

ИССЛЕДОВАНИЕ ПАРТНЕРСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

2021



КАК МЫ ЭТО ДЕЛАЛИ

Метод: фокус-группы и индивидуальные интервью.

Всего 17 встреч, 60 участников-НКО Хабаровского края из 15 муниципальных образований

Гайд для фокус группы состоял из 25 вопросов по 4 блокам

Цель - оценка текущего состояния партнерского потенциала НКО края по отношению к бизнесу

Для сравнения использовалось исследование группы НКО "Гарант" по отношению бизнеса к благотворительности: 230 бизнес организаций из 8 регионов (в том числе из Хабаровского края). От Леруа-Мерлен и русской медной компании до локальных ИП в райцентрах.

A photograph showing a group of people in a meeting. One person is pointing at a large diagram on a table, while others look on. The diagram includes various symbols, arrows, and a central circle. A yellow diagonal bar is overlaid on the left side of the image.

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Рациональное и системное отношение к благотворительности в приблизительно одинаковой мере **не представлено** как в среде НКО, так и в бизнес-сообществе.
- Большая часть руководителей организаций третьего сектора сообщила, что они не занимаются фандрайзингом и мало обращаются к **незнакомому** бизнесу за поддержкой.
- И НКО и бизнес согласны с тем, что ключевой элемент взаимодействия это **доверие**.
- НКО нередко хотят (или неосознанно воспроизводят) модель и способ работы **бюджетных социальных организаций**.



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Большая часть НКО понимает, только **личную** мотивацию предпринимателя к благотворительности.
- Взаимодействие предпринимателей и третьего сектора происходит на уровне **директоров/владельцев организаций, лично**, телефонными звонками. Нередко это люди, которые достаточно хорошо друг друга знают.
- НКО имеют слабое представление о деятельности бизнеса и не понимает базовых принципов работы коммерческих компаний (в т.ч. корпоративную систему управления).

ТИПЫ НКО ПО НАЛИЧИЮ ПАРТНЕРСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

НКО с **личным** или **локальным** потенциалом

*Наиболее многочисленная группа (до 2/3 опрошенных)
Небольшой опыт работы с корпоративными донорами (чаще ИП или люди лично заинтересованные в какой-либо теме).*

Не имеют четкого представления о том, зачем им нужны корпоративные пожертвования.

НКО с **системным** или **развитым** потенциалом

Немногочисленная группа, чаще из крупных городов.

Имеют опыт работы с крупными частными донорами и крупными фондами-донорами (ФПГ).

Понимают зачем их организации фандрайзинг, им недостает знаний/умений/организационной структуры, чтобы развернуть такую деятельность.

НКО с **низким** партнерским потенциалом

Не имеют четкого представления зачем им необходимо взаимодействие с бизнесом.

Имеют скорее проблемы с ресурсам, чем с построением партнерств.

Не планируют качественно изменять деятельность для развития партнерств.

	ОРГАНИЗАЦИИ С ЛИЧНЫМ (ЛОКАЛЬНЫМ) ПАРТНЕРСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ	ОРГАНИЗАЦИИ С РАЗВИТЫМ ПАРТНЕРСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ	ОРГАНИЗАЦИИ С НИЗКИМ ПАРТНЕРСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ
ФЕДЕРАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ	—	+	—
ПРЕДПРИЯТИЯ С НАЁМНЫМ РУКОВОДСТВОМ	+	+	+
БИЗНЕС, УПРАВЛЯЕМЫЙ ВЛАДЕЛЬЦЕМ	+	+	+
ДЕПУТАТЫ- ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	+	+	+
МЕДИА-КОМПАНИИ И СМИ	+	+	+
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	+	+	+

ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПАРТНЕРСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА КАЖДОЙ ИЗ ГРУПП НКО
НУЖНЫ РАЗНЫЕ МЕТОДЫ.

ДЛЯ КАЖДОЙ ИЗ ГРУПП НЕОБХОДИМА
ОТДЕЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ.

ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ КЛУБ, ПОСВЯЩЕННЫЙ
ОДНОЙ ТЕМАТИКЕ (ПРОБЛЕМЕ),
РАЗВИТИЕ ЛИЧНОЙ ХАРИЗМЫ ЛИДЕРА
ИЛИ ОБЩИЕ КУЛЬТУРНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ.





НЕОБХОДИМ КРАЕВОЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
ПЛАН ПО ВОВЛЕЧЕНИЮ ВО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НКО И БИЗНЕСА.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ ДЛЯ РАЗНЫХ
ТИПОВ НКО – ПЕРВЫЙ ШАГ К СИСТЕМНОМУ
РАЗВИТИЮ ПАРТНЕРСТВ.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВОДИЛОСЬ:

АНКПО "ТОЧКА РОСТА"

**ЦЕНТР ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНИЦИАТИВ
"ЛАДЪ"**

**ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ ГРАНТОВ**



Контакты:

Почта: ano.tochka.rosta@gmail.com

Inst: [@tochkarosta27](https://www.instagram.com/tochkarosta27)

Facebook: [АНКПО “ТОЧКА РОСТА”](#)

Сайт: ngo27.ru

