



ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Благотворительный фонд
местного сообщества
«Первоуральск-21 век»

Молодежный фестиваль
«Стихия металла»

2024



О проекте и мотивация участия в оценке



Характеристики проекта

Этап проекта
Завершен

Жизненный цикл
Инновационный

Период реализации:
04.04.2022 - 30.09.2022

200 участников

молодые специалисты в возрасте
от 18 до 35 лет

10 000 участников

зрительская аудитория

Цель проекта:

Повышение интереса
к территории и продвижение
культурно-исторического
наследия уральских
металлургических предприятий
через объединение молодых
специалистов промышленного
производства

География проекта:

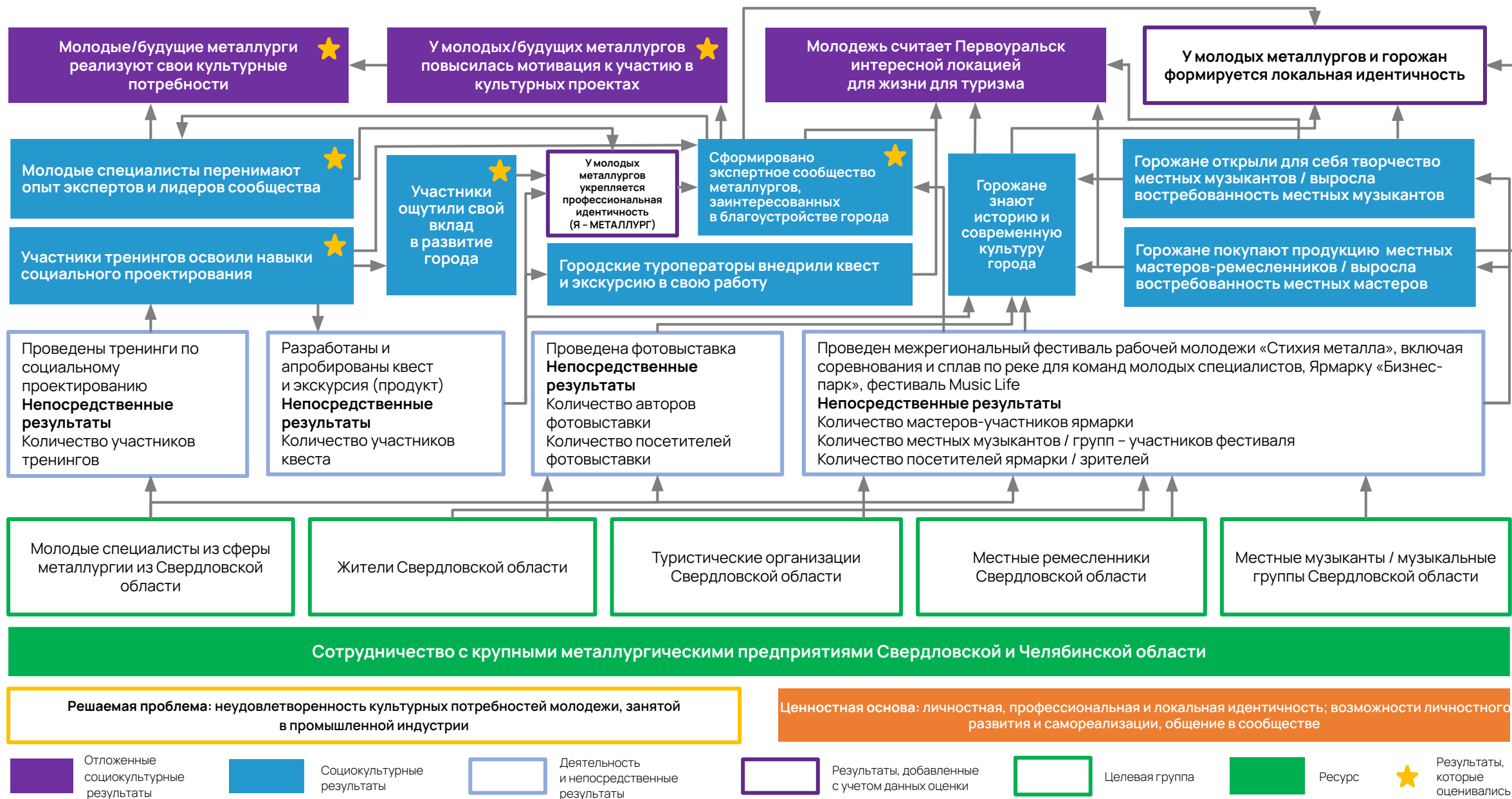
- Первоуральск
- другие города Свердловской области (Екатеринбург, Полевской, Ревда, Нижний Тагил, Каменск-Уральский, Верхняя Пышма) и соседних регионов (Челябинск)

Целевые группы:

- Молодые специалисты, проживающие на территории малых городов Свердловской области и работающие на металлургических предприятиях, в возрасте от 18 до 35 лет – 200 участников
- Зрительская аудитория из числа жителей городов Свердловской области – 10 тыс участников

Дерево результатов проекта Молодежный фестиваль «Стихия металла»

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД МЕСТНОГО СООБЩЕСТВА «ПЕРВОУРАЛЬСК-21 ВЕК»



Оценочный дизайн



Целевые группы

ЦГ1-А: Все молодые металлурги активные участники проекта (фестиваля) – **200 участников**

ЦГ1-Б: Активные участники проекта из Первоуральска (фестиваля и соц проектирования) – **40 участников**

ЦГ2: Эксперты-наставники местного сообщества – **10 наставников**

Инструмент

Анкета, разработанная в ходе оценки – 23 респондента
Анкета обратной связи после фестиваля – 26 респондентов

Анкета, разработанная в ходе оценки – 23 респондента
Глубинное интервью, разработанное в ходе оценки – 9 респондентов

Глубинное интервью, разработанное в ходе оценки – 5 респондентов

Подходы к анализу данных

Анализ распределений ответов: описательная статистика

Тематический анализ ответов:
на открытые вопросы анкет
транскриптов глубинных интервью
Соотнесение их с ЛМП

Тематический анализ ответов:
транскриптов глубинных интервью
Соотнесение их с ответами молодых металлургов

Ограничения дизайна:

1. Оценка производилась ретроспективно
2. Методы оценки ограничены самоотчетами основных благополучателей – молодых металлургов (но частично дополняются экспертной оценкой их наставников)

Вопросы оценки:

Как проект повлиял на молодых металлургов и на их сообщество в целом? Какие результаты были достигнуты и в какой мере?
Насколько устойчивы эти результаты?
Как видоизменить проект, чтобы он соответствовал текущей ситуации и потребностям молодых металлургов? Чтобы разработать его новую версию для более широкой целевой аудитории?

Ответы на оценочные вопросы



ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Как проект повлиял на молодых металлургов и на их сообщество в целом? Какие результаты были достигнуты и в какой мере?

Насколько устойчивы эти результаты?

Как видоизменить проект, чтобы он соответствовал текущей ситуации и потребностям молодых металлургов? Чтобы разработать его новую версию для более широкой целевой аудитории?

Достигнутые социальные результаты:

Топ-3 результата, о достижении которых чаще всего говорят молодые металлурги:

- 82,6% почувствовали себя частью сообщества (из них 40% поддерживают неформальное общение, 25% обмениваются опытом, 15% вместе реализуют проекты)
- 78,8% удовлетворили свои культурные потребности
- 73,9% расширили круг общения

Результаты устойчивы в отношении полученных навыков:

88,8% молодых металлургов освоили навыки социального проектирования
73% планируют продолжать заниматься социальным проектированием.
71,5% применяют полученные навыки и знания в дальнейшей жизни.

Участники видят направления масштабирования или развития через:

- расширение линейки мероприятий внутри проекта и увеличение сроков проведения фестиваля.
- привлечение новых целевых аудиторий (школьники, студенты, рабочие со стажем, горожане).
- расширение географии проекта (привлечение новых заводов к участию, проведение фестиваля в других уральских городах).
- привлечение предпринимателей/ компаний, готовых поучаствовать в реализации проекта (например, через организацию фотозон и фудкорта).
- налаживание взаимодействия с городской администрацией и выстраивания сотрудничества в рамках темы внутреннего туризма.

Содержательный фокус



В ходе оценки удалось уточнить логическую модель проекта:

- добавили новые (незапланированные) социокультурные результаты:
 - «У молодых металлургов формируется локальная идентичность»
 - «У молодых металлургов укрепляется профессиональная идентичность (Я – МЕТАЛЛУРГ)»
- выяснили, что проект в текущем дизайне уже может решать задачи профориентации старшеклассников / презентации корпоративной культуры
- сверили понимание социальных результатов с благополучателями: увидели, что молодые металлурги не говорят в терминологии «навыков социального проектирования» и для коммуникации с ними нужно это учитывать

Методологический фокус



Использование двух доступных источников данных

Анкета обратной связи после проекта, разработана авторами проекта

(+)

Получили много ответов благодаря свежим впечатлениям участников. Открытые, пусть и процессные вопросы, дали много информации

(-)

Дизайн анкеты не опирался на ЛМП и не был связан с вопросами данной оценки

Анкета и интервью через 2 года после окончания проекта, разработана командой оценщиков

(+)

Опираются на ЛМП и разработаны специально для ответов на вопросы данной оценки

(-)

Ретроспективный сбор данных, респонденты не помнят о конкретных фактах, обстоятельствах и др.

Позволило сравнить ответы по ключевым критериям оценки, что повысило доказанность результатов

Рекомендации по развитию системы МиО проекта



Ключевые показатели

Количество и доля молодых металлургов – участников проекта, которые:

- Освоили навыки социального проектирования
- Включены в экспертное сообщество металлургов, заинтересованных в благоустройстве города
- Ощутили свой вклад в развитие города
- Ощутили укрепление профессиональной идентичности («Я – металлург»)
- Удовлетворили свои культурные потребности
- Повысили мотивацию к участию в социокультурных проектах

Предлагаемые показатели

Доля опрошенных зрителей мероприятий проекта – старшеклассников и студентов младших курсов, которые:

- стали рассматривать металлургию как вариант своей будущей профессии
- стали рассматривать местные металлургические предприятия как привлекательный вариант для трудоустройства в будущем

1. Формулировать ключевые социокультурные результаты, показатели и методы сбора данных на этапе планирования
2. Привлекать самих участников в качестве рекрутеров (в ходе оценки хорошо сработал метод «снежного кома»), а также учить составлять и анализировать несложные анкеты обратной связи – как часть со-участия в проекте и обучения навыкам социального проектирования
3. Для оценки влияния проекта на зрителей мероприятий проекта разработать показатели, связанные с профориентацией старшеклассников и с восприятием корпоративной культуры металлургических предприятий

Выводы команды проекта



Интересные находки

Незапланированный социальный результат «У молодых металлургов развивается локальная идентичность»: будем учитывать его при масштабировании проекта на другие территории

Трудности

Обнаружили, что наша целевая группа не использует профессиональную терминологию в сфере социального проектирования: из-за другого «языка» им сложнее увидеть свой вклад. В следующей итерации проекта упростим и унифицируем описание навыков социального проектирования

Что берем в работу

Утвердим систему показателей, чтобы заранее запланировать и провести индикаторную оценку следующей итерации проекта.



ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Благодарим за внимание!



ЭВОЛЮЦИЯ
И ФИЛАНТРОПИЯ



АРТ-ГЕЛИОС
Детская филантропическая организация



ГЕЛИКОНТРА



ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ