

ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Метод	Краткое описание	Ключевые моменты
Опросы и анкетирование	<ul style="list-style-type: none"> Эти инструменты предназначены для получения от клиентов, их семей, провайдеров услуг и других стейкхолдеров эмпирической информации и перцептивных (основанных на восприятии) данных. Респонденты предоставляют сведения самостоятельно, отвечая на серию закрытых вопросов, которые могут касаться изменений состояния здоровья или параметров благополучия. Анкетирование и опросы проводятся в режиме онлайн или представляют собой заполнение специальных форм вручную либо на планшете. 	<ul style="list-style-type: none"> Опросы и анкетирование позволяют проводить стандартизированный сбор данных от большой аудитории с целью получения количественных сведений. Риски заключаются в создании нагрузки на респондентов, либо в неблагоприятном воздействии на отношения между клиентами и сотрудниками; причем каждый из этих рисков может отрицательно повлиять на социальные результаты/общественные изменения (outcomes).
Формализованное (структурированное) интервью	<ul style="list-style-type: none"> Структурированные интервью предназначены для сбора данных, основанных на восприятии, и проводятся представителями провайдеров услуг – такими как руководители направлений или специалисты. Эти сотрудники в определенной последовательности зачитывают вопросы и фиксируют ответы. 	<ul style="list-style-type: none"> Участие сотрудников в управлении структурированным интервью может создать сложности для установления с респондентами доверительных и гармоничных отношений, имеющих первостепенное значение для оказания услуг высокого качества и получения социальных результатов. Если интервью является продолжительным либо включает сбор конфиденциальной/деликатной информации, то данный риск возрастает. По сравнению с полужформализованными интервью (см. далее), структурированные интервью менее эффективно решают вопросы сбора данных качественного характера, которые необходимы для получения более четкого представления о жизненной ситуации респондентов и происходящих изменениях.
Полужформализованное (полупроизвольное) интервью	<ul style="list-style-type: none"> Полужформализованные интервью ориентируются на ключевые темы или изучаемые направления, для которых разрабатываются списки целевых и последовательных вопросов. Сотрудники могут использовать их для сбора данных о приоритетных социальных результатах. 	<ul style="list-style-type: none"> Данные качественного характера, которые можно собрать посредством проведения полупроизвольных интервью, позволяют составить более подробное представление о достигнутых социальных результатах, а также понять, «каким образом» и «почему» происходят общественные изменения. Полужформализованные интервью требуют специальных навыков, необходимых для эффективного проведения пробных исследований, точной постановки вопросов, инструктирования респондентов и одновременного поддержания беседы и формирования взаимопонимания. Данные, поступающие в ходе полупроизвольных интервью (в сравнении с формализованными опросами или интервьюированием), могут оказаться менее доступными и более дорогостоящими. Помимо этого, их более сложно распространять, сравнивать и документировать.
Инструменты оценки клиентов	<ul style="list-style-type: none"> Инструменты изучения клиентов отражают профессиональные взгляды сотрудников на социальные результаты и фиксируют характеристики общественных изменений. Они также опираются на сведения, собранные посредством проведения структурированных и полупроизвольных интервью. 	<ul style="list-style-type: none"> Инструменты оценки клиентов воссоединяют функции сбора информации и оказания услуг, которые могут сократить нагрузку, связанную с получением данных. Однако в силу того, что они уделяют повышенное внимание профессиональным мнениям сотрудников, привлечение сведений из разных источников (триангуляция), отражающих представления респондентов об изменениях в жизни, может иметь большое значение.

Источник: Social Ventures Australia (Социальное предпринимательство – Австралия). Управление социальными изменениями (Managing to Outcomes)

Материал подготовлен по заказу АНО «Эволюция и Филантропия», в рамках проекта «Общая информационно-технологическая платформа для оценки социальных результатов» (ПШОН-Регион)», который реализуется с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов и при стратегической поддержке Фонда Тимченко.