

Évaluation des besoins d'une population

**Livret de travail pour l'évaluation des
besoins des clients et des praticiens
concernant les prises de décisions**

M.J. Jacobsen, inf., MEd
A. O'Connor, inf., PhD
Université d'Ottawa

TABLE DES MATIÈRES

Page

1. Qu'est-ce que l'évaluation des besoins d'une population?	4
2. Quelle est la raison d'être ou l'objectif d'une évaluation des besoins?	4
2.1. Pourquoi effectuer une évaluation des besoins?	4
2.1.1. Déterminer ce que les groupes veulent ou ce dont ils ont besoin	4
2.1.2. Déterminer si les programmes existants répondent aux besoins d'aide à la décision	5
2.1.3. Déterminer quels groupes ont besoin de services	5
2.1.4. Déterminer les meilleures solutions pour répondre au besoin	5
2.2. À quoi servent les résultats d'une évaluation des besoins?	6
2.2.1. Planifier des programmes et des services	6
2.2.2. Définir et résoudre les problèmes	6
2.2.3. Établir des priorités	6
2.2.4. Évaluer les programmes et en confirmer la nécessité	6
2.2.5. Faire prendre conscience des besoins et des interventions possibles	7
2.2.6. Impliquer les personnes directement intéressées et encourager leur engagement	7
3. Planification d'une évaluation des besoins	8
Étapes de la planification d'une évaluation des besoins	8
3.1. Étape 1. Définir l' <i>objectif</i> de l'évaluation de besoins	9
3.2. Étape 2. Identifier les <i>participants</i>	10
3.3. Étape 3. Effectuer une <i>analyse raisonnée</i> ou déterminer le but de l'évaluation de besoins	11
3.4. Étape 4. Identifier les <i>informations</i> à recueillir	12
3.5. Étape 5. Sélectionner les <i>méthodes</i> de recueil des informations	13
3.6. Étape 6. Développer les <i>outils de recueil de données</i>	14
Étapes 4, 5 et 6: Feuille de travail – Information, sources et méthodes	15
3.7. Étape 7. Sélectionner l' <i>échantillon</i> , la <i>taille de l'échantillon</i> et la <i>méthode</i> <i>d'échantillonnage</i>	17
3.8. Étape 8. Établir un <i>calendrier</i>	18
3.9. Étape 9. Effectuer l'évaluation des besoins	19
3.10. Étape 10. Analyser et résumer les résultats	19
3.11. Étape 11. Présenter les informations	19
4. Glossaire	20
5. Exemples de méthodes et d'outils d'évaluation des besoins	23
5.1. Outils destinés au praticien	23
5.1.1. Entretien personnel avec un informateur	23
6. Bibliographie et ressources	28

Évaluation des besoins d'une population: Évaluation des besoins des clients et des praticiens concernant les prises de décisions partagées.

1. Qu'est-ce que l'évaluation des besoins d'une population?

Un besoin peut être défini par la «différence entre ce qui est et ce qui devrait être». Une **évaluation de besoins** est une étude permettant de recueillir des données destinées à estimer les besoins d'un groupe, d'une communauté ou d'un organisme. Dans le contexte de la prise de décisions, l'évaluation des besoins est axée sur l'identification de ce qui est nécessaire a) à la population de clients pour prendre de meilleures décisions, et b) à la population de praticiens pour améliorer le soutien qu'elle fournit aux clients lors de la prise de décisions.

2. Quelle est la raison d'être ou l'objectif d'une évaluation des besoins?

Une évaluation est le fait de recueillir des informations sur les opinions, les comportements et les préférences d'individus et de groupes. La *raison d'être* et l'*objectif* d'une évaluation des besoins expliquent pourquoi cette évaluation est effectuée et comment les résultats seront utilisés.

2.1. Pourquoi effectuer une évaluation des besoins?

Une évaluation des besoins aide à déterminer:

- ce qu'un groupe désire ou ce dont il a besoin;
- si les programmes ou les interventions existantes répondent aux besoins de ceux et celles qui sont supposés en bénéficiers;
- quels groupes ont besoin de services; et
- quelles seraient les meilleurs moyens de répondre à ces besoins.

2.1.1. Déterminer ce que les groupes veulent ou ce dont ils ont besoin

Il est important d'évaluer ce dont les groupes disent avoir besoin (leurs *desiderata* qui ne coïncident pas forcément avec leurs besoins réels). Selon le Cadre conceptuel d'aide à la décision de l'Équipe d'Ottawa, l'objectif est de demander aux populations de clients et de praticiens de déterminer les difficultés qu'elles éprouvent face à la prise de décisions. Des problèmes peuvent se poser concernant leur *perception de la décision et des autres personnes importantes participants à la prise de décisions*, ainsi que la disponibilité des ressources disponibles pour la prise de décisions et sa mise en œuvre.

Exemples de questions à poser:

Quelles sont les décisions que les clients ont à prendre? Quelles sont les décisions pour lesquelles les praticiens doivent consacrer du temps à aider leurs clients? Quelles sont les décisions les plus difficiles à prendre? Qu'est-ce qui rend la décision difficile? Pour quelles décisions les clients pensent-ils avoir besoin d'aide? Pour quelle décision(s) les praticiens apprécieraient de disposer d'une aide? De quoi a-t-on besoin? (par ex. – pour les clients: informations fiables, soutien, plus de confiance en soi et de meilleures compétences pour

prendre une décision, méthodes de clarification et de communication des valeurs, etc. – pour les praticiens: informations fiables, stratégies et techniques d'aide à la décision, etc.)

2.1.2. Déterminer si les programmes existants répondent aux besoins d'aide à la décision

En se reportant au besoin défini comme la «différence entre ce qui est et ce qui devrait être», il est important de commencer par comprendre comment ce qui est déjà fait répond effectivement ou non aux besoins des clients et des praticiens.

Exemples de questions à poser:

Que fait-on à l'heure actuelle? Comment, en général, ces décisions sont-elles prises? Comment les praticiens (infirmières, médecins et autres) aident-ils actuellement leurs clients à prendre leurs décisions? Quels sont les besoins qui ne sont pas satisfaits? Quels obstacles empêchent d'apporter une aide à la décision? Quels éléments viennent faciliter l'apport d'une aide à la décision? Quelles stratégies pourrait-on utiliser pour surmonter les obstacles?

2.1.3. Déterminer quels groupes ont besoin de services

L'évaluation des besoins vous permet d'identifier des groupes qui ne reçoivent pas l'aide à la décision qui leur est nécessaire. Il peut s'agir d'une population nombreuse ou d'un groupe «cible». La population de votre ville peut avoir changé ou certains groupes de votre communauté ne profitent pas des services de votre organisation.

Exemples de questions à poser:

Quels sont les groupes dont les besoins ne sont pas remplis? (Par exemple, toutes les femmes du centre de santé communautaire, les femmes âgées, les familles avec de jeunes enfants, les mères se posant des questions sur l'allaitement au sein.) Ces groupes s'impliquent-ils dans des prises de décisions de santé qui ne sont actuellement pas couverts par votre organisation? (Par exemple, les mères de famille sont souvent les gardiennes de la santé de leur famille, mais leurs maris peuvent être amenés à participer à des décisions concernant la santé alors qu'ils ne reçoivent aucune aide à la décision.)

2.1.4. Déterminer les meilleures solutions pour répondre au besoin

On peut développer des stratégies d'aide à la décision permettant de répondre aux besoins des clients et des praticiens. Ces stratégies peuvent être générales ou adaptées à une décision donnée. Les méthodes de fourniture de ces aides à la décision peuvent prendre différents formats. Les stratégies orientées vers les besoins des clients comprennent, en autres, le counseling individuel ou en groupe, les jeux de rôles, les matériaux éducatifs centrés sur des brochures, avec ou sans cassettes audio, les vidéos et les stratégies utilisant l'Internet. Les stratégies orientées vers les besoins des praticiens peuvent comprendre, entre autres, des programmes de formation permanente, des vérifications et des réactions, ainsi que des documents écrits tels que des études, des directives cliniques, des algorithmes cliniques, des cartes de soins, etc. Les méthodologies doivent convenir aux participants et tenir compte de la nature des ressources disponibles.

Exemples de questions à poser:

De quelles ressources peuvent disposer les groupes qui reçoivent une aide à la décision? Quelles sont leurs préférences? Que suggèrent-ils pour la diffusion aux autres personnes intéressées des stratégies d'aide à la décision?

2.2. À quoi servent les résultats d'une évaluation des besoins?

L'évaluation des besoins peut servir à:

- planifier des programmes et des services
- aider à définir et à résoudre des problèmes
- établir des priorités
- évaluer les programmes et en confirmer la nécessité
- faire prendre conscience des besoins et des interventions possibles
- stimuler et impliquer les personnes directement intéressées par le processus

2.2.1. Planifier des programmes et des services

Une évaluation des besoins doit constituer la première étape du développement de plans de programmes et de services. Les programmes doivent répondre aux besoins des personnes pour lesquels ils ont été conçus. Pour ce faire, les promoteurs de ces programmes doivent connaître leurs clients et les domaines dans lesquels ces derniers ont besoin d'une aide à la décision, ainsi que tous les problèmes de faisabilité concernant la fourniture de ce type de soutien. Trop souvent, on crée des programmes parce que quelqu'un a pensé qu'il serait bon d'en avoir un, sans avoir déterminé les besoins réels des personnes effectivement impliquées, praticiens ou clients.

2.2.2. Définir et résoudre les problèmes

Une évaluation des besoins sert à déterminer les difficultés éprouvées par les clients et les praticiens impliqués dans des prises de décisions, et les facteurs mis en jeu, indiquant ainsi la voie à suivre pour mettre au point des stratégies appropriées aux problèmes à résoudre.

2.2.3. Établir des priorités

Une évaluation des besoins peut permettre de faire la différence entre des décisions pour lesquelles une aide est effectivement nécessaire et celles pour lesquelles une aide serait la bienvenue sans pour autant être indispensable. *Mesurer l'ampleur et l'impact des difficultés éprouvées par les clients à prendre leur décision* aide les concepteurs d'aides à la décision à établir des priorités.

2.2.4. Évaluer les programmes et en confirmer la nécessité

L'évaluation des besoins permet d'identifier les situations dans lesquelles la pratique courante répond déjà aux besoins des clients en aide à la décision, ou de justifier les heures

de travail et les ressources nécessaires pour développer des stratégies d'aide à la décision, là où les pratiques courantes ne répondent pas aux besoins des clients.

2.2.5. Faire prendre conscience des besoins et des interventions possibles

Dans les exemples précédents, l'évaluation des besoins avait un objectif lié à l'utilisation des renseignements recueillis. Mais une évaluation des besoins a aussi pour conséquence de sensibiliser les personnes directement impliquées dans le processus. La simple action de demander au gens des informations sur un sujet donné leur fait prendre conscience de ce sujet et des problèmes connexes. (Par exemple: les besoins communs à plusieurs groupes d'aides à la décision, la disponibilité de directives cliniques ou d'informations basées sur des faits médicaux relativement aux avantages et aux risques des options de traitement, les facteurs qui contribuent à l'incertitude décisionnelle, ou la nature et la disponibilité des outils d'aide à la décision.)

2.2.6. Impliquer les personnes directement intéressées et encourager leur engagement

Un des objectifs principaux d'une évaluation des besoins est que ses résultats soient effectivement utilisés. Dans le cas d'une évaluation des besoins relatifs à une aide à la décision, le processus devrait comprendre une démarche d'implication de toutes les personnes suivantes: clients et praticiens, mais aussi tous les autres individus ou groupes d'individus impliqués dans le recueil des données, l'interprétation des résultats ainsi que la planification et la mise en œuvre de la stratégie résultante d'aide à la décision (par ex. administrateurs, décideurs, partenaires, groupes communautaires). La participation des personnes directement intéressées augmente leur engagement à ce que les résultats soient suivis d'effets et effectivement utilisés.

3. Planification d'une évaluation des besoins

Étapes de la planification d'une évaluation des besoins

1. Définir l'*objectif* de l'évaluation des besoins.
2. Identifier les *participants*.
3. Identifier la *raison d'être* ou l'objectif de l'évaluation des besoins.
4. Identifier les *informations* à recueillir.
5. Sélectionner les *méthodes* de recueil les informations.
6. Développer des *outils de recueil de données* (par ex. formulaires d'entretiens, enquêtes, questionnaires).
7. Sélectionner l'*échantillon*, sa *taille* et la *procédure d'échantillonnage*.
8. Établir un calendrier.
9. Effectuer l'évaluation des besoins.
10. Analyser et résumer les résultats.
11. Présenter les informations.

3.2. Étape 2. Identifier les *participants*

Les participants comprennent:

le groupe cible

défini par exemple par les critères suivants: âge, sexe, stade de développement, état de santé, revenu, éducation, et/ou résidence); et

toutes les autres personnes ayant une influence sur le groupe cible

par exemple par les: membres de la famille, groupes communautaires, praticiens, administrateurs et/ou décideurs.

La disponibilité de ressources budgétaires et humaines a également une influence sur le choix des participants. Dans la poursuite de votre objectif, vous pouvez être amené à dresser une liste de participants par ordre d'importance.

<p>Quels participants devraient être inclus dans l'évaluation des besoins?</p>

<p>Groupe cible:</p>

<p>Autres personnes ayant une influence sur le groupe cible:</p>
--

3.3. Étape 3. Effectuer une *analyse raisonnée* ou déterminer le but de l'évaluation de besoins

L'*analyse raisonnée* ou le *but* d'une évaluation de besoins explique pourquoi il est important d'obtenir ces informations (pourquoi cette évaluation est effectuée) et comment les résultats seront utilisés. Cette démarche doit comprendre l'identification et l'implication des personnes qui recevront et utiliseront les résultats.

Exemple d'analyse raisonnée

Les femmes sont souvent celles qui contrôlent la santé de la famille; la santé des personnes et celle des familles sont donc souvent influencées par des décisions prises par des femmes. Une évaluation des besoins axée sur l'identification des problèmes de prise de décisions considérés comme importants par les femmes constituerait donc le premier pas dans le développement de programmes ou de services répondant à ces besoins.

Bien qu'on ne connaisse au départ ni les besoins, ni les obstacles, ni les facilitateurs, il est nécessaire de développer des programmes qui améliorent les prises de décisions, plus particulièrement les prises de décisions et la santé des femmes et des familles. Les outils d'évaluation des besoins peuvent aider à identifier les facteurs qui contribuent le plus fréquemment à rendre difficile la prise de décision. La connaissance de ces facteurs permet d'ajuster l'aide à la décision pour traiter ceux des facteurs qui contribuent de manière spécifique aux problèmes empêchant la prise de décision.

Une des normes de soins pour les praticiens est de promouvoir l'auto-administration des soins par leurs clients, tant sur le plan de la décision que sur le plan de l'action. Impliquer un client dans l'évaluation des besoins augmente la probabilité qu'il joue un rôle plus actif au côté de son praticien dans la prise des décisions de santé et dans leur mise à exécution.

Pourquoi est-il important de disposer de ces informations?:

Comment les résultats vont-ils être utilisés?

Les Étapes 4, 5 et 6 traitent des *Informations* à recueillir, des *Méthodes* à utiliser à cet effet et des *Outils* à adapter ou à développer pour effectuer une évaluation des besoins.

Directives: Examinez les étapes 4 à 6 et planifiez votre recueil de données en vous aidant de la feuille de travail qui suit.

3.4. Étape 4. Identifier les *informations* à recueillir

Le Cadre conceptuel d'aide à la décision de l'Équipe d'Ottawa donne une description générale des éléments déterminants des décisions et fournit des conseils sur le type d'informations à recueillir. Des exemples de questions sont données pour chaque élément déterminant.

a) ***Perception des décisions difficiles par les clients et le praticiens***

Explorez la perception que peuvent avoir clients et praticiens des décisions les plus importantes qu'ils doivent prendre et des facteurs qui rendent ces décisions difficiles à prendre.

Types de questions à poser aux clients:

Quelle décision importante concernant votre santé devez-vous prendre? Pourquoi cette décision est-elle importante pour vous? Cette décision est-elle difficile à prendre? Pour quand devez-vous prendre votre décision? Où en êtes-vous de votre prise de décision? Selon vous quelles sont les options importantes qui s'offrent à vous? Qu'est-ce que vous considérez être les avantages et les inconvénients les plus importants de ces questions?

Types de questions à poser aux praticiens:

Quelles décisions vos clients sont-ils amenés à prendre? Pour quelles décisions les praticiens doivent-ils consacrer le plus de temps à aider leur clients? Quelles sont les décisions les plus difficiles à prendre? En quoi ces décisions sont-elles difficiles à prendre? Pour quelles décisions les clients pensent-ils avoir besoin d'une aide? Pour quelles décisions ou quelles situations d'aide à la décision les praticiens apprécieraient-ils de disposer d'une aide?

b) ***Perceptions des autres personnes importantes impliquées dans la décision***

Explorez les perceptions par le client et par le praticien de ce qui doit être impliqué dans la prise de décisions et de comment cette ou ces personnes doivent être impliquées.

Types de questions à poser aux clients:

Qui d'autre est impliqué dans votre prise de décision? Cette ou ces personnes vous aident-elles vraiment? Sentez-vous qu'on exerce des pressions sur vous pour vous orienter vers un choix donné? Quel rôle voulez-vous jouer dans la prise de décision? Que pensez-vous que les personnes importantes feraient dans de telles circonstances?

Types de questions à poser aux praticiens:

Comment vos clients désirent-ils s'impliquer dans la prise de décision? Habituellement, comment vous y prenez-vous pour aider vos clients dans leurs prises de décisions? Que pensez-vous que vos collègues feraient dans cette situation?

c) Ressources (personnelles et extérieures) disponibles pour la prise de la décision et sa mise à exécution

Explorez les problèmes relatifs aux pratiques usuelles, aux obstacles, aux facilitateurs, aux stratégies possibles pour surmonter les obstacles, ainsi que des sources d'assistance (par ex. les réseaux d'aide sociale, les réseaux professionnels, les groupes de soutien, les associations bénévoles, et les secteurs officiels des soins de santé, de l'éducation et du bien-être social).

Types de questions à poser aux clients:

Comment faites-vous habituellement pour prendre une décision de ce type? Qu'est-ce qui pourrait vous aider à prendre cette décision? (par ex. que le client reçoive des informations fiables ou un soutien, qu'il améliore sa confiance en soi et ses valeurs de communications, etc.) Qu'est-ce qui pourrait vous gêner pour prendre votre décision? Qu'est-ce qui pourrait vous aider à surmonter certaines difficultés qui vous empêchent de prendre votre décision?

Types de questions à poser aux praticiens:

Comment faites-vous habituellement pour aider un client à prendre sa décision? Qu'est-ce qui vous permet de bien soutenir leur processus de prise de décision? Qu'est-ce qui vous gêne pour les aider à prendre leur décision? Qu'est-ce qui pourrait vous aider à surmonter certains obstacles auxquels vous vous heurtez quand vous voulez aider un client à prendre une décision? De quoi a-t-on besoin? (par ex. que le praticien reçoive des informations fiables, qu'il acquière des stratégies et des techniques pour aider à la prise de décisions, etc.).

d) Informations relatives aux caractéristiques des clients et des praticiens

(caractéristiques démographiques, cliniques et des cabinets de consultation);

Types d'informations relatives aux clients:

Âge, sexe, éducation, appartenance ethnique, situation de famille, composition de la famille, occupation, langues parlées, résidence, diagnostic et pronostic médicaux pertinents, état de santé, (par ex. physique, moral, cognitif, social), situation économique.

Types d'informations relatives aux praticiens:

Âge, sexe, appartenance ethnique, formation et spécialisation cliniques, emplacement du cabinet, années d'expérience.

3.5. Étape 5. Sélectionner les *méthodes* de recueil des informations

Comment allez-vous recueillir les informations dont vous avez besoin? Les stratégies suivantes sont couramment utilisées pour déterminer les besoins en aide à la décision, séparément ou plusieurs à la fois.

a) Entretiens avec des informateurs

L'utilisation d'informateurs fait intervenir le recueil d'informations concernant les besoins en aides à la décision d'un groupe de personnes censées occuper une position clé leur permettant de connaître ces besoins. On utilise le plus souvent des entrevues, individuelles ou en petits groupes, mais aussi des questionnaires.

b) Récupération d'informations existantes (bases de données, études précédentes)

Les archives cliniques des clients d'un centre de soins communautaire peuvent fournir des informations relatives aux raisons et à la fréquence des visites d'un client et le type des soins qui lui ont été prodigués. Les informations démographiques sur la population d'une région permettent d'identifier certains autres besoins. L'examen de la documentation existante peut éclairer la perception par un client de certaines décisions difficiles dans des populations présentant les mêmes caractéristiques. Ces documents permettent parfois d'identifier les problèmes qui pourraient se poser pour l'aide à la décision.

c) Groupes de discussion

Un entretien de groupe de discussion est une discussion non structurée impliquant de 5 à 15 personnes. Le modérateur guide la discussion en se basant sur une liste écrite de questions ou de sujets à couvrir. Cette méthode permet de recueillir les points de vue de nombreuses personnes en un temps relativement court. Par contre, certaines personnes ne se sentent pas à l'aise si elles doivent exprimer leurs idées devant un groupe. Les discussions sont souvent enregistrées sur bande pour être analysées ultérieurement.

d) Enquêtes

Les enquêtes permettent de recueillir des informations auprès de gens qui font leurs propres déclarations. Elles sont généralement utilisées pour recueillir des données quantitatives, mais sans exclure les données qualitatives. On peut s'en servir pour recueillir des informations sur ce que les gens ont l'intention de faire, sur leurs connaissances, leurs opinions, leurs attitudes ou leurs valeurs. Les enquêtes permettent de recueillir des informations à l'aide d'entrevues personnelles directes ou par téléphone, ou bien de questionnaires envoyés par la poste. La bibliographie ci-après donne des documents permettant de développer ce type d'enquêtes et de questionnaires. Les recherches basées sur les enquêtes sont plus adaptées au recueil d'informations générales qu'à des études approfondies de sentiments et de comportements complexes.

Souvenez-vous que les méthodes sélectionnées doivent aussi tenir compte du temps et des ressources disponibles (argent, équipements, connaissances et aptitudes), tant pour les participants que pour les chercheurs.

3.6. Étape 6. Développer les *outils de recueil de données* (par ex. formulaires d'interviews, enquêtes, questionnaires)

La section E donne quelques exemples de questions à poser au cours d'un entretien personnel. Vous pouvez utiliser des outils existants, les adapter à vos besoins ou bien développer des outils en fonction de vos besoins particuliers. Certains outils sont protégés par

un copyright et vous devrez, dans ce cas, demander à leur promoteurs la permission de les utiliser ou de les adapter.

On ne peut pas recueillir des informations auprès de chaque individu d'une population et l'on doit donc sélectionner un échantillon, un sous-ensemble, de cette population dont les caractéristiques principales doivent être représentatives de votre groupe cible et des personnes qui peuvent influencer ce groupe cible. L'*échantillon* est le sous-ensemble de la population cible auprès duquel on recueille des informations. La *taille de l'échantillon* est le nombre de personnes comprises dans l'échantillon. Un échantillon représente d'autant mieux la population qu'il est plus grand. On doit aussi choisir une taille d'échantillon plus grande pour une population présentant une grande diversité que pour une population très homogène. La *méthode d'échantillonnage* décrit la manière dont les personnes sont sélectionnées pour les inclure dans l'échantillon. Un échantillon aléatoire développé à partir d'une base de sondage a de meilleures chances de représenter correctement la population. Parfois, le pragmatisme l'emporte et on doit se contenter de participants que l'on a sous la main (échantillon de commodité). Il est important de définir votre échantillon également en terme de qui doit en être exclu et qui doit y être inclus. Dans les études de besoins à moins grande échelle, on détermine habituellement ce que l'on peut faire concrètement dans les limites des contraintes de temps et de budget.

Échantillon de praticiens

Qui allez-vous avoir dans votre échantillon?

Décrivez votre méthode d'échantillonnage.

--

Échantillon de clients

Qui allez-vous avoir dans votre échantillon?

De quelle taille d'échantillon avez-vous besoin?

Décrivez votre méthode d'échantillonnage.

--

3.9. Étape 9. Effectuer l'évaluation des besoins

3.10. Étape 10. Analyser et résumer les résultats

Les résultats de l'évaluation des besoins doivent être dans la ligne de votre objectif initial. Vous pouvez vous servir de programmes d'analyse statistique tels que FPI-info ou SPSS pour dresser des tableaux de données quantitatives et analyser ces données. Les données qualitatives doivent être analysées à l'aide de méthodes d'analyse de contenu.

Sur la base de ces résultats, faites un résumé de vos conclusions les plus importantes et énoncez des recommandations pour les actions nécessaires. Ces conclusions doivent être dans la ligne de l'analyse raisonnée ou de l'objectif initial qui vous a guidé pour l'évaluation des besoins et qui comportait des indications sur le mode d'évaluation des résultats.

3.11. Étape 11. Présenter les informations

Présentez un résumé de vos conclusions les plus importantes et de vos recommandations d'action pour les participants.

Activité	Date de début	Date limite	Personne(s) responsable(s)
Planification du rapport			
Préparation du rapport			
Présentation du rapport			

4. Glossaire

<i>Analyse raisonnée</i>	L'analyse raisonnée ou le but d'une évaluation de besoins permet d'expliquer <u>pourquoi</u> l'évaluation est effectuée et <u>comment</u> les résultats obtenus seront utilisés. L'analyse raisonnée, permet de déterminer la <i>raison d'être</i> de l'évaluation.
<i>Avantages/risques</i>	Avantages (pour) et risques ou inconvénients (contre) associés à une option dans le cadre d'une décision. On peut également considérer les avantages et les inconvénients associés au fait de choisir ou de ne pas choisir une option.
<i>Besoin</i>	Ce qui sépare ce qui est de ce qui devrait être.
<i>Caractéristiques du client</i>	Dans le cadre conceptuel d'aide à la décision de l'Équipe d'Ottawa, ces caractéristiques comprennent les éléments suivants: âge, sexe, appartenance ethnique, situation de famille, composition de la famille, langues parlées, occupation, résidence, diagnostic médical et durée de la condition, état de santé (physique, moral, cognitif, social), situation économique.
<i>Critères d'éligibilité</i>	<p><i>Critères d'inclusion:</i> Critères utilisés par un chercheur pour désigner les attributs spécifiques d'une population cible, et à partir desquels les sujets sont sélectionnés pour participer à l'étude.</p> <p><i>Critères d'exclusion:</i> On peut également définir des critères d'exclusion pour une étude (par ex. mauvaise santé, impossibilité de lire une certaine langue, etc.).</p>
<i>Désirs (Desiderata)</i>	Ce dont les gens disent avoir besoin.
<i>Échantillon</i>	Sous-ensemble d'une population sélectionnée pour participer à une recherche.
<i>Échantillonnage</i>	Processus de sélection d'une portion d'une population permettant de représenter l'ensemble de cette population.
<i>Probabiliste</i>	Sélection aléatoire quand chaque élément de la population a une probabilité égale et indépendante d'être inclus dans l'échantillon.
<i>Échantillonnage aléatoire</i>	Sélection de sujets ou d'unités d'échantillonnage à partir d'une population en utilisant des techniques aléatoires, par exemple l'échantillonnage aléatoire simple, l'échantillonnage par grappes, et l'échantillonnage systématique.

<i>Échantillonnage aléatoire simple</i>	Sélection d'un échantillon tel que chaque membre de la population ou de la sous-population ait une probabilité égale d'être choisi.
<i>Échantillonnage non aléatoire</i>	Choix des sujets ou des unités d'échantillonnage dans une population utilisant des procédures non aléatoires ; par exemple en fonction de la commodité ou d'un jugement préalable ou selon un échantillonnage par quotas.
<i>Échantillonnage par grappes</i>	Forme d'échantillonnage à plusieurs étages dans lequel on commence par sélectionner de grands groupes ou «grappes», par ex. toute une écoles de sciences infirmières, pour ensuite y sélectionner des groupes plus petits, par ex. les étudiantes qui en font parties.
<i>Échantillonnage systématique</i>	Sélection des sujets tel que le <i>k</i> -ième, par exemple chaque 10 ^e personne ou élément d'une base d'échantillonnage ou d'une liste.
<i>Évaluation des besoins</i>	Étude dans laquelle on recueille des données pour procéder à une estimation des besoins d'un individu, d'un groupe "cible", d'une communauté ou d'une organisation; généralement utilisée comme guide pour l'attribution des ressources.
<i>Groupe cible</i>	Voir <i>Population cible</i> .
<i>Groupe de discussion</i>	Entretien dans lequel les personnes interrogées sont un groupe d'individus rassemblés pour répondre à des questions sur un sujet donné.
<i>Méthodes (de recherche)</i>	Étapes, procédures et stratégies pour le recueil et l'analyse des données d'une étude. Les méthodes couramment utilisées pour l'évaluation des besoins comprennent les entretiens avec des informateurs, l'extraction de données à partir de base de données et d'études précédentes, les groupes de discussion, les enquêtes et les questionnaires.
<i>Objectif</i>	C'est le but de l'évaluation de besoins. Il doit être clair, spécifique et mesurable, et être approprié à la situation. Il devrait également identifier le groupe cible, la nature de la ou des décisions, ainsi que la portée de l'évaluation.

<i>Population</i>	Ensemble de toutes les personnes possédant certaines caractéristiques.
<i>Population cible (groupe cible)</i>	Ensemble de la population qui intéresse le chercheur et auquel il aimerait généraliser les résultats de son étude.
<i>Pour/contre</i>	Le pour et le contre de chaque options d'une décision. Le pour et le contre peuvent également s'appliquer aux raisons de choisir ou de ne pas choisir une option donnée.
<i>Pour/contre</i>	Voir <i>Avantages/risques</i> .
<i>Raison d'être</i>	Voir <i>Analyse raisonnée</i> .
<i>Recherche-sondage</i>	Type de recherche théorique axée sur le recueil d'informations concernant le <i>statu quo</i> d'une certains situation, souvent par questionnement direct d'un échantillon de personnes interrogées.
<i>Taille de l'échantillon</i>	Nombre à inclure dans l'échantillon.
<i>Informateurs</i>	Personnes qui, du fait de leur position dans un organisme ou une communauté, possèdent des informations ou des connaissances au sujet du groupe ou du phénomène étudié et qui veulent bien en faire part au chercheur.

5. Exemples de méthodes et d'outils d'évaluation des besoins

5.1. Outils destinés au praticien

5.1.1. Entretien personnel avec un informateur

Questions d'évaluation des besoins des populations

Questions pour un entretien personnel avec un informateur

Bonjour. Mon nom est _____ de _____ [organisme] et je suis impliqué(e) avec _____ [autre personne] dans des entretiens avec des praticiens et des groupes de consommateurs pour m'informer des besoins des gens qui doivent prendre des décisions sur _____ [problème X].

Au cours de cet entretien, nous allons vous poser des questions relatives aux décisions que les gens pourraient prendre dans votre domaine d'exercice, concernant par exemple

—
[inscrire les décisions appropriées pour le domaine d'exercice]

Les informations recueillies nous aideront à développer de meilleurs matériels éducatifs pour les personnes amenées à prendre ce type de décisions.

Toutes les informations recueillies au cours de cet entretien seront considérées comme strictement confidentielles. Nous aimerions profiter de votre aide et nous ne prendrons pas plus de _____ minutes de votre temps.

PERCEPTION DES DÉCISIONS IMPORTANTES

1. Quelles sont les décisions que les clients atteints de _____ [problème X] doivent prendre dans votre clinique?

—

2. Quelles sont les décisions les plus difficiles à prendre? (c.-à-d. pour lesquelles le client a besoin de beaucoup d'aide ou pour lesquelles le praticien doit passer beaucoup de temps)

—

3. Quelles sont les décisions que les clients ont le plus de mal à prendre?

4. Qu'est-ce qui rend la ou les décisions les plus difficiles à prendre pour les clients?

[Explorer les éléments suivants:

Les clients manquent d'informations sur les options, leurs avantages ou leurs inconvénients
manquent d'informations sur les probabilités des avantages et des inconvénients ne savent pas
clairement ce qui est important pour eux manquent d'informations sur les décisions des autres
ressentent des pressions exercées par d'autres manquent de soutien de la part des autres
manquent de motivation ou ne se sentent pas encore prêts à prendre une décision n'ont pas les
techniques ou les aptitudes pour prendre de type de décision autre]

5. Selon vous, quelles sont les options principales des clients?

6. Selon vous, quels sont les avantages et les inconvénients principaux de ces options?

7. Quel est votre rôle habituel dans la prise de décision?

[Explorer les éléments suivants:

Habituellement, prenez-vous la décision pour le client? partagez-vous la prise de décisions avec le client? fournissez-vous un soutien et des conseils pour permettre au client de prendre lui-même sa décision?

8. Quels facteurs font qu'il vous est difficile de soutenir la prise de décisions de votre client?

9. Quels facteurs font qu'il vous est facile de soutenir la prise de décision de votre client?

10. Qui d'autre(s) que vous et le client est habituellement impliqué dans la prise de décisions?

[Explorer les éléments suivants:

Habituellement, est-ce qu'ils prennent la décision pour le client?, partagent la prise de décisions avec le client? fournissent soutien et conseil au client pour lui permettre de prendre sa propre décision?

RESSOURCES

11. Comment le client s'y prend-il généralement pour arriver à sa décision?

[Explorer les éléments suivants:

recueille des informations sur ses options? sur leurs probabilités? considère leur importance? s'informe sur les choix ou les recommandations d'autres personnes? trouve des moyens de faire face aux pressions? obtiennent le soutien d'autres personnes? autres]

12. Qu'est-ce qui aiderait les clients à prendre ce type de décision?

13. Qu'est-ce qui empêcherait (obstacles) les clients de prendre ce type de décisions?

14. Qu'est-ce qui aiderait les patients à surmonter les obstacles à leur prise de décisions?

15. Je vais vous donner une liste de moyens d'aider les gens à prendre des décisions, parmi ces moyens, lesquels vous sembleraient utiles pour vos clients?

Counseling d'un professionnel de la santé, SI OUI, quel type de professionnel?

—

Groupes de discussion de personnes confrontées aux mêmes décisions, SI OUI, quel type de groupe ou d'organisation?

Documents et matériels d'information

Si oui, quel type de média ---> livrets, brochures vidéos CD-ROM Internet autres, spécifiez

Si oui, selon vous, qui devrait préparer les informations nécessaires à la prise de décisions?

pharmacies fondations (fondation du cancer, fondation des maladies cardiaques)

experts médicaux et professionnels de la santé gouvernement
 associations de consommateurs compagnies d'assurances
 sociétés privées qui produisent et commercialisent des produits pharmaceutiques et des produits médicaux.

16. Y a-t-il autre chose qui vous aiderait à fournir à vos clients une meilleure à la décision?

CARACTÉRISTIQUES DU PRATICIEN

17. **Catégorie d'âge** 20-29 30-39 40-49 50-59 60 ou plus

18. **Sexe** masculin féminin

19. **Spécialité du cabinet** _____

20. **Années d'expérience en tant que praticien** |_|_|

21. **Emplacement du cabinet** _____ urbain rural

[REMERCIER LE RÉPONDANT]

6. Bibliographie et ressources

1. O'Connor, A.M., Tugwell, P., Wells, G.A., Elmslie, T., Jolly, E., Hollingworth, G., McPherson, R., Bunn, H., Graham, I., and Drake, E. (1998). A decision aid for women considering hormone therapy after menopause: decision support framework and evaluation. **Patient Education and Counseling**, **33**, 267-279.
2. Abbey-Livingston, D. & Abbey, D.S. (1982). **Enjoying research? A 'how-to' manual on needs assessment**. Toronto: Ontario Ministry of Tourism and Recreation. (Very easy read- Provides an excellent guideline for all aspects of the process of needs assessment.)
3. Polit, D.F. & Hungler, B.P. (1995). **Nursing research - Principles and methods**, 5th ed. Philadelphia: JB Lippincott
4. Dillman, D.A. (1978). **Mail and telephone surveys - The total design method**. New York: John Wiley & Sons. [In depth detail about conducting a survey.]