



Информационный бюллетень

для НКО
РЕЦЕПТЫ

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

Спроси обратную связь!

Этот выпуск бюллетеня первый в рамках проекта «Спроси обратную связь!», в то же время он уже двадцать пятый!!! с момента выхода первого выпуска бюллетеня «Рецепты для НКО», в котором мы освещаем различные моменты деятельности НКО, делимся советами, даем ссылки на интересные ресурсы коллег по третьему сектору.

В этом выпуске подробнее рассказываем о проекте «Спроси обратную связь!», семинарах для представителей НКО и инициативных групп Красноярского края и даем полезные материалы.

ПОЧТИ ПЯТЬ ТЫСЯЧ километров! проехали два профессиональных тренера по территориям края: Боготол, Богучаны, Назарово, Кодинск, Краснотуранск, Канск и наконец, Красноярск.

Делимся с вами парой отзывов:

«Больше всего отозвалось то, что нет ничего сложного в сборе обратной связи от благополучателей, и они помогут стать нам лучше».

«Для меня стало открытием, что получение обратной связи может быть увлекательным, эффективным и не трудозатратным процессом».



Подробнее о проекте «Спроси обратную связь!»

Обзор проекта, промежуточных итогов стр.2

Кто наш благополучатель?

По каким основаниям НКО сегментируют своих благополучателей стр.3

«Это точка роста для НКО»: почему важно вовлекать благополучателей в свою работу

Благополучатели как ключевой стейкхолдер программ НКО и три уровня вовлечения благополучателей стр.3

Как мы узнаем потребности и проблемы благополучателей
Результаты исследования

стр.5

ПОДРОБНЕЕ О ПРОЕКТЕ «СПРОСИ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ!»

В проекте предусмотрено:

- обучение представителей НКО на очных двухдневных семинарах по использованию алгоритмов вовлечения благополучателей и получению обратной связи;
- сопровождение в ходе внедрения предложенных алгоритмов в своих НКО и непосредственная помощь в планировании мероприятий либо форм обратной связи от благополучателей;
- ежемесячные встречи для участников проекта в ZOOM для поддержки мотивации и ресурсности, для обмена практиками работы, обсуждения проблемных вопросов;
- онлайн-конференции для знакомства с успешными кейсами по вовлечению благополучателей и сбору обратной связи от них;
- информационный онлайн бюллетень "Рецепты для НКО" с историями, что получается, что не получается в НКО, как они решают тот или иной вопрос с благополучателями, а также методические материалы и работающие практики;
- мониторинг изменений в работе с благополучателями у НКО и инициативных групп-участниц проекта.

Проект инициирован Межрегиональной общественной организацией «Центр развивающих технологий «Сотрудничество».

Партнерами проекта выступают:

- АНО "Центр поддержки общественных инициатив "Луч", г.Канск;
- Муниципальный ресурсный центр общественных инициатив Кежемского района, г.Кодинск;
- Ресурсный центр поддержки общественных инициатив города Боготола;
- Ресурсный центр Краснотуранского района, с.Краснотуранск;

- Ресурсный центр поддержки общественных инициатив, г.Назарово;
- Фонд развития Богучанского района «За нами будущее», г.Богучаны.

Некоторые промежуточные итоги в цифрах:



Мы благодарим всех участников семинаров и наших партнеров в территориях края! Проект продолжается!

КТО НАШ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЬ?

В последнее время все больше общественных организаций переходит на проектный способ управления. Этому способствует развивающийся институт грантового финансирования социальных проектов (как со стороны государства, так и со стороны бизнеса), а также ориентированность сектора на конкретные результаты, профессионализацию и долгосрочное развитие.

Для каждого проекта НКО выделяется целевая группа.

Есть организации, которые работают с максимально широкой целевой группой, например, представители определенной национальности или жители конкретной территории.

Самые распространенные основания, по которым НКО сегментируют благополучателей на группы:

- По нозологиям: для организаций, оказывающих адресную помощь и услуги людям с инвалидностью, например, инвалиды-колясочники, дети с синдромом Дауна, для каждой группы необходим индивидуальный подход.
- По возрастным группам: для широкого спектра организаций, предлагающим различные услуги большому количеству благополучателей. Например, семьи с детьми или представители старшего возраста, потому что благо, которое нужно детям отличается от блага для старшего возраста.
- По уровню активности: для организаций, вовлекающих подопечных в свою деятельность «благополучатели делятся на участников активных программ и тех, кому оказывается адресная помощь», «по степени физической подготовки и желанию что-то делать в организации», «те, кто ходит в отряд, посещает встречи, платит членские взносы».
- В соответствии с уровнем нуждаемости: для организаций, оказывающих гуманитарную

помощь, так и для исполнителей общественно полезных услуг.

- Сегментация внутри точки объединения различных целевых групп, например, педагоги и учащиеся, подопечные учреждений и сотрудники, родители и дети.

Есть также организации, которые не делят благополучателей на целевые группы, а используют индивидуальный подход к каждому подопечному, например, конкретно под каждого ребенка.

Утверждать, что какой-то из подходов единственно верный нельзя, каждая организация ориентируется на свои возможности, программы и проекты, а также свой устав.

По материалам аналитического доклада по результатам исследования «НКО и благополучатели: практики соучастия», апрель 2021. Исследование проведено в рамках проекта «Инициатива реализуема. Выбор регионов ПФО», который реализуется Нижегородской ассоциацией НКО «Служение» — победителем конкурса по приглашению «Школа филантропии» программы «Эффективная филантропия» Благотворительного фонда Владимира Потанина.

«ЭТО ТОЧКА РОСТА ДЛЯ НКО»: ПОЧЕМУ ВАЖНО ВОВЛЕКАТЬ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ В СВОЮ РАБОТУ

Со стороны общества в целом, доноров и государства, а также самих НКО наблюдается большой запрос на повышение эффективности деятельности НКО. А это самым тесным образом связано с получением обратной связи и вообще характером взаимодействия с ключевыми стейкхолдерами — прежде всего с благополучателями.

Как показывают данные исследований, у многих НКО есть интерес к организации систематического сбора и анализа обратной связи от

благополучателей на всех этапах реализации программ, но основной барьер (помимо классического дефицита времени и денег) – отсутствие знаний и навыков, как выстроить такие процессы, какие использовать методы и инструменты, как проводить анализ получаемых данных, принимать управленческие решения и внедрять их в деятельность организации.

Ниже приведем небольшую выдержку из Методических рекомендаций, подготовленных коллегами в рамках проекта «Слушай с пользой!». Полный текст рекомендаций доступен на сайте <https://base.socialvalue.ru/rekomendacii/>

БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ КАК КЛЮЧЕВОЙ СТЕЙКХОЛДЕР ПРОГРАММЫ

Благополучатели, клиенты – ключевой, важный стейкхолдер любого социального проекта! Ведь это те люди и группы, ради которых осуществляется социальный проект, чтобы в их жизни произошли позитивные изменения – улучшились знания, изменилось поведение, социальный статус, условия жизни и пр.



Прямые благополучатели – всех те, кто непосредственно участвует в проекте/программе, на кого оказывается воздействие, кто получает непосредственную «пользу». Например, в сфере детства прямыми благополучателями являются семьи, родители, дети, а непрямыми (иногда их называют косвенными) – представители близкого

окружения, члены которого непосредственно не участвуют в проекте, но их жизнь становится лучше.

Кого именно считать прямыми, а кого непрямыми благополучателями – решение команды проекта. Например, в ряде проектов прямыми благополучателями могут быть волонтеры и специалисты – если предусмотрено их обучение, отслеживаются изменения в их знаниях, установках, поведении и пр. А в других программах волонтеры и специалисты могут считаться только непрямыми благополучателями, а их результаты – не самыми важными и значимыми социальными результатами.

Принятие решения, кого именно считать прямыми, а кого – непрямыми благополучателями, связано с определением уровня подотчетности проекта (организации). Подотчетность – это обязательство нести ответственность за последствия реализации программы (проекта); формулировка и для себя, и для внешней аудитории, за что и перед кем организация отчитывается в широком смысле этого слова.

Как правило, благополучатели не представляют собой однородную группу по своим характеристикам и потребностям, а значит, очень важно это учитывать, сегментировать при организации процессов получения обратной связи.

«Благодаря вовлечению благополучателей в деятельность НКО качество предоставляемых услуг и эффективность работы организации значительно улучшаются.

Вовлечение — это не только правильно с морально-этической точки зрения, но и очень прагматично. Из пассивных просителей помощи они постепенно становятся активными соучастниками социальных изменений. А сами организаций — более ресурсными, в том числе для своих сторонников».

*Ольга Евдокимова, директор
АНО «Эволюция и филантропия»*

ВОВЛЕЧЕНИЕ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ

Получение обратной связи предполагает вовлечение тех, от кого нужно ее получить. Степень вовлечения благополучателей может быть различной – в зависимости от типа и возможностей благополучателей; дизайна и содержания услуг, проектов и программ; имеющихся у организации ресурсов (время, деньги, компетенции и пр.); типа организационной культуры, типа организаций — родительские организации, другие СО НКО и пр.

«Тема вовлечения благополучателей в деятельность организаций для многих, с одной стороны, является понятной, а с другой — нет. Для организации, которая занимается профессиональными услугами, будь это государственное учреждение или НКО, вовлечение больше рассматривается именно в фокусе процесса оказания услуг. Не рассматривается как вовлечение во всю деятельность в целом, в реализацию миссии организации. При этом со стороны организаций есть запрос выстраивать эту деятельность более системно, чтобы благополучатели могли быть активными участниками, в том числе принимать решения, связанные с оказанием им помощи. Эта тема не до конца исследована и даже где-то не осознается самими организациями, что именно это может быть целенаправленной системной деятельностью, что она тоже должна как-то планироваться, иметь какие-то определенные инструменты. Поэтому вовлечение благополучателей является зоной роста для многих организаций», — рассказывает Александра Горячева, эксперт-координатор проектов АНО «Эволюция и Филантропия».

В самом общем виде можно выделить три уровня вовлечения благополучателей:

1. СБОР ОТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ «ВХОДНЫХ ДАННЫХ», ТРЕБУЮЩИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАБОТКИ И АНАЛИЗА СО СТОРОНЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Роль благополучателей: потребитель услуг, источник «черновых, исходных» данных, на основе которых руководство при помощи экспертов выявляет ключевые проблемы, а затем принимает правильные и эффективные решения.

Инструменты – всевозможные механизмы сбора отзывов о деятельности организации – жалоб, претензий и предложений: книги/ящики для жалоб и предложений, опросы, фокус-группы, интервью, специальная форма на сайте, «горячая линия», автоответчики, специальный номер телефона или электронной почты для таких сообщений, установка планшетов в офисах организации, специальных кнопок для голосования, дни открытых дверей, социальные сети (отзывы, сообщения, голосования и пр.), конкурсы на лучшую идею, онлайн-голосования, визиты к благополучателям, публичные мероприятия и пр.

2. ПОИСК И РАЗРАБОТКА РЕШЕНИЙ СОВМЕСТНО С БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЯМИ

Роль благополучателей: эксперты, консультанты, советчики, творцы своего жизненного опыта, а соответственно, они максимально вовлекаются в деятельность организации, в реализацию программы на всех этапах: с ними консультируются, советуются, включают в ряд органов с правом совещательного голоса и пр.

Инструменты: методы и исследования с приставками «партиципативные» /«Action» и пр., мозговые штурмы, стратегические сессии, круглые столы, хакатоны, включение в члены Консультативных советов и пр.

У Фонда Тимченко благополучатели входят в Экспертные советы грантовых конкурсов, участвуют в стратегических сессиях, с ними консультируются как с экспертами по многим вопросам реализации программы.

Например, в фонде «Гольфстрим» разработан инструмент оценки ресурсности семьи на основе

ее функциональной диагностики. В сам инструмент заложена активная позиция и вовлеченность родителей. Другими словами, родители, воспитывающие детей с ОВЗ, осмыслиют собственные ограничения и ресурсы, ищут возможные способы компенсации, планируют и моделируют программу помощи.

3. УЧАСТИЕ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ В УПРАВЛЕНИИ

Роль благополучателей: лидер, ведущая роль в решении собственных проблем, тогда как роль сотрудников организации – вспомогательная.

Инструменты: самооценочные формы (самоотчёты, дневники, журналы, которые ведут сами благополучатели и пр.); регулярные совместные встречи благополучателей и сотрудников организации; участие представителей благополучателей в органах управления организации; и пр.

В Клубе «Азбука приемных родителей» (БФ «Арифметика добра») приемные родители (члены Клуба) проводят авторские курсы и тренинги для родителей по принципу «равный равному» (после дополнительной подготовки психолога).

В проекте «Теплый дом» фонда «Волонтеры в помощь детям-сиротам» матери с детьми активно вовлекаются в работу центра временного проживания. Вовлечение происходит как на уровне группового принятия решений (собрания и планерки), так и в индивидуальной работе с психологом (применение шкал оценки сессии, позволяющих «на ходу» корректировать направление работы).

КАК МЫ УЗНАЕМ ПОТРЕБНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ

По материалам аналитического доклада по результатам исследования «НКО и благополучатели: практики соучастия», апрель 2021. Исследование проведено в рамках проекта «Инициатива реализуема. Выбор регионов ПФО», который реализуется Нижегородской ассоциацией НКО «Служение».

Некоммерческие организации стараются получать информацию о своих благополучателях и их потребностях через различные источники. Все методы, используемые некоммерческими организациями, условно можно разделить на несколько групп в зависимости от необходимых ресурсов.

К первой группе относятся методы с минимальными затрачиваемыми ресурсами в виде дополнительных специалистов, глубокого анализа данных – наблюдение, личная беседа с подопечными, обращения в НКО от благополучателей через различные каналы (по телефону, через личные сообщения в социальных сетях, обсуждения в мессенджерах, электронные и бумажные письма и т.п.).

Вторая группа требует чуть больше затрат временных и финансовых, так как представляет собой анализ исследований сектора, изучение научных статей, обработку статистических данных, анализ опыта схожих по типу некоммерческих организаций. При использовании данного метода необходимо регулярно отслеживать изменения рынка, участвовать в профильных конференциях, вебинарах и семинарах (в условиях пандемии возможностей стало намного больше за счет развития дистанционных форматов и все сложнее отсеивать важное).

Выстраивание партнерства с различными учреждениями и ведомствами для разработки системы оперативного обмена информацией – один из самых затратных методов с точки зрения времени, развития отношений. У НКО есть опыт

получения информации о благополучателях от центров социальной защиты, КДН, администраций муниципальных образований, школ, поликлиник и т.д., но не все НКО могут получить доступ к административному ресурсу, что усложняется законом о персональных данных.

Четвертая группа требует временные и человеческие ресурсы на разработку инструментария и обработку данных и включает в себя различные виды анкетирования, опросов, форм сбора информации. Отдельно в данной группе следует выделить разработку метрик мониторинга состояния подопечного для оперативного реагирования на изменения – в таком случае необходимо привлекать специалистов максимально широкого профиля: психологов, социальных работников, аналитиков.

В рамках анализа обсуждений инструментов, используемых некоммерческими организациями для изучения потребностей своих целевых групп, выделилась проблема отсутствия системы оценки и мониторинга деятельности самой организации.

Участники исследования обозначили сложности при изучении запросов благополучателей:

- Ограниченные ресурсы: «недостаточно ресурсов для системных замеров», «нет людей чтобы этим заниматься – это дело затратное, на это нужно время и силы», «В социальной сети нет устойчивой группы, где мы бы могли собирать всю информацию», «нет транспорта, чтобы поехать в районы и пообщаться лично с благополучателями»;

- Отсутствие квалифицированных специалистов: «у нас не такая большая команда - недостаточно компетенций чтобы проводить серьезные исследования»;

- Законодательные ограничения: «Закон о персональных данных усложняет сбор данных»,

- «Размытые» формулировки проблем: «Слишком размытые формулировки проблем, большие масштабы и мы понимаем, что решить проблемы такие не по силам»;

- Барьеры со стороны благополучателей: «Тяжело взаимодействовать с родителями, которые употребляют алкоголь – им не интересно чем занимаются их дети», «Доступ в семью затруднен чтобы зайти, опросить. Семьи думают о том, что они никому не нужны», «действия НКО не понимает часть благополучателей, в том числе – зачем участвовать в исследованиях», «большая текучесть кадров областного родительского комитета – круговорот членства, председателей – нужно ехать в район, знакомиться, выстраивать взаимоотношения заново», «Люди не верят в то, что мы реально можем что-то сделать», «Родителям не хочется афишировать, что они получают помощь – они стесняются, поэтому в интернете не реагируют на призывы поучаствовать в опросе».

Важно обратить внимание на то, что самыми частыми упоминались барьеры со стороны благополучателей – неготовность участвовать в исследованиях, закрытость, недоверие к некоммерческим организациям и их деятельности.

Информационный бюллетень №1 (25) 2021 подготовлен МОО ЦРТ «Сотрудничество» в рамках проекта «Спроси обратную связь!», поддержанного в конкурсе социальных проектов грантовой программы Красноярского края «Партнерство» в 2021 году. Наш адрес: 660075, г.Красноярск, ул.Маерчака, 3, офис 210, тел./факс: (391) 211-91-50, 241-70-16, эл.почта: kccp@kccp.ru, сайт: <https://kccp.ru>, ВКонтакте: https://vk.com/sotrudnichestvo_krsk