



## Информационный бюллетень

для НКО  
**РЕЦЕПТЫ**

## Обратная связь: как НКО получить отклик на свою работу

*В этом номере поговорим о том, зачем некоммерческим организациям обратная связь и как ее собирать.*

Прежде чем собирать мнения о своей работе, решите, когда, как, какую обратную связь и для чего вы хотите получить, советует Наталья Каминарская, директор центра «Благосфера».

Чаще всего НКО нужны отзывы о своей работе в двух случаях: для отчета и для развития программ.

Если обратная связь нужна для отчета, то вопросы, которые задает НКО, соотносятся с

целями проекта и с планируемыми результатами.

Если НКО собирает обратную связь для себя, чтобы учесть в дальнейшей деятельности, то ей важно понять, для кого она работает, в чем ценность ее деятельности, что она дает благополучателям, как можно улучшить программы организации.

Кроме того, с помощью обратной связи можно собрать контакты участников и в дальнейшем приглашать людей на другие события и проекты.

### В этом выпуске

Мотивы НКО для получения обратной связи от благополучателей

стр.2

Этапы работы с обратной связью

стр.2

Инструменты сбора обратной связи

стр.3

Неформальные или постоянно действующие механизмы сбора обратной связи

стр.4

*Над выпуском работали:  
Елена Фомина*

## МОТИВЫ НКО ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ОТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ

Если говорить о мотивах, побуждающих НКО работать с обратной связью, то их достаточно много.

НКО и в интервью, и в анкетах говорят о том, что обратная связь – важный элемент коммуникаций с благополучателями, она важна и с этической точки зрения, и с прагматической. Только обратная связь от благополучателей дает уникальную информацию для оценки потребностей и планирования работы, позволяет отслеживать ее качество и оценивать результаты.

Это необходимый элемент для «сверки координат» и трезвого взгляда на причины успехов и неудач.

Обратная связь – это повод для вовлечения благополучателей в совместную работу, возможность наладить контакт и построить доверие, убедив благополучателя, что его «слышат».

Для НКО обратная связь – это:

► основа для разработки программ: возможность лучшего понимания своей целевой аудитории – ее потребностей и возможностей; благодаря обратной связи складывается понимание, что деятельность востребована и организации предлагают людям адекватные и качественные услуги, которые действительно отвечают их потребностям и могут улучшать качество их жизни.

► информация для оценки результатов качества услуг, мероприятий, отдельных проектов или больших программ, а также своего вклада в какие-то большие изменения, возможность понять причины неудач и успехов;

► повод для более активного вовлечения благополучателей в совместную работу с НКО, нацеленную на результат, и возможность привлечения новых благополучателей, клиентов;

повод для коммуникаций с благополучателями и стимул для развития их потенциала.

► эмоциональный отклик на свою работу. Спрашивать у благополучателей, что им важно и что с ними происходит, важно этически, особенно если дело касается уязвимых групп людей, тех, кто находится в трудной ситуации и чьим мнением обычно никто не интересуется.

*Читайте подробнее:*

[https://base.socialvalue.ru/upload/files/sbornik\\_2019\\_final.pdf](https://base.socialvalue.ru/upload/files/sbornik_2019_final.pdf)

## ЭТАПЫ РАБОТЫ С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ

В целенаправленном сборе обратной связи рассматривают цикл из пяти шагов, говорит Наталия Фрейк, эксперт АНО «Эволюция и филантропия».

1. **Планирование:** определите, зачем вам нужна обратная связь. Если для отчета, сформулируйте вопросы, по которым вам нужно получить информацию. Определите, кому вы будете задавать эти вопросы: всем благополучателям или только новым, тем, кто отказался от участия в программе. На этом этапе нужно выбрать методы и инструменты получения обратной связи — опросы или другие формы, анонимные или открытые, самостоятельные или с привлечением специалистов.
2. **Сбор:** на этом этапе вы проводите опросы и получаете обратную связь.
3. **Анализ:** вам нужно не только посчитать количество ответивших, но и сделать выводы, решить, что делать дальше. Можете изобразить полученные результаты в виде четырех квадратов: в один запишите позитивные стороны, в другой — конструктивную критику, в третий — идеи и инсайты, в четвертый — вопросы, которые возникли у опрошенных.

4. **Дискуссия:** полученные ответы желательно обсудить с благополучателями и другими заинтересованными сторонами. Это исключит возможность неправильной интерпретации результатов, считает эксперт. Кроме того, дискуссия позволяет предусмотреть реакцию благополучателей на те или иные действия.
5. **Внедрение:** вы решаете, какие изменения вы хотите внести в свою деятельность и возвращаетесь с новой программой. После этого все этапы повторяются заново.

По словам Наталии Фреик, четвертый и пятый этапы НКО часто не используют в своей работе с обратной связью. Тем не менее, важно обсуждать полученные результаты и учитывать их в своей деятельности.

## ИНСТРУМЕНТЫ

Самый популярный инструмент сбора обратной связи — анкетирование. Кроме того, проводятся интервью — лично, по телефону или скайпу. Еще одна распространенная форма получения реакции — групповые обсуждения (например, фокус-группа).

Рассмотрим каждый инструмент немного подробнее.

**Анкетирование** — форма опроса, которая, как правило, не предполагает прямого контакта с отвечающим (в отличие от интервью).

Наиболее распространенные формы — онлайн-опросы, а также самостоятельное заполнение респондентами печатных анкет.

Анкетирование предпочтительно, когда:

- а) нужно опросить большое число респондентов за относительно короткое время;
- б) сложно воспринимать вопросы на слух или отвечать откровенно.

Преимуществом анкетирования является также наличие широкого выбора бесплатных программ

для сбора и обработки данных.

Анкетирование редко бывает сплошным (охватывающим всех членов изучаемой группы), гораздо чаще оно имеет выборочный характер. Достоверность и надежность полученной информации зависит, прежде всего, от грамотно составленной анкеты и выборки.

**Интервью** — форма опроса, которая предполагает, что вопросы задает и фиксирует интервьюер. Вопросы могут задаваться при непосредственном контакте (личные интервью, face-to-face) или дистанционно (по телефону, Skype, WhatsApp и пр.).

Список вопросов и последовательность, в которой они задаются, могут быть заранее определены (стандартизированные интервью); а может быть более гибким, когда интервьюер следует лишь общему плану, задавая вопросы по ситуации (нестандартизированное, свободное или ненаправленное интервью). Возможны и промежуточные варианты, когда есть перечень как строго необходимых, так и возможных вопросов.

Интервью используется, когда:

- а) нужно задать вопросы, которые требуют дополнительных пояснений, комментариев, уточнений;
- б) есть проблемы с уровнем грамотности респондентов (например, способность писать и пр.).

К числу основных сложностей при проведении интервью относится необходимость дополнительной подготовки (поиска) интервьюеров, сложность обработки и анализа полученной информации (предварительная расшифровка интервью, большой массив текстовой и неструктурированной информации и пр.).

**Групповые обсуждения** — методы сбора обратной связи, которые предполагают организацию

групповых обсуждений для детального обсуждения конкретной темы. К числу распространенных видов групповых обсуждений относятся фокус-группы, мозговые штурмы, стратегические сессии и пр.

Групповые методы лучше использовать, если:

- нужно глубоко проанализировать установки, потребности, восприятие конкретной темы;
- нужно уточнить ранее сделанные выводы (например, в ходе анкетирования), или обсудить с разных сторон возможные решения.

### НЕФОРМАЛЬНЫЕ ИЛИ ПОСТОЯННО ДЕЙСТВУЮЩИЕ МЕХАНИЗМЫ СБОРА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Запуск цикла обратной связи подразумевает целенаправленность усилий – изначальное планирование и формулировку вопросов, на которые организации важно получить обратную связь от благополучателей. Однако не стоит пренебрегать и механизмами сбора обратной связи, которые предполагают возможность неформального и постоянного обращения благополучателей в организацию, чтобы высказать свое мнение, жалобу и пр.

К числу таких механизмов относятся:

- ящики, книги, журналы для жалоб и предложений;
- электронная почта;
- форма обратной связи на сайте;
- сообщения в социальных сетях организации;
- публикация «успешных историй» благополучателей на сайте организации;
- телефон, в т.ч. автоответчик, специальный номер телефона, «горячая линия»;

- неформальные беседы, регулярные совместные встречи благополучателей и сотрудников организации и пр.;
- Дни открытых дверей, публичные мероприятия по обсуждению деятельности организации, программы.

### Перед запуском таких механизмов обратной связи важно обсудить в команде:

- какие у вас уже есть каналы получения обратной связи, а какие еще могут быть;
- как можно разделить сообщения по типам;
- как и где лучше фиксировать такие сообщения (какие возможны формы и инструменты; например, отдельный файл (в Word / Excel / Google-документ / Google-форма), где будут учитываться поступающие сообщения (например, дата, тип обращения, принятое решение и пр.);
- принципы, формы реагирования на различные типы обращений;
- кто будет отвечать за фиксацию сообщений;
- как будут анализироваться поступающие сообщения;
- как часто будут рассматриваться поступившие сообщения, предложения и пр.;
- как будут доноситься решения по принятым сообщениям и пр.

При подготовке использованы материалы: сайта проекта «Слушай с пользой» АНО «Эволюция и Филантропия» <https://base.socialvalue.ru/>, сайта Агентства социальной информации <https://www.asi.org.ru/news/2019/07/22/obratnaya-svyaz-kak-nko-poluchit-konstruktivnyj-otklik-na-svoyu-rabotu/>

Информационный бюллетень №8 (34) 2022 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, эл.почта: kccp@kccp.ru, сайт: <https://kccp.ru>, [https://vk.com/sotrudnichestvo\\_krsk](https://vk.com/sotrudnichestvo_krsk)



ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
ГРАНТОВАЯ ПРОГРАММА  
«ПАРТНЕРСТВО»