



8-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
АШЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ

ҒЫЛЫМИ ЗЕРТТЕУ ЖҮРГІЗУ ӘДІСТЕМЕСІҚАТЫНАСҚА

Баға беруші зерттеу дизайны





Кітап: Ғылыми зерттеу жүргізу әдістемесі

Дәріс: Баға беруші зерттеу дизайны

Кейбір зерттеулер қазіргі бір жағдайды өзгертуге ықпал ету, немесе өзгерістерді бағалау немесе қалай өзгеріс енгізе аламын деген сұрақтың айналасында болуы мүмкін. Яғни бұндай зерттеу дизайнердың өзгеріс әкелуге тырысатын зерттеулер деп сипаттауға болады. Ондай зерттеулердің үш түрі болады:

- 1) баға беруші зерттеу,
- 2) іс-әрекетті талап ететін зерттеу және
- 3) эмансипаторлық зерттеу.

Баға беруші зерттеу — Бастамалардың салдарын сондай-ақ, оларды өзгерту және жақсарту мүмкіндіктерін анықтауға тырысатын зерттеу түрі.

Баға беруші зерттеу мынадай жағдайларда жүргізіледі. Мәселен, қандай да бір бастама енгізілді дейік. Мәселен жоғарғы сыныптарда физика, математика пәндерін ағылшын тілінде жүргізу керек деген бастама ұсынылды делік. Осындай жағдайда сізге осы бастаманың қаншалықты тиімді екенін, оны ары қарай жалғастыруға тұра ма, немесе қандай нәрселер ескерілмей қалған, қаржы жағы дұрыс ойластырылған ба, оны ары қарай жалғастыру керек болса, онда жобаға қандай өзгерістер енгізіп алған дұрыс деген сияқты сұрақтарды қарап, осы өзгерістің жалпы бағасын беруіңіз керек. Басқа зерттеулерге қарағанда баға беруші зерттеудің айырмашылығы ол көбіне тапсырыс бойынша атқарылады. Тапсырыс берушілер мемлекеттік ұйымдар, жеке кәсіпкерлер, қоғамдық ұйымдар болуы мүмкін. Оның нәтижелері жалпы халық үшін аса өзекті болуы мүмкін, немесе тек жеке бір компанияның мүддесіне байланысты құрылған болуы мүмкін. Соңғы уақыттары баға беруші зерттеуге деген сұраныс күрт өсуде. Өйткені көп жағдайда салынып отырған инвестиция өз-өзін ақтай ма деген сұрақпен, немесе белгілі бір топты бастаманың дұрыстығына көз жеткіздіру үшін жүргізіледі. Баға беруші зерттеудің бірнеше түрі бар. Біріншісі жиынтық/нәтиже бағалау.

Жиынтық/Нәтиже бағалау

Жиынтық бағалау нәтиже бағалау деп те аталады. Ол өзгеріс стратегиясы тиімді әрі өнімді ме деген сұраққа жауап іздейді. Нәтиже бағалаудың қорытындылары бағдарламаны қаржыландыруға, оны жалғастыруға, тоқтатуға, кеңейтуге немесе қысқартуға байланысты шешім қабылдау бойынша ақпарат береді деп күтіледі. Нәтижелер көбіне стейкхолдерлер тобы үшін және жалпы халық үшін де қызықты болуы мүмкін.

Жиынтық бағалауға сәйкес келетін әдістер

Жиынтық бағалауда қандай әдіс-тәсілдер қолданылады. Бұл жағдайда парадигмалық көзқарастар емес, зерттеуде қойылған міндеттердің ерекшеліктеріне қарай таңдалады. Жиынтық бағалауда негізгі мақсат бастама нәтижелі болған, болмағанын анықтау. Басқаша айтқанда, ол өзі қойған міндеттерге қол жеткізе алды ма? Нәтижені зерделеуші бағалаушы ретінде бастаманың сәттілігін қай қырынан қарастыруыңыз керек екенін басынан анықтап алыңыз. Өйткені бастаманың нәтижесі әр тұрғыдан алғанда әртүрлі мәнге ие болуы мүмкін. Бастаманың нәтижесін провайдердің, ол өзгерісті қабылдаушының немесе жалпы қара халықтың мүдделері тұрғысынан алғанда, ол әртүрлі сұрақтарға және талаптарға сәйкес болуы мүмкін. Сондықтан сіз үшін қай жақтың мүддесі басты екенін анықтап алу аса маңызды. Соған орай сіз зерттеу мақсаттарыңыз бен міндеттеріңізді анықтайсыз.

1. Провайдер тұрғысынан — Провайдер дегеніміз бастама бастап отырғандар. Мысалы, егер бастама білім жүйесімен байланысты болса, онда провайдер білім және ғылым министрлігі болуы мүмкін. Егер жұмыс орнында әлеуметтік желілерде қолдануға тиым жасап, сол бастаманың нәтижелерін бағалағысы келетін ұйым болса, онда сол ұйымның бастығы провайдер болып шығады. Провайдерлер тапсырыс бергенде бастамаларының іске асатынына өздері де сенбеуі мүмкін. Олар бастаманың сәтті нәтижесіне сенімді болған соң емес, не өз күдігін сейілту үшін, не оны болдырмау үшін тексеріп отырған болуы мүмкін. Провайдердің не күтетініне байланысты сіз зерттеу міндеттеріңізді айқындап алғаныңыз жөн. Олардан бұл бастаманың өзекті болатынына өзіңіз сенімдісіз бе деп сұрап алған жөн. Ол үшін не сұхбат жүргізесіз, не фокус топтармен жұмыс істейсіз. Фокус топтар дегеніміз бастаманың әртүрлі сатылары үшін жауапты қызметкерлер, мысалы менеджерлер, есепшілер т.с.с. Болмаса, бастамамен байланысты барлық құжаттарды талдап, оның салған шығындарды ақтау мүмкіндігіне баға беруіңіз мүмкін.

2. Қабылдаушы тұрғысынан – Қабылдаушы дегеніміз бастаманың нәтижелерін басынан өткізетіндер. Мысалы, мектептегі бастама болса, оның қабылдаушылары не оқушылар, не ұстаздар, не ата-аналар болуы мүмкін. Олар бастаманың орынды, орынсыз екенін тексергісі келуі мүмкін. Ондай жағдайда сіз кейс/басқару дизайн арқылы, дизайнға дейін/дизайннан кейін немесе кейс/басқару-дизайнға дейін/дизайннан



кейін деген үш түрлі жолмен зерттеуді жүргізе аласыз. Біріншіден, Кейс/басқару дизайнымен жүргеніңізде сол бастаманы бастан кешірген топпен ондай бастамадан өтпеген екі топты салыстыра аласыз. Екеуін салыстыру арқылы, бастаманы бастан кешірген топта қандай өзгеріс болғанын, олардың оң немесе теріс нәтижеде болғанын бағалай аласыз. Екінші жағдайда бастамаға дейінгі жағдай мен бастамадан кейінгі жағдайды салыстырасыз. Үшіншісінде осы айтылған екі әдісті біріктіресіз. Бұл тәсілдерді қолдану барлық жағдайларда мүмкін бола бермейді. Оларды іске асыру үшін баға беруші зерттеу бастама басталмай тұрған кезде жоспарланған болуы керек. Ал егер бастама ендіріліп қойған болса, онда сұхбат алу арқылы баға беруші зерттеу жүргізесіз.

3. Қауымдастықты кеңірек тұрғыдан қарастыру – Кейде баға беруші зерттеуде тек бастаманы қабылдаушылар емес, сол бастамаға жанама түрде қатысы барлар да зерттеледі. Бұл жағдайда сауалнама немесе фокус топ зерттеу әдісі қолданылады.

Формативті/Процесті бағалау

Баға беруші зерттеудің тағы бір түрі — процесті бағалайтын формативті бағалау түрі. Бұл зерттеу түрі ендірілген бастаманың жалпы барысы қалай өтіп жатқанын, оның осы уақытқа дейін қаншалықты сәтті болғанын, ары қарай оны жалғастыруға бола ма, әлде оны асы сатыда тоқтатып тастаған дұрыс па, егер жалғастырылған жағдайда оны қалай жетілдіре түсуге болады деген сұрақтарды қамтиды. Әдетте бұл зерттеудің нәтижесін басқа жобаларға “тасымалдауға” болады, яғни осыған ұқсас басқа зерттеулер жүргізілген жағдайда осы зерттеудің нәтижелерін оған да қолдануға болады.

Формативті бағалауға сәйкес келетін әдістер

Алдыңғы зерттеу түріндегідей, формативті бағалауда да міндеттерді провайдер, қабылдаушы және кеңірек қауымдастық тұрғысына қарай әртүрлі қою керек болады және сәйкесінше әдістер де бір-бірінен өзгешелеу болады.

- Провайдер тұрғысынан зерттеу – Провайдердің ауқымдылығына байланысты зерттеу дизайныңыз терең сұхбаттан фокус топтар, сауалнамалар, құжаттармен жұмыс және бақылау сияқты әдістерден тұруы мүмкін.
- Қабылдаушы тұрғысынан зерттеу – Бұл тұрғыдан зерттеуде сұхбат, фокус топтар және сауалнамалар сияқты әдістерге сүйенуіңіз мүмкін.
- Кеңірек қауымдастық тұрғысынан зерттеу – Бұл жағдайда қолданылуы ықтимал әдістерге сауалнамалар, фокус топтар және негізгі ақпарат берушілерден сұхбат алу жатуы мүмкін.

Баға беруші зерттеудің өзіндік қиындықтары болуы мүмкін. Мысалы, зерттеуді тапсырып отырғандар сізден қандай да бір нақты нәтижеге қол жеткізуіңізге мүдделі болуы мүмкін. Мәселен, бір компания үшін бір жобаның оң қолдауға ие болғаны керек болады және олар зерттеушіге тапсырыс бергенде зерттеудің шынайы нәтижесін білу мақсатында емес, өз мүдделерін іске асыру үшін жасап отырған болуы мүмкін. Немесе тапсырыс берушілер өзінің бастамасын тиімді әрі ең дұрыс жол деген ойда болып, олар айтылған сынды дұрыс қабылдамауы мүмкін. Тапсырысты беруші де өздері болғандықтан, олар тек оң баға алуға лайықтымыз деген ойда да болуы мүмкін.

Баға беруші зерттеуге көп жағдайда тапсырыс бастама ендіріліп болған соң түсуі ықтимал. Ол кезде тек нәтижені ғана көре аласыз. Бастамаға дейін зерттеу нысаныңыз қандай жағдайда болғанын және ненің өзгергенін салыстыра алмайсыз. Бұндай жағдайда тек сұхбат алу арқылы стейкхолдерлердің күтетін нәтижелеріне қол жеткізілген/жеткізілмегенін анықтай аласыз. Салыстыру жүргізу мүмкін болмайды.

Тағы бір қиындық міндеттер айқындалмағанда және оларды өлшеуге келмейтіндей болғанда. Ең жақсы міндеттер нақты, өлшенбелі, қолжетімді, өзекті және уақытпен жүргізілетін міндеттер. Егер міндеттеріңіз осы талапқа сәйкес болса, онда оны өлшеу қиын болмайды. Бірақ кейде міндеттер анық айқындалмай жатады. Сол кезде оны өлшеу де қиынға түседі.

- бастаманың міндеттерін нақты белгілеп және айқындап алу үшін стейкхолдерлермен жұмыс істеу – бұл «бағдарлама логикасымен» жұмыс істеуден тұруы мүмкін (төменде қараңыз);
- қай міндеттерді бағалауға артықшылықтар берілетіні туралы шешім қабылдау;
- бұл міндеттер қалай іске асырыла алатынына байланысты шешім қабылдау және ол туралы ортақ келісімге келу (мысалы, «кішкентай балалардың оқудан қалай қуанатынын» өлшей алатын әдісті құрап шығу «үшінші сынып оқушыларының оқу жылының соңына қарай бос уақытта оқумен



шұғылдануы 50%-ға жоғарылағанын» өлшей алатын әдісті құрастыру әлдеқайда қиын).

Тағы бір жағдайларда зерттеудің нәтижесін бағалайтындай ұзақ уақыт өтпеген болуы да мүмкін. Мысалы, бір мектепті эксперименталды мектеп ретінде алып, ол мектептегі балаларға қосымша бір пәндерді енгізіп көретін болды делік. Ол пәнді ендіру оқушылардың ересек өмірге икемділігін арттырады деп күтіледі. Бірақ нәтижеге баға беру үшін оқушылар мектеп бітірген соң біршама жылдың өтуін күту керек. Осындай бастаманы бағалау керек болса, бірақ бастаманың ендірілгенінен бері ұзақ уақыт өтпеген жағдайда қолда бар уақыт ауқымында өлшеуге болатын қысқадан бастап орта мерзімді нәтижелерді алуға өзара келісу және ұзақ мерзімде күтілетін нәтижелермен олардың корреляциясын жасау. Мысалы, біздің жағдайда сіз оқушылардың осы пән ендірілген соң қоғамдасу қабілеті қаншалықты жақсарғанын бағалауыңызға болады. Ол үшін оқушылардың бір-бірімен қарым-қатынасының қаншалықты жақсарғанын, сабақтан тыс уақыттарда айналысатын қызығушылықтарының қалай өзгергенін бақылап, соны басқа сыныптың оқушыларымен салыстыруға болады. Соңында алынған нәтижені болашақта күтілетін нәтижелермен байланыстыра зерделейсіз.

Баға беруші зерттеушінің алдынан шығатын тағы бір қиындық салдарды өлшеу немесе салдарды бастамамен байланыстыру қиын болғанда. Мысалы, сізден қандай да бір өзгеріске қол жету үшін қандай әрекеттерге бару керектігін анықтауға тапсырыс келді. Айталық, балалардың планшетке тәуелдігін азайту үшін не істеу керек екенін анықтау керек? Ондай кезде сіз баланы планшетке еліктіретін және оны басқа нәрселерге қызықтыратын қандай факторлар екенін анықтап алуыңыз керек. Есіңізде болсын: сіз бұл жерде тек корреляцияны табуды мақсат тұтып отырған жоқсыз. Шындығында себеп пен салдарды қалыптастырайын деп жатырсыз, және әдісіңіз кез келген алынған өзгерістерге не айырмашылықтарға себеп болуы мүмкін кез келген факторларды басқаруы тиіс.

Сонымен, біз баға беруші зерттеу түріне қатысты негізгі талаптарды, оның қиын тұстарын таратып шықтық. Бірақ ол туралы әлі де тереңірек білгіңіз келсе, оқулықтан толығырақ біле аласыз.