

ПОСОБИЕ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ТРЕНИНГА

КЕЙС-МЕНЕДЖМЕНТ ДЛЯ УЯЗВИМЫХ К ВИЧ
ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ:

ПОДЪЕМ ПО СТУПЕНЯМ СЕРВИСА



Кейс-менеджмент для уязвимых к ВИЧ групп населения: подъем по ступеням сервиса

Пособие по проведению тренинга

Кейс-менеджмент для уязвимых к ВИЧ групп населения: подъем по ступеням сервиса. Пособие по проведению тренинга/ – К.: МБФ «Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине», 2012. – 48 с.

ISBN 978-966-2157-82-6

Руководитель авторского коллектива – Людмила Шульга

Авторский коллектив:

Наталья Киценко

Анатолий Волик

Людмила Шульга

Редактор: Мирослава Андрущенко

Верстка: Владислав Коваленко

Обложка: Ольга Миколайчук

Публикация подготовлена и опубликована в рамках программы «Поддержка профилактики ВИЧ и СПИД, лечения и ухода для наиболее уязвимых групп населения в Украине», поддержанной Глобальным фондом для борьбы со СПИД, туберкулезом и малярией.

Точки зрения, изложенные в данной публикации, принадлежат исключительно авторам и могут не совпадать с точкой зрения Глобального фонда для борьбы со СПИД, туберкулезом и малярией. Глобальный фонд для борьбы со СПИД, туберкулезом и малярией не принимал участия в согласовании и утверждении как непосредственно материала, так и возможных выводов, которые вытекают из него.

The views described herein are the views of this institution, and do not represent the views or opinions of The Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis & Malaria, nor is there any approval or authorization of this material, express or implied, by The Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis & Malaria.

Тираж: 500 экз.

Распространяется бесплатно.

ISBN 978-966-2157-82-6 © МБФ «Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине», 2012

Оглавление

Введение: кейс-менеджмент в профилактике ВИЧ	5
Цели и задачи тренинга	7
Программа тренинга	8
День первый. Теория кейс-менеджмента	10
Вводная часть	10
Сессия 1: Кейс-менеджмент и программы профилактики ВИЧ для уязвимых групп населения (ПИН, ЖСБ)	13
Сессия 2: Описание кейса	17
День второй. Практический подход к кейс-менеджменту	22
Сессия 3: Кейс-менеджмент, как ступени от потребности к услуге. Алгоритм кейс менеджмента. Континуум ухода, как непрерывный кейс-менеджмент	22
Сессия 4: Инструменты кейс-менеджмента	28
День третий. Отработка практических навыков консультирования	32
Сессия 5: Консультирование «Фокус на решении»	32
Сессия 6: «Карта силы» (определение и анализ партнеров)	33
Сессия 7: Практическая работа	34
Приложения	35

Введение: кейс-менеджмент в профилактике ВИЧ

Работа в области профилактики ВИЧ-инфекции направлена на снижение темпов распространения эпидемии ВИЧ/СПИД путем изменения поведения уязвимых групп на более безопасное в отношении инфицирования.

«Кейс-менеджмент» – относительно новое понятие в профилактической работе, однако под названием «социальное сопровождение» эта технология используется в профилактических программах достаточно давно – а именно, на этапе поиска и решения тех проблем, которые препятствуют изменению поведения представителей уязвимых групп на менее опасное.

МБФ «Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине» в своей деятельности использует модели социального сопровождения в программах профилактики, ухода и поддержки, которое нацелено на обеспечение универсального доступа к услугам. При описании данных практик все чаще используется международное понятие «кейс-менеджмент», которое является общепринятым в мире названием того же социального сопровождения.

Кейс-менеджмент способствует улучшению доступа представителей уязвимых групп к услугам, способствует изменению поведения, а также улучшению здоровья и качества жизни клиентов профилактических программ. Итогом более чем 20-ти летнего развития программ профилактики ВИЧ в Украине стало то, что сегодня большинство услуг для групп населения, уязвимых к ВИЧ, предоставляется комплексно, но, к сожалению, про непрерывность их оказания говорить еще рано. Кейс-менеджмент является как раз тем методом, который должен обеспечить непрерывность оказания комплексного пакета услуг клиентам, исходя из их индивидуальных потребностей.

Целью данного практического пособия является адаптация понятия кейс-менеджмента и его инструментов в профилактических проектах, которые поддерживаются МБФ «Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине».

Сегодня клиент программы профилактики ВИЧ уже не тот, который был 10 лет тому назад, когда потребности ограничивались минимальным пакетом услуг – низкопороговым сервисом (шприц, презерватив, консультация). По мере развития комплексного пакета услуг для клиентов профилактических программ, возросли и требования клиентов, возникают более высокие потребности – появляется заинтересованность в улучшении качества жизни. Для того чтобы в регионах появились и работали стабильные профилактические программы, способные обеспечить клиентам адекватный доступ к востребованным ими высокопороговыми услугами, необходимо эффективно освоить принципы и практики кейс-менеджмента. А для этого необходимы специалисты, обучению которых и посвящено данное пособие, в котором кейс-менеджмент и социальное сопровождение рассматриваются как понятия-синонимы.

С уважением, авторы пособия

Тренинг «Кейс-менеджмент для уязвимых к ВИЧ групп населения: «Подъем ступенями сервиса»

(от низкопорогового сервиса к высокопороговому)

Цели и задачи тренинга

Цель тренинга:

1. Подготовить социальных работников-специалистов по кейс-менеджменту для неправительственных ВИЧ-сервисных организаций;
2. Разработать релевантные модели кейс-менеджмента (КМ) для повышения качества предоставления услуг ВИЧ-уязвимым группам населения (ЖСБ) и влияния на изменение поведения клиентов в сторону сохранения здоровья, социальной адаптации и улучшения качества жизни;

Задачи тренинга:

1. Повышение качества профилактики ВИЧ;
2. Дать участникам тренинга представление о КМ, как об инструменте, который помогает клиентам профилактических программ переходить от сервиса низкого порога к базовому и расширенному пакету услуг;
3. Дать участникам тренинга навыки социального сопровождения в зависимости от кейса (случая);
4. Научить участников тренинга ведению клиента профилактических программ по модели Континуум Ухода;

Ожидаемые результаты:

Ожидается, что по итогам тренинга участники:

1. Сформируют понимание роли и места КМ:
 - в программах профилактики ВИЧ в среде ПИН и ЖСБ (внутренний кейс-менеджмент, направленный на улучшение качества предоставляемых услуг);
 - в обеспечении непрерывности услуг, соответствующих потребностям клиента (внешний кейс-менеджмент – континуум ухода);
2. Получат навыки описания кейса;
3. Усвоят определение «кейс-менеджмент»;

Программа тренинга

День 1

Время	Название сессии	Методы
10:00 – 10:15	Открытие тренинга. Презентация целей и задач тренинга.	
10:15 – 10:45	Знакомство тренеров и участников.	Упражнение «Незаконченное предложение»
10:45 – 10:55	Презентация программы тренинга.	Карта тренинга
10:55 – 11:10	Ожидания участников и тренеров.	Упражнение «Песочные часы»
11:10 – 11:30	Правила тренинга.	Дискуссия «Какими должны быть правила, чтобы они выполнялись участниками»
Сессия 1: Кейс-менеджмент и программы профилактики ВИЧ для уязвимых групп (ПИН, ЖСБ, ЛЖВ)		
11:30 – 12:00	Ведение клиента.	Упражнение «Слепой и поводырь»
12:00 – 13:00	Обед.	
13:00 – 13:15	Разминка.	Проводят сами участники
13:15 – 13:45	Ожидаемые результаты проектов профилактики ВИЧ для уязвимых групп населения (ПИН, ЖСБ).	Упражнение «Картирование» Работа в группах
13:45 – 14:00	Структура проектов профилактики ВИЧ для уязвимых групп населения (ПИН, ЖСБ). Кейс-менеджмент. Подход № 1 , основанный на удовлетворении профилактических потребностей клиентов.	Презентация тренера
Сессия 2: Описание кейса		
14:00 – 14:15	Кейс	Презентация тренера
14:15 – 14:45	Описание кейса	Работа в группах
14:45 – 15:15	Описание потребностей	Работа в группах
15:15 – 15:45	Анализ случая	Работа в группах
15:45 – 16:15	<i>Кофе-пауза</i>	
16:15 – 17:15	Качественный анализ клиентов и услуг	Работа в группах
17:15 – 17:30	Услуги и методы предоставления услуг	Презентация тренера
17:30 – 18:00	Подведение итогов.	
18:00 – 19:00	<i>Ужин</i>	

День 2

10:00 – 10:15	Утренняя разминка	Проводят сами участники
10:15 – 10:30	Анализ первого дня	Упражнение «Микрофон по кругу»
Сессия 3: Кейс-менеджмент, как ступени от потребности к услуге		
10:30 – 11:00	Анализ определений: кейс-менеджмент или социальное сопровождение?	Дискуссия Мультимедийная презентация
11:00 – 11:15	Этапы кейс-менеджмента	Мультимедийная презентация
11:15 – 11:30	<i>Кофе-пауза</i>	
11:30 – 12:00	Кейс-менеджмент. Подход №2 – Континуум ухода –обеспечение непрерывности доступа клиентов к сервису, опосредованному потребностями клиента.	Мультимедийная презентация Лекция тренера
Сессия 4: Инструменты кейс-менеджмента		
12:00 – 13:00	Инструменты кейс-менеджмента	Групповая работа
13:00 – 14:00	<i>Обед</i>	
14:00 – 14:20	Инструменты кейс-менеджмента	Презентация тренера
14:20 – 15:20	Содержание основных инструментов кейс-менеджмента	Групповая работа
15:20 – 16:50	<i>Кофе-пауза</i>	
16:50 – 17:30	«Катастрофа на Луне»	Игра
17:30 – 18:00	Подведение итогов	
18:00 – 19:00	<i>Ужин</i>	

День 3

10:00 – 10:15	Утренняя разминка	Проводят сами участники
10:15 – 10:30	Анализ второго дня	Упражнение «Делегат от группы»
Сессия 5: Консультирование «Фокус на решении»		
10:30 – 11:30	Консультирование «Фокус на решении»	Мультимедийная презентация Групповая работа
11:30 – 11:14	<i>Кофе-пауза</i>	
Сессия 6: «Карта силы»		
11:45 – 13:00	Партнерская сеть	Групповая работа
13:00 – 14:00	<i>Обед</i>	
Сессия 7: «Практическая работа»		
14:00 – 16:00	Кейс – Сервисный план – Инструмент – Партнеры	Групповая работа
15:20 – 16:50	Подведение итогов. Выдача сертификатов.	

День первый. Теория кейс-менеджмента

Вводная часть

1. Открытие тренинга

Время: 15 мин.

Содержание: тренеры и организаторы тренинга представляются участникам, презентуют цели и задачи тренинга. Обязательно следует уделить время организационным вопросам (компенсация расходов на проезд, информация о питании, правилах проживания и т.п.).

Материалы: мультимедийная презентация названия, целей и задач тренинга, раздаточный материал «Цели и задачи».

2. Знакомство. Упражнение «Незаконченное предложение»

Время: 30 мин.

Содержание: участникам предлагается закончить предложение «Когда ко мне обращается клиент, то я ...», написанное на плакате формата А-1. Тренер объясняет задачу таким образом, чтобы в ходе представления участник:

- назвал себя и организацию, которую он представляет;
- описал свою функцию и должность в организации;
- отразил свой непосредственный опыт в работе с клиентами.

Участники получают листы формата А-4. На выполнение задания дается пять минут, после чего каждый участник презентует себя, свою организацию, свою должность и опыт, а тренер наклеивает его лист с ответом на плакат «Когда ко мне обращается клиент, то я ...».

Пример:

Я, _____, представляю благотворительный фонд _____. Когда ко мне обращается клиент, то я выслушиваю причину его обращения и если это в моих силах и компетенции, то стараюсь помочь ему сам или же направляю к социальным работникам, так как я являюсь координатором проекта Снижения Вреда в БФ _____. Далее, я фиксирую обращение в журнале консультаций и потом отслеживаю, какую помощь получил обратившийся ко мне клиент или куда был переадресован, так как в мои задачи также входит функция супервизии.

Последними представляются тренеры.

Материалы: подготовленный плакат с незаконченным предложением «Когда ко мне обращается клиент, то я ...»; листы А-4 по количеству участников, маркеры, ручки.

3. Презентация программы тренинга

Время: 10 мин.

Содержание: по заранее нарисованной Карте Тренинга тренер проводит презентацию программы с кратким описанием каждого этапа тренинга и ожидаемых итогов. Карта рисуется в виде ступенек, так как сам тренинг носит название «Подъем по ступеням сервиса» (см. рис.1)

Кейс-менеджмент (КМ)

Подъём по ступеням сервиса



Рис.1. Карта тренинга «Подъем по ступеням сервиса»

Материалы: заранее заготовленная Карта тренинга.

Раздаточные материалы: программа тренинга.

4. Ожидания. Упражнение «Песочные часы»

Время: 15 мин.

Содержание: участникам выдаются разноцветные стикеры и предлагается обдумать, что они ожидают от тренинга и на какие вопросы, они бы хотели обратить особое внимание. На это дается 3 минуты, после чего они подходят к нарисованным на плакате формата А-1 песочным часам, зачитывают и наклеивают в верхней части рисунка свои стикеры с написанными на них ожиданиями и вопросами. Последними свои ожидания озвучивают тренеры.

Внимание! Важно чтобы тренеры, озвучивая свои ожидания, дали направление тренинга, ориентируя участников на конкретные действия. Например:

Я, _____, тренер по кейс-менеджменту, ожидаю, что в процессе тренинга участники предложат новые упражнения и методы по проведению тех или иных сессий, на основании своего опыта помогут соединить теорию кейс- менеджмента и практику реализации программ профилактики ВИЧ.

Материалы: плакат с нарисованными песочными часами, наборы разноцветных стикеров, ручки.

5. Правила тренинга. Дискуссия «Какими должны быть правила, чтобы они выполнялись участниками»

Время: 20 мин.

Содержание: Тренер ставит участникам задачу: «Исходя из личного опыта вашего участия в тренингах или их проведения, подумайте:

- почему принятые правила не всегда выполняются?
- какие условия нужны для их выполнения?

Один тренер ведет дискуссию, а другой записывает ответы участников на плакат, заранее поделенный на две графы: «Почему?» и «Условия соблюдения правил» (например, нужны ли при этом поощрения и наказания, и, если нужны, то какие?). После обсуждения, тренер на другом плакате формата А-1 выписывает правила тренинга, высказанные участниками с учетом результатов предыдущей дискуссии.

Материалы: заранее заготовленные плакаты А-1:

- Плакат, разделенный на две графы «Почему?» и «Условия соблюдения правил»
- Плакат «Правила тренинга»

Сессия 1: Кейс-менеджмент и программы профилактики ВИЧ для уязвимых групп населения (ПИН, ЖСБ)

Время: 75 минут

Цели:

1. Дать участникам определение понятия **«потребности клиента»** и понимание того, из чего они состоят.
2. Связать потребности клиентов с целями проектов профилактики ВИЧ для уязвимых групп населения (ПИН, ЖСБ).
3. Определить роль кейс-менеджмента в обеспечении профилактических потребностей ПИН и ЖСБ.
4. Определить понятие **«фокусная профилактика»**.

Методы проведения:

1. Упражнение «Слепой и поводырь» (30 мин.)
2. Картирование (30 мин.)
3. Мультимедийная презентация «Ожидаемые результаты и структура профилактического проекта» (15 мин.)

1.1. Упражнение «Слепой и поводырь»

Материалы:

- Шарфики (или непрозрачные полоски тканей для завязывания глаз) – по количеству участников.
- Стулья.

Участники объединяются в две команды. Каждая команда в свою очередь делится на пары (поводырь и слепой). Команды размещаются в одном конце зала параллельно друг другу. Слепым повязывают на глаза непрозрачные повязки. В зале расставлены стулья в виде препятствий. Задача *«поводырей»* провести *«слепых»* по залу, обходя препятствия. Задача каждой команды первой выполнить задание. По команде тренера движение начинается.

Обсуждение упражнения:

Тренер задает вопрос участникам, которых вели – *«слепым»*:

- Как вы себя чувствовали?
- Было ли страшно?
- Спокойно ли вам было?
- Опасались ли вы что тот, кто вас ведет, уронит вас?

Тренер задает вопросы участникам, которые вели – «поводырям»:

- Легко ли вам было вести вашего партнера (упирался ли он, сопротивлялся)?
- Что вы чувствовали, когда вы его вели?

Анализ тренера: Когда мы сопровождаем клиента, мы почти всегда уверены, что проведем человека до цели, и что ему с нами комфортно и легко. Поэтому мы удивляемся, когда клиент вдруг начинает упираться и не хочет нам подчиняться. Всегда надо учитывать возможное сопротивление клиента и его неготовность к изменениям в своем поведении. «*Не навреди!*» – главный принцип нашей работы с клиентами.

Тренер задает вопрос участникам: «*Зачем мы делали это упражнение?*». Ответы участников записываются на флипчарте. В результате обсуждения тренер резюмирует: **Кейс-менеджмент – хорошо организованный процесс обеспечения потребностей клиента доступом к соответствующим услугам.** Данное определение выписывается на плакат и помещается на видном месте в зале.

1.2. Упражнение «Картирование»

Время: 30 мин.

Материалы: карточки формата А5

Тренер предлагает участникам объединиться в три (или четыре) группы и дает задание каждой группе написать на флипчарте ожидаемые результаты проектов профилактики ВИЧ. Каждое ожидание записывается на отдельной карточке. Потом начинается картирование. Выложенные участниками карточки тренер группирует так, чтобы в результате получить три группы результатов:

- изменение уязвимого поведения ПИН и ЖСБ;
- мобилизация сообщества;
- улучшение качества жизни ПИН и ЖСБ.

Это достигается посредством

- повышения уровня знаний
- формирования навыков

1.3. Презентация тренера «Структура проекта фокусной профилактики»

Время: 15 мин.

Тренер в ходе мультимедийной презентации дает участникам следующие определения: **Фокусная профилактика** – это профилактические мероприятия, направленные на предотвращение распространения ВИЧ среди уязвимых групп населения (т.е. с фокусом на уязвимую группу – ПИН, ЖСБ, ЛЖВС, МСМ и т.д.)

Структура проекта фокусной профилактики:



Во время презентации этого слайда, тренер задает участникам вопрос: «*Какого слова здесь нет?*». «*Потребности!*» – должны ответить участники. Если ответ не получен, тогда эту вводную делает тренер.

Ожидаемые результаты проекта фокусной профилактики.



Почему? Мы, соисполнители проектов Глобального Фонда, субгрантеры Между-на-родного Альянса по ВИЧ/СПИД в Украине (или другого субреципиента). Проект ГФ разработан для достижения цели – противодействия эпидемии ВИЧ-инфекции. Для этого ПИН и РКС должны иметь доступ к определенным услугам. Так как доказана эффективность воздействия этих услуг на изменение поведения ПИН и РКС.

Если ПИН пользуется услугами и минимального, и расширенного пакетов услуг, то поведение его будет изменяться в сторону более безопасного. Что оказывает положительное влияние на противодействие эпидемии ВИЧ/СПИД в Украине.

Потребности клиента – это осознанная или неосознанная жизненная необходимость человека, имеющая для него ценность и значимость, выраженная в виде материального (деньги, медикаменты, конкретные услуги), рационального (знания, навыки) или морально-психологического эквивалентов (духовные аспекты, сопричастность к социуму, опора на духовную силу).

1. Профилактические, т.е. те, которые предусмотрены рамками проекта (часто неосознанные клиентами);
2. Субъективные, т.е. те, которые ему жизненно необходимы (часто не предусмотрены профилактическим проектом)

Мы, исполнители проектов работаем для того, чтобы удовлетворить профилактические потребности ПИН и РКС, важности которых они часто не осознают.

Подход №1 в кейс-менеджменте основан на удовлетворении профилактических потребностей клиента фокусной профилактики.

Кейс-менеджмент, подход № 1 – обеспечение профилактических потребностей ПИН и ЖСБ путем доступа к услугам, которые предоставляются в проектах фокусной профилактики.

Сессия 2: Описание кейса

Время: 2 часа 50 мин.

Цели:

1. Дать участникам определение «**кейс**» и понимание того, зачем описывать (вычленять) случай.
2. Научить участников тренинга вычленению случая и анализу потребностей клиента

2.1. Мультимедийная презентация тренера

Время: 10 мин.

Кейс (случай) – это проблемная ситуация, которая нарушает стабильность в жизненном укладе человека и ведет к ухудшению его состояний.

Описанный случай позволяет:

- нам – понять потребности клиента.
- клиенту – осознать потребность и что надо делать, чтобы она была удовлетворена
- ограничить пределы компетенции и профессионального вмешательства социального работника.

2.2. Групповая работа «Описание кейса»

Время: 30 мин.

Участники делятся на три (или четыре) группы и получают задание описать кейсы проектов фокусной профилактики. Например:

Девушка, 20 лет, употребляет наркотики, занимается проституцией, живет с сожителем, который вынуждает ее заниматься проституцией. Результат быстрого теста на ВИЧ положительный, но она не желает обращаться в СПИД-центр за уточнением результатов теста и не стремится становиться на учет.

2.3. Групповая работа «Описание потребностей»

Время: 30 мин.

После того, как каждая мини-группа выделила и презентовала кейсы, участники получают задание вернуться в свои группы и описать потребности, которые осознаются клиентом и проектные задачи, которые клиентом не осознаются, но необходимы для улучшения его качества жизни. То есть, предлагается рассмотреть ситуацию под двумя углами – **что говорит и чего хочет клиент** и **что мы** (как специалисты) **выделяем как необходимое для улучшения жизненной ситуации клиента**. Например:

Девушке реально нужны деньги на наркотик, сам наркотик, чистые шприцы, спиртовые салфетки, презервативы но, получив все это, она не сможет изменить качество своей жизни. Потребности, не осознаваемые девушкой, но жизненно необходимые ей, это – уточнение диагноза «ВИЧ-инфекция», постановка на учет в СПИД-центр с целью контроля здоровья и, по необходимости, начала своевременного лечения, диагностика ИППП, детоксикация и отказ от употребления наркотиков, реабилитация и ресоциализация.

2.4. Групповая работа «Анализ случая»

Время: 30 мин.

Структура управления качеством «прямого сервиса»

Этап 1 ► Этап 2 ► Этап 3 ► Этап 4 ► Этап 5



После презентации потребностей клиента, тренер выводит на экран мультимедийного проектора схему «Структура управления качеством» и на одном из заготовленных примеров (общий пример кейса) объясняет, как эта схема «работает». Он отмечает, что существует реальность (реальный уровень качества) и что мы, как кейс-менеджеры, можем сделать для достижения ожидаемого уровня качества, т.е. какие **услуги и методы предоставления услуг** мы можем предложить.

После этого, участники возвращаются в малые группы и каждая группа анализирует свой кейс по схеме «Структура управления качеством», которая выведена на экран. Результатом групповой работы должны стать перечни услуг и методов их предоставления.

2.5. Упражнение «Качественный анализ клиентов и услуг»

Время: 60 мин.

Цели:

- Продемонстрировать, как подъем по ступеням сервиса от низкопороговых услуг к услугам высокого порога повышает качественный уровень клиента.
- Определение проблем, в решении которых может помочь кейс-менеджмен

Материалы: шкала оценки пользования услугами в виде ступеней (на А1 для каждой группы), карточки: для группы № 1 – карточки с описанием услуг; для группы 2 – с описанием типов клиентов; для группы 3 – с описанием мест оказания услуг (информация для карточек – в подразделе 2.6).

Ход сессии: Работа в группах.

Участники делятся на три группы. Первая группа ранжирует **клиентов**, вторая ранжирует **услуги**. Третья – ранжирует **места** предоставления услуг по качественному принципу

1. Первая группа делает и презентует качественный уровень клиента – движение клиента по ступеням сервиса от реального к ожидаемому, пошагово размещая стадии роста клиента.
2. Вторая группа проводит оценку качества услуг минимального пакета – в рамках низкопорогового сервиса, отражая стадийность (и востребованность) услуги на каждом из этапов.
3. Третья группа анализирует места предоставления услуг по очередности доступа, востребованности и уровню оказываемых услуг.

По итогам групповой презентации участники делают оценку реального уровня качества жизни клиента в сравнении с идеальной картиной (ожидаемый уровень качества). Инструмент оценки можно использовать в работе с клиентом, в составлении сервисного плана.

Резюме тренера: с изменением (повышением) качества услуг соответственно качественно изменяются методы их предоставления и повышается качество жизни клиента. Услуги и методы качественно меняются от фокусных (которые регламентированы проектом) к таким, которые больше ориентированны на потребности клиента. Этот инструмент оценки можем использовать в работе с клиентом, в составлении сервисного плана.

2.6. Мультимедийная презентация «Услуги и методы предоставления услуг».

Время: 15 мин.

По необходимости презентация «Услуги и методы предоставления услуг» может быть сделана до или после групповой работы.

Услуги:

1. Минимальный пакет услуг.
 - Шприцы
 - Презервативы
 - Спиртовые салфетки
 - ИОМ
 - Консультация соцработника
2. Расширенный пакет услуг.
 - ДКТ на ВИЧ
 - Тестирование на ИППП
 - Подтверждение положительного результата экспресс-теста на ВИЧ в центре СПИД
 - Подтверждение положительного результата экспресс-теста на ИППП в КВД
 - Лечение ИППП
 - Тренинги
 - Группы
 - Организация досуга

Места предоставления услуг:

- Комьюнити-центр
- Стационарный ПОШ
- Мобильный ПОШ
- Мобильная амбулатория
- Аутрич-маршруты
- Аптеки.
- Реабилитационный центр
- Центр СПИДа
- Лечебные учреждения

Клиенты:

1. Клиенты прямого охвата:
 - Стационарного ПОШ
 - Мобильного ПОШ
 - Аутрич-маршрутов
 - Комьюнити-центра
2. Клиенты вторичного охвата.
3. Новые клиенты.
4. Постоянные клиенты.
5. Регулярные клиенты.

День второй. Практический подход к кейс-менеджменту.

Сессия 3: Кейс-менеджмент, как ступени от потребности к услуге. Алгоритм кейс менеджмента. Континуум ухода, как непрерывный кейс-менеджмент.

Время: 1 час 15 минут

Цели:

1. Сформировать у участников тренинга понимание социального сопровождения и кейс-менеджмента как равнозначных понятий в профилактике ВИЧ-инфекции.
2. Дать участникам определение второго подхода в кейс-менеджменте и понимание того, что такое континуум ухода (непрерывность услуг).

3.1. Анализ определений: Кейс-менеджмент (КМ) или социальное сопровождение (СС)?

Тренер проводит с участниками дискуссию на тему: «Как вы понимаете кейс-менеджмент и существует ли разница между КМ и СС?»

Для упорядочивания мнений участников тренер может провести мультимедийную презентацию с обзором литературы.

Материалы для презентации.

Обзор литературы.

1. The Blackwell Encyclopedia of Social Work (2000) проводит различия между КМ и СС, определяя КМ как непосредственную поддержку, а СС как супервизию и контроль. СС – это метод реализации программного подхода, а КМ – метод реализации подхода индивидуального.

Социальное сопровождение – это мониторинг индивидуумов или групп при условии, что они не смогут сами о себе позаботиться.

Цель СС: контроль согласно правилам и условиям предоставления услуги (контроль в рамках проекта).

Задача СС: убедиться, что клиент выполняет правила программы.

Пример: программы ЗПТ, АРВ-терапии.

Кейс-менеджмент – это подход к предоставлению услуг, ориентированный на удовлетворение потребностей индивидуума.

Цель КМ: создание непрерывного цикла предоставления услуг и индивидуальной поддержки.

Задачи КМ: непосредственное предоставление поддержки клиенту, организация доступа к услуге.

Пример: помощь в организации медицинской консультации, госпитализация по просьбе клиента и т.п.

2. Кейс-менеджмент – это то же, что и социальное сопровождение

Обучающие и тренинговые пособия AFEW, в частности «Рекомендации по организации программ социального сопровождения для уязвимых групп. Практическое пособие для социальных работников» (AFEW, Алматы, 2007) ставят знак «равняется» между СС и КМ, формулируя три причины данной двусмысленности:

1. Многие специалисты в странах СНГ воспринимают СС как деятельность, которой должны заниматься только социальные службы, а не общественные организации или службы здравоохранения.
2. Причиной такого отношения к СС служит то, как это понятие было переведено с английского на русский язык. В оригинале данный термин звучит как client management или case management (ведение клиента, ведение случая) – индивидуальная работа с клиентом с целью оказания ему поддержки.
3. К социальному сопровождению, как и к социальной работе в целом, в странах СНГ привыкли относиться как к распределению неких благ (льгот, пенсий, пособий, «гуманитарки») среди пенсионеров, инвалидов, ветеранов, детей-сирот и т.п. При таком восприятии СС, ПИН, ЛЖВ, ЖСБ оказываются за рамками деятельности социальных служб.

Определение AFEW:

КМ – это вид социальной работы, направленный на решение социальных проблем конкретного индивидуума, социального слоя или социальной группы.

3. Кейс-менеджмент = социальное сопровождение

Еще один авторитетный источник ставит знак «равно» между КМ и СС. Это Сборник рекомендаций по социальному сопровождению ВИЧ-инфицированных («кейс-менеджмент»), подготовленный Американским Международным Союзом Здравоохранения в рамках проекта «Лечение, уход и поддержка при ВИЧ/СПИД» (апрель 2008). В нем КМ определяется следующим образом:

***Кейс-менеджмент** представляет собой многоуровневый процесс, направленный на обеспечение человеку, живущему с ВИЧ/СПИД, а также, в некоторых моделях, его близким родственникам, своевременного доступа к медицинским и психологическим услугам и правильную координацию этих услуг.*

4. Кейс-менеджмент в бизнесе

Кейс-метод Гарвардской школы бизнеса (США) определяет его как индивидуальную работу с личным делом клиента.

Кейс – подготовленная папка («дело») с конкретной ситуацией, случаем, который необходимо решить.

Преимущества кейс-метода:

- индивидуальный подход;
- двухэтапное и двухстороннее обсуждение (до- и после предложения в связке «клиент-специалист»);
- возможность проверить предложения реальной практикой;
- разнообразие подходов;
- удержание клиента в сервисе;
- формирование навыков принятия решений.

5. Кейс-менеджмент в профилактических программах

Кейс-менеджмент – это социальное сопровождение клиента профилактической программы по удовлетворению индивидуальных потребностей (случай, личное дело) клиента.

На этом определении важно остановиться и провести с участниками дискуссию, цель которой – выработать единое понимание всеми определения и концепции кейс-менеджмента. Тренер должен обратить внимание на факт, что мы в своей работе ставим знак равенства между кейс-менеджментом и социальным сопровождением. Важно документировать (фиксировать) все определения, предложенные участниками. Когда в ходе дискуссии будет достигнуто единое понимание определения КМ, тренер переходит к презентации алгоритма (этапов) кейс-менеджмента.

Важно отметить, что в кейс-менеджменте мы не просто вычленим случай и подбираем услугу к этому случаю, но и непосредственно ведем клиента и обязательно мониторим результат.

Этапы КМ

Кейс-менеджмент – это четкий алгоритм, в котором один этап последовательно сменяет другой. Суть процесса заключается в том, что специалист по сопровождению (кейс-менеджер) помогает клиенту разобраться в сложившейся ситуации, определить приоритетные проблемы и доступные в настоящий момент способы их решения. Затем кейс-менеджер предоставляет клиенту возможность получить конкретные услуги и, таким образом, справиться с проблемами.

Современные исследователи выделяют **семь этапов кейс-менеджмента** (Программа «Индивидуальное медико-социальное сопровождение (Кейс-менеджмент)» – AFEW, ЦАР, 2009):

1. Привлечение и прием клиента в программу.
2. Оценка ситуации и потребностей клиента.
3. Разработка сервисного плана.
4. Выполнение плана работы с клиентом.
5. Мониторинг процесса работы с клиентом.
6. Обновление сервисного плана.
7. Выход из программы.

Важно отметить, что в кейс-менеджменте, мы не просто вычленим случай и подбираем услугу к этому случаю, но и непосредственно **ведем** клиента **и** обязательно **мониторим результат**.

Механизм КМ

Потребность » Кейс » Доступ » Континуум ухода (см. Рисунок 2)

Главная задача состоит в том, чтобы с помощью кейс-менеджмента обеспечить континуум ухода (КУ), т.е. комплексность и непрерывность услуг для наших клиентов (ПИН, РКС, МСМ, осужденных (особенно готовящихся к освобождению и недавно вышедших на свободу). Комплексность современные программы уже обеспечивают, а непрерывность надо обеспечить.

Существуют два подхода в кейс-менеджменте:

- Поднятие по ступенькам «прямого сервиса», под которым подразумеваются услуги, предоставляющиеся в проектах профилактики ВИЧ\СПИД, т.е. удовлетворение профилактических потребностей в контексте фокусной профилактики.
- Поднятие по ступенькам «опосредствованного сервиса», где услуги опосредствованы потребностями клиента и направлены на их удовлетворение с конечной целью улучшения качества жизни.

Кейс-менеджмент подход №2 – это континуум ухода , т.е обеспечение непрерывности доступа клиентов к сервису, который отвечает потребностям клиента.

Континуум ухода



Рис.2. Континуум ухода – кейс-менеджмент подход для обеспечения непрерывности доступа клиентов к сервису, опосредованному потребностями клиента

Сессия 4: Инструменты кейс-менеджмента.

Время: 3 часа

Цели:

1. Дать участникам тренинга определение «инструмент» и описать основные и дополнительные инструменты кейс-менеджмента.
2. Отработать навыки работы с тремя основными инструментами КМ – картой клиента, сервисным планом и инструментом «Переадресация».

Процесс кейс-менеджмента направлен на продвижение и поддержку независимости клиента от сервиса и его самостоятельного функционирования – это конечная цель деятельности. Кейс-менеджмент предполагает согласие и активное участие клиента в принятии решений, что также обеспечивает его право на конфиденциальность, самоопределение, уважение и достоинство, отсутствие дискриминации, получение беспристрастного ухода, милосердия, компетентного в этических вопросах сотрудника, качественных услуг кейс-менеджмента.

В арсенале кейс-менеджмента имеется ряд практических инструментов, выбор и применение которых требуют от сотрудников определенных навыков, которые рассматриваются в ходе второго тренингового дня.

4.1. Групповая работа «Инструменты «кейс-менеджмента»

Время: 60 мин.

Участники делятся на группы (или возвращаются в группы, в которых они работали в первый день) и получают задание описать те инструменты КМ, которыми они уже пользуются в своей работе или какими они пользовались бы при оказании услуг. К инструментам может относиться как документация, так и консультирование, любые действия, совершаемые для реализации потребностей клиента.

После презентации результатов групповой работы, тренер делает собственную мультимедийную презентацию, представляя свой список инструментов, который сравнивается со списками, сделанными участниками.

4.2. Мультимедийная презентация «Инструменты «кейс-менеджмента»

Время: 20 мин.

После презентации групповой работы, тренер делает собственную мультимедийную презентацию (5) со списком инструментов, который сравнивается со списками, сделанными участниками.

Материалы для презентации.

Инструмент – это то, чем мы манипулируем, что используем для решения определенных задач; это средство достижения цели и средство воздействия на объект.

Объект кейс-менеджмента – кейс (случай).

Инструмент – это ключ, который помогает открыть дверь перед нашим клиентом

Инструменты КМ:

- основные, применяемые непосредственно в работе с клиентом (переадресация);
- дополнительные, помогающие организовать процесс КМ (база данных);

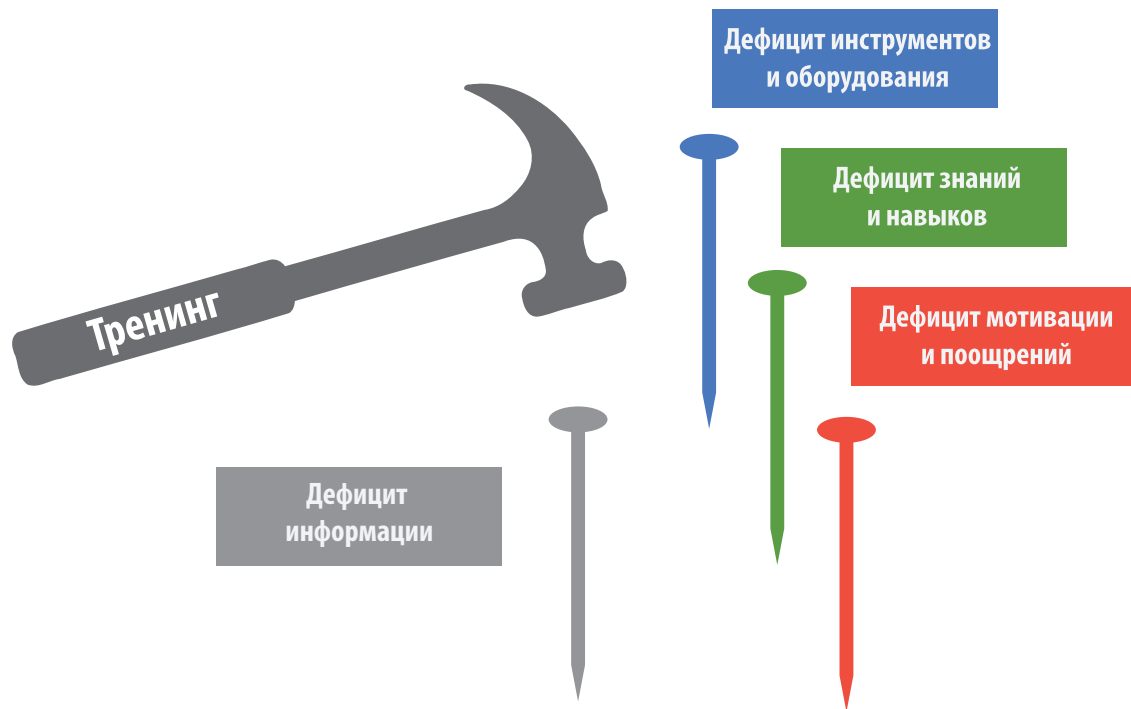
Основные инструменты КМ:

- консультирование;
- беседа;
- карта клиента;
- сервисный план;
- договора, меморандумы, договоренности;
- переадресация;
- сопровождение;
- документация клиента;

Дополнительные инструменты КМ:

- база данных;
- анкета первичной оценки клиента;
- тренинги по КМ (для специалистов и потенциальных клиентов);
- личные связи;
- хронометраж;
- супервизия;

Инструментов должно быть много



“Если всё, что у вас есть это молоток... то всё вокруг кажется гвоздями”

4.3. Групповая работа «Содержание основных инструментов»

Время: 60 мин.

Участники в группах получают задание описать (наполнить содержанием) три основных инструмента кейс-менеджмента:

1. Карта клиента (1 группа).
2. Сервисный план (2 группа).
3. Переадресация (3 группа).

После групповой презентации тренер распространяет раздаточный материал («Карта клиента», «Сервисный план», «Переадресация») и демонстрирует продолжение мультимедийной презентации.

Материалы для презентации.

Карта клиента (карта ведения случая, личное дело).

Документ содержит сведения о клиенте и состоит из следующих разделов:

- Паспортная часть
- Данные об ответственном специалисте
- Анализ случая (инициатива, запрос клиента, цель клиента, проблемная область, ресурсы клиента, ресурсы организации)
- Информация о наркостатусе
- Информация о сексуальном поведении
- Информация о заболеваниях и лечении
- Информация о получении услуг до обращения в службу КМ
- Информация о пребывании в программе

Когда заполняется карта клиента:

- Карту клиента желательно заполнять при первой встрече, сразу, после того, как клиент выразит свое согласие получать услуги.
- В отдельных случаях, возможно более позднее заполнение документа, но количество таких случаев должно быть сведено к минимуму.

В каких случаях заполняется карта клиента:

- Карта клиента заполняется на всех первичных клиентов, согласившихся получать услуги, независимо от статуса вступления в программу.
- Новая карта клиента заводится на клиента, который завершил программу и затем, через какое-то время возвратился в профилактический проект для получения услуг. Также на него заводится новый сервисный план, если он вступил в программу. Если он становится просто разовым клиентом, то его услуги регистрируются в «Листе регистрации услуг для разовых клиентов».
- Новая карта клиента заводится, если разовый клиент вступает в программу. На него, в свою очередь, заводится сервисный план.

Сервисный план прямого кейс-менеджмента (КМ-1)

- Мероприятие (№п/п)
- Ответственный специалист
- Срок исполнения
- Результат

Сервисный план опосредствованного кейс-менеджмента (КМ-2)

Документ является формой для сбора данных об услугах, включающей в себя следующую информацию:

1. Название услуги.
2. Организация – провайдер, куда направлен клиент, для получения услуги.
3. Способ предоставления услуги (направление, личное сопровождение, телефонный звонок, прямая услуга).
4. Результат услуги.
5. Количество выданных профилактических и других средств (презервативы, шприцы, информационные материалы и др.).
6. Дата получения результата.
7. Оценка качества оказанной услуги либо причина ее неполучения.
8. Даты начала и окончания сервисного плана.

Разработка сервисного плана происходит на третьем этапе социального сопровождения. Стандартами по социальному сопровождению в области ВИЧ-инфекции рекомендован регулярный пересмотр сервисного плана каждые три месяца.

Переадресация *(для раздатки см. Приложение 3)*

Переадресация – направление клиента профилактической программы в другие профильные службы с целью обеспечения доступа к расширенному пакету услуг (профессиональные медицинские, психологические, юридические, социально-бытовые услуги и т.п.).

Переадресация состоит из направления и сопровождения

При использовании этого подхода рекомендуется:

- определять потребности клиентов в отношении методов лечения и внешних служб;
- знать географическую локализацию служб;
- знакомить клиентов с необходимыми службами;
- отслеживать прогресс в лечении у клиентов;
- оценивать услуги, предоставляемые клиентам внешними службами.

Игра «Проблема исследователя Луны» *(см. Приложение 4)*. позволяет участникам выделить жизненно важные потребности клиента и определить основной инструмент, кроме того, эта игра способствует выработке единой стратегии в реализации профилактических проектов и сплоченности команды кейс-менеджмента.

День третий. Отработка практических навыков консультирования. Сессия 5: Консультирование «Фокус на решении» (КФР)

Время: 1 час

Цель:

1. Дать участникам тренинга навыки владения инструментом «Консультирование, фокус на решении», который является ключевым для того, чтобы:
 - помочь клиенту научиться формировать запрос о помощи;
 - составить сервисный план.

Методы проведения:

1. Мультимедийная презентация (6) (15 мин.).
2. Групповая работа (45 мин.)

Участники объединяются в три (или четыре) группы, и возвращаются к плакатам, где описаны проблемы клиентов (по результатам работы в сессии «Описание кейса»), выбирают одну из проблем и анализируют ее по методике КФР.

Анализ должен включать:

1. Типологию клиента
2. Аргументы клиента (почему он делает что-то либо не делает чего-то)
3. Анализ аргументов по принципу «Ограничение – Проблема»
4. Подбор всех возможных путей решения проблемы и шкалирование этих путей по мере готовности клиента к их реализации

Резюме тренера: инструмент КФР позволяет конкретизировать запрос с участием самого клиента и выработать конкретные шаги по решению проблем клиента. Эти шаги являются основой сервисного плана, который мы составляем по методике КФР при активном участии клиента.

Сессия 6: «Карта силы» (определение и анализ партнеров)

Время: 1 час

Цели:

1. Определить партнеров, которые могут предоставить услуги, выявленные в результате КФР.
2. Научить участников тренинга составлять «Карту силы» – стратегическую сеть партнерства для обеспечения потребностей клиента.

Тренер в начале сессии говорит о том, что по итогам КФР сформировался список услуг и вопрос где клиенту получать эти услуги. На этом этапе нам необходимо научиться определять партнеров (партнерские организации), которые могут эти услуги предоставить. Для этого предлагается выполнить упражнение «Карта силы».

«Карта силы»

Участники объединяются в три группы, получают листы формата А-1, в центр листа выписывается клиент кейс-менеджмента (и его проблема) из того кейса, который анализировался в сессиях «**Описание кейса**» и в сессии «**КФР**».

Участникам предлагается определить спектр всех организаций, которые так или иначе могут быть задействованы в решении проблемы клиента и разместить их названия вокруг клиента (центра листа) по степени доступности: наиболее доступные – ближе к клиенту, труднодоступные – дальше, недоступные, но необходимые – дальше всего (на периферии листа). Все организации соединяются логическими стрелками, разными по цвету и определяются факторы влияния – как и с помощью кого (каких организаций) мы можем повлиять на то, чтобы труднодоступные или недоступные для клиента организации стали равнодоступными.

На основании карты силы составляется партнерская сеть организаций с которыми необходимо наладить договорные отношения для обеспечения доступа наших клиентов к удовлетворению своих потребностей и для обеспечения непрерывности (континуума) услуг.

Вывод: прежде чем выбирать инструмент, мы должны:

1. разработать стратегию работы с клиентом;
2. определить спектр партнерских организаций для переадресации клиента.

Сессия 7: Практическая работа

Время: 1 час

Цель:

1. Закрепить материал тренинга путем создания сервисного плана для каждого кейса с определением релевантных инструментов и партнеров.

Участники возвращаются в группы, в которых они работали с кейсами, и составляют:

1. Сервисный план под свой кейс;
2. Поэтапно подбирают инструменты для своего кейса: какой инструмент выбран и почему;
3. Поэтапно подбирают партнеров, которые содействуют в решении проблем клиента.

Сервисный план	Инструмент	Партнеры
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Резюмируя, тренер обращает внимание участников тренинга на то, что завершенным кейс-менеджмент считается только тогда, когда проблема клиента решена, и тот может обходиться без помощи программы. Если в ходе реализации сервисного плана возникли новые проблемы, вычленяются новые кейсы и сервисный план пересматривается. Но сам процесс составления сервисного плана, когда все делается вместе с клиентом, при активной помощи клиента, учит клиента навыкам самостоятельного принятия решений. Таким образом, у кейс-менеджмента есть еще одна функция, помимо прямой помощи – социализирующая, дисциплинирующая, организующая клиента, стимулирующая его сферу ответственности за свое здоровье и здоровье близких.

Приложения.

1. Список необходимых материалов для тренинга

- Непрозрачные повязки для глаз – шарфики или полоски ткани (10 штук);
- Бумага для флипчарта;
- Бейджи (по количеству участников + 2 тренера);
- Маркеры (4 набора по 4 разноцветных маркера в каждом);
- Блокноты (по количеству участников + 2 тренера);
- Ручки (по количеству участников + 2 тренера);
- Папки (по количеству участников + 2 тренера);
- Стикеры (4 разноцветных пачки);
- Клей (2 флакона ПВА), но лучше 4-е клеящих карандаша;
- Скотч бумажный (2 шт.);
- Скотч прозрачный (2 шт.);
- Цветная бумага (формата А-4, 1 набор);
- CD-диски (по количеству участников + 2 тренера);
- Степлер (1 шт.);
- Ножницы (1 шт.);
- Скрепки для степлера (2 линейки);
- Белая бумага формата А4 (100 листов);
- Подставка для флипчарта;
- Проектор;
- Экран;
- Ноутбук;

2. Примеры кейсов

Истории женщин для определения кейсов.

1. Карина, 27 лет, употребляет опиаты и стимуляторы («винт») около 13 лет, проживает совместно с мужем и десятилетней дочерью. Карина обратилась в программу для того, чтобы получить правовую консультацию – она была задержана сотрудниками госнаркоконтроля и ей собирались вменить сбыт наркотических средств. Однако в изъятом у нее порошке никаких нелегальных веществ обнаружено не было, и она хотела понять, грозит ли ей в таком случае уголовное наказание и что ей делать дальше, чтобы обезопасить себя от преследования. Когда Карина проходила процедуру регистрации в программе и первичное консультирование, выяснилось, что она давно не сдавала анализы на ВИЧ и, в целом, плохо информирована о профилактике и возможностях лечения. Поэтому, помимо консультации юриста, Карине было предложено пройти обследование на наличие ВИЧ и ИППП и гинекологический осмотр. Кейс-менеджер предложил мужу Карины, который вместе с ней приехал в фонд, тоже сдать анализы на ВИЧ...
2. Алине 22 года. Она участвует в метадоновой программе со времени рождения ее последнего ребенка. Она никогда не встречалась со своим отцом,

жила с матерью и с раннего детства испытывала серьезные финансовые трудности. Ее мать повторно вышла замуж, когда Алине было 13 лет. Подростком она пропускала уроки в школе, была импульсивной и в 16 лет забеременела. Мать и отчим указали ей на дверь. У нее было много партнеров, в том числе подросток-бойфренд, который познакомил ее с ширкой (опиатом домашнего приготовления). Другие партнеры также употребляли наркотики. Она жила у них или у друзей и знакомых, воровала в магазинах и работала в секс-бизнесе, чтобы получать деньги на наркотики.

3. Тина аутрич-работник, которая работает с женщинами ПН в комьюнити. Однажды она столкнулась с Ольгой, одной из своих клиенток, которую она уже давно не видела. Ольга плакала. Когда Тина спросила ее почему, Ольга рассказала ей, что только что была у терапевта, который был очень груб и сразу отказался помогать ей. Ольге нужно было увидеть его, потому что она употребляла инъекционно метамфетамин уже несколько месяцев, и дилер, у которого она брала наркотик и который делал ей инъекции, недавно начал просить ее «о небольшом сексуальном поощрении» в обмен на наркотик и инъекции – у нее был секс не только с ним, но и с его друзьями. Когда Ольга работала секс-работником время от времени, она всегда использовала презервативы, которые брала у аутрич-работников там. Но с дилером она не думала об использовании защитных средств – она не рассматривала это как «секс работу» и она знала всех мужчин там. Также она всегда очень хотела свой наркотик и была почти не готова к таким ситуациям. Ольга чувствует, что она оказалась в очень плохой ситуации и очень хочет найти выход из этого каким-то образом. Она пыталась держаться подальше от дилера, но недавно даже родители выкинули ее из дома, и единственный вариант, который она видит, это переехать к этому парню, поскольку он уже несколько раз предлагал. Через несколько дней Ольга почувствовала, что с ней что-то не так: она почувствовала, что подхватила ИППП. Также ходили слухи, что ее дилер был ВИЧ+, но она не осмеливалась спросить его об этом.
4. Саша – 22-летняя ПИН, бездомная, не замужем, живет в городе уже 7 лет, не имея контактов с семьей. Она убежала из дома в сельской местности, где жила ее семья, спасаясь от сексуального насилия и побоев, которым подвергалась с детства. С тех пор она живет на улице или у друзей – обычно у сожителей или других мужчин, которые позволяют ей жить у них и иногда дают наркотики в обмен на секс. Отношения Саши с партнерами-мужчинами обычно бывают недолгими и сопровождаются насилием. Саша рассказала аутрич-работнику в клинике, что ее последний сожитель чуть ее не задушил – она даже сознание потеряла. Она ВИЧ-положительная, получает чистые иглы и презервативы в местной программе обмена игл. В последнее время она жаловалась сотрудникам программы на боль в животе. Несколько раз сотрудники программы договаривались, чтобы ее принял врач в местной женской консультации, но она не являлась на прием.

3. Переадресация, как ключевое звено континуума ухода для ПИН (раздаточный материал для участников тренинга)

Переадресация – направление клиента профилактической программы в другие профильные службы с целью обеспечения доступа к расширенному пакету услуг (профессиональные медицинские, психологические, юридические, социально-бытовые услуги и т.п.).

В проектах снижения вреда под «переадресацией» мы понимаем направление и сопровождение клиента в профильные службы, когда существует соответственный запрос (необходимость) клиента.

Переадресация подразумевает обеспечение доступа клиента к сервису, который он не имеет возможности получить в рамках проекта снижения вреда, участником которого он является, но в котором нуждается в данный момент. На пунктах обмена шприцов (пункты доверия для ПИН) клиенты могут получить минимальный пакет услуг (обменять шприцы, получить информационную консультацию социального работника, получить информационные материалы. Переадресация же обеспечивает доступ к расширенному пакету услуг – в первую очередь к профессиональной помощи специалистов.

Таким образом, переадресация – это одна из социальных функций (социальных услуг) проекта снижения вреда, обеспечивающая континуум ухода (по определению Патрика О'Горман) для ПИН и обеспечивающая переход клиента от сервиса низкого порога (шприц, консультация социального работника) к более профессиональным услугам (медицинская, психологическая, юридическая, экономическая помощь, трудоустройство, ресоциализация).

Факторы обеспечения эффективной переадресации:

- 3.1. Договор между организацией, которая внедряет проект снижения вреда (ОПСВ) и организациями-стратегическими партнёрами** (государственными, медицинскими, социальными, психологическими, юридическими службами, центрами планирования семьи, центрами занятости, реабилитационными центрами, комьюнити-центрами), **куда планируется переадресовывать клиентов.** В обязанностях ОПСВ должно определено ключевое слово «переадресация». В обязанности стратегического партнера входит «приём и обслуживание переадресованных клиентов». Важно также, чтобы в договоре было учтено «взаимоинформирование о результатах переадресации», т.е. обеспечение обратной связи.
- 3.2. Журнал учёта переадресации** с обязательным учётом обратной связи.

Образец заполнения журнала:

Дата	Номер карточки клиента	Запрос клиента	Куда переадресован	Результат переадресации и когда обслужен	Происшедшие изменения, дальнейшая тактика	Ответственный за сопровождение
12.08.04	KY4568	Консультация психолога	Центр социальных служб для детей, семьи и молодежи	Принят психологом Ивановой С. В., 13.08.2004	Клиентом принято решение об обращении в программу реабилитации. Контроль визита 15.08.04	Социальный работник Володин А.

3.3. Бланк направления (бланк переадресации)

3.4. Ответственное ведение переадресации (сопровождение).

Важно, чтобы в проекте снижения вреда социальные работники, ответственные за кейс-менеджмент (в том числе и сопровождение клиента на этапе переадресации) не имели других обязанностей, название их должности – социальные работники сопровождения, кейс-менеджеры. Это обеспечит эффективную и ответственную переадресацию от пункта отправки (ОПСВ) до конечной цели (профильный специалист).

Переадресация – это не направление клиента вслепую («отфутболивание»), это сопровождение клиента от момента выдачи направления до момента приёма его профильным специалистом. На этапе переадресации задача социального работника – быть для клиента «мостиком» между проектом снижения вреда и организацией (специалистом) куда он направлен. Это достигается только активным участием в судьбе клиента (Патрик О`Горман здесь употребляет фразу «взять за руку и отвести» - имея в виду психологические особенности ПИН, а именно их трудности с принятием и воплощением решения), «подталкиванием» клиента к активным действиям по достижению цели переадресации. Профессиональный ресурс для достижения этого – методика мотивационного интервьюирования.

3.5. Обратная связь. В организациях, куда направляется клиент обязательно наличие ответственного лица, которое имеет возможность сообщить в проект о результатах работы с направленным клиентом: пришёл он или не пришёл, какие результаты достигнуты и какие перспективы возникли при работе с данным клиентом. Мы переадресовываем клиента до тех пор, пока не добьёмся желанных для него конструктивных изменений в поведении и его жизни в целом. Поэтому переадресация должна обеспечивать преемственность в сопровождении клиента.

3.6. В журнале учёта переадресации отмечаются изменения, которые подмечены при работе с клиентом в организации (учреждении) куда он перенаправлен (переадресация второго и третьего уровня). На каждом этапе переадресации важно документировать изменения, которые происходят с клиентом.

4. Ведение клиента на этапе переадресации

Службы по вопросам семьи и детства описывают переадресацию и ведение клиента как процесс, который контролирует назначение, планирование, направление координацию и обеспечение доступа клиента к необходимым для него услугам. На всех этапах социальный работник и клиент находятся рядом.

Клиент сопровождается социальным работником сопровождения (кейс-менеджером) или другими сотрудниками проекта снижения вреда (например, волонтерами, вызвавшимися сопровождать клиента на этапе переадресации).

Ведение клиента – полезная модель интервенции в работе с потребителями наркотиков. Исходя из потребностей клиента, ему предлагается контакт со службами здравоохранения и социальной сферы, которые базируются на уровне сообщества, являются гибкими, прагматичными и внимательными к вопросам половой и культурной принадлежности, а также к тому факту, что клиент является представителем уязвимой группы. Клиент переадресовывается в службы согласно его ожиданиям и мотивам, но важно понимать, что ему нужно помочь дойти до поставщика услуг: например, утром назначить встречу, поехать вместе в транспорте, если надо, подождать в очереди в кабинет, убедиться, что визит состоялся, дожидаться конца визита, проследить эмоции и впечатления клиента после визита. Это очень важно для клиента. Именно поэтому, если мы декларируем индивидуальный подход к клиенту, необходимо, чтобы социальный работник сопровождения (кейс-менеджер) занимался только сопровождением клиентов. При таких условиях переадресация будет эффективной. Перенаправление показывает насколько срабатывает индивидуальный подход к клиенту. Если тот получил направление, а социальный работник лишь поставил «галочку» в отчёте и не отследил, что было с клиентом дальше – это формальная работа, переадресация не состоялась. Эта «половинчатость», одностороннее понимание переадресации как всего лишь выдачи направления в какую-либо службу – проблема многих проектов снижения вреда. Нужно ещё создать условия, чтобы клиент дошёл туда, куда его направили.

4.1. Переадресация состоит из направления и сопровождения

При использовании этого подхода консультанту рекомендуется:

- определять потребности клиентов в отношении методов лечения и служб;
- знать географическое местоположение служб;
- знакомить клиентов с необходимыми сервисами;
- отслеживать прогресс в лечении у клиентов;
- оценивать услуги, предоставляемые клиентам внешними организациями (учреждениями).

Эффективное первичное и комбинированное ведение клиента при переадресации включает в себя следующие компоненты:

1. Понятная и открытая коммуникация между задействованными профессионалами: проектом снижения вреда (субъект переадресации) и стратегическим партнёром (объект переадресации).
2. Прояснение требований и зон ответственности каждого специалиста, что необходимо изначально обсудить с консультантом (или с командой), который будет заниматься сопровождением.
3. Информация о других задействованных специалистах и особенностях их вовлечения в каждом конкретном случае.
4. Заключение письменного договора (кейс-контракта), в котором должны быть оговорены такие вопросы как собственно переадресация, ожидания в отношении предлагаемых услуг и их ограничения; методы, позволяющие продолжить предоставление услуг в случае смены сотрудников; четкие границы полномочий и контроль над различными аспектами ведения клиента; фиксирование соглашений со службами и их ответственность.

4.2. Проверка как мониторинг переадресации

Значение последующей проверки результатов переадресации важно как для клиента (оценка изменений), так и для проекта (оценка эффективности проекта). Это широко признается в литературе. Несмотря на трудности проведения последующей проверки (главным образом из-за миграционного характера данной социальной группы), практика проверки имеет важное значение, поскольку может предоставить полезную информацию относительно эффективности переадресации и пост-переадресационных мероприятий. В частности, это касается эффективности лечения и консультаций, дальнейших перспектив, которые открываются перед клиентами, таких как повышение уровня конструктивного поведения (если, например, благодаря переадресации клиент вылечил заболевание вен или перешёл в программу реабилитации).

При проведении последующей проверки рекомендуется учитывать ряд следующих факторов.

Несмотря на трудности проведения последующей проверки среди большинства потребителей наркотиков, процедура проверки должна определяться как приоритетная. Контроль необходимо осуществлять четырёхкратно: сразу после случая переадресации, через одну неделю, через 1 и 3 месяца с момента переадресации. Все факты проверки документируются в файл «Мониторинг переадресации» (приложение к «Журналу учёта переадресации»)

Предпочтение отдается непосредственному контакту “глаза в глаза” (индивидуальному или групповому) или телефонному разговору, однако в отдельных случаях также бывает полезен письменный контакт.

Необходимость проверки, ее формат и процедура должны быть объяснены клиенту перед завершением программы. У клиентов должно быть право выбора, участвовать или нет в проверке.

Время для проведения последующей проверки должно быть назначено до того, как клиент покинет программу. Проверку необходимо проводить независимо от того, воспользовался ли клиент направлением или нет. Во время процедуры проверки должна предлагаться последующая помощь, направление в другие службы, группы самоподдержки или повторное приглашение в программу там, где это необходимо. Таким образом, переадресация – это гибкая процедура, которая может быть перепланирована в процессе внедрения. Однако всегда должно соблюдаться главное условие – в ходе переадресации клиент не должен чувствовать себя «отфутболенным». **Опека, контроль и обратная связь – вот три главных условия обеспечения эффективной переадресации.**

5. Упражнение «Проблема Исследователя Луны»

Общая информация.

Это упражнение дает возможность обсудить проблему и решить её общими усилиями.

Цели:

1. Дать участникам возможность вплотную заняться решением проблем.
2. Дать участникам возможность убедиться в том, насколько важны навыки общения для такого рода деятельности.
3. Дать группе возможность убедиться в том, что синергия способствует выработке наилучшего решения у большинства людей, участвующих в процессе решения проблем.

Требуемое время: 45-60 минут.

Численность группы: не ограничена.

Требуемые материалы: экземпляр раздаточного материала «Проблемы Исследователя Луны» и ручка для каждого участника.

Инструкция для тренера

1. Прочитайте группе исходную задачу – «Проблему Исследования Луны».
2. Выдайте каждому участнику экземпляр раздаточного материала «Проблемы Исследователя Луны» и ручку. Скажите участникам, что они должны выстроить в порядке значимости 15 пунктов в соответствии с выбранными ими приоритетами. На этом этапе они не должны обсуждать с кем-либо эту проблему. Дайте им 5 минут на принятие решения.
3. Затем разбейте группу на команды по 5-7 человек в каждой. Попросите членов каждой команды поделиться своими решениями и прийти к соглашению, выработав совместное решение. При этом они должны соблюдать следующие правила:
 - все члены команды должны быть согласны с решением;
 - не разрешается голосовать или идти на уступки;
 - окончательное решение должно быть приемлемым для всех членов команды и приниматься в течение 20 минут;
 - лидер группы должен обосновать причины включения или исключения каждого пункта.

4. По истечению заданного времени каждая команда докладывает всей группе о своих результатах.
5. Далее сравниваются индивидуальные результаты с командными, а затем с «экспертными оценками». Затем следует объяснить группе, что синергия позволила большинству участников выработать лучшее решение проблемы.

Вопросы для обсуждения:

1. У кого из участников были лучшие результаты самостоятельной работы?
2. Что нам дает синергия?
3. Какие преимущества мы можем извлечь из синергии?

Источник

Аналогичные модели разработаны Human Synergistics, 30819 Plymouth Road, Plymouth, Michigan 48170 USA.

Информация для тренера

По оценке экспертов предметы из списка могут быть выставлены следующим образом.

1. Коробок спичек	15
2. Пищевые концентраты	4
3. 20 метров нейлонового канат	6
4. Парашютный шелк	8
5. Портативный обогреватель	13
6. Два пистолета 45-го калибра	11
7. Упаковка сухого молока	12
8. Два 50-килограммовых бака с кислородом	1
9. Карта звездного неба	3
10. Спасательный плот	9
11. Магнитный компас	14
12. 20 литров воды	2
13. Сигнальные ракеты	10
14. Пакет для оказания первой помощи со шприцами	7
15. Коротковолновый приемопередатчик	5

Объяснение приоритетности предметов:

Приоритет	Предметы	Аргументы НАСА
1	Два 500-литровых бака с кислородом	Необходимость выживания
2	20 литров воды	Компенсация огромных потерь жидкости на освещенной стороне
3	Карта звездного неба (или лунных созвездий)	Основное средство навигации
4	Пищевые концентраты	Эффективное средство восполнения потерь энергии
5	Коротковолновый приемопередатчик на солнечных батареях	Требования радиовидимости и ближней связи
6	20 метров нейлонового каната	Служит для лазания по скалам, привязывания раненых
7	Пакет для оказания первой помощи, содержащей шприцы	Затыкают отверстия в космическом скафандре
8	Параютный шелк	Защита от солнечных лучей
9	Спасательный плот (самонадувающийся)	Емкость с CO ₂ может служить средством передвижения.
10	Сигнальные ракеты	Сигнал тревоги в зоне видимости космического корабля
11	Два пистолета 45-го калибра	Возможное средство передвижения
12	Упаковка сухого молока	Громоздкий дубликат пищевого концентрата
13	Портативный обогреватель	Используется только на темной стороне Луны
14	Магнитный компас	Магнитные поля не поляризованы
15	Коробок спичек	Отсутствие на Луне кислорода, необходимого для возгорания

Раздаточный материал для участников

Упражнение «Проблема Исследователя Луны»: инструкция для участников

Вы – судовой экипаж модуля, который должен встретиться с космическим кораблем-носителем на освещенной стороне Луны. Однако по техническим причинам вашему модулю пришлось «прилуниться» в точке, отстоящей на 300 км от места запланированной встречи. Во время посадки большинство оборудования было повреждено. Поскольку ваша жизнь зависит от того, доберетесь ли вы до корабля-носителя, для 300-километрового путешествия необходимо отобрать критически важные вещи. Ниже перечислены 15 предметов, оставшихся не поврежденными после посадки. Ваша задача заключается в том, чтобы достигнуть точки встречи. Отметьте цифрой 1 наиболее важный предмет, цифрой 2 предмет, следующий по важности и т. д. до 15-го, наименее важного. Не меняйте свои индивидуальные оценки после обсуждения в группе.

	Ваши личные приоритеты	Командные приоритеты
1. Коробок спичек		
2. Пищевые концентраты		
3. 20 метров нейлонового каната		
4. Парашютный шелк		
5. Портативный обогреватель		
6. Два пистолета 45-го калибра		
7. Упаковка сухого молока		
8. Два 50-килограммовых бака с кислородом		
9. Карта звездного неба		
10. Спасательный плот		
11. Магнитный компас		
12. 20 литров воды		
13. Сигнальные ракеты		
14. Пакет для оказания первой помощи и шприцы		
15. Коротковолновый приемопередатчик на солнечных батареях		

6. Сервисный план для клиентов

Данный документ является формой для сбора данных об услугах, которая включает в себя следующую информацию:

1. Название услуги.
2. Название организации–провайдера, куда направлен клиент для получения услуги.
3. Способ предоставления услуги (направление, личное сопровождение, телефонный звонок, прямая услуга).
4. Результат услуги.
5. Количество выданных профилактических средств (презервативы, шприцы, информационные материалы и др.).
6. Дата получения результата.
7. Оценка качества оказанной услуги либо причина ее неполучения.
8. Даты начала и окончания сервисного плана.

Разработка сервисного плана происходит на третьем этапе социального сопровождения. Стандартами по социальному сопровождению в области ВИЧ-инфекции рекомендован регулярный пересмотр сервисного плана каждые три месяца.

МБФ «Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине»
ул. Димитрова, 5, корпус 10А, 9-й этаж, 03680, г. Киев, Украина
тел.: +380 44 490-54-85, факс: +380 44 490-54-89,
e-mail: office@aidsalliance.org.ua, www.aidsalliance.org.ua

Подписано в печать 24.07.2012 г. Формат 60x84/8. Печать офсетная. Гарнитура Myriad Pro.
Усл., печ. лист. — 5,5. Уч.-изд. лист. — 1,25. Тираж: 500 экз. Распространяется бесплатно.
Зак. 44/8

Отпечатано в типографии ООО «Агентство “Украина”
01034, г. Киев, ул. Гончара, 55
Свидетельство о регистрации серии ДК №265 от 30.11.2000 р.