

ФОНД  
ТИМЧЕНКО

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД  
ЕЛЕНА И ГЕННАДИЯ  
ТИМЧЕНКО



ФОНД  
ПРЕЗИДЕНТСКИХ  
ГРАНТОВ



## МЕТОДЫ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ОТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ



СЛУШАЙ С ПОЛЬЗОЙ!  
АНО ЭВОЛЮЦИЯ И ФИЛАНТРОПИЯ

17.10.2019 г.



Эволюция и Филантропия  
*Evolution & Philanthropy*

- 1) Краткое представление результатов проекта «Слушай с Пользой!»  
О.Евдокимова , АНО «Эволюция и Филантропия»
- 2) Опыт Фонда социального развития « Полдень» в сборе обратной связи от участников проекта. А. Горовая .
- 3) Опыт АНО «Вера. Надежда.Любовь» прохождения этапов сбора и анализа обратной связи. Е.Романова
- 4) Демонстрация функционала онлайн базы методов и инструментов обратной связи «Слушай с Пользой!»  
О.Заводилкина, эксперт проекта «Слушай с Пользой!»

**Дискуссия – Какая поддержка нужна организациям в сборе обратной связи?**

Проект направлен на повышение эффективности деятельности СО НКО за счет лучшего понимания ими своих непосредственных благополучателей, их потребностей и возможностей, а также учета этих знаний при реализации программ и проектов.

**Цель:** рост числа СО НКО, реализующих программы в сфере защиты детства, внедряющих в свою деятельность систематические практики эффективной обратной связи с благополучателями (родители; волонтеры; специалисты; ближайшее окружение и пр) на всех этапах деятельности.

**География:** Москва , регионы РФ. Общее количество участников – около 200. Общее количество представленных регионов – более 40.

**Сроки реализации проекта:** **01.12.2018- 30.09.2018 Москва**  
01.11.2018 - 30.11.2019 регионы РФ

**Проект реализуется при поддержке:**

Комитета общественных связей города Москвы

Президентского гранта

**при стратегической поддержке Фонда Тимченко (Программа Семья и Дети)**

## Задача:

Выявить и распространить российский и международный опыт сбора обратной связи от благополучателей (в том числе, в области защиты детства).

## Международный опыт:

- Подготовлены 3 обзора международного по теме проекта.
- Перевод зарубежных инструментов (около 15) и кейсов.

## Российский опыт:

- Проведено исследование. Сбор 10 российских кейсов.
- Опубликован [Сборник](#) «Сбор и анализ обратной связи от благополучателей. Практики СО НКО».

Вся полезная информация на странице:

<https://socialvalue.ru/?cat=233>

И в онлайн базе: <http://base.socialvalue.ru/>



## **Задача:**

Обеспечить российские НКО, деятельность которых связана с защитой детства, профессиональными инструментами и подходами к вовлечению благополучателей на всех этапах реализации социальных программ.

### **1) Методические рекомендации**

### **2) Библиотека методов и инструментов в онлайн базе:**

<http://base.socialvalue.ru/metody-sbora-obratnoy-svyazi/>

Более 20 российских инструментов и 15 международных.

### **3) 3 конструктора для самостоятельной «сборки» анкет: наставничество; образовательные практики; кризисные центры.**

### **4) Инструмент самодиагностики:**

<http://base.socialvalue.ru/rekomendacii/camodiagnostika/>



## Задача.

Создать Структурированную онлайн базу методов и инструментов для сбора анализа обратной связи от благополучателей.



[ВХОД / РЕГИСТРАЦИЯ](#)



КАК ГРАМОТНО ПОЛУЧИТЬ  
ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ  
ОТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ

- ✓ 25 инструментов
- ✓ 16 кейсов
- ✓ 12 зарубежных методов и инструментов

НАЙТИ ИНСТРУМЕНТ СБОРА  
ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

[СЛУШАЙ С ПОЛЬЗОЙ](#) [ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ](#) [МЕТОДЫ СБОРА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ](#) [ИНСТРУМЕНТЫ СБОРА](#) [РЕКОМЕНДАЦИИ](#) [ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ](#)

## СЛУШАЙ С ПОЛЬЗОЙ

Онлайн база «Слушай с пользой» — ресурс, на котором можно найти ответы на вопросы, связанные с получением обратной связи от благополучателей.

[Подробнее](#)

### РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СБОРУ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



Дадим рекомендации по сбору обратной связи

[УЗНАТЬ](#)

### МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СБОРА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



Поможем подобрать методы и инструменты для сбора обратной связи

[ПОДОБРАТЬ](#)

### НОВОЕ В БАЗЕ

28.09.2019 АНО «Ресурсный центр «Вера. Надежда. Любовь»

28.09.2019 ФСР "Полдень"

28.09.2019 МОО "Старшие братья Старшие сестры"

### **Задача: Повысить компетенции сотрудников НКО в области сбора и анализа обратной связи от благополучателей**

- ✓ **индивидуальная работа** с пилотными организациями по структурированию процессов ОС, разработке/корректировке инструментария ОС и анализу данных

Всего 17 пилотных организаций: 9 из Москвы и 8 из Регионов.

- ✓ групповые обсуждения (образовательные практики)
- ✓ серия дискуссионных и методических вебинаров и семинаров: 6 вебинаров ; 3 семинара.

# Список семинаров и вебинаров

1. Вебинар «Обратная связь от благополучателей. Предпосылки, методы, барьеры и точки роста сбора обратной связи» (07.02.2019), <https://socialvalue.ru/?p=1954>
2. Семинар «Международный и российский опыт анализа и вовлечения стейкхолдеров в деятельность организации» (21.02.2019), <https://socialvalue.ru/?p=2005>
3. Вебинар «Российские практики вовлечения стейкхолдеров в деятельность организации. Инструменты и методы вовлечения и анализа». (06.03.2019), <https://socialvalue.ru/?p=2023>
4. Практический семинар «Методы сбора обратной связи» (02.04.2019), <https://socialvalue.ru/?p=2118>.
5. Семинар «Обратная связь и лояльность. Бизнес-методы для благотворительности» (14.05.2019), <https://socialvalue.ru/?p=2171>
6. Вебинар «Практические рекомендации по сбору обратной связи от благополучателей» ( 28.05.2019), <https://socialvalue.ru/?p=2203#more-2203>.
7. Вебинар «Организация обратной связи от благополучателей — детей при реализации и оценке социальных практик. Мотивы, ресурсы, ограничения» (24.07.2019), <https://socialvalue.ru/?p=2346>
8. Вебинар «Организация обратной связи от благополучателей Кризисных центров: российские практики и международный опыт» ( 10.09.2019): <https://socialvalue.ru/?p=2356>
9. Вебинар « Организация обратной связи по практикам наставничества» ( 24.09.2019)



Как повысить внедряемость продуктов и масштабировать результаты ?

# Как оценить и «предъявить» результат от более качественной обратной связи?

Примерные цели	Результаты краткосрочного характера (outputs)	Промежуточные изменения (outcomes)	Долгосрочные эффекты (longer-term outcomes)	Примеры (многие имеют отношение к нескольким целям)
<p><u>Интринсивные (внутренние) индивидуальные результаты</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Количество вовлеченных благополучателей</li> <li>• Количество вовлеченных сотрудников</li> <li>• Состав вовлеченных благополучателей (возраст/этническая принадлежность/ дееспособность/ пол)</li> <li>• Количество проведенных мероприятий</li> <li>• Соотношение приглашенных и добровольных участников (потребителей услуг)</li> <li>• Доля потребителей услуг, осознавших ценность своего участия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повысилась самооценка благополучателей</li> <li>• Информация, поступающая от клиентов, влияет на подходы сотрудников к работе</li> <li>• Повысилась самооценка сотрудников организации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Увеличилось количество «выпускников» программ (благополучателей, получивших полный комплекс услуг)</li> <li>• Улучшились показатели благополучия клиентов и сотрудников</li> <li>• <u>Другие самостоятельно обозначенные результаты</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Рамочная концепция, утвержденная британской Комиссией по качеству медицинских и социальных услуг (CQC – The Care Quality Commission) – адаптирует общие стандарты оказания медицинской и социальной помощи к обязательствам взаимодействия с благополучателями. Разработанная на основе «Лидерского спектра сферы услуг» (<a href="#">The Service Leadership Spectrum</a>), созданного по инициативе национальной НКО Together UK («Вместе»), концепция позволяет ранжировать прогресс организации по целому ряду направлений, начиная с отметки «нуждается в улучшении», и заканчивая «продвинутым уровнем».</i></li> <li>• <i>«Мониторинг и оценка вовлеченности пользователей и провайдеров услуг» (Monitoring and evaluating service user and carer involvement) – пособие, разработанное с участием благополучателей и поставщиков услуг; впоследствии отредактировано американским Национальным институтом психического здоровья (NIMH - The National Institute of Mental Health). Публикация предлагает несколько методик, предназначенных для оценки вовлеченности клиентов, а также анкету для завершающего этапа коммуникации/обратной связи.</i></li> </ul>

# Как оценить и «предъявить» результат от более качественной обратной связи?

Примерные цели	Результаты краткосрочного характера (outputs)	Промежуточные изменения (outcomes)	Долгосрочные эффекты (longer-term outcomes)	Примеры (многие имеют отношение к нескольким целям)
<p><u>Коллективные интринсивные результаты процессного уровня</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Количество <u>вовлеченных</u> благополучателей</li> <li>• Состав <u>вовлеченных</u> благополучателей</li> <li>• Количество благополучателей, <u>взаимодействующих с другими клиентами</u></li> <li>• Возможности для встреч с людьми/социальные контакты</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Наблюдается развитие социальных сетей и сообществ</li> <li>• Формируется капитал местных сообществ</li> <li>• Благополучатели помогают другим пользователям услуг и сами получают поддержку</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Потребители услуг демонстрируют положительную динамику показателей благополучия</li> <li>• Вовлечение сообщества меняет культуру в масштабах сектора</li> </ul>	
<p><u>Экстринсивные (внешние) индивидуальные результаты благополучателей</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> <li>• Процент потребителей услуг, понимающих особенности процесса, в который их вовлекли</li> <li>• Спектр тренингов, доступных <u>благополучателям</u></li> <li>• Количество благополучателей, завершивших обучение в ходе тренингов</li> </ul>	<p>Благополучатели повысили уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• знаний</li> <li>• навыков</li> <li>• доверия</li> <li>• вовлеченности</li> </ul> <p>Сотрудники организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• повысили уровень знаний</li> <li>• расширили представление об опыте потребителей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Благополучатели демонстрируют улучшение результатов (состояние здоровья, способность действовать)</li> <li>• Наблюдается улучшение опыта потребителей услуг</li> <li>• Повышается самооценка клиентов</li> <li>• Возрастает количество «выпускников» программ (благополучателей, получивших полный комплекс услуг)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Инструменты, разработанные британской НКО Together Working for Wellbeing («Благополучие общими силами») и Фондом психического здоровья (The Mental Health Foundation) для Priory Group, провайдера услуг для людей с ментальными нарушениями – удобный для пользователя инструментарий, предназначенный для оценки вовлеченности пациентов в процесс организации/управления процессом обслуживания. Подходит для детей, молодежи и людей с проблемами недостаточной обучаемости.</i></li> </ul>

# Как оценить и «предъявить» результат от более качественной обратной связи?

Примерные цели	Результаты краткосрочного характера (outputs)	Промежуточные изменения (outcomes)	Долгосрочные эффекты (longer-term outcomes)	Примеры (многие имеют отношение к нескольким целям)
<p><b>Результаты, демонстрирующие эффективность организации и ее услуг</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Процент подразделений организации и ее проектов, вовлекающих в свою работу потребителей услуг</li> <li>• Количество благополучателей, которые в той или иной мере влияют на разные аспекты деятельности организации</li> <li>• Процент инициатив, в которых ведущая роль благополучателей сохраняется до конца жизненного цикла</li> <li>• Процент подразделений/проектов организации, вовлекающих потребителей услуг различными методами</li> <li>• Процент продуктов и услуг, включающих поддержание обратной связи с клиентами</li> <li>• Процент благополучателей, имеющих возможность вовлекать в оценку получаемых услуг других клиентов</li> <li>• Процент услуг, предоставляемых в сотрудничестве с благополучателями</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Решения, измененные под влиянием потребителей услуг</li> <li>• Изменения, внесенные в продукты и услуги</li> <li>• Комплекс социальных результатов (outcomes), обновленный с учетом потребностей благополучателей</li> <li>• Вклад потребителей услуг помогает организации взаимодействовать с окружением более эффективно</li> <li>• Улучшились способы применения индивидуальных инструментов</li> <li>• Члены команды уделяют больше внимания лидерству и вкладу благополучателей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обновленная культура совместного управления, где центральное место отводится потребителям услуг</li> <li>• Политика, более точно отражающая взгляды и опыт потребителей услуг</li> <li>• Повышение практической полезности услуг</li> <li>• Более эффективная работа организации</li> <li>• Более значительный охват целевой аудитории</li> <li>• Более конструктивное взаимодействие организации с общественностью</li> <li>• Улучшение отношения к организации со стороны общественности</li> <li>• Повышение доверия к сектору</li> <li>• Улучшение способности воздействовать на окружение и коллег</li> <li>• Вовлечение благополучателей - привычная практика организаций, работающих в одной нише</li> <li>• Более эффективные кампании и более значительное влияние на процесс нормотворчества</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>«Показатели вовлеченности» (Indicators for Involvement)</i> – руководство по практическому применению Национальных стандартов «4ПС». Оснащено показателями, предназначенными для мониторинга организационной стратегии вовлечения благополучателей.</li> <li>• <i>«Лидерский спектр сферы услуг» (The Service Leadership Spectrum)</i>, разработанный НКО <i>Together UK</i> – руководство по контролю прогресса организации в вопросах лидерства благополучателей. Включает комплекс показателей, сгруппированных для разных этапов деятельности, начиная с «первых шагов по вовлечению потребителей услуг» и заканчивая «оказанием услуг на условиях лидерства благополучателей».</li> <li>• <i>Мониторинг с учетом интересов клиентов (UFM - User Focussed Monitoring)</i> – подход к оценке услуг, основанный на лидерстве потребителей услуг.</li> <li>• <i>«Формирование представления о социальном эффекте» (Exploring Impact)</i> – обзор литературы, подготовленный консультантом британской организации <i>Twocan Associates</i> Кристиной Стейли (Kristina Staley).</li> <li>• <i>Руководство по вовлечению благополучателей, разработанное британской добровольческой НКО Clinks</i> - пособие по развитию взаимодействия с клиентами и совместной деятельности по оказанию услуг в секторе благотворительных организаций. Включает разделы, посвященные принципам и практике вовлечения потребителей услуг, а также предлагает показатели эффективности и методы оценки</li> </ul>

**Основной фокус:** - **ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ**

**Целевая аудитория:** - **НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, БИЗНЕС, ГОСУДАРСТВО**

Направления	Ключевые продукты
<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Обзор международного и российского опыта и выпуск информационно-аналитических материалов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дайджесты публикаций филантропического сообщества (более 80): <a href="http://ep-digest.ru">ep-digest.ru</a></li> <li>• Переводы лучших практик на русский язык (более 30)</li> <li>• База знаний лучших зарубежных практик (более 100)</li> <li>• Исследования</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Разработка методических продуктов и внедрение передовых практик</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Методическое Издание «Показатели для измерения социальных результатов в сфере детства»;</li> <li>• Рекомендации по оценке социально-экономической эффективности социальных программ;</li> <li>• Методическое пособие по применению Теории изменений при планировании программ.</li> <li>• <b>Методические рекомендации по сбору обратной связи</b></li> <li>• Экспертная поддержка программы Семья и дети Фонда Тимченко</li> <li>• Реализация программы ПИОН « Построение системы измерения и оценки»</li> <li>• <b>Реализация проекта «Слушай с Пользой!»</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Организация площадок / участие в ведущих международных инициативах / создание партнерств</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реализация проекта «Доказательность социальных практик» от имени Межотраслевого профессионального объединения "Оценка в сфере детства».</li> <li>• Поддержка проекта АСОПП - Премия в области оценки</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Создание цифрового контента и цифровых сервисов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационно-справочная онлайн-платформа по оценке <a href="http://SocialValue.ru">SocialValue.ru</a></li> <li>• Онлайн сервис ПИОН : <a href="http://pion.org.ru">pion.org.ru</a></li> <li>• Онлайн база методов и инструментов сбора обратной связи: <a href="http://base.social.value.ru">base.social.value.ru</a></li> </ul>



# Будем рады сотрудничеству!



Вебсайт: <http://ep.org.ru/>

E-mail: [info@ep.org.ru](mailto:info@ep.org.ru)

Информационно-справочная платформа : [Socialvalue.ru](http://socialvalue.ru)

Дайджест публикаций: <http://ep-digest.ru/>

