



Przeprowadzenie badań społecznych sektora pozarządowego w Starachowicach. Propozycja projektu badawczego



Zielona Góra, 22 luty 2018 roku

PROPOZYCJA PROJEKTU BADAWCZEGO

PROBLEMY BADAWCZE

Problemy badawcze obszarów wyróżnionych przez Zamawiającego w ofercie oraz z wniosków zawartych w Gminnym Programie Rewitalizacji dla Gminy Starachowice na lata 2016 – 2025.

Poniżej zostaną przedstawione główne obszary wyróżnione przez Zamawiającego oraz dodatkowe obszary wyróżnione przez Wykonawcę, które Wykonawca uznał za istotne dla analizy sektora pozarządowego

OBSZARY PLANOWANEGO BADANIA	PROBLEMY SZCZEGÓŁOWE DOTYCZĄCE BADANEGO OBSZARU
Ogólne informacje o liczbie organizacji pozarządowych działających na terenie Starachowic	1. Jaka jest liczba aktywnych organizacji pozarządowych?
	2. Jaka jest liczba organizacji pozarządowych, które zakończyły swoją działalność lub ją zawiesiły?
	3. Jaka jest liczba złożonych w KRSie dokumentów dotyczących rozpoczęcia działalności organizacji pozarządowych?
Informacje na temat organizacji pozarządowych	1. Jaki jest charakter organizacji pozarządowych w Starachowicach?
	2. Jaka jest struktura form prawnych organizacji pozarządowych w Starachowicach?



	<p>3. Jaki jest zasięg działalności organizacji pozarządowych w Starachowicach?</p>
	<p>4. Jakie organizacje działają na terenie Starachowic nie będące w Starachowicach zarejestrowane?</p>
	<p>5. Od kiedy działają organizacje pozarządowe w Starachowicach?</p>
Sytuacja finansowa NGO	<p>1. Jakie są źródła finansowania organizacji pozarządowych w Starachowicach?</p>
	<p>2. W jaki sposób Organizacje pozarządowe w Starachowicach aplikują o środki?</p>
	<p>3. Jakie są sposoby aplikowania pozyskiwania środków na działalność organizacji?</p>
	<p>4. Jak jest struktura przychodów organizacji pozarządowych w Starachowicach?</p>
	<p>5. Jaka jest struktura kosztów organizacji pozarządowych w Starachowicach?</p>
	<p>6. Jakimi materialnymi środkami dysponują organizacje pozarządowe w Starachowicach, które wykorzystują dla swojej działalności?</p>
	<p>7. Jak kształtują się przychody i koszty działalności organizacji pozarządowych odpłatnej i gospodarczej?</p>
Współpraca z otoczeniem	<p>1. Jak kształtuje się sieć współpracy organizacji pozarządowych?</p>
	<p>2. Do jakich porozumień i sieci przynależą organizacje pozarządowe w Starachowicach?</p>
	<p>3. Jak kształtuje się współpracą organizacji pozarządowych w Starachowicach z samorządami?</p>
	<p>4. Jak kształtuje się współpracą organizacji pozarządowych w Starachowicach z przedsiębiorcami?</p>
	<p>5. Jak kształtuje się współpracą organizacji pozarządowych w Starachowicach z NGO spoza Starachowic?</p>
	<p>6. Jak kształtuje się współpraca międzynarodowa organizacji pozarządowych w Starachowicach ?</p>



	7. Jak kształtuje się współpracę organizacji pozarządowych w Starachowicach z mieszkańcami Starachowic?
	8. Jak kształtuje się współpracę organizacji pozarządowych w Starachowicach z mediami?
Problemy, potencjały i potrzeby organizacji	1. Z jakimi problemami natury finansowej borykają się organizacje pozarządowe?
	2. Z jakimi problemami związanymi z kapitałem społecznym mają do czynienia organizacje pozarządowe?
	3. Z jakimi problemami związanymi z obszarami pracy wewnątrz organizacji pozarządowych?
	4. Z jakimi problemami związanymi ze współpracą z otoczeniem borykają się organizacje pozarządowe?
	5. Jak organizacje pozarządowe definiują swoje potencjały?
	6. Jak kształtuje się struktura potrzeb organizacji pozarządowych?
Personel organizacji	1. Jaki jest stan organizacji ze względu na członków?
	2. Jaka jest struktura zatrudnienia personelu w organizacjach pozarządowych?
	3. Jaka jest struktura wykształcenia wśród pracowników organizacji pozarządowych w Starachowicach?
	4. Jaka jest struktura wieku wśród pracowników organizacji pozarządowych w Starachowicach?
	5. Jaka jest struktura kompetencji i umiejętności zdobytych przez pracowników organizacji pozarządowych?
	6. Jaka jest struktura kompetencji i umiejętności zdobytych przez pracowników organizacji pozarządowych na cele pracy w organizacji?
	7. Jaki jest stan organizacji pozarządowych ze względu na współpracujących wolontariuszy?
	8. Jaka jest motywacja wolontariuszy organizacji pozarządowych w Starachowicach?
	9. Jaka jest oferta wolontariatu w Starachowicach?
	10. Jakie działania są prowadzone, aby wzmocnić działania wolontariuszy?
	11. W jakich obszarach działalności organizacji pozarządowych w Starachowicach najbardziej jest widoczna działalność wolontariuszy?
	12. Jakie działania wolontariuszy są postrzegane przez organizacje pozarządowe jako pożądane?



13. Jak powinna wyglądać sylwetka aktywnego wolontariusza w opinii organizacji pozarządowych w Starachowicach?
14. Jakie działania stanowią przeszkodę w budowaniu wolontariatu?
15. Z jakich powodów i które obszary najłabiej przyciągają wolontariuszy?

METODY I TECHNIKI WYKORZYSTANE W PROJEKCIE BADAWCZYM

Poniżej przedstawiamy proponowaną metodologię badania dla modułu eksploracyjnego. Zaproponowany zestaw metod i technik badawczych zapewnia triangulację metod oraz źródeł danych. Przy każdej metodzie został przedstawiony krótki opis sposobu realizacji metody wraz doбором próby. Jednocześnie wykonawca będzie przygotowywał notatki ze zrealizowanych przedsięwzięć, które Zamawiający będzie mógł publikować na stronie internetowej.

Przedstawione metody i techniki są wykorzystywane w ramach zarówno **badan jakościowych i ilościowych**.

Jeżeli chodzi o **jakościowe badania** to są to m.in. „badania terenowe (...) szczególnie efektywne, gdy stosuje się je do badania subtelných niuansów w postawach i zachowaniach oraz do badania procesów społecznych w czasie. Główna mocna strona tej metody leży w głębi rozumienia, jakie umożliwia. (...)”¹. Ponadto są to badania elastyczne, możliwe do zaprojektowania nawet gdy, pojawi się wątek, który należy wyjaśnić już w trakcie procesu badawczego. Mogą to być badania dość tanie w realizacji, ponieważ może je realizować jeden lub dwóch badaczy. Badania jakościowe dostarczają również więcej trafnych informacji, ponieważ docierają w głąb analizowanych zjawisk, do kwestii niezauważalnych i nie mierzalnych za pomocą metod ilościowych.

Badania ilościowe z kolei dostarczają danych zebranych w jednym czasie na dużej liczbie respondentów co pozwala uzyskać obiektywne wyniki w zbieraniu, analizie i interpretowaniu zjawisk społecznych. Jednocześnie umożliwiają diagnozę stanów, zjawisk, społeczeństwa możliwą dzięki analizom statystycznym. Badania kwestionariuszowe, ankietowe a także te wspomagane komputerowo nadają się przede wszystkim do badania zjawisk masowych, które zachodzą na poziomie makrospołecznym. Wykorzystywane są poznawania poglądów ludzi, czyli świadomości społecznej.

Analiza desk research	Badania focusowe
Badania CAWI	Wywiady pogłębione (IDI)

¹ Babbie E., (2006), Badania społeczne w praktyce, Warszawa, s. 351

Analiza desk research

Analiza desk research należy do niereaktywnych metod badawczych, czyli takich, w których nie ma potrzeby angażowania jakichkolwiek uczestników badania, stąd też nie dochodzi do interakcji pomiędzy badaczem a jednostkami badanymi.²

Polega na wykorzystaniu w badaniu dostępnych danych wtórnych takich jak publikacje, raporty, biuletyny, bazy danych, katalogi, informacje dostępne na stronach internetowych.

Do danych wtórnych należy również zaliczyć dane pochodzące z wcześniejszych analiz statystycznych przeprowadzonych przez instytuty badawcze - zarówno te dotyczące danych opinii na wybrany temat, a także dane statystyczne odzwierciedlający analizowany problem. Analiza danych statystycznych pozwala również na ukazanie pewnych zjawisk w porównaniu na różnych poziomach przestrzeni (gmina, powiat, województwo, kraj).

Jest to metoda badawcza, która zakłada szczegółową analizę dostępnych danych. Przed wykorzystaniem danych w badaniu są one analizowane pod kątem wiarygodności, rzetelności i aktualności. Desk research jest użyteczny ze względu na wysoki stopień obiektywizmu oraz możliwość wykorzystania zebranych informacji na potrzeby procedur badawczych realizowanych w kolejnych etapach badania.

Metoda będzie polegała na zebraniu oraz analizie danych zastanych, które zostały zidentyfikowane na wstępnym etapie desk research. Znajdzie ona bardzo szerokie zastosowanie w badaniu – w przypadku niektórych modułów badawczych stanowić będzie główne źródło informacji, czasem będzie pełnić dla wnioskowania jedynie funkcję pomocniczą.

Do analizy Desk Research zostaną wykorzystane następujące źródła:

DOKUMENTY

- Gminny Program Rewitalizacji dla Gminy Starachowice na lata 2016 – 2025
- Problemy społeczne na obszarze rewitalizacji Gminy Starachowice – raport z badania
- Strategia Rozwoju Gminy Starachowice
- Sprawozdania z Realizacji rocznego programu współpracy Gminy Starachowice z organizacjami pozarządowymi
- Delimitacja Obszaru Rewitalizacji
- Schemat Działania Świetlicy Środowiskowej w Starachowicach

DANE

- Dane z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego
- Dane udostępnione przez Urząd Miasta w Starachowicach

² <https://dobrebadania.pl>

STRONY WWW

- <http://rewitalizacja.starachowice.eu/>
- <https://starachowice.eu/>
- <http://www.powiat.starachowice.pl/>
 - Współpraca z NGO
- <http://bip.um.starachowice.pl/index.php?type=4&name=bt254&func=selectsite&value%5B0%5D=mnu6&value%5B1%5D=453>
- <https://www.youtube.com/user/umstarachowice>

Badania Focusowe (FGI)

Badania focusowe (FGI – Focus Group Interview) są to badania jakościowe, dzięki którym możliwe jest zbieranie danych z realnego życia w środowisku społecznym. Jest to badanie elastyczne oraz szybko daje wyniki. Prowadzone są przez moderatora, który zadaje uczestnikom pytania wg wcześniej przygotowanego scenariusza. Technika ta pozwala na swobodną interakcję pomiędzy uczestnikami wywiadu, co z każdą wypowiedzią generuje nowe wątki w dyskusji. Jest jednocześnie platformą do obserwacji ludzkich zachowań, co może być również ważną informacją ze względu na przyjęte zmienne w analizie. Wywiady focusowe są nagrywane na dyktafon a także za pomocą kamery.

Ze względu na jakość i trafność uzyskiwanych informacji powinna być prowadzona w czasie od 1 do 1,5 godziny, aby nie zniechęcić uczestników badania. Ilość uczestników to ok. 8 do 12 osób, natomiast liczba ta różni się ze względu na poszczególne typy wywiadów focusowych.

Na potrzeby badania zostaną przeprowadzone 2 FGI z udziałem (każdy FGI) ok. 10 osób.

Do udziału w badaniach fokusowych zostaną zaproszeni reprezentanci organizacji pozarządowych działających w obszarach:

- Pomoc społeczna,
- Kultura fizyczna i sport
- Kultura
- Aktywność społeczna
- Ochrona i promocja zdrowia

Wywiady pogłębione (IDI)

Jest to wywiad prowadzony przez badacza (moderatora) z jedną osobą. Rozmowa jest prowadzona według ustalonego i przystosowanego do ogólnych problemów badawczych scenariusza wywiadu i pozwala wejść w głąb analizowanego problemu, zjawiska. Może być to rozmowa wysoko standaryzowana (lista szczegółowych pytań, które należy zadać badanemu) lub taka, która zawiera najważniejsze wątki, o które trzeba zapytać. Należy jednak pamiętać, aby bez względu na zestaw pytań dostępnych w scenariuszu wywiadu dostosowywać kierunek rozmowy do nowo pojawiających się wątków generowanych przez samego badanego.

Może być stosowana wśród osób znaczących dla społeczności, organizacji, które mogą być ekspertami w analizie głównego problemu badawczego – lokalni liderzy eksperci, kierownicy.

Na potrzeby badania zostaną zrealizowane 10 IDI z przedstawicielami organizacji pozarządowych zajmujących się działalnością w wyróżnionych obszarach, przy przyjęciu założenia, iż co najmniej 1 IDI zostanie zrealizowany w każdym ze wskazanych poniżej obszarów:

- Pomoc społeczna,
- Kultura fizyczna i sport
- Kultura
- Aktywność społeczna
- Ochrona i promocja zdrowia

Badanie internetowe CAWI

W ramach modułu eksploracyjnego proponujemy dodatkową metodę badawczą – badanie ankietowe CAWI. Wywiad kwestionariuszowy realizowany przez Internet (ang. *Computer Assisted Web Interview*) jest to technika stosowana w badaniach ilościowych, wykorzystująca Internet do realizacji wywiadów z respondentami. **Głównym celem badania będzie pozyskanie odpowiedzi na zadane pytania badawcze.** Ankiety zostaną opracowane w wersji doc. i przedłożone do akceptacji Zamawiającemu. Szczegółowy zakres zastosowania metod badawczych ustalony zostanie z Zamawiającym. **Wzór kwestionariusza ankiety CAWI zostaną opracowane finalnie po przystąpieniu do realizacji zadania.**

Badanie CAWI realizowane będzie przy wykorzystaniu specjalnego oprogramowania komputerowego. Wchodząc na link do strony www ankietowany będzie mógł zdalnie udzielić odpowiedzi na pytania badawcze.

Na potrzeby badania zostanie zrealizowane od 50 do 100 ankiet z pomocą kwestionariusza przez Internet, który zostanie skierowany do grupy wszystkich aktywnie działających organizacji pozarządowych (próbę wyczerpaną), a ilość wypełnień będzie uzależniona od zaangażowania organizacji. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę organizacji do których skierował wielokrotne zaproszenie do wypełnienia ankiety wraz ze wskazaniem organizacji, które ankietę

wypełniły oraz takich, które odmówiły udziału w badaniu lub z przyczyn innych nie wypełniły ankiety.

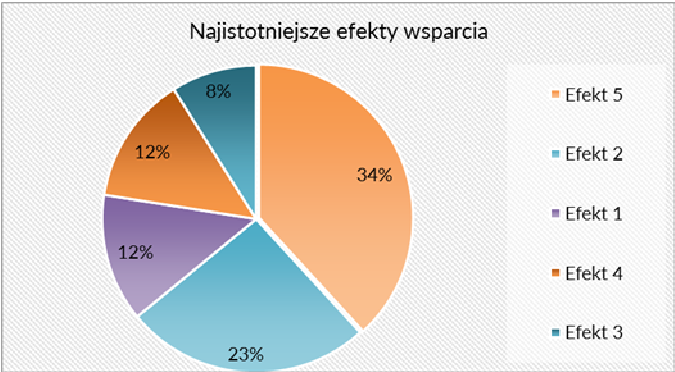
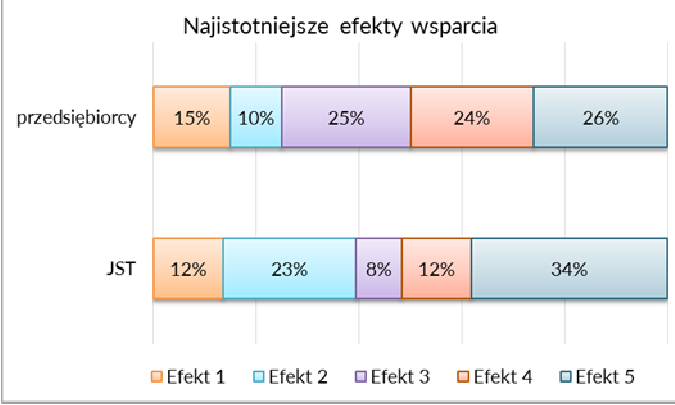
Zakłada się, iż do wybranych organizacji, których przedstawiciele, ze względów technicznych, nie będą mogli wypełnić ankiety, skierowany zostanie ankieter, celem uzyskania odpowiedzi lub zaproponowana zostanie telefoniczna możliwość udzielenia odpowiedzi, które zostaną wpisane do kwestionariusza przez wyszkolonego ankietera.

Raport (analiza statystyczna oraz jakościowa)

Przeprowadzone badania pozwolą na uzyskanie odpowiedzi na postawione problemy badawcze. Aby tego dokonać zostanie przeprowadzona analiza statystyczna i jakościowa wraz z opracowaniem raportów z poszczególnych części badań jak i raportów całościowych.

W ramach usługi proponujemy realizację analiz statystycznych oraz jakościowych. Analiza statystyczna będzie obejmowała badanie i interpretację zebranego materiału statystycznego pochodzącego z badań ilościowych w celu ujawnienia w nim określonych prawidłowości i związków oraz formułowanie na ich podstawie wniosków. Będzie obejmować analizę struktury, dynamiki, natężenia i współzależności. Wyniki analiz zostaną zaprezentowane w Raporcie końcowym w postaci zestawień, tabel, wykresów i map.

Analiza statystyczna będzie również obejmować dane zastane o charakterze ilościowym. Poniżej przedstawiamy przykładowe rodzaje obliczeń i ich wyniki w formie graficznej. Poniżej przedstawiono przykładowe rodzaje analiz statystycznych i ich wyniki w formie graficznej:

Sposób analizy danych	Opis	Przykład																		
<p>Rozkłady częstości</p>	<p>Podstawowym i najprostszym sposobem analizy będzie przedstawienie zebranych wyników w postaci rozkładów częstości. Pokazywały one będą częstość (w ujęciu procentowym i liczbowym) występowania danych informacji w populacji projektów. Badane zmienne prezentowane będą najczęściej w postaci wykresów lub tabel.</p>	 <table border="1"> <caption>Najistotniejsze efekty wsparcia</caption> <thead> <tr> <th>Efekt</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Efekt 5</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 2</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 1</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 4</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Efekt 3</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Efekt	Procent	Efekt 5	34%	Efekt 2	23%	Efekt 1	12%	Efekt 4	12%	Efekt 3	8%						
Efekt	Procent																			
Efekt 5	34%																			
Efekt 2	23%																			
Efekt 1	12%																			
Efekt 4	12%																			
Efekt 3	8%																			
<p>Rozkłady krzyżowe</p>	<p>W przypadku potrzeby porównania odpowiedzi różnych kategorii np. różnego typu PKD będą rozkłady krzyżowe. Prezentowane one będą w postaci wykresów lub tabel. Dzięki nim uzyskamy informacje na temat każdej z wyodrębnionych grup, a co za tym idzie - możliwość ich łatwego porównania.</p>	 <table border="1"> <caption>Najistotniejsze efekty wsparcia</caption> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Efekt 1</th> <th>Efekt 2</th> <th>Efekt 3</th> <th>Efekt 4</th> <th>Efekt 5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>przedsiębiorcy</td> <td>15%</td> <td>10%</td> <td>25%</td> <td>24%</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>JST</td> <td>12%</td> <td>23%</td> <td>8%</td> <td>12%</td> <td>34%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Efekt 1	Efekt 2	Efekt 3	Efekt 4	Efekt 5	przedsiębiorcy	15%	10%	25%	24%	26%	JST	12%	23%	8%	12%	34%
Kategoria	Efekt 1	Efekt 2	Efekt 3	Efekt 4	Efekt 5															
przedsiębiorcy	15%	10%	25%	24%	26%															
JST	12%	23%	8%	12%	34%															



OMR Grupa Badawcza Sławomir Kozieł

ul. Rydza Śmigłego 23/10

65-610 Zielona Góra

NIP 615-192-86-02

mail: s.kozieł@grupabadawcza.com.pl

tel. 531-86-08-02