



СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОГРАММ ИНИЦИАТИВНОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

Галкина Наталия Юрьевна

научный сотрудник

Центр инициативного бюджетирования НИФИ Минфина РФ

Социология – это инструмент

ИСТИННЫЕ ЦЕЛИ

- Выявление потребностей
- Тестирование проектов
- Оценка результативности
- Отслеживание тенденций

ЛОЖНЫЕ ЦЕЛИ

Решение косвенных задач:

- Информирование / PR, привлечение внимания
 - Получение желаемых результатов
 - Имитация процедур вовлечения
 - «Выпуск пара»

Когда с/л исследование становится эффективным

- **Истинные цели:** актуальные задачи, реальная потребность в результатах, понимание, как с этими результатами дальше работать
- Не ошибиться с определением **целевой аудитории** (кого спрашивать)
- **Репрезентативность** для выбранной целевой аудитории
- Не игнорировать результаты, **использовать в текущей работе**, иначе это выброшенные деньги и силы

Как работает социология

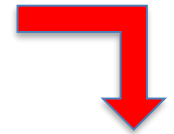
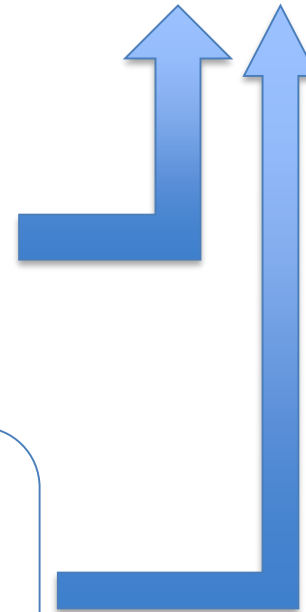
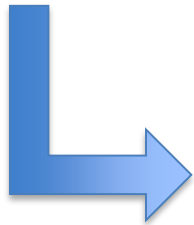
Интересующие
вопросы =
**программа
исследования**

Получение инсайтов
/ Оценка эффектов

**Принятие
решений на
основе
данных**

Поисковый этап:
качественные и
количественные
методы

Трекинг динамики
– при
необходимости



Место социологии в ИБ

Эффекты ИБ ... и их измерение

- экономические
 - про объекты + деньги
- управленческие
 - про власть
- институциональные
 - про общественные институты
- социальные
 - про людей

Мониторинг

--

--

социологические
замеры

Какие задачи может решать социология в ИБ

- оценка **потребностей** населения в инфраструктурных изменениях
- сбор и оценка проектных **идей**
- разработка и улучшение **механизмов реализации практик**
- оценке мероприятий / **результатов ИБ**

Социология — это только один из шагов в комплексе информационной и социальной работы

- **Установочное** исследование – до старта
 - Информирование: что и зачем делать
 - Активная работа с населением по вовлечению и по созданию «ядер притяжения»
- **Промежуточные** замеры
 - Постоянная обратная связь в процессе подготовки и реализации ИБ практик
- **Оценка результативности** – по окончании
 - Внесение корректировок в новый цикл

Где социология ЕСТЬ:

✓ ОПРОСЫ

- ✓ по репрезентативной выборке

✓ ФОКУС-ГРУППЫ

- ✓ с целевыми аудиториями

Методология !!!

и где ее НЕТ:

- «голосовалки» (в соцсетях, на порталах и т.п.)
- опросы на «платежках за ЖКХ», сбор пожеланий, заявок, обращений
- сходы, собрания, опросы на мероприятиях
- референдумы
- подсчеты благополучателей

Что требуется, что соц. исследование было валидным

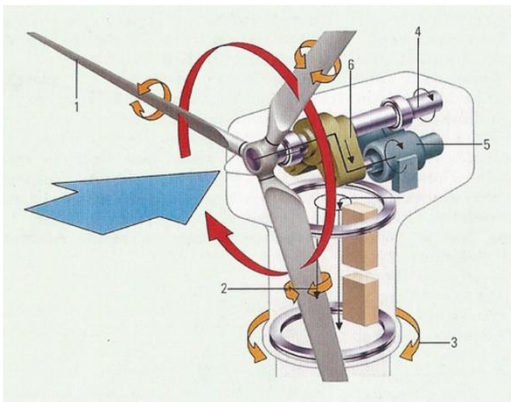
- **Репрезентативность** выборки
 - понимание «какова наша целевая аудитория»
 - достаточность объема выборки ($N = 400 / 600 / 800 / 1000 / 1600 / \dots$) для оценки погрешности
- **Понимание контекста** ИБ (для разработки анкеты, гайдов фокус-групп)
- **Профессиональное исполнение** (интервьюеры, модераторы, анализ данных)
- **Методический контроль** качества
 - работы интервьюеров в первую очередь

Кто может выполнять?



- Местное социологическое «полевое» агентство

- Кафедра социологии университета



- Своими силами ...

**лучше
комбинировать
усилия**

Задача:

повысить уровень включенности жителей в решение местных проблем

УСЛОВНЫЙ
ПРИМЕР

Необходимо определить:

- Текущий уровень вовлеченности и причины низкого интереса
- Желаемые и приемлемые варианты участия
- Темы, которые волнуют прежде всего, в которые готовы и не готовы включаться
- Степень информированности
- Готовность включаться (в какие процессы с какой интенсивностью)
- На какие результаты нацелены

Результаты - > стратегия вовлечения населения

Задача:
Развить доходогенерирующие
инициативы

Необходимо измерить:

- Уровень готовности к предпринимательству
- Уровень знаний и навыков, объем ресурсов
- Потенциальные сферы
- Барьеры для предпринимательства
- Востребованность мер помощи и поддержки МБ

Результаты исследования - > меры поддержки
доходогенерирующих проектов и

Спасибо за внимание

Галкина Наталия Юрьевна

н.с. Центра инициативного бюджетирования НИФИ Минфина РФ

nataly.galkina@gmail.com

+7 (916) 670-18-35