
Health Needs Assessment – Methods of data collection

Based on Minnesota Department of Health Guidelines

Orvill Adams

Orvill Adams & Associates B.V.

Подходы к сбору информации, которые больше чем обычная работа

- Решите, какая вам информация нужна, которая требуется для определения нужд здравоохранения и сильные стороны обслуживаемых отраслей:
- Фокус группы
- Интервью с ключевыми фигурами
- Форум общественности и общественные слушания
- Исследования
- Оценка ресурсов сообщества

Фокус группы

- Управляемая групповая дискуссия с группой от 5 до 10 человек с одинаковым опытом (бэкграундом) в присутствии опытного модератора и, если возможно, записывающего человека или устройства. Модератор направляет группу по пути повышения уровня фокуса и глубины по ключевым вопросам исследования.
- **Выгоды фокус группы**
- Генерация и проявление новых идей
- Проведение предварительного руководства относительно вопросов профилактики
- Определение ключевых вопросов для последующего исследования
- Обеспечить понимание нужд и мнений целевой популяции

Фокус групп (2) – как задавать вопросы

- Решите, какие решения необходимо сделать основываясь на данных - (необходимо ли вам сделать решения относительно специфических отраслей сервиса?)
- Определите, где фокус группы соответствуют потребностям оцениваемых процессов. К примеру, вопросы должны быть очень конкретны, если вы пытаетесь понять результаты исследования или шире, если вы пытаетесь развить некоторые услуги в коммуне.

Интервью с ключевыми фигурами

- Интервью один на один с лицами, которые представляют важные аспекты знаний или опыта относительно исследуемой темы. Квалифицированный интервьюер использует обширное зондирование и открытые вопросы, чтобы получить данные о потребностях. Позволяет респондентам выразить свое понимание в своих собственных условиях.

Выгоды от интервью с ключевыми фигурами

- Обеспечивает информацию от тех, кто работает непосредственно «на местах»
- Получить конкретные данные по отдельным специфическим вопросам
- Получить чрезвычайно конкретную информацию по отдельным вопросам
- Повысить осведомленность об различных службах и подразделениях

Кого необходимо

опросить/проинтервьюировать?

- Лидеров общественности, религиозных лидеров и других
- Общественных деятелей
- Людей, имеющих опыт по проблеме с которой вы пытаетесь разобраться
- Администраторы программы, неправительственные организации и др.
- Люди, обеспечивающие сервис (люди, работающие в секторе здравоохранения и другие)
- Другие специалисты и ученые

Общественный форум и публичные слушания

- Серия публичных встреч для вовлечения общины в определение и обсуждение потребностей. Эти методы являются методами сбора данных с политической арены. Общественные форумы являются менее формальными и открыты для общественности, в то время как слушания состоят из данных отдельных личностей и часто выдачи итогового отчета.

Выгоды от общественных форумов и публичных слушаний

- Они могут поднять доверие к процессу оценки потребностей путем повышения открытости и интеграции
- Эти мероприятия являются недорогим и относительно простым в проведении
- Члены сообщества, которые не были выбраны для членами группы планирования могут также участвовать
- Форумы и слушания могут повысить уровень осознания и понимания вашего вопроса и планируемых инициатив сообщества
- Эти методы могут быть способом, с помощью которого сообщество вносит вклад и инвестирует в вашу тему и процесс планирования
- Заседания могут выявить проблемы, которые потребуют дальнейшего изучения.

Внимание

- Члены сообщества, которые выбраны участвовать могут не полностью представлять общину. Помните, что некоторым людям с хорошими идеями или четким пониманием проблем не нравится выступать на таких мероприятиях.
- Просто потому, что потребности могут быть рассказаны красноречиво и со многими слушателями, не означает, что другие методы сбора данных следует сбрасывать со счетов.
- Не допускайте презентации стать слишком узкой. Выявленные потребности зависят от характеристик и опыта тех, кто участвует в исследованиях
- Не используйте слушания / форумы в качестве основного метода сбора данных.

Опрос

- Часто используется с различными значениями и могут принимать ряд форм, но три различных типа, обычно используемые в оценке потребностей:
- Лицо к лицу
- По телефону
- И по почте (опросники)
- Обследование может быть обширным исследованием нужд большого сообщества или краткого и поверхностного изучения ситуации конкретной организации.

Выгоды от опросов

- Предоставляет статистически достоверные данные
- Собирает данные от большого числа людей
- Требуется гибкости в сборе различных видов данных (и т.д. знания и поведения, характеристики поставщиков услуг).

Необходимые шаги в опросе

1. Разработать первоначальный план с целями, потенциальными подходами, сроками и потребностями в ресурсах, и практические шаги для обсуждения с группой планирования.
2. Решите, следует ли использовать внешних экспертов и привлечь «экспертов» в области опроса как можно раньше в процессе.
3. Определить задачи более тщательно, чтобы определить вопросы анкеты или элементы данных и общий анализ.
4. Определите тип опроса (лицом к лицу, телефон, почта).
5. Определить элементы данных которые должны быть собраны. Используйте вопросы от предыдущих исследований, если это возможно.
6. Составьте план анализа, чтобы точно указать, как будут использоваться результаты каждого вопрос анкеты. Не собирать данные, которые не будут использоваться.

Шаги во время опроса 2

1. Спланируйте инструменты опроса, чтобы избежать ошибки во время интервью и, соответственно, проблемы анализа. Инструменты должны быть простыми и использовать язык респондента.
2. Дизайн опросника должен быть проанализирован с посторонней помощью, чтобы уменьшить величину ошибки и позволить получить результаты которые можно экстраполировать на более широкие группы населения.
3. Разработайте процедуры по проведению опроса, с пошаговой инструкцией для всех участников

Шаги по проведению опроса 3

1. Набрать и провести обучение персонала (для непосредственных и телефонных опросов), чтобы обеспечить согласованность и сопоставимость ответов.
2. Провести предварительный опрос и обеспечить опрос по заранее определенному образцу
3. Подготовка данных для анализа, путем проверки на согласованность и полноту

Внимание

- Время и деньги могут быть потрачены впустую, если дизайн опроса, реализации и анализа не будет разработан
- Многие люди не реагируют на письменный опрос. Этот метод может потребовать в дальнейшем интенсивные последующие мероприятия (то есть второй рассылки опросников по почте, телефонный контакт)
- Если группа планирования не согласна с целями обследования, процесс может привести к недоразумениям и разочарованиям позже

Оценка ресурсов сообщества

- Это средство сбора данных, что обычно является результатом опроса поставщиков услуг, что дает дополнительные сведения или резюме информацию о деятельности и услугах, предоставляемых организациями и учреждениями в определенной географической области. Уровни анализа могут варьировать от области до местного уровня. Это отвечает на вопрос: "Кто делает что-то и для кого"

Выгоды от проведения оценки ресурсов

- Определяет круг организаций и учреждений в сообществе, которые обслуживают различные целевые группы населения.
- Предоставляет информацию о качестве предполагаемых программных мероприятий
- Оценка использования услуг (количество клиентов, обслуживаемых) и рабочая емкость (количество клиентов, которые могли бы быть обслужены).
- Обеспечивает понимание относительно возможностей, философии, функций и целей организации.
- Собирает информацию о потенциале для координации общественной деятельности и создания связей между учреждениями.

Шаги в проведении оценки ресурсов

- Решите, к кому обратиться и определите географическую область которую будете рассматривать
- Определите категории агенств , оказывающих услуги (т.е., государственные и частные, и т.д.)
- Выберите агентства для определения и идентификации их соответствующих представителей
- Построить инвентаризацию ресурсов (вы можете включить вопросы касательно объемов и источников финансирования, количества штатных сотрудников и волонтеров, языковых способностей персонал, доступных учебных материалов, точный характер предоставляемых услуг, часы работы, воспринимаемое качество услуг, обслуживаемые целевые группы населения, связи с другими учреждениями)
- Связи с поставщиками и проведение инвентаризации
- Обобщение и анализ данных инвентаризации

Групповая работа

- Пожалуйста, выберите метод сбора данных и разработайте план для получения данных.
- План должен включать в себя следующее:
 - ❖ цели
 - ❖ целевая аудитория
 - ❖ десять ключевых вопросов

ССЫЛКИ

- Minnesota Department of Health, “Community Engagement” – adapted from Mary Debus, A handbook for excellence in focus group research. Health Com Project Special
- J. Allan, (2009). “Community Health Needs Assessment Guidelines, Government of Manitoba – www.gov.mb.ca/health/rha/docs/chag.pdf
- Applied Survey Research (2013), Community Health Needs Assessment (CHNA) – Kaiser Permanente Santa Clara