



Поради щодо показників

Зона впливу 3 WPHF: гуманітарна допомога

Нижче наведено рекомендації для осіб, які отримують грант від Жіночого фонду миру та гуманітарної допомоги (WPHF) щодо необхідних показників, для використання в зоні впливу 3 WPHF: гуманітарна допомога. Крім того, у рекомендаціях наведено інші можливі показники та викладено загальні рекомендації щодо використання показників, базових та цільових показників, а також засобів їх перевірки¹.

Структура результатів

Стислий опис положення: **посилення участі й лідерства жінок у гуманітарному плануванні й впровадженні заходів**

Необхідно використовувати це положення для рівня впливу й вибирати з переліку необхідних показників (див. визначення в наступному пункті). Необхідно також розробити власний звіт про результати, звіт про вихідні результати й показники², які стосуються ваших проєктів.

Очікувані результати	Показники	Засоби перевірки/ Джерела	Заходи	Бюджет
Вплив Посилення участі й лідерства жінок у гуманітарному плануванні й впровадженні заходів ³	Виберіть принаймні один (1) показник: 3.1. Кількість/відсоток жінок, які беруть участь у прийнятті рішень у сфері гуманітарного планування та впровадження заходів 3.2. Типи механізмів, створених для покращення гуманітарного планування, матриць та програм з урахуванням гендерних аспектів	Аналіз документів або опитування Аналіз документів, інтерв'ю або спостереження		
Результати ⁴ Підготуйте звіти про положення результатів на основі вашого проєкту.	Додайте обидва показники охоплення на рівні результатів: R1. Кількість людей, які отримали безпосередню користь від впровадження заходів (за статтю, віковою групою або іншими критеріями ⁵)	Аналіз документів/ Списки учасників Аналіз		

¹ Всім особам, які отримають гранти, буде надано окремий посібник з моніторингу й оцінки, що містить детальніші технічні рекомендації щодо підходів моніторингу й оцінки, включно з тим, як розробити матрицю результатів.

² У вашій матриці результатів має бути баланс між кількісними та **якісними** показниками. Якісні показники дозволяють детально дослідити досвід, думки й сприйняття окремих осіб і груп та допомагають пояснити, «як» і «чому» відбулися зміни.

³ **Вплив** — це довгострокова зміна проєкту, яка, як очікується, відбудеться в результаті досягнення результату(ів). Це не означає, що зміни мають відбуватися на національному рівні. Ступінь впливу залежить від вас.

⁴ **Результати** — це середньострокові зміни, які, згідно з очікуваннями, відбудуться завдяки досягнутим вихідним результатам. Ви можете мати один або декілька результатів. Максимум 2 результати — це оптимальний варіант. Прикладом формулювання положення є «*посилення координації місцевих зацікавлених сторін у впровадженні механізмів запобігання конфліктам*».

⁵ Інші критерії (або **дезагрегація**) можуть стосуватися людей з інвалідністю, ВПО або біженців, домогосподарств, які очолюють жінки, тощо, якщо це необхідно.

Очікувані результати	Показники	Засоби перевірки/ Джерела	Заходи	Бюджет
	R2. Кількість осіб, які опосередковано отримали вигоду від впровадження заходів ТА розробіть 1–2 додаткові показники для кожного вихідного результату, які відображають зміни, що відбулися у вашому проекті.	документів/ Оцінювання ⁶ Визначається особою, яка отримує грант		
Вихідні результати⁷ Розробіть перелік вихідних результатів для <u>кожного</u> результату.	Розробіть 1–2 показники для кожного вихідного результату	Визначається особою, яка отримує грант для кожного показника	Для кожного вихідного результату зазначте впроваджені заходи	Для кожного вихідного результату зазначте суму бюджету

Обов'язкові показники

Як особа, яка отримує грант WPHF, ви зобов'язані використовувати перелік стандартних показників (див. таблицю 1), щоб полегшити глобальну звітність та формулювання впливу й досяжності ваших проектів.

Відповідно, необхідно вибирати:

- **Щонайменше один** показник рівня впливу
- **Обидва** показники охоплення (прямі і непрямі бенефіціари)

Ви можете додати додаткові показники, які є важливими для вашого проекту. Оптимальним вважається використання не більше трьох (3) показників для кожного результату та положення вихідного результату.

Таблиця 1: Визначення показників (обов'язкові показники)

Обов'язкові показники	Визначення
Показник впливу 3.1 Кількість/відсоток жінок, які беруть участь у прийнятті рішень у сфері гуманітарного планування та впровадження заходів	Це кількісний показник, який підраховує загальну кількість жінок, які беруть активну участь в органах прийняття рішень, громадських комітетах чи механізмах або інших просторах, де жінки можуть висловлювати свою думку й впливати на прийняття рішень щодо впровадження заходів та відбудови у своїх громадах, районах, регіоні чи країні. Участь у прийнятті рішень не обмежується фізичною присутністю жінки у керівному органі чи комітеті, а радше означає, що жінки мають можливість висловлювати свої занепокоєння, впливати на рішення чи процес або голосувати під час ухвалення рішення. Ви маєте вказати загальну «кількість» жінок і не зобов'язані вказувати їх у відсотках. Якщо ви хочете вказати відсоток, разом із кількістю, то його розраховують за допомогою ділення загальної кількості жінок, які беруть

⁶ Див. визначення непрямого бенефіціара.

⁷ **Вихідні результати** — це конкретні результати, продукт або послуга, які було досягнуто в результаті реалізації заходів. Приклад положення вихідного результату: «забезпечено доступ до інформації про наявність послуг для жінок та дівчат під час гуманітарної кризи».

Обов'язкові показники	Визначення
	<p>активну участь у прийнятті рішень, на загальну кількість жінок, які брали участь в опитуванні. Наприклад, 50 % (50 із 100 жінок).</p> <p>Необхідно розмежувати цей показник за статтю та віковими групами (молодше 18 років і старше 18 років), якщо це можливо.</p>
<p>Показник впливу 3.2 Типи механізмів, створених для покращення гуманітарного планування, матриць та програм з урахуванням гендерних аспектів</p>	<p>Це якісний показник, який описує різні типи механізмів або процесів, створених вашою організацією або іншими організаціями для поліпшення гуманітарного планування й впровадження заходів, які відповідають потребам і пріоритетам жінок і дівчат.</p> <p>Деякі приклади механізмів включають:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Громадські структури, залучені до планування або впровадження заходів щодо кризових ситуацій • Процедури створення фонду надзвичайних ситуацій для домогосподарств • Спільні оперативні групи • Системи моніторингу або зворотного зв'язку. • Документи або стратегії планування, які передбачають швидке впровадження заходів щодо подолання гуманітарної кризи • Механізми, які відповідають особливим потребам жінок та дівчат під час кризи • Гендерний аналіз <p>Механізми різняться й залежать від контексту та ситуації.</p>
<p>Використовуйте ОБИДВА показники досягнення. Розмістіть показники охоплення на рівні результатів</p>	
<p>Показник охоплення 1: Кількість людей, які отримали безпосередню користь від впровадження заходів (за статтю, віковою групою або іншими критеріями)</p>	<p>Прямі бенефіціари — це особи, групи або організації, які отримують безпосередню вигоду від вашого співробітництва, або які є прямими реципієнтами вашої діяльності й чітко зазначені у звітах про результати й вихідні результати в матриці результатів. Прямі бенефіціари й цільові групи однакові.</p> <p>Прямі бенефіціари мають розподілятися за статтю та віковими групами (молодше 18 років і старше 18 років). У разі необхідності можна використовувати інші розмежування (наприклад, особи з інвалідністю, ВПО, біженці або члени місцевої громади, домогосподарства, які очолюють жінки, зацікавлені сторони тощо), якщо це необхідно.</p>
<p>Показник охоплення 2: Кількість осіб, які опосередковано отримали вигоду від впровадження заходів</p>	<p>Непрямі бенефіціари — це особи, групи або організації, які не є безпосередніми об'єктами ваших заходів, відповідно до матриці результатів, але зазнають опосередкованого впливу від вашої діяльності. Це можуть бути інші члени громади або члени сім'ї, які отримують позитивний ефект від впроваджених заходів за прямої участі бенефіціарів.</p> <p>Розрахунок непрямих бенефіціарів зазвичай здійснюється шляхом обчислення показника середнього розміру сім'ї та його множення на кількість прямих бенефіціарів. Попри те, що це може призвести до подвійного підрахунку, використання середнього показника може допомогти. Наприклад, якщо середній розмір сім'ї становить 5 осіб, а безпосередніх бенефіціарів — 100, ви повинні помножити 5 x 100 = 500.</p> <p>Непрямих бенефіціарів не потрібно розмежовувати.</p>

Інші можливі показники результату

Наведені нижче показники результатів є лише рекомендаціями, які допоможуть вам зорієнтуватися під час визначення ваших показників для рівня результатів. Вони не є обов'язковими.

Можливі показники результату	Визначення
<p>Кількість ОГС, яким було надано підтримку/забезпечено розбудову потенціалу для ефективного сприяння гуманітарному плануванню, впровадженню заходів та зусиллям із надання допомоги</p>	<p>Це кількісний показник, який підраховує загальну кількість ОГС, яким ваша організація або партнери надають пряму підтримку або створюють їх потенціал.</p> <p>Створення потенціалу для гуманітарного або кризового впровадження заходів та/або відновлення охоплює коучинг, наставництво або формальне навчання, яке ОГС отримує під час реалізації проєкту від вашої організації або партнерів-виконавців. Темі зосереджені на розвитку навичок та знань для жіночого лідерства в гуманітарному й кризовому впровадженню заходів, або інших тренінгах, які можуть дозволити жінкам брати активну участь у гуманітарних кризах та впровадженню заходів.</p> <p>Необхідно рахувати кількість ОГС, які беруть участь, а не кількість тренінгів, організованих впродовж проєкту. Ви також можете відстежувати кількість учасників, які отримують підтримку.</p> <p>Там, де це доречно, розділіть показник за типом організації. Наприклад, організація, яку очолюють жінки, молодіжна організація, організація, орієнтована на людей з обмеженими можливостями або інші типи організацій.</p>
<p>Кількість/тип кампаній із підтримки під керівництвом жінок, діалогів у громадах або інформаційних кампаній, організованих з метою підвищення обізнаності щодо гуманітарного впровадження заходів</p>	<p>Це кількісний та якісний показник, який підраховує кількість та описує тип кампаній підтримки, діалогів з громадами, інформаційних кампаній або інших заходів, які були організовані вашою організацією для підвищення обізнаності бенефіціарів та/або громад та інших зацікавлених сторін про поточну гуманітарну кризу (зокрема про пандемію COVID-19).</p>
<p>Кількість жіночих мереж або асоціацій, які співпрацюють у сфері гуманітарного впровадження заходів, відновлення й планування</p>	<p>Це кількісний показник, який підраховує загальну кількість мереж або асоціацій, які об'єднуються для зустрічі та/або координації гуманітарного впровадження заходів, відновлення, планування або наслідків гуманітарної кризи, зокрема пандемії COVID-19 (наприклад, насильства щодо жінок під час пандемії). Мережі й асоціації є групою організацій. Ваша власна організація може бути членом цієї мережі або асоціації.</p>
<p>Кількість жінок, дівчат та постраждалих від кризи груп населення, які отримали безпосередню підтримку ініціатив організацій громадянського суспільства</p>	<p>Це кількісний показник, який підраховує загальну кількість жінок і дівчат, чоловіків і хлопців, яким ваша організація або партнери надали допомогу під час гуманітарної кризи.</p> <p>Підтримка може виражатися у безпосередньому наданні послуг або товарів (продуктів харчування, грошових коштів, обладнання, засобів гігієни, матеріалів тощо), притулку, або будь-чого, що зменшує негативний вплив гуманітарної кризи на населення.</p> <p>Необхідно розмежувати цей показник за статтю та віковими групами (молодше 18 років і старше 18 років), де це можливо.</p>
<p>Кількість показів у соціальних мережах та/або кампаній, які переглянули люди (Facebook, вебсайт, радіо, Twitter, вебінари тощо).</p>	<p>Це кількісний показник, який відображає загальну кількість переходів у соціальних мережах та/або кількість людей, яких було охоплено завдяки кампаніям. Для соціальних мереж це може передбачати кількість відвідувань вебсайтів, Facebook, повідомлень WhatsApp, радіосесій, твіттів, вебінарів тощо, до яких було надано індивідуальний доступ, і які були розроблені або підтримані вашою організацією або партнером-виконавцем.</p> <p>Цей показник також відображає кількість різних кампаній через соціальні мережі, до яких отримали доступ або які переглянули люди. Для</p>

Можливі показники результату	Визначення
	радіопрограм, вкажіть орієнтовну аудиторію, яку буде охоплено за допомогою повідомлень на радіо.
Кількість домогосподарств, які очолюють жінки (або жінки), яким надано грошову допомогу, продукти харчування або інші товари для задоволення основних потреб	<p>Це кількісний показник, який відображає загальну кількість домогосподарств, які очолюють жінки (або жінок), яким безпосередньо було надано грошові перекази, продовольчу допомогу, гігієнічні засоби або інші товари для задоволення їхніх базових потреб у межах гуманітарної допомоги.</p> <p>Домогосподарства (або жінки), яким було надано декілька товарів, необхідно враховувати лише один раз. Якщо було надано фінансову підтримку, також вкажіть загальну суму на одну жінку/домогосподарство і те, як ця підтримка могла б бути використана.</p>

Що таке показники?

Показники — це «кількісні або якісні фактори або змінні, які забезпечують простий і надійний спосіб вимірювання досягнень, відображення змін, пов'язаних із проведенням заходів, або допомагають оцінити результати діяльності суб'єкта розвитку»⁸.

Якщо стисло, індикатори — це «сигнали», які демонструють прогрес у досягненні результатів, а також зміни, що відбулися завдяки очікуваним вихідним результатам.

Існує три типи показників:

- **Показник вихідного результату:** Ці показники використовуються для відстеження досягнення вихідного результату (продукту або наданої послуги).
- **Показник результату або ефективності:** Ці показники вимірюють більш короткострокові зміни, що відбуваються внаслідок завершення вихідних результатів.
- **Показник впливу:** Ці показники вимірюють довгострокові зміни внаслідок впровадження заходів, що відбуваються завдяки досягнутим результатам.

Показник формується таким чином:

Одиниця вимірювання + те, що вимірюється/відстежується (одиниця аналізу) + (відповідна дезагрегація)

Приклади:

- Кількість (або відсоток) + жінки, які беруть участь у прийнятті рішень у сфері гуманітарного планування та впровадження заходів + (із розмежуванням за віковими групами)
- Кількість + кампанії підтримки під керівництвом жінок, організованих для впровадження заходів гуманітарного реагування + (із розмежуванням за регіонами)

Базові й цільові показники

Для кожного показника необхідно визначити базові й цільові показники.

Базові показники — це інформація, зібрана на початку проєкту, яка визначає вихідну точку показника. Для індикаторів результатів та впливу базовий показник використовуватиметься вперше, під час збору даних. Інколи, залежно від показника, він може дорівнювати нулю (0).

⁸ Словник ключових термінів ОЕСР з оцінювання й управління, орієнтованого на результат (RBM) (2002 р.) <https://www.oecd.org/dac/evaluation/2754804.pdf>

Наприклад, для показника «кількість жінок, які беруть участь у прийнятті рішень у сфері гуманітарного планування й впровадження заходів», припустимо, що до початку вашого проєкту, лише 10 жінок із 50 у вашій цільовій області брали участь у впровадженні заходів. У цьому разі 10 жінок будуть вашим базовим показником.

Якщо використовувати показник у відсотках (разом із кількістю), то це означатиме, що 20 % (або 10 жінок із 50) опитаних вами жінок беруть участь у процесах прийняття рішень. 20 % (10 з 50) буде вашим базовим показником.

Для показників результатів базовий показник, зазвичай, дорівнює нулю (0), оскільки раніше не було впроваджено жодних заходів.

Щодо показника «кількість кампаній із підтримки, організованих жінками щодо впровадження заходів гуманітарного реагування», припустимо, що на початку реалізації вашого проєкту таких кампаній ще не проводилося. Це означає, що ваш базовий показник дорівнюватиме нулю.

Цільовий показник — це те, чого ви хочете досягти наприкінці проєкту. Цільові показники мають бути реалістичними та відповідати впроваджуваним заходам. Для всіх показників має бути цільовий показник. Використовуючи той самий показник, наведемо приклад:

Щодо індикатора «кількість жінок, які беруть участь у прийнятті рішень у сфері гуманітарного планування й впровадження заходів», припустимо, що завдяки вашим заходам цей показник збільшиться з 10 жінок до 40 жінок (із 50). 40 буде вашим цільовим показником.

Якщо використовувати показник у відсотках, припустимо, що ваші заходи збільшать можливості жінок брати участь у процесах прийняття рішень, тому ваш цільовий показник становитиме 80 % (40 із 50).

Щодо іншого прикладу використання показника «кількість кампаній із підтримки, організованих жінками щодо впровадження заходів гуманітарного реагування», припустимо, що ваш проєкт планує підтримати 5 кампаній із підтримки, які очолюють жінки. 5 буде вашим цільовим показником.

Засоби перевірки й джерела

Кожен показник у матриці результатів передбачає засоби підтвердження й джерела.

Засобом підтвердження є те, «як» (метод) ви збираєте дані. Його також називають методологією збору даних. *Наприклад: аналіз документів, інтерв'ю, опитування, оцінювання, спостереження, обговорення у фокус-групах тощо.*

Джерело — це те, «звідки» ви отримуєте дані. *Наприклад: національне опитування, статистика установ, цільові групи населення тощо.*