



# Европейские проекты

*Фолкуниверситет, Уппсала  
Отдел международного сотрудничества  
Али Рашиди*



**Главный вопрос:**

Что было сделано и чего не хватает?



Логико-структурный подход  
(Logical Framework Approach)



# Дерево проблем

Эффекты



Проблема



Причины



# Дерево проблем

**ПРОБЛЕМА**



***Слишком мало студентов  
(существующих и  
потенциальных) посещают  
веб-сайт ТГУ***



# Дерево проблем

**ПРОБЛЕМА**



***Слишком мало студентов  
(существующих и  
потенциальных) посещают  
веб-сайт ТГУ***

**Нерелевантная  
для целевой  
группы  
информация**

**Низкий уровень  
интерактивности**

**Устаревший  
дизайн**



# Дерево проблем

**ПРОБЛЕМА**



**Слишком мало студентов  
(существующих и  
потенциальных) посещают  
веб-сайт ТГУ**

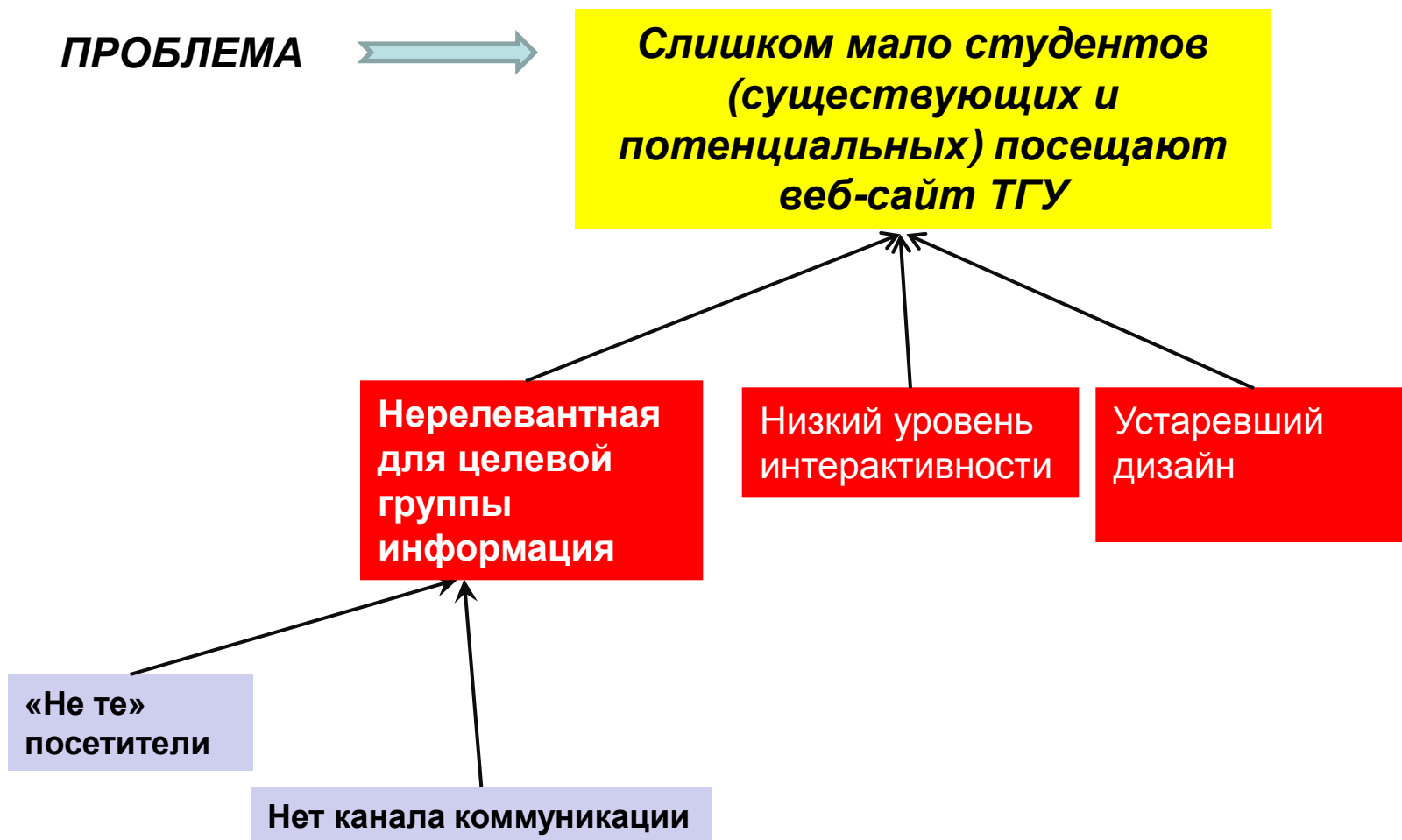
**Нерелевантная  
для целевой  
группы  
информация**

**Низкий уровень  
интерактивности**

**Устаревший  
дизайн**

**«Не те»  
посетители**

**Нет канала коммуникации**





# Дерево проблем

**ПРОБЛЕМА**



**Слишком мало студентов  
(существующих и  
потенциальных) посещают  
веб-сайт ТГУ**

**Нерелевантная  
для целевой  
группы  
информация**

**Низкий уровень  
интерактивности**

**Устаревший  
дизайн**

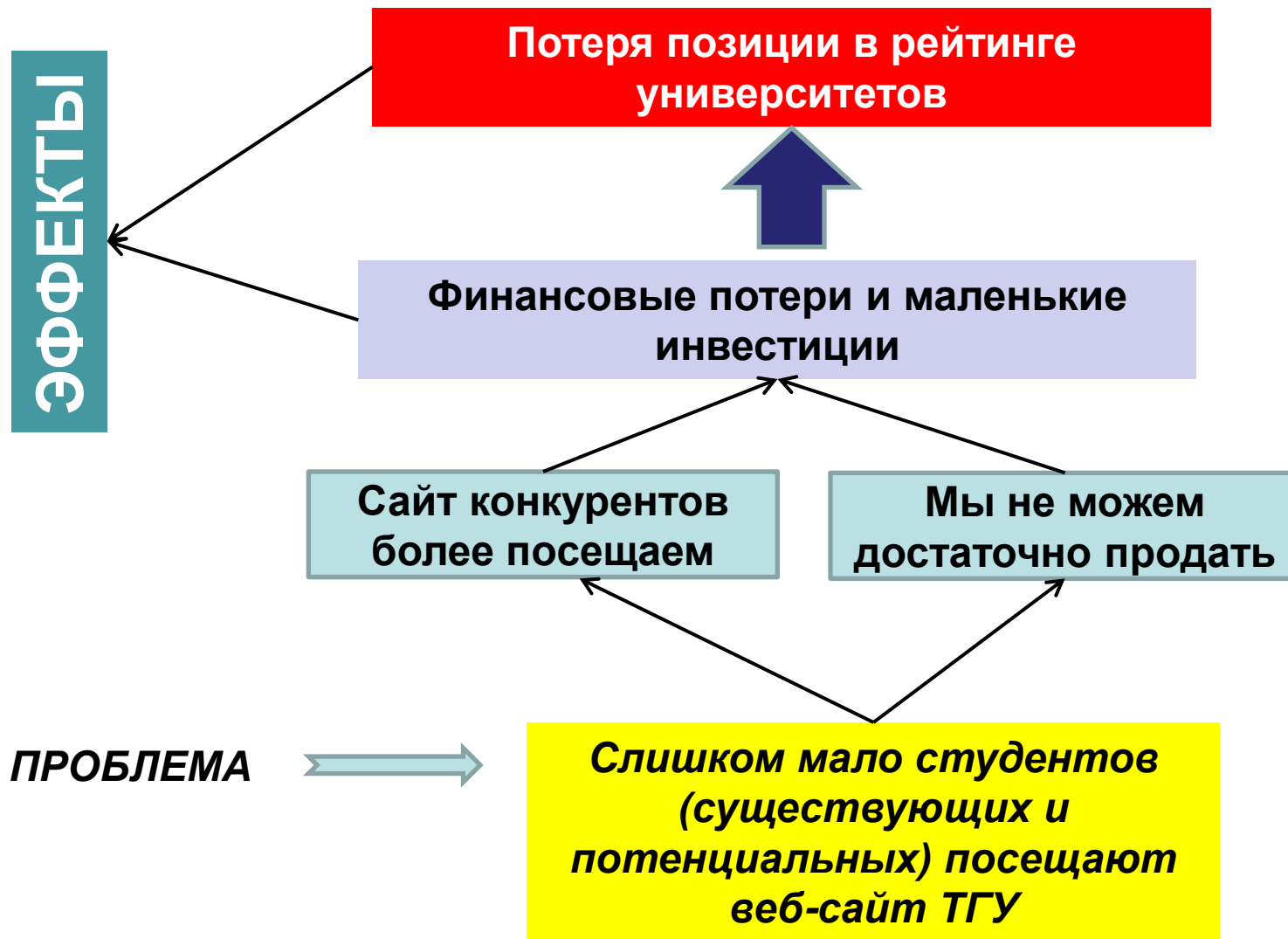
**«Не те»  
посетители**

**Нет канала коммуникации**

**Иерархия**

**Маленький бюджет**

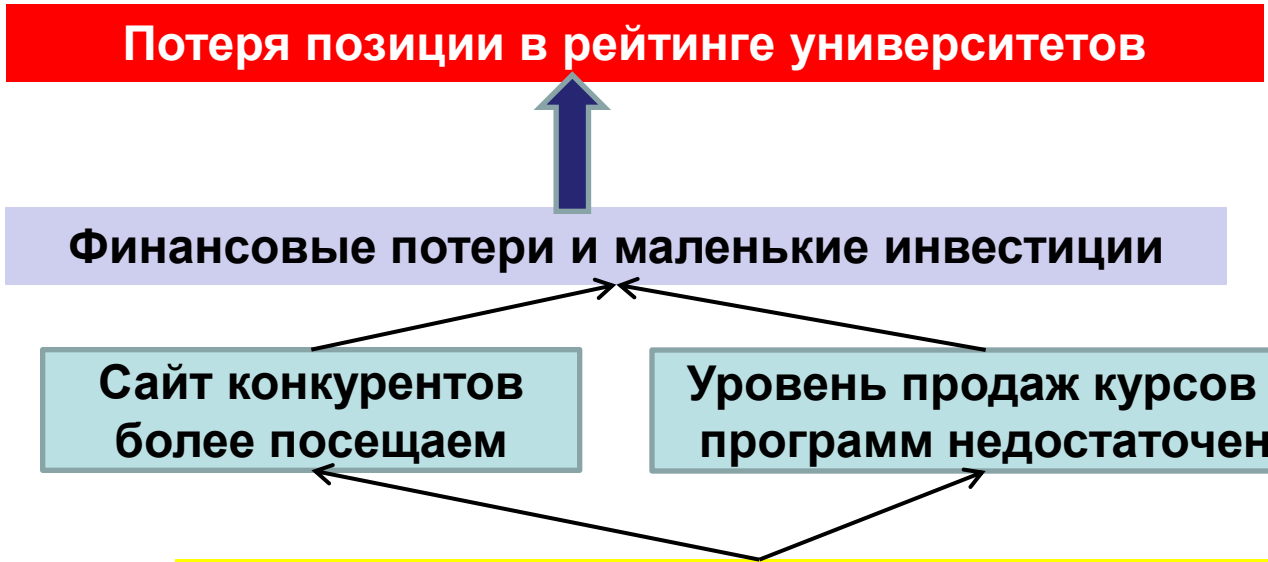
**Отсутствие знаний  
в современных  
информационно-  
коммуникационных  
технологиях**







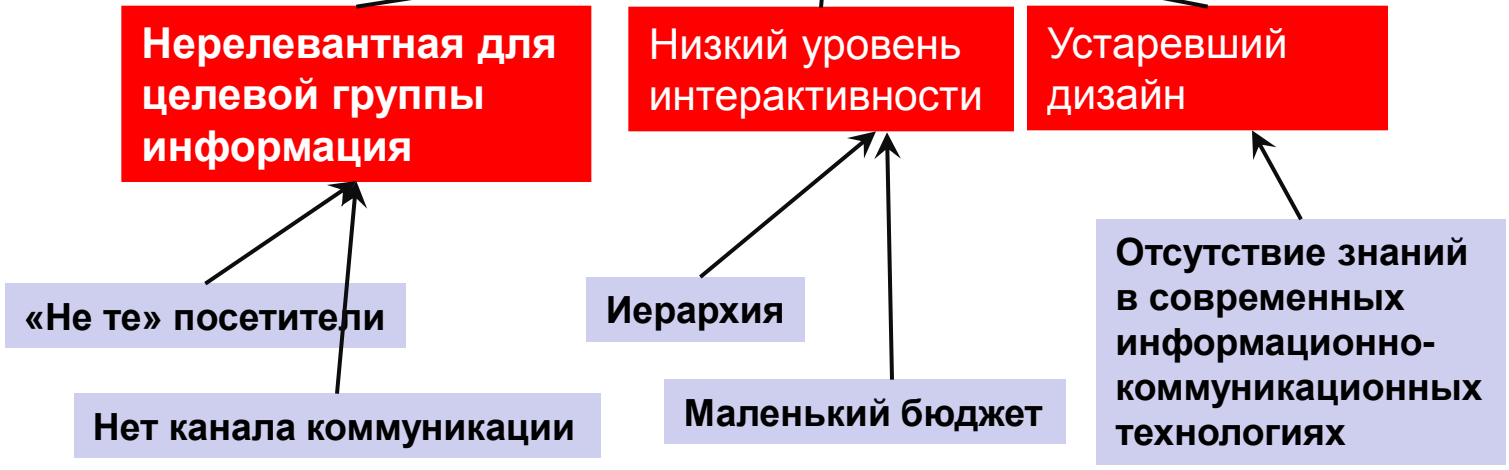
**ЭФФЕКТЫ**



**ПРОБЛЕМА**

**Слишком мало студентов (существующих и потенциальных) посещают веб-сайт ТГУ**

**ПРИЧИНЫ**



# Дерево проблем



ЭФФЕКТЫ

**Потеря доверия к автобусной компании**

Финасовые потери для пассажиров

Пассажиры получают ранения или погибают

Люди приезжают позже / опаздывают

ПРОБЛЕМА

**Частые автобусные аварии**

ПРИЧИНЫ

Водители недостаточно осторожны

Плохое состояние транспортных средств

Плохое состояние дорог

Неквалифицированные водители

Беспорядочное расписание

Автобусы слишком стары

Плохое техническое обслуживание

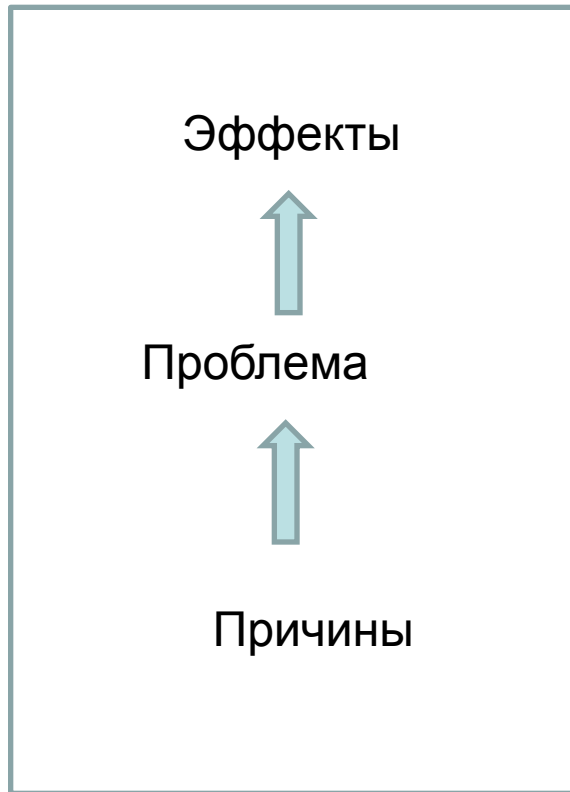
Не приоритизируется

Плохое содержание (обслуживание)

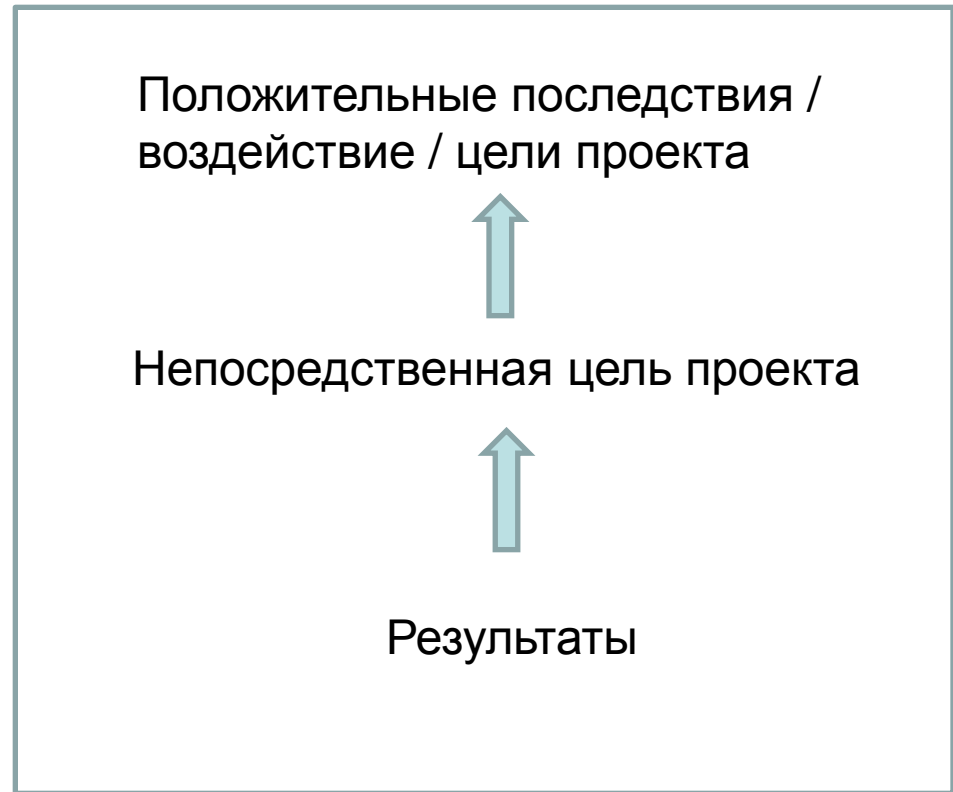




## Дерево проблем



## Дерево целей





**Мы начинаем проект «Иди и узнай»**

**Проектный план исследования (опроса)**



## **Давайте подумаем как проектные менеджеры, ответив на вопросы:**

- 1. Какова общая цель проекта?**
- 2. Каковы конкретные цели проекта?**
- 3. Каковы способы достижения целей?**
- 4. Какие шаги и действия необходимо предпринять? Диаграмма Ганта**
- 5. Каковы результаты проекта?**



# Какова общая цель проекта?

**Улучшить наш имидж посредством повышения позиций в рейтинге университетов**



Каковы конкретные цели проекта? Должны быть **SMART**

**S**pecific - Конкретный

**M**easurable - Измеримый

**A**ccurate or Approved – Точный или одобренный

**R**ealistic - Реалистичный

**T**ime bound - Ограниченный во времени



## Каковы конкретные цели нашего проекта?

**Конкретная цель нашего проекта –  
провести опрос, чтобы выяснить, как мы можем  
повысить число потенциальных и существующих  
студентов-посетителей нашего сайта на 25%.**





## Перед тем, как начать

- 1. Какова цель оценки?** Почему оценка проводится? Что ожидается достичь или какой инсайт получить?
- 2. Кто будет использовать информацию?** Проводится ли оценка для последующего использования только вами? Или результаты нужны кому-то еще? Каковы их ожидания и планы? Кто еще может быть заинтересован в процессе или результатах оценки?
- 3. Как они будут использовать информацию?** Что разные пользователи будут делать с результатами оценки? Какие решения или действия зависят от результатов оценки?
- 4. На какие вопросы ответит оценка?** Что конкретно вы и другие хотят знать?
- 5. Когда необходимы результаты оценки? Каков график работ?**
- 6. Каковы ваши способности и навыки? Есть кто-то, кто может помочь?**
- 7. Какие ресурсы вам доступны (включая время, финансовые и человеческие ресурсы)?**



## 1. Решите, кто будет вовлечен в процесс (вопросы анализа стейкхолдеров)

Вовлечение предполагаемых **пользователей** и **ключевых стейкхолдеров** в опрос ведет к лучшей приверженности и обеспечивает то, что опрос актуален и его результаты будут использоваться

Ключевые люди могут быть вовлечены в планирование, создание анкеты, сбор данных, их анализ и интерпретацию.

Они могут играть роль **советников, помощников, управлять** одним из аспектов опроса или же **быть вовлеченными** на всех стадиях проведения опроса.

У кого имеется **сильная заинтересованность** в опросе? Кто еще может быть заинтересован в **процессе или результатах**? Каким лучше всего способом их привлечь?



## 2. Определите содержание опроса

Определение содержания опроса означает установление границ в целях написания правильных вопросов.

Во-первых, определите то, **что вы хотите знать**, а также любые условия, которые могут быть **неопределенными или неоднозначными**.

Во-вторых, сфокусируйтесь на ваших **приоритетных информационных нуждах**. Четко решите, что вам просто хотелось бы знать и что вам знать надо.

В-третьих, убедитесь, что потенциальные **респонденты могут действительно предоставить информацию**. Иногда люди не хотят отвечать на вопросы определенной тематики, или же просто не в состоянии этого сделать.

Наконец, **не включайте в опрос** темы, в отношении которых вы не сможете действовать или что-либо изменить.



### 3. Идентифицируйте ваших респондентов

**У кого** вы будете выяснять информацию?

Зачастую, однако, опросы собирают информацию с выборки, подмножества большей группы населения (в целях сохранения времени и денег). Если вы используете выборку, вам необходимо определиться с **объемом выборки и методом (типом) выборки.**



## 4. Определите метод опроса

Выберите **метод опроса**, который лучше соответствует вашей теме, характеристикам респондентов, графику работ, опыту и доступности ресурсов.

Однако, один метод может быть **более удобным**, чем другие, в зависимости от ситуации.



## 5. Разработайте опросник

Все опросы используют опросники.

Однако **число и тип вопросов**, формат опроса, дизайн анкеты (если тип опроса - анкетирование) зависят от типа опроса, который вы выбрали.



## 6. Проведите контрольный тест опросника и других материалов

Контрольный тест – еще один ключевой шаг на пути к высококачественному опросу. Спланируйте, с кем и когда вы проведете контрольный тест. Контрольный тест проводится с небольшим количеством респондентов, по характеристикам сходным или близким к потенциальным респондентам вашего опроса.

Контрольный тест поможет ответить на следующие вопросы:

Поймут ли респонденты вопросы?

Означают ли используемые слова одно и то же для всех респондентов?

Поймут ли респонденты инструкции к опросу?

Сколько времени займет у респондента опрос?



## 7. Подумайте об анализе

Зачастую имеет смысл сделать **гипотетический отчет** прежде чем вы даже начнете собирать данные. Это поможет вам сосредоточиться на том, что вы должны знать, что вы хотите иметь возможность сказать своими результатами, и какой анализ вам понадобится для того, чтобы сказать это.

Ваши потребности относительно анализа данных следует рассматривать **одновременно** с выбором объема и типа выборки.

Нужны ли вам только частота и проценты?

Будет ли у вас достаточно данных для вычисления более точных данных, чем средние величины?

Есть ли необходимость в выделении подгрупп среди респондентов?

Будете ли вы анализировать данные вручную, или объем данных настолько велик, что нужна компьютерная программа? Какие ресурсы и возможности у вас есть?





## 8. Коммуницируйте в отношении вашего опроса и его результатов

План коммуникаций.

**Когда и как** вы будете общаться со стейкхолдерами?

Некоторые из них захотят **быть в курсе** происходящего на протяжении всего процесса планирования и проведения опроса, в то время как другие будут заинтересованы только в **результатах**.

Кому будут нужны и кто захочет знать о **результатах**?

**Когда** будут готовы результаты? В каком формате? Кому будут переданы и где распространены? Предварительное планирование обязанностей обеспечит последующее использование полученных результатов.



## 9. Разработка бюджета, графика работ и процесса управления

Проведение опроса не является беззатратным предприятием.

Имеются затраты, связанные с трудочасами персонала, оборудованием, материалами (услуги связи, конверты, печать, компьютеры и пр.), а также специфические затраты, такие как, например, почтовая рассылка печатных анкет.

У каждого метода опроса своя «цена». При этом, затраты на опросы в целом сложно подсчитать; они существенно зависят от объема выборки, ставки заработной платы, наличия волонтеров и прочего. В целом, **почтовые опросы** являются наименее затратными, в то время как **индивидуальные интервью** – самыми дорогими.

В любом предприятии важно принимать во внимание ваши ресурсы, идентифицировать все возможные затраты и разработать бюджет в соответствии с ними.



## 1. Пример графика работы над маломасштабным почтовым опросом

Nr	Задача	Начало – конец	Ответств енный	Ресурсы
1	Обсудить с членами комитета их участие в опросе; цель, ожидания, пользу исследования; временные рамки.	15-е мая	Ольга	
2	Определить и приоритезировать информационные нужды; прийти к консенсусу со стейкхолдерами	16 – 30-е мая	Ольга, Анна, Дмитрий	
3	Обмен знаниями о респондентах; поиск дополнительной информации; определение выборки и процедур	16 – 30-е мая	Ольга, Анна, Дмитрий	Демографический портрет
4	Обсудить варианты разных методов опроса – принять решение	16 – 30-е мая	Ольга, Анна, Дмитрий	Информация о разработке опроса



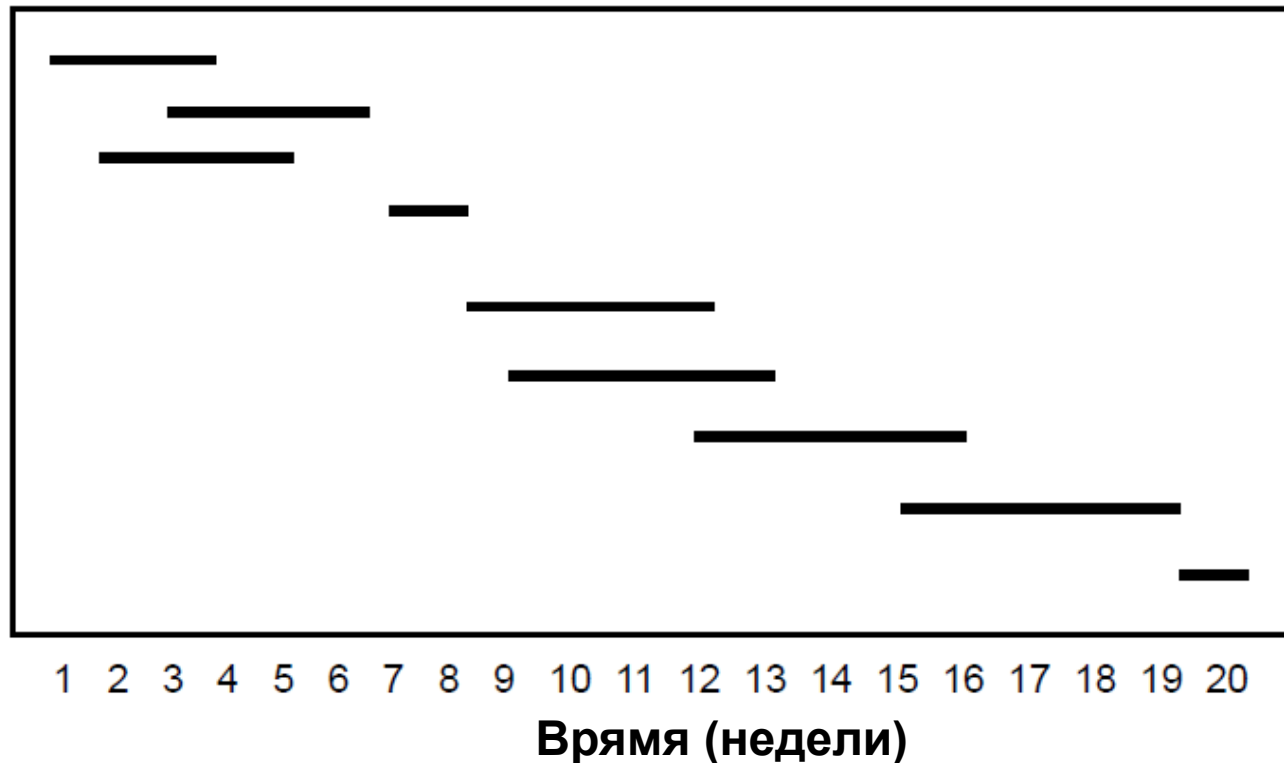
<b>№</b>	<b>Задача</b>	<b>Начало - конец</b>	<b>Responsible</b>	<b>Resources needed</b>
5	Разработка анкеты. Поделиться финальным черновиком с комитетом и ключевыми стейкхолдерами	1й черновик: 5 июня 2й черновик: 15 июня 3й черновик: 25 июня Финальный черновик: 15 июля	Ольга Все напишут вопросы Ольга обобщит и финализирует	Помощь с форматированием анкеты  Графическая поддержка
6	Контрольный тест. Внести корректировки	15 июля – 30 августа	Анна, организация и наблюдение	Помощь в поиске людей
7	Подготовить сопроводительное письмо, материалы, список для рассылки	15 июля – 30 августа	Ольга	Административная поддержка
8	Управление опросом	Сентябрь - октябрь	Ольга	Печать, отправка, конверты, административная поддержка



<b>№</b>	<b>Задача</b>	<b>Начало - конец</b>	<b>Ответствен ный</b>	<b>Ресурсы</b>
9	Проинформировать комитет и стейкхолдеров о прогрессе	1 октября	Ольга и Анна	
10	Обработка и анализ информации	Ноябрь	Дмитрий	Компьютерная программа, административная поддержка
11	Отчет и коммуникации	15 июля – 30 августа	Ольга	Административная поддержка
12	Управление опросом	1 декабря	Ольга, Анна, Дмитрий	Печать; подготовка слайдов Административная поддержка



1. Разработка анкеты
2. Контрольный тест
3. Разработка других материалов
4. Собрать необходимые материалы
5. Собрать данные
6. Обработать и внести данные
7. Проанализировать и интерпретировать данные
8. Написать отчет
9. Публицизировать результаты





*Спасибо за внимание*