

# Оценка процесса и результатов реализации проекта «Профигендер»

Демченко Ирина Леонидовна,  
канд. экон. наук

# Проект «Профигендер»

Проект реализован в 2016 году МБФ «Альянс общественного здоровья».

**Целевая группа:** клиентки-ПИН ВИЧ-сервисных НПО, реализующих проект «Профигендер», и их сексуальные партнеры

***Локации и имплементаторы:***

НПО «Виктория» – г. Хмельницкий

НПО «Возвращение к жизни» – г. Кропивницкий

НПО «Дорога к дому» – г. Одесса

НПО «Конвиктус» – г. Киев

НПО «Общественное здоровье» – г. Кривой Рог

# Об исследовании

## Компонент мониторинга и оценки эффективности проекта

### Задачи исследования:

- Изучить особенности процесса внедрения проекта с точки зрения клиентов(к) и сотрудников(ц) НПО, включая его преимущества и возможные проблемы.
- Оценить влияние проекта на его основных участников.
- Определить дальнейшие перспективы развития проекта.

**Вид исследования** – мониторинговое социологическое исследование с использованием дизайна «до-после»:

«До» – сбор базовой информации о мнениях, настроениях, отношении, поведении целевых групп в начале проекта, *февраль – май 2016 г.*

«После» – сбор финальной информации по аналогичным индикаторам на этапе завершения участия в проекте, *июнь – сентябрь 2016 г.*

**«До» – «После»: 3 месяца**

# Методы сбора данных

## Базовый опрос:

- 1) Структурированные интервью «лицом-к-лицу» с клиентами(ками) НПО
- 2) Полуструктурированные интервью «лицом-к-лицу» с сотрудниками(цами) НПО

## Финальный опрос

- 1) Структурированные интервью «лицом-к-лицу» с клиентами(ками) НПО
- 2) Полуструктурированные интервью «лицом-к-лицу» с сотрудниками(цами) НПО
- 3) Фокус-групповые дискуссии с клиентами(ками) и сотрудниками(цами) НПО



2751

Всего опрошено клиентов(к) в ходе базового опроса



2312

Всего опрошено клиентов(к) в ходе финального опроса



52

Всего опрошено сотрудников(ц) в ходе базового опроса



50

Всего опрошено сотрудников(ц) в ходе финального опроса



5

Всего проведено фокус-групп с клиентками НПО в ходе финального опроса

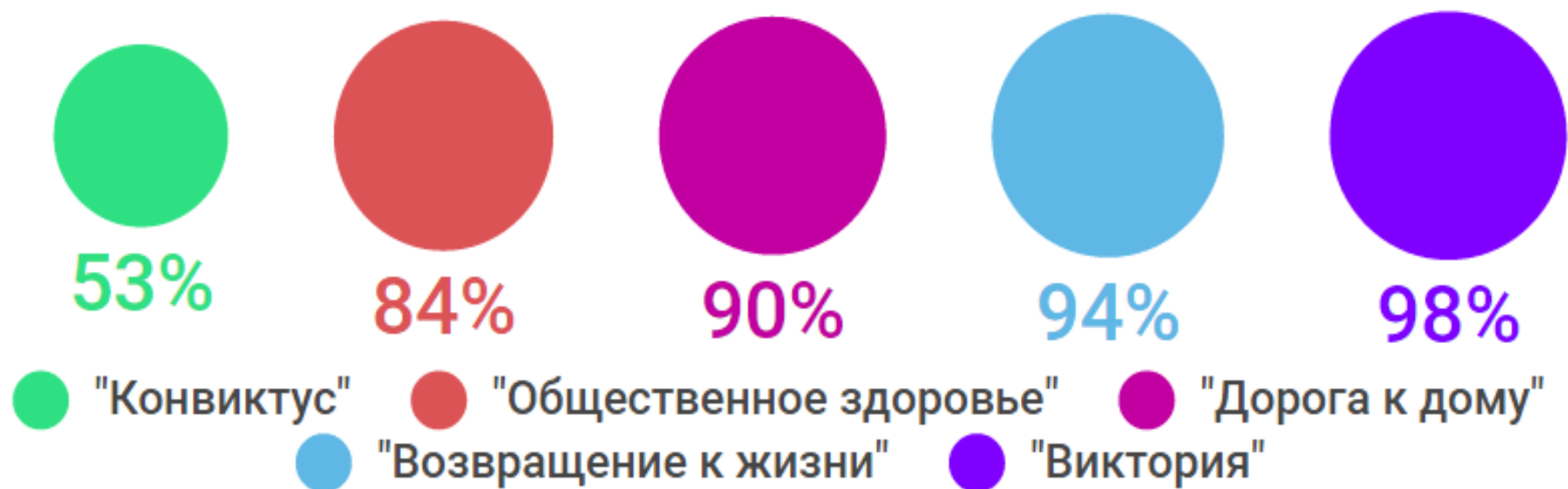


5

Всего проведено фокус-групп с сотрудниками(цами) НПО в ходе финального опроса

Уровень достижимости респондентов(к) - 84%

**По отдельным НПО**



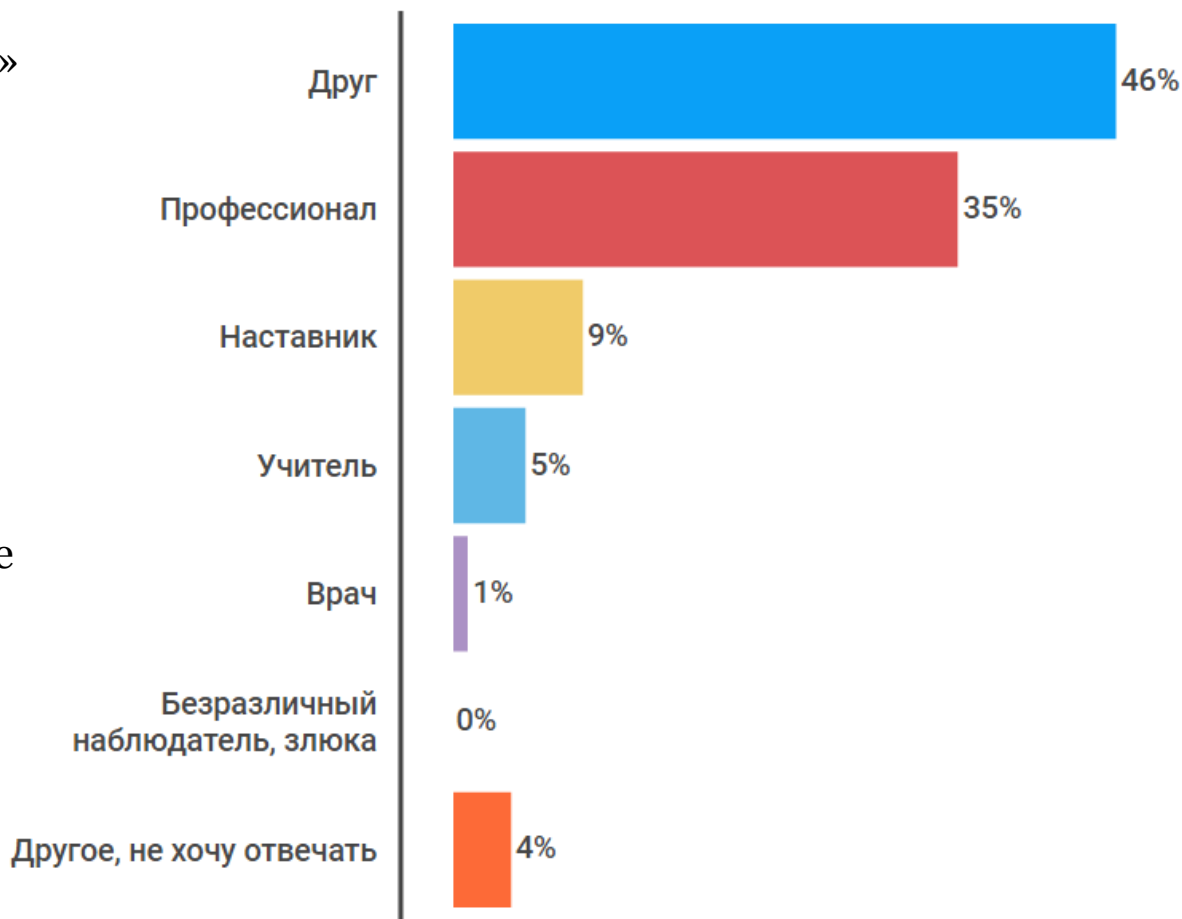
# Результаты реализации проекта

**Наиболее востребованные услуги, которые клиенты(ки) хотели получить, получили и в дальнейшем собираются получать, %**

Перечень услуг	Хотели	Получили	Собираются получить
<b>Выдача расходных материалов:</b>			
- шприцов	89	84	48
- презервативов	77	79	43
- лубрикантов	68	66	37
- тестов на беременность	57	1	32
<b>Тестирование на ВИЧ и другие заболевания</b>	69	16-44	48-52
<b>Консультации врачей (гинеколога, инфекциониста, нарколога и других)</b>	65	9	44
<b>Консультирование соцработниками(цами) и психологами</b>	45-48	22-73	29-40
<b>Тренинги и мастер-классы по вопросам здоровья, парное консультирование, группы взаимопомощи, видеофильмы по вопросам здоровья</b>	17-30	1-7	10-26
<b>Сопровождение при лечении наркозависимости и постановке на ЗПТ, обращении в другие медучреждения</b>	12-19	1	6-8
<b>Социально-бытовые услуги, продуктовые пайки, гуманитарка</b>	14-59	5-16	7-39

# Оценка клиентами(ками) отношения со стороны сотрудников(ц) НПО

- Сотрудники(цы) общаются с клиентами(ками) в роле «друга» или «профессионала»
- Отсутствие недоброжелательного или безразличного отношения со стороны сотрудников(ц)
- 92% отметили, что при посещении НПО они никогда не испытывали дискомфорта/неловкости в общении с персоналом
- 5% опрошенных указали, что были единичные случаи возникновения дискомфорта.





## Преимущества проекта «Профигендер»

### По мнению сотрудников(ц):

- 1) более комфортные условия предоставления услуг
- 2) ориентация на учет гендерных особенностей клиенток и адаптацию услуг к потребностям женщин-ПИН

### По мнению клиентов(к):

- 1) Положительные изменения в жизни, улучшение психоэмоционального состояния
- 2) Расширение круга общения и источников социальной поддержки
- 3) Половина опрошенных клиентов(к) указывали на улучшение качества услуг, полученных ими в НПО за последние 3 месяца, а 40% - на увеличение их количества.

# Трудности реализации проекта

Типичные для профилактических проектов

Неэффективная  
переадресация ВИЧ-  
положительных  
клиентов(к)

Поиск «зерен» при  
использовании  
методики RDS

# Результаты реализации проекта

## Клиентов(к) и их партнеров(ш)

- Сокращение рискованного поведения
- Увеличение охвата КиТ и другими медицин. услугами
- Улучшение психо-эмоционального состояния, в т.ч. взаимоотношений с партнером(шей)

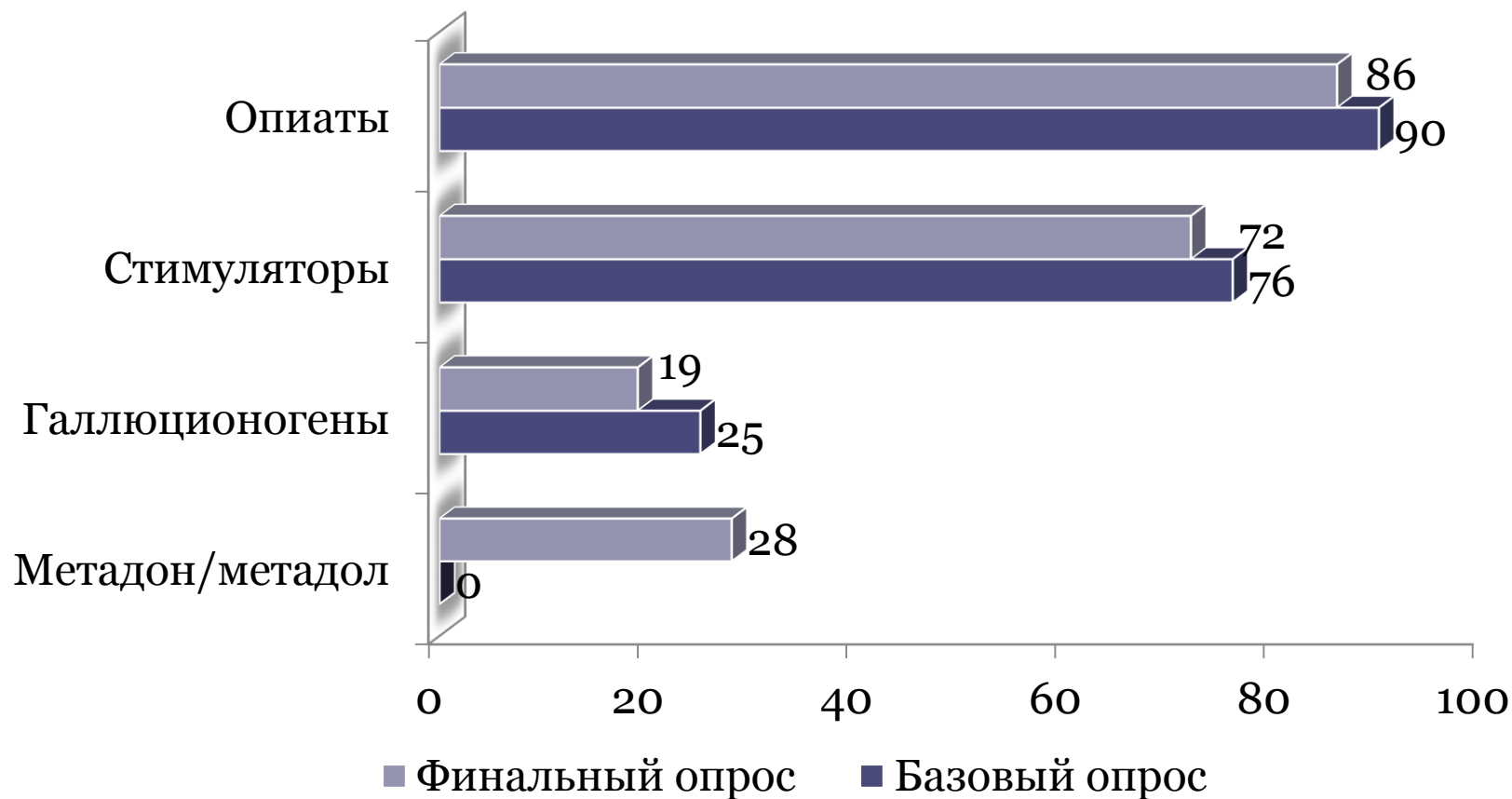
## Персонал НПО

- Повышение уровня знаний
- Совершенствование профессиональных навыков
- Психологические изменения

## Деятельность организации в целом

- Уточнение потребностей клиентов(к) в услугах
- Усовершенствование отдельных компонентов проекта (рекрут, мотивация клиентов(к))

## Опыт употребления клиентками наркотиков, %



# Употребление наркотиков

**Употребление каких-либо наркотиков в течение 30 дней снизилось:**

Базовый опрос – **98%**

Финальный опрос – **92%**

- Клиенты(ки) продолжают практиковать рискованное употребление наркотиков.
- Уровень рискованного употребления инъекционных наркотиков значительно **не уменьшился.**

Интегральный показатель:  
- базовый опрос – **95%**  
- финальный опрос – **92%**



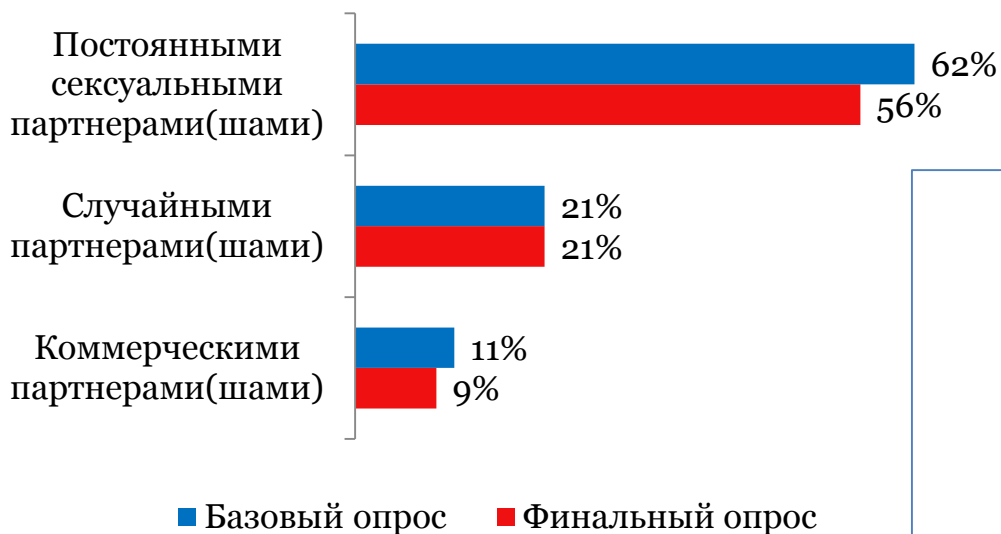
# Сексуальные практики



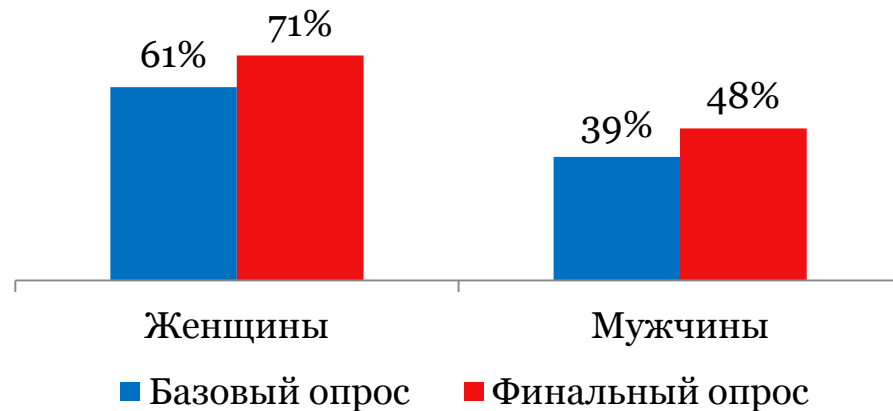
78-79%

Опрошенные, которые имели сексуальные контакты в течение 3 месяцев, предшествующих обоим опросам

## Практиковали сексуальные контакты с:



**Увеличилась доля респондентов(к), которые всегда использовали презервативы за последние 3 мес.**



# Отношения с постоянными партнерами(шами)



54-59%

Опрошенные, которые имеют постоянного сексуального партнера(шу) (в т.ч. мужа/жену или другого человека, отношения с которым длятся более 3 месяцев)



**Более половины**

опрошенных указали, что решение о целесообразности использования презерватива принимается в паре совместно

## **Зафиксирован гендерный дисбаланс ролей в семье:**

- От трети до половины опрошенных указали, что они совместно занимаются выполнением тех или иных обязанностей (ведение домашнего хозяйства, заработок средств, воспитание детей)
- В остальных случаях – эти роли закреплены за представителями того или иного пола:
  - роль добытчика – мужчины;
  - роль хозяйки и матери – женщины.

# К концу проекта >90% клиентов(ок) знали о своем ВИЧ-статусе



21%

Опрошенных не проходили тестирование на ВИЧ вообще, по результатам базового опроса



44%

Опрошенных не проходили тестирование на ВИЧ более 1 года до опроса, по результатам базового опроса



2%

Опрошенных остались не протестированными после участия в проекте, по результатам финального опроса



10%

Опрошенных прошли тестирование на ВИЧ более 1 года до опроса, по результатам финального опроса



76%

Опрошенных стоят на учете в центре СПИДа (т. е. уже знают свой ВИЧ-статус), среди тех, кто не проходил тестирование или проходил более 1 года до опроса, по результатам финального опроса



## Влияние проекта на сотрудников(ц) НПО

Улучшения понимания гендерно-ориентированного подхода в предоставлении услуг

- Правильное определение гендерного подхода дали **54%** в базовом опросе и **96%** сотрудников(ц) в финальном.
- Правильно идентифицировали ситуации, которые являются примерами гендерного неравенства **67%** в базовом опросе и **92%** в финальном.

Усовершенствование практики работы с клиентами(ками)

- Правильные ответы на вопрос о том, какие услуги можно считать гендерно-ориентированными, дали **42%** в базовом опросе и **66%** в финальном.

# Влияние проекта на деятельность НПО



94%  
(47 из 50 человек)

Сотрудников(ц) подтвердили факт изменений в деятельности организаций вследствие реализации проекта



89%  
Сотрудников(ц) подтвердили изменения в документах/политиках организации в части, которая касается гендерных вопросов



75%  
Сотрудников(ц) подтвердили усовершенствование методов/приемов предоставления услуг клиентам(кам), включая тематику и подходы к консультированию



33-49%  
Сотрудников(ц) считают, что проект привел к изменениям во взаимодействии разных направлений в деятельности НПО, более тщательному соблюдению этических норм при работе с клиентами(ками) и более полному обеспечению равных возможностей для сотрудников(ц) разного пола.

## Главные последствия реализации проекта, *по мнению сотрудников(ц) НПО:*

- Увеличение количества клиентов из числа женщин и мужчин
- Повышение уровня удовлетворенности клиенток и клиентов услугами;
- Увеличение числа семейных пар среди клиентов
- Рост числа услуг, предоставляемых НПО
- Улучшение взаимоотношений клиентов(к) и сотрудников(ц) либо сотрудников(ц) между собой
- Увеличение нагрузки сотрудников(ц) НПО

# Перспективы развития услуг НПО

- Клиенты(ки) и сотрудники(цы) НПО указали целесообразность сохранения всех компонентов проекта и расширения пакета предоставляемых услуг

## непосредственно профилактические услуги

- тестирование на гепатиты и ИППП, консультации врачей и психологов, тренинги, мастер-классы и видеофильмы по вопросам здоровья, парное консультирование, группы взаимопомощи, социальное сопровождение при лечении наркозависимости, постановке на ЗПТ, обращении в медучреждения

## услуги, ориентированные на социальную адаптацию клиентов(к)

- услуги для детей, консультирование по налаживанию семейных отношений, услуги по трудоустройству, консультирование юриста

## мотивационные услуги

- выдача продуктовых наборов и гуманитарки, социально-бытовые услуги, мероприятия по организации досуга

# Перспективные направления развития проекта «Профигендер»

- Привлечение новых клиентов(к) из числа малодоступных групп.
- Развитие компонента работы с парами (парное консультирование).
- Усовершенствование системы мотивации:
  - Целесообразность использования отдельных форм материального стимулирования (напр., гинекологические наборы, тесты на беременность, продуктовые наборы и т.п.);
  - Мотивирование при помощи расширения спектра предоставляемых услуг, в т. ч. тех, которые не связаны непосредственно с профилактикой.