

# ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ SROI К ОЦЕНКЕ ГРАНТОВОГО КОНКУРСА

## НА ПРИМЕРЕ КОНКУРСА «ОМК-ПАРТНЕРСТВО»



30 ноября 2017

**КАФ** Фонд поддержки  
и развития филантропии

## ПРОГРАММА «ОМК-ПАРТНЕРСТВО»



- Грантовый конкурс реализуется с 2015 года в 5 регионах присутствия.
- Цели конкурса: развитие социального партнерства, волонтерства, устойчивых социальных технологий в территориях.

### Важные компоненты:

- образовательные семинары для НКО в регионах
- привлечение успешных НКО из крупных региональных центров в малые города присутствия
- стимулирование фандрайзинга НКО
- специальная программа для сотрудников – волонтеров, синергия усилий и результатов в городах
- вовлечение местных организаций, партнеров, муниципальных и государственных учреждений в принятие решений
- привлечение партнеров из бизнеса

# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ВОЗДЕЙСТВИЕ

## Оценка деятельности

### ВКЛАД

Какие ресурсы  
мы вложили?

### РЕЗУЛЬТАТЫ

Какую  
деятельность  
осуществили?

### ИЗМЕНЕНИЯ

Что изменилось  
в результате  
этой  
деятельности?

### ВЛИЯНИЕ

Какая доля  
этих изменений  
произошла  
благодаря  
нам?

### ЦЕННОСТЬ

Какова стоимость  
созданной вами  
социальной  
ценности?

## Оценка воздействия

**КАФ**

Фонд поддержки  
и развития филантропии

# ЧТО ТАКОЕ SROI?

Социальный возврат на инвестиции (SROI) – это методика оценки воздействия, которая основана на принципах и

- анализирует результаты, которые важны для стейкхолдеров
- рассказывает о том, как происходят изменения
- учитывает три вида ценностей – социальные, экономические и экологические
- использует денежные единицы, чтобы рассказать о ценности изменений

$$SROI = \frac{[\text{ценности}]}{[\text{инвестиции}]}$$

SROI КОНКУРСА «ОМК –ПАРТНЕРСТВО» - 3,4:1

## НА КАКИЕ ВОПРОСЫ ОТВЕЧАЕТ ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ?

- ЧТО МЕНЯЕТСЯ В ЖИЗНИ ГОРОДА?
- ЧТО МЕНЯЕТСЯ У НКО, МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ?
- ЧТО МЕНЯЕТСЯ У СОТРУДНИКОВ – ВОЛОНТЕРОВ?
- ИЗМЕНИЛОСЬ ЛИ ЧТО-ТО В КОМПАНИИ?
- НАСКОЛЬКО ИЗМЕНЕНИЯ ДОСТИГНУТЫ?
- КАКОВА ДОЛЯ ВЛИЯНИЯ КОНКУРСА НА ЭТИ ИЗМЕНЕНИЯ?

# КАРТА ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН КОНКУРСА

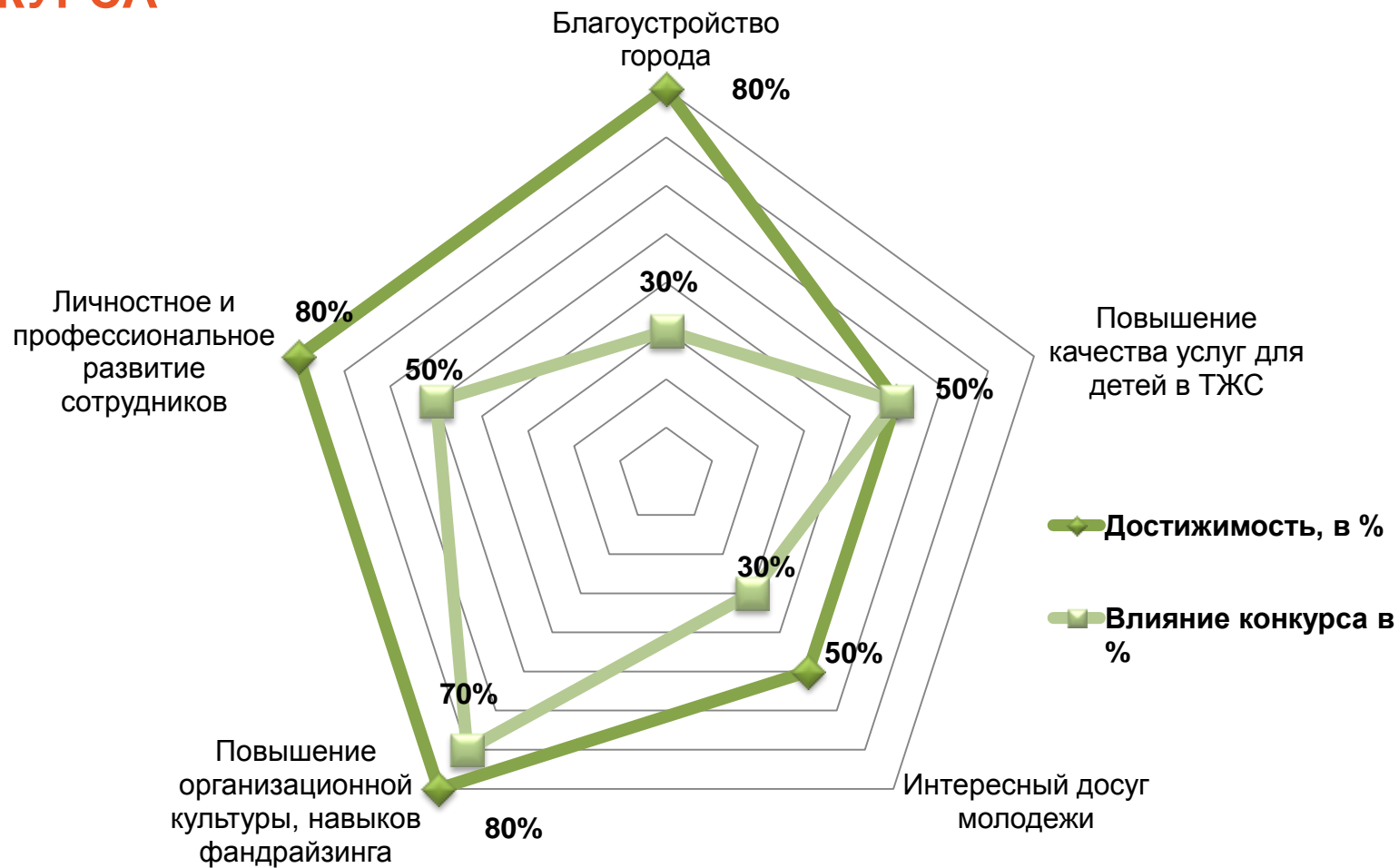


# СУЩЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КОНКУРСА

## Влияние конкурса на результаты, в %

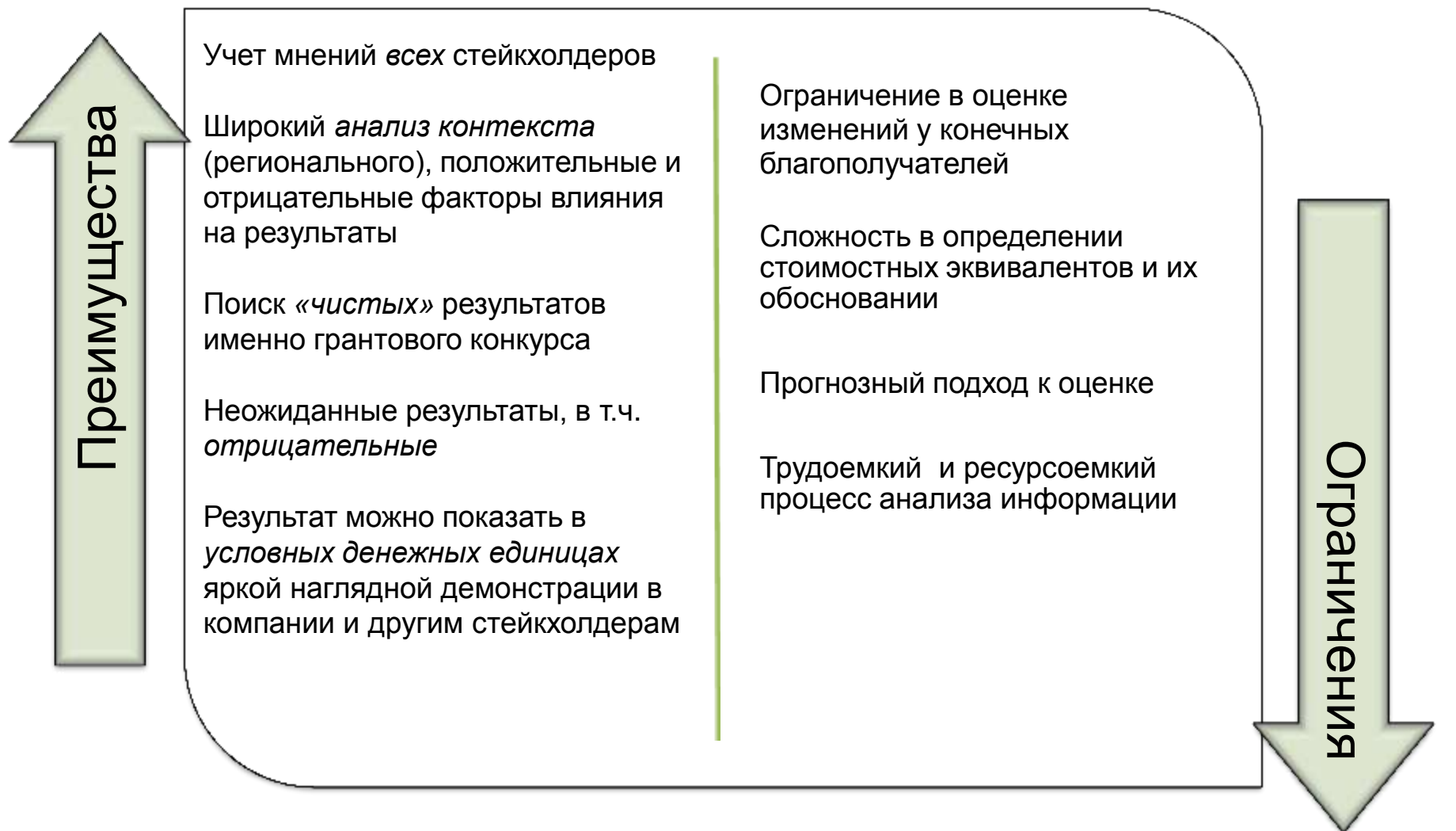


# СУЩЕСТВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ В ВЫКСЕ: ДОСТИЖИМОСТЬ И ВЛИЯНИЕ КОНКУРСА





# SROI В УПРАВЛЕНИИ ГРАНТОВЫМИ ПРОГРАММАМИ КОМПАНИИ



## ШЕСТЬ ЭТАПОВ АНАЛИЗА SROI

1. Определение объекта оценки и ключевых стейкхолдеров



2. Составление карты результатов



3. Подтверждение результатов



4. Оценка воздействия



5. Расчет SROI



6. Подготовка отчета и использование результатов анализа

## ПРИНЦИПЫ SROI



1. Вовлекать стейкхолдеров



2. Понимать, что меняется



3. Оценивать только то, что важно



4. Анализировать только существенные результаты



5. Не преувеличивать свой вклад



6. Действовать прозрачно



7. Подтверждать полученные результаты

# УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

## Результаты оценки

Ясно, какие именно проблемы решает грантовый конкурс в регионе, а какие не решает

Ясно, у каких стейкхолдеров получилось больше результатов, у каких меньше

Понятно соотношение важности ожидаемых/произошедших изменений и степени их достижения (соответствие ожиданиям)

Результаты и изменения выражены наглядно в условном денежном эквиваленте

## Управление результатами

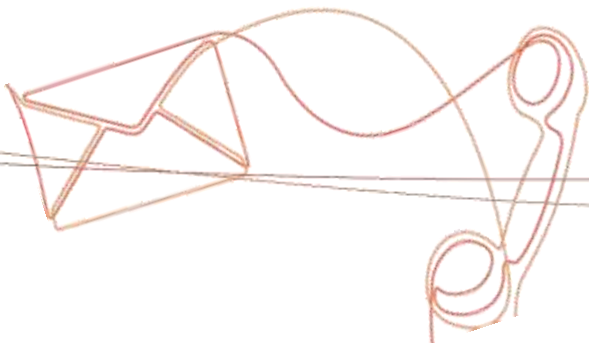
Корректировать направления конкурса, требования, критерии в соответствии с выявленными потребностями

У Экспертного совета появится больше информации, аналитики и оснований для принятия решений о поддержке

Совершенствовать процедуры конкурса и взаимодействия в регионах

Максимизировать и тиражировать позитивные результаты в регионах

Анализировать результаты в динамике



**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**

**Фонд «КАФ»**

**Тел: +7 (495) 792 5929**

**Москва, ул. Мясницкая д. 24/7, стр. 1,  
подъезд 10, этаж 4, офис 102**

**[www.cafrussia.ru](http://www.cafrussia.ru)**