовно великих та видимих груп окремо, як от жінки та чоловіки, внутрішньо переміщені особи чи люди з інвалідністю, але й відмінностей та інших ознак всередині кожної групи.

Наприклад, чоловіки з інвалідністю можуть мати інші потреби, ніж чоловіки без інвалідності чи чоловіки-ВПО тощо. Неврахування цієї інтерсекційності може призвести до того, що оцінка потреб не враховуватиме всі потреби та, відповідно, план дій не включатиме рішення, які стосуються менш видимих груп всередині спільноти, які зазвичай мають менше доступу до ресурсів чи допомоги.

Приклад методології з оцінки потреб молоді ЛГБТІК+ в психічному здоров'ї

Мета: оцінити потреби ЛГБТІК+ молоді щодо психічного здоров'я та визначити перешкоди в доступі до відповідних послуг із психічного здоров'я та підтримки.

Залучення зацікавлених сторін: ЛГБТІК+ молодь, громадські організації ЛГБТІК+, постачальники послуг із психічного здоров'я та школи тощо

Збір даних: опитування та інтерв'ю з ЛГБТІК+ молоддю, щоб зрозуміти їхній досвід, проблеми у сфері психічного здоров'я і побажання щодо підтримки, експертні інтерв'ю з представниками і представницями громадських організацій та надавачами послуг, щоб оцінити можливі перешкоди. Аналіз наявних даних служб психічного здоров'я для оцінки рівня використання та ефективності послуг для молоді ЛГБТІК+, а також їхньої доступності та інклюзивності.

Аналіз даних: визначення прогалин та бар'єрів для надання послуг у сфері психічного здоров'я, таких як стигма, дискримінація та брак інклюзивної підтримки ЛГБТІК+ молоді.

Рекомендації: підготовка рекомендацій щодо покращення послуг з охорони психічного здоров'я, зокрема з фокусом на навчанні спеціалістів у сфері психічного здоров'я, розширенні інклюзивних послуг для ЛГБТІК+ та зменшенні стигми в школах і громадах.

Впровадження та моніторинг: співпраця з постачальниками послуг психічного здоров'я, школами та ЛГБТІК+ організаціями, щоб реалізувати рекомендації та контролювати прогрес у забезпеченні доступної та дружньої до ЛГБТІК+ підтримки психічного здоров'я.