



**РЕСУРСНЫЙ
ЦЕНТР НКО**
Ивановской области



**ФОНД
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ**

Состояние некоммерческого сектора Ивановской области

Отчет о пилотном этапе
социологического исследования

январь - июль 2021

АНО "Ресурсный центр НКО Ивановской области"



АНО «Ресурсный центр НКО Ивановской области»

**Мониторинг состояния некоммерческих организаций включенных в
базу Ресурсного центра НКО Ивановской области**

Иваново, 2021 год

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	03
1. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ	06
1.1. Общая характеристика объекта исследования	06
1.2. Основные направления деятельности НКО в Ивановской области	11
1.3. Межсекторное взаимодействие	13
2. ПЕРСПЕКТИВЫ И БАРЬЕРЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НКО В РЕГИОНЕ	
2.1. Взаимодействие с общественностью и СМИ	15
2.2. Взаимодействие с бизнесом и органами власти	17
2.3. Взаимодействие с экспертным сообществом	19
2.4. Обучение персонала: возможности и препятствия	23
2.5. Основные проблемы, с которыми сталкиваются НКО в своей работе	26
Заключение	28
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	32
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	34

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования

Согласно данным указанным в разделе «О деятельности некоммерческих организаций» на сайте Министерства юстиции РФ на портале Государственных услуг¹, на территории региона зарегистрированы 1323 некоммерческие организации, которые осуществляют уставную деятельность по различным направлениям общественной жизни.

Некоммерческие организации являются одним важнейших институтов гражданского общества, так как деятельность большинства из них направлена на решение вопросов социальной защиты людей. В ходе деятельности некоммерческих организаций выявляется их общественная значимость по выявлению потребностей людей.

Работа некоммерческих организаций заключается в решении различных проблем социальной защиты граждан: это и правовая помощь, а также деятельность в сферах здравоохранения, образования, культуры, спорта, удовлетворения духовных и прочих нематериальных потребностей людей и т.д.

В России некоммерческую сферу все чаще называют третьим сектором. Третьим он стал потому, что государство — первый сектор, бизнес — второй. Таким образом, некоммерческие организации образуют третий сектор.

Некоммерческие организации не только удовлетворяют общественные нужды, но и могут создавать благоприятный деловой климат, устойчивое экономическое развитие и стабильность политической системы, основанной на началах гласности, демократии и ответственности.

Некоммерческие организации, представляя собой, институт гражданского общества, помогают ему двигаться вперед, создавая различные гражданские инициативы и решая вопросы, касающиеся интересов граждан².

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью сбора данных о том, как некоммерческий сектор воспринимает себя, свои проблемы, перспективы и потребности для эффективной работы на благо общества. На основании анкетирования представителей некоммерческого сектора и анализа мнений экспертов мы сможем оценить место НКО в жизни региона, выявить основные тенденции и черты, характеризующие активную часть сектора.

На сегодняшний день остро ощущаются несколько проблемных точек связанных с функционированием НКО, мы предлагаем их в качестве гипотез исследования:

во-первых, прослеживается слабая связь между запросами общества и деятельностью СО НКО, в основном люди не воспринимают некоммерческий сектор как инструмент удовлетворения каких-то своих потребностей. Лучше

¹ <http://unro.minjust.ru/NKOs.aspx> (Информация представлена по состоянию на 12.06.2021)

² Багандов Р.М. Роль некоммерческих организаций в обществе // Образование. Наука. Научные кадры. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-nekommercheskih-organizatsiy-v-obschestve> (дата обращения: 16.06.2021).

всего взаимодействие СОНКО и общества реализуется в молодежной сфере и сфере культуры;

во-вторых, существует проблема недоверия большинства общества к благотворительным организациям, за исключением граждан, непосредственно включенных в поле работы конкретных некоммерческих организаций, к деятельности НКО. Такое положение «перекрывает» значительный поток возможного финансирования СО НКО и соответственно препятствует их полезной деятельности на благо общества;

в-третьих, до сих пор не решена проблема межсекторного взаимодействия по схеме НКО – бизнес – власть. Сложившаяся ситуация снова обращает внимание на первую проблему списка, т.е. НКО призванные быть проводниками социальных запросов, а значит инструментом гражданского общества в большинстве своем представляют интересы лишь узких групп заинтересованных лиц, что обесценивает их в глазах Бизнеса и Власти.

Таким образом, целью нашего пилотажного исследования выступает предварительный анализ данных о текущем состоянии НКО, включенных в базу Ресурсного центра НКО Ивановской области их места в региональной социально-экономической повестке, а также выявление ключевых факторов влияющих на развитие организаций некоммерческого сектора в регионе для формирования задач глубинного исследования перспектив некоммерческого сектора

Задачи исследования:

1. Определить текущее состояние организаций некоммерческого сектора Ивановской области;
2. Выявить ключевые проблемы и трудности, с которыми сталкиваются НКО при осуществлении своей деятельности;
3. Выявить факторы препятствующие развитию некоммерческого сектора в регионе;
4. Выделить перспективные направления развития некоммерческого сектора Ивановской области.

Методы исследования – онлайн-опрос (Google forms) представителей некоммерческих организаций входящих в базу Ресурсного центра НКО Ивановской области, а также экспертный опрос (интервью). В качестве экспертов выступают представители органов исполнительной власти, представители бизнеса и академического сообщества.

Объект исследования – представители некоммерческих организаций, включенные в базу Ресурсного центра НКО Ивановской области.

ГЛАВА 1. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРА В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

1.1. Общая характеристика объекта исследования

В качестве основного объекта исследования выступают представители некоммерческих организаций Ивановской области. В качестве выборочной совокупности выступает база Ресурсного центра НКО Ивановской области. Выборка формировалась сплошным методом, и составляла 300 организаций. Исследование проводилось в два этапа:

1. Телефонный опрос базы Ресурсного центра НКО Ивановской области с целью привлечения представителей НКО к участию в онлайн-опросе.

2. Анкетный опрос согласившихся участвовать в исследовании представителей НКО по ссылке на Google forms.³

В итоге в анкетировании приняли участие 98 представителей некоммерческих организаций различных сфер деятельности (списки организаций и ФИО их представителей см. в Приложении 1).

Кроме того, к данному исследованию были привлечены 15 экспертов: 5 представителей сферы Бизнеса; 5 представителей органов власти; 5 представителей академического сообщества, интересы которых так или иначе связаны с деятельностью НКО (список экспертов см. в Приложении 2).

К сожалению значительная часть контактов оказалось нерелевантной, кроме того не все представители НКО до которых удалось дозвониться согласились пройти опрос, что в конечном итоге не повлияло на репрезентативность исследования.

Данные можно считать репрезентативными, так как опрос носил не анонимный характер, опрошены были люди, непосредственно работающие в некоммерческом секторе, что фактически делает их экспертами в исследуемом вопросе⁴.

Довольно информативные суждения по проблеме предложены по результатам экспертного опроса. Мнения экспертов, несмотря на то, что они представляют разные сферы: академическую, бизнес и гос. службу очень схожи. Это связано с тем, что некоммерческий сектор находится на начальной стадии развития в регионе. Очень убедительную версию причин сложившейся ситуации предложил один из экспертов, представитель бизнеса:

«Ситуация с НКО не развивается, потому что они начнут развиваться когда люди удовлетворят свои материальные потребности, здесь есть определенная зависимость. Только после этого люди начинают смотреть в сторону благотворительности или каких-то социальных инициатив и т.п., а так как Ивановская область в экономическом плане отстает, то и

³ Анкета размещена по ссылке:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSff9zh8imQ3mz7KIxyMg2w-r-HsnOSko-wW4J3XZ983GfRyQ/viewform?usp=sf_link

⁴ Кузьменко Т.В. Экспертный опрос как основа принятия управленческих решений // Социологический альманах. 2017. №8.

некоммерческий сектор у нас не развит. В Москве или Петербурге НКО сильнее развито именно по этой причин»
А. (бизнесмен, 45лет)

87,5% участников анкетирования оценили свое предприятие как успешно развивающееся, что говорит об оптимистичном настрое представителей региональных НКО (См. Рис. 1.1)

Ваша организация успешно развивается?
96 ответов

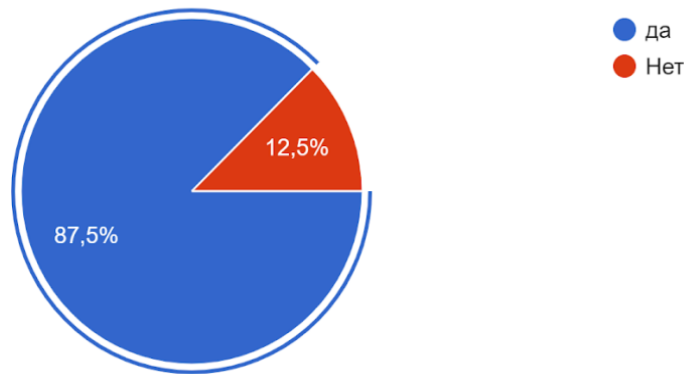


Рис. 1.1. Самооценка респондентами состояния своего предприятия

На Рис. 1.2. мы видим, что абсолютное большинство опрошенных являются руководителями организаций, которые представляют в данном опросе. Соотношение руководителей и сотрудников 67/33 соответственно в определенной степени объясняет позитивный настрой Рисунка 1.1, руководители, как правило, максимально мотивированны и уверены в успехе своего дела.

Статус
97 ответов

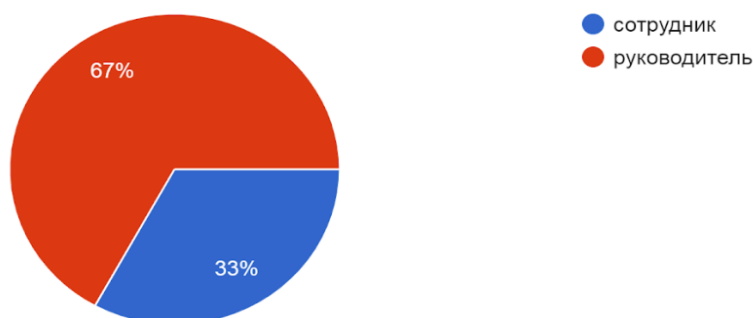


Рис. 1.2. Статус представителя НКО на своем предприятии

43,3% опрошенных указали, что соотношение руководителей и сотрудников в их организациях распределяется таким образом, что количество «исполнителей» превышает количество «руководителей» более чем в три раза. Такое соотношение приближается к формуле на 1 руководителя 7 ± 2 подчиненных, которое считается идеальным⁵. 26,8% указали на соотношение 1:3, у 18,6% НКО в составе только руководители, исполнительские задачи на аутсорсинге и 11,3% опрошенных указали на соотношение «руководителей» и «исполнителей» как 50/50. Безусловно, задачи, с которыми сталкиваются НКО в процессе своей деятельности, бывают довольно специфичными, поэтому подходы к организации работы у разных компаний различаются.

Примерное соотношение руководителей и сотрудников в организации в процентах
97 ответов

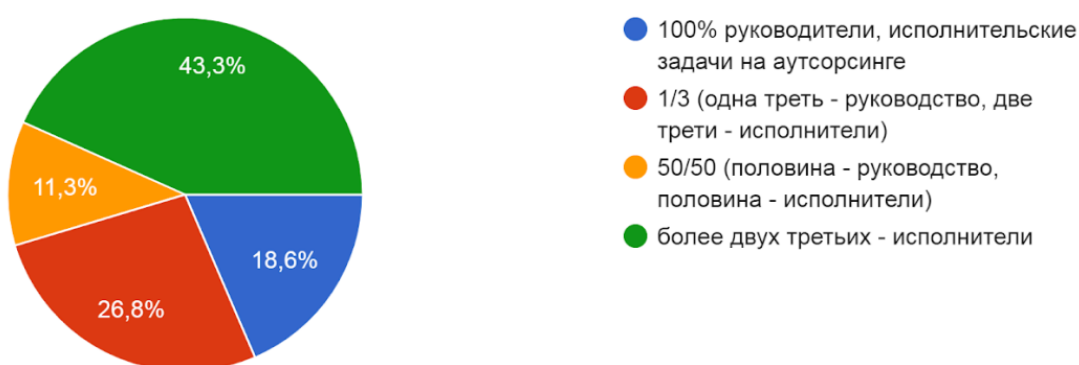


Рис. 1.3. Соотношение руководителей и сотрудников в организации по оценкам респондентов

⁵ Мазурик Л. Как рассчитать оптимальное соотношение управленцев и исполнителей в компании/<https://hr.superjob.ru/ocenka-i-podbor-personala/kak-rasschitat-optimalnoe-sootnoshenie-upravlencev-i-i-spolnitelej-v-kompanii-2711/>

Тем не менее, кадровый и управленческий потенциал предприятия во много способны предопределять его эффективность как на рынке, так и в социальной сфере.

Еще одной интересующей нас характеристикой региональных НКО для нас стали их основные источники финансирования. На Рисунке 1.4. мы видим, что более 50% финансирования составляют гранты и субсидии из бюджетов разных уровней, т.е. по сути фондовая и государственная поддержка. 27,8% предприятий НКО существуют на собственные средства, включая средства учредителей, 12,4% финансируются за счет благотворительных программ и пожертвований и 9,3% оказывают платные услуги.

Назовите основной источник дохода вашей организации

97 ответов



Рис. 1.4. Основной источник дохода организации

Подход к организации финансов в вашей НКО

97 ответов



Рис. 1.5. Организация финансов НКО

На Рисунке 1.5. мы видим более детализированную картину организации финансов ивановских региональных НКО.

Таким образом, «львиная доля» в финансировании НКО остается за государством и около государственными фондами: 39,2% - Фонд президентских грантов; 20,6% - региональные субсидии; около 5% - другие фонды. С опорой на взносы попечителей и спонсоров существует лишь 20,6% НКО, около 7% - собирают членские взносы (См. Рис.1.5.).

В целом характеризуя объект исследования можно сказать, что ивановские региональные НКО это компании с разной внутренней структурой, в основе финансирования которых лежат, главным образом грантовые конкурсы и субсидии из регионального бюджета, т.е. косвенная либо прямая государственная поддержка.

1.2. Основные направления деятельности НКО в Ивановской области

Спектр основных направлений деятельности некоммерческих организаций функционирующих в регионе отображен на Таблице 1, он включает в себя организации занятые в сферах спорта, культуры, образовании, социальной работе, экологии, общественной деятельности. Из таблицы видно, что наиболее «заполненными» выступают ниши «здравоохранение и социальная работа» и «общественная деятельность». Именно эти направлениям в 2020 году получили поддержку Фонда президентских грантов⁶.

Есть все основания полагать, что перечень проектов в сфере НКО будет расширяться, областная власть выделила в 2021 году 10 млн. рублей на поддержку участия региональных НКО в грантовых конкурсах, главным образом в конкурсах ФПГ⁷.

Мнения экспертов о социальном запросе и наиболее перспективных направлениях деятельности НКО звучат следующим образом:

*«Социального запроса на НКО нет, потому что область бедная, население бедное, людям просто не до этого»
А. (бизнесмен, 45 лет)*

*«Социальный запрос состоит, прежде всего, в том, некоммерческий сектор призван удовлетворять различные запросы населения в сфере экологии, волонтерства, культуры и т.п.»
А. (эксперт департамента)*

*«Думаю да, есть. На мой взгляд, социальные запросы – это и есть сфера деятельности НКО»
В. (специалист по зооволонтерству, магистр социологии)*

⁶ https://ivteleradio.ru/news/2021/01/18/12_nko_ivanovskoy_oblasti_vyigrali_prezidentskie_granty

⁷ <https://i3vestno.ru/novosti/-650201>

Таблица 1. Направления деятельности НКО

Спорт	Культура	Образование	Здравоохранение и социальная работа	Экология	Общественная деятельность
● Подготовка спортивных трасс; ● Развитие и популяризация различных видов спорта; ● Здоровый образ жизни ● Организация спортивных мероприятий	● Краеведение; ● Охрана культурного наследия; ● Музейная деятельность; ● Проведение народных праздников; ● Историческая реконструкция ● Межнациональные коммуникации; ● Знакомство с русской культурой; ● Сохранения объектов	● Коррекционная и развитие детей с ОВЗ; ● Оказание поддержки в сфере развития технического творчества; ● Компьютерное просвещение; ● Студенческое и ученическое самоуправление; ● Патриотическое воспитание;	● Работа с детьми и подростками; ● Помощь беременным женщинам, многодетным и молодым мамам в трудной жизненной ситуации; ● Помощь детям; ● Помощь выпускникам детских домов; ● Социальная поддержка инвалидов, детей-сирот, дети с ОВЗ, беспризорных детей; ● Деятельность учреждения клубного типа, помощь семьям воспитывающих особенных детей ● Социальные услуги людям с ОВЗ; ● Психолого-логопедическая коррекция и реабилитация детей в том числе с ОВЗ;	● Аддитивные технологии ● Проблемы экологии; ● Помощь бездомным животным.	● Территориальное общественное самоуправление (ТОС); ● Добровольчество/волонтерство; ● Бесплатная юридическая помощь (БЮП), медиация, оказание услуг по разрешению конфликтов в различных сферах, проведение переговоров, психологические и юридические услуги; ● Поддержка и развитие НКО; ● Благотворительность, ● Международный молодежный обмен, подростковые программы, Миротворческая работа, благотворительная

	культурного наследия; ● Театр; ● Событийные мероприятия	● Координация деятельности детских организаций и объединений, существующих на базе образовательных учреждений региона	● Повышение качества жизни пожилых людей; ● Дневная занятость, досуг и общение, сопровождаемое проживание молодых инвалидов с ментальными особенностями; ● Помощь семьям, воспитывающим детей-инвалидов ● Доступная среда и здоровый образ жизни инвалидов - колясочников и приравненных к ним.		деятельность, международные отношения, народная дипломатия; ● Услуги для бизнеса, формирование и укрепление навыков взаимодействия и взаимопомощи некоммерческих организаций, местных сообществ и гражданских активистов Продвижение женщин на уровень принятия решений, безопасность женщины ● Защита семьи и материнства
--	---	---	--	--	--

*«Есть очень большая потребность, самое главное в медицинской помощи, в сложном дорогостоящем лечении»
Ю. (эксперт из сферы бизнеса)*

*«Социальный запрос, конечно, есть, особенно активна молодежь, волонтеры, экологи, во время пандемии многие хотели помогать, помните волонтеры-медики и прочие»
К. (эксперт департамента)*

Это наиболее яркие мнения они вполне отражают сферу, которую представляют эксперты. Представители бизнеса далеки от «социалки», поэтому их взгляд максимально узкий. С другой стороны, эксперты из гос. структур, которые сталкиваются с социальным запросом на НКО в своей работе и убеждены в его наличии и важности. Представители академического сообщества также очень чувствительны к обществу и его запросам, о чем и говорят.

1.3. Межсекторное взаимодействие

Безусловно, чаще проще и быстрее что-то делать в одиночку, не кооперируясь, тем более, если это разовые акции или задачи, не направленные на длительную работу и изменение ситуации. Но если задачи шире и глубже, если есть цель произвести существенные социальные изменения, то без взаимодействия не обойтись.

Любые эффективные изменения возможны только при договоренностях о консолидации усилий и сотрудничестве. В социальных вопросах полезное взаимодействие переходит в эффект синергии, когда сумма усилий дает двойной, тройной и более эффект, это особенно важно в социально ориентированной работе где нужно видеть и чувствовать друг друга на пути позитивных изменений.

74,2% региональных некоммерческих организаций поддерживают связи с другими НКО, 15,5% - не поддерживают, но имеют стремление к этому и 10,3% - не имеют таких связей (См. Рис. 1.6.).

Ваша организация поддерживает связи с другими НКО в регионе?

97 ответов

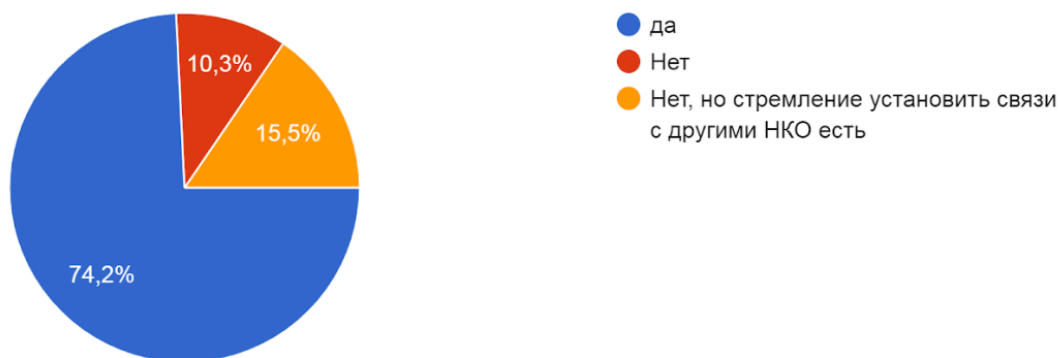


Рис. 1.6. Поддержка связей с другими НКО в регионе

В качестве объясняющей гипотезы такого распределения ответов как на Рисунке 1.6., может послужить предположение, что участвовавшие в исследовании НКО делятся на три основные группы:

1. «Новые» организации составляют 10,3%, не имеют связей с другими организациями, масштаб проектов еще небольшой
2. «Молодые» организации составляют 15,5%, рост масштабности проектов уже требует вовлечения партнеров
3. «Зрелые» организации составляют 74,5%, масштаб проектов предусматривает широкие связи с другими НКО

Необходимо подчеркнуть, что предложенное деление основано не на длительности существования организации (не на возрасте), а на масштабе проектов, требующих вовлечения как можно большего числа партнеров.

Вы нуждаетесь в расширении связей с другими НКО в регионе?

97 ответов

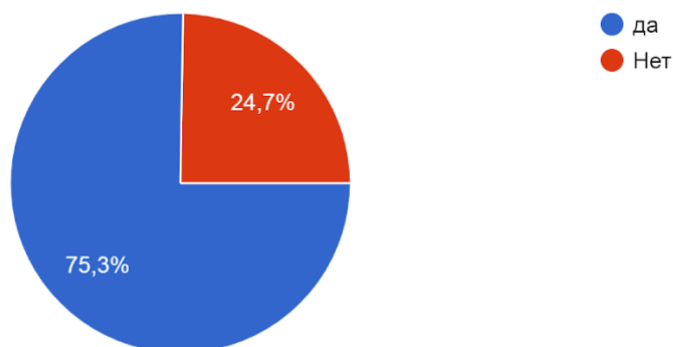


Рис. 1.7. Признание необходимости в расширении связей с другими НКО

Подтверждение описанной выше гипотезы мы видим из данных Рисунка 1.7., где 75,3% отмечают необходимость в расширении связей с другими НКО в регионе, подтверждая этим «зрелый» статус своей организации, а 24,7 % респондентов считают, что такой необходимости нет, фиксируя статусы «новой» и «молодой» организации.

В будущих исследованиях данной темы необходимо точнее операционализировать предложенную классификацию.

Вопрос о том, поддерживает ли ваша организация отношения с НКО из других регионов, привел к следующему распределению ответов: 39,2% организаций не имеют таких связей, но стремятся их установить; 34% имеют регулярные связи с НКО за пределами региона; 26,8% взаимодействуют с организациями из других регионов на нерегулярной основе (См. Рис. 1.8.).

Ваша организация поддерживает отношения с НКО из других регионов?

97 ответов



Рис. 1.8. Поддержка связей с НКО из других регионов

Современное общество немыслимо без деятельности гражданских активистов, направленной на социальные, политические экономические или иные изменения в своём государстве и своей стране, предпринимаемые по собственной инициативе, независимо от государства. Многие из них являются лидерами общественного мнения, блогерами, авторами различных заметных инициатив, будь то всевозможные флэш-мобы, субботники, другие акции, посвященные проблемным точкам социальной жизни. Привлечение подобных людей, взаимодействие с ними в реализации различных проектов является одной из значительных сфер приложения усилий НКО. Результатом такого взаимодействия может быть привлечение более широкой аудитории, средств, другой помощи. Как оказалось, ивановские региональные НКО активно сотрудничают с гражданскими активистами, о таком опыте заявили 82,5% опрошенных, об отсутствии такового 17,5%.

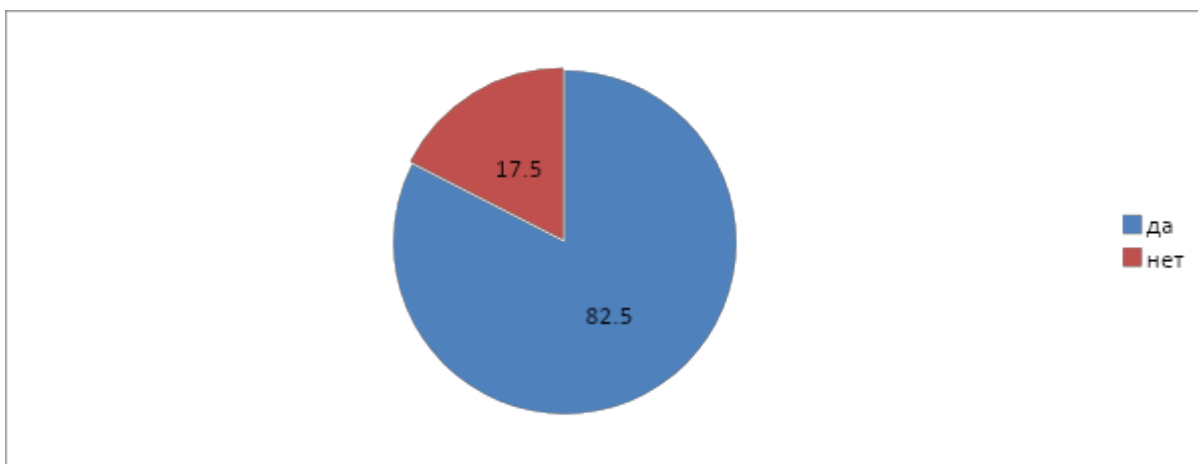


Рис. 1.8. Привлечение гражданских активистов для участия в общественной жизни, посредством деятельности своей организации

Если нет, то почему?

26 ответов

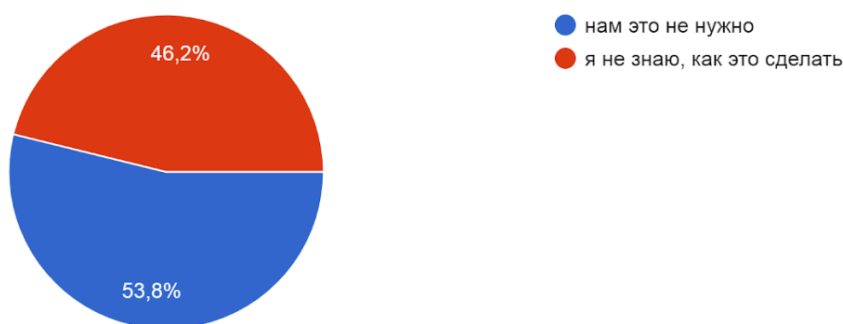


Рис. 1.9. Если не привлекают, то почему?

Среди 17,5% не привлекающих гражданских активистов НКО почти половина (46,2%) не знают, как это сделать, другой половине (53,8%) привлечение гражданских активистов не требуется. На наш взгляд, необходимо сформировать базу гражданских активистов, где будут отражены сферы их интересов. В соответствии с этой информацией НКО может привлекать активиста близкого интересам проекта.

НКО обладают несколькими важнейшими преимуществами и возможностями. Прежде всего, это мотивация к работе. Граждане объединяются в общественные организации для реализации целей, которые они сами себе поставили, их не требуется заставлять, мотивировать к исполнению своих задач, жестко контролировать. В большинстве случаев они готовы работать исключительно за идею, их объединившую. Эта же причина определяет и другое преимущество – финансовую эффективность. Задач и идей у НКО много, а средств мало, они вынуждены быть изобретательными и минимизировать расходы. Услуги и работы, выполняемые общественниками, или обходятся значительно дешевле, или, при одинаковых расходах, их качество выше. К тому же большинство НКО активно пользуется помощью добровольцев, в т.ч. из числа гражданских активистов, что позволяет часть работ осуществлять без каких-либо расходов вообще. Еще одно важное преимущество – гибкость. В сочетании с мотивацией оно дает НКО огромные возможности, которых лишены государственные и, часто, муниципальные структуры. У НКО очень короткие связи в управлении, они не связаны государственными регламентами, жесткими инструкциями и поэтому очень оперативны. Они имеют огромную гибкость в выборе способов реализации задач.

2. ПЕРСПЕКТИВЫ И БАРЬЕРЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НКО В РЕГИОНЕ

2.1. Взаимодействие с общественностью и СМИ

Важным аспектом функционирования НКО выступает взаимодействие со СМИ. Из Рисунка 2.1. мы видим, что наиболее популярным способом информирования общественности у региональных НКО выступает социальная сеть Вконтакте (78%), около 60% используют региональные СМИ, далее Инстаграм, «сарафанное радио», сайт предприятия и т.д. (См. Рис.2.1.).

Какие способы информирования общественности о деятельности вашей организации вы используете?

97 ответов

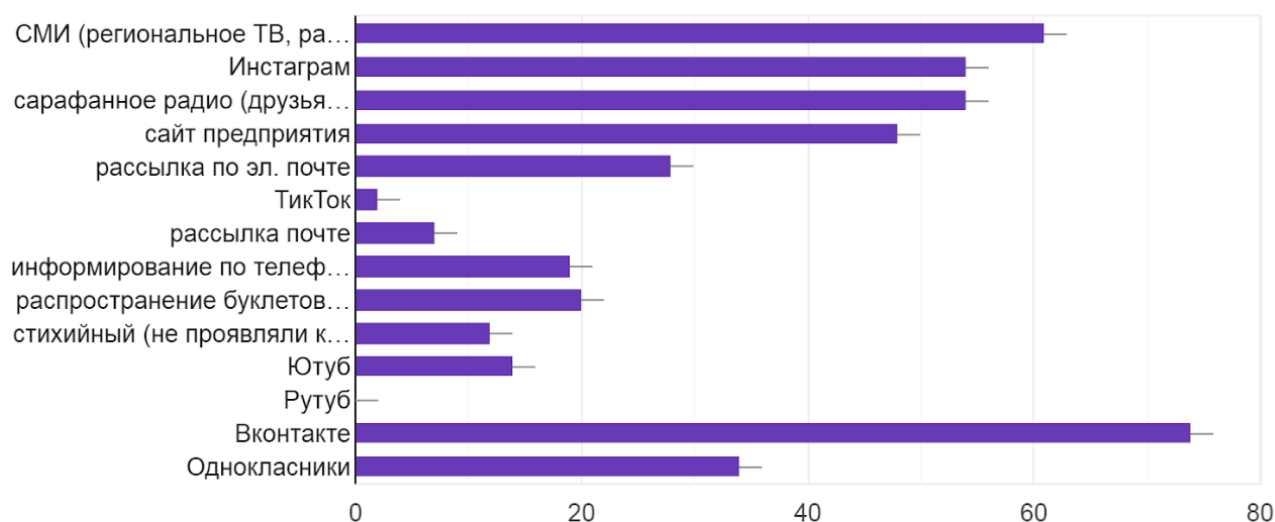


Рис. 2.1. Основные способы информирования общественности о деятельности своей организации, выбираемые респондентами

Рисунок 2.1. демонстрирует нам широкий спектр инструментов информирования, лидируют социальные сети и региональные СМИ, есть уникамы которые бросились осваивать Тик-ток, но это изобилие ставит перед нами вопрос, почему широкие слои населения знают только о волонтерском движении, волонтеры-медики, волонтеры-победы, прочие проекты НКО остаются в тени, несмотря на то, что ими используется все многообразие средств информирования.

Точный ответ на этот вопрос может дать отдельное исследование, посвященное узкой теме взаимодействия НКО с общественностью и СМИ. Но уже сейчас можно предположить, что качество коммуникаций инициируемых НКО оставляет желать лучшего. Как видно из Рисунка 2.2. постоянные связи с журналистами и изданиями налажены только 15,5% региональных НКО. Казалось бы, 69,1% «обращающихся в СМИ по мере

необходимости» демонстрируют хорошие связи с журналистами, но это конечно же не так. Только личные, глубокие связи со СМИ могут обеспечить качественное и регулярное освещение деятельности некоммерческой организации. Таковые как мы видим, есть только 15,5%, столько же вообще не контактируют с журналистами.

Взаимодействие со СМИ

97 ответов



Рис. 2.2. Самооценка респондентами взаимодействия своего предприятия со СМИ

Большинство экспертов склоняются к мнению, что в СМИ, Интернет-ресурсах и соц. сетях недостаточно освещена деятельность НКО, как правило, приходится прилагать усилия для того чтобы найти необходимую информацию.

«Я могу судить только по своему опыту, что нет, информация о работе НКО встречается не часто. Я встречалась с упоминаниями тогда, когда сама искала информацию. Мне кажется, в ивановском регионе сфера СМИ/интернета сама по себе недостаточно развита, возможно, в этом причина. Возможно проблема в неправильном преподнесении информации в несоответствии с современными интересными способами рекламы, кроме того далеко не все НКО могут позволить себе интернет продвижение»
В. (специалист по зооволонтерству, магистр социологии)

«Я встречаю часто, в основном это обращение за поддержкой»
О. (профессор, эксперт по туризму)

«Основной источник информации о деятельности НКО для меня интернет, единственные организации которые я определенно запомнил это Лиза-айлерт и общество обманутых дольщиков, видимо именно эти организации смогли достичь высокого уровня резонанса в интернет-ресурсах»
А. (бизнесмен, 45 лет)

*«Нельзя сказать, что НКО в современном мире выступают
нюсмейкерами, хотя много слышно о волонтерах и в СМИ и сетях, мы сами
работаем с ними»*

В. (эксперт департамента)

Журналисты это профессионалы, которые могут обеспечить интерес к контенту любой организации, повысить его качество, сделать доступным для широких слоев населения. Без использования этого ресурса, любая организация обречена, барахтаться в «самодельных» новостях своих социальных сетей, которые по факту интересны только тем, кто их креативит.

2.2. Взаимодействие с бизнесом и органами власти

Модернизационные процессы, развивающиеся в социально-экономической, политической и культурной сферах жизни современного российского общества, актуализируют проблему обеспечения эффективности взаимодействия бизнеса, некоммерческих организаций и государства. Социальное партнерство перечисленных структур создает основания для преодоления наиболее острых общественных проблем, решение которых возможно лишь при условии тесного сотрудничества бизнесменов, органов государственной власти и представителей НКО. Взаимодействие бизнес-структур и общества осуществляется в рамках реализации принципа социальной ответственности бизнеса, действие которого может фиксироваться на трех основных уровнях:

- на уровне бизнес-организации, когда социально ориентированная деятельность компании направлена на решение внутрифирменных социальных проблем, связанных с социальным обеспечением сотрудников;
- на уровне региона, когда компании, придерживающиеся принципа социальной ответственности, реализуют социально значимые региональные проекты;
- на уровне общества в целом, когда бизнес приобретает статус активно действующей общественной силы, благодаря которой решаются актуальные для развития социума проблемы⁸.

Взаимодействие с Бизнесом

97 ответов

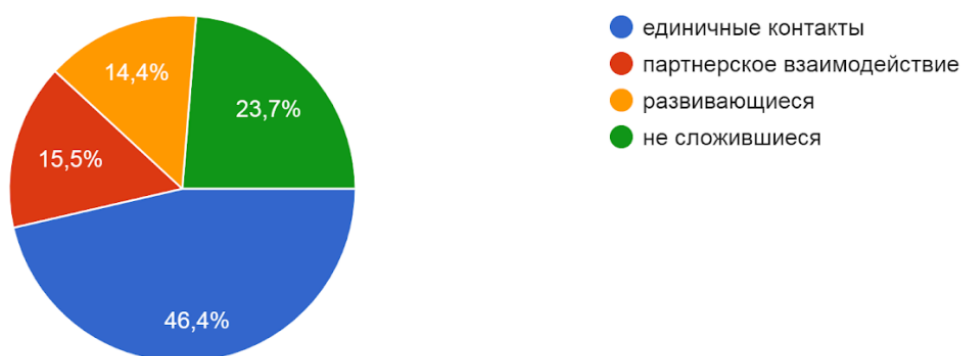


Рис. 2.3. Самооценка респондентами взаимодействия своего предприятия с Бизнесом

⁸ Кузеванова А. Л. Социальная ответственность современного российского бизнеса и общественное мнение: опыт социологического анализа // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. 2010. № 11. С. 56–60.

Как показало наше исследование (См. Рисунок 2.3.) ивановские региональные НКО в большинстве своем не могут похвастаться партнерским взаимодействием с бизнесом: 46,4% - имели с бизнесом единичные контакты; у 23,7% отношения с бизнесом не сложились; 14,4% указывают на развивающиеся отношения и только 15,5% фиксируют партнерское взаимодействие.

Такое положение вещей может объясняться общей незрелостью и начальным этапом развития системы НКО в стране. Конечно в столицах ситуация обстоит значительно лучше, там больше финансовых возможностей, доступней успешные зарубежные практики.

По мнению экспертов, крайне низким является уровень информированности руководителей бизнес-организаций о возможных вариантах реализации социально значимых инициатив, о системе социального партнерства, о путях взаимодействия с некоммерческими организациями.

На вопрос экспертам «Охарактеризуйте взаимодействие бизнеса и НКО в регионе» были получены следующие суждения:

«Само понятие бизнеса и бизнесмена входит в противоречие с НКО, термин некоммерческая означает, что участие в такой организации не приносит прибыль, а бизнес в своей деятельности, наоборот, прямо заинтересован в прибыли. Даже общественные организации предпринимателей, в конечном счете, нацелены на лоббирование своих интересов, а первый интерес бизнеса – это коммерческий интерес. В этом смысле общественные объединения бизнесменов нельзя рассматривать как некоммерческие организации. Бизнесмен может удовлетворять свои социальные потребности, участвуя как гражданин, например в Лиза-айлert, искать людей, но участвую в ассоциации малого бизнеса, например он преследует коммерческие интересы»
А. (бизнесмен, 45 лет)

«В целом продуктивное взаимодействие бизнеса и НКО возможно, бизнес может спонсировать НКО, потому что у бизнеса часто есть потребность в формировании социального имиджа, у некоторых крупных компаний даже в уставе прописано участие в благотворительной деятельности. Им (бизнесу) проще всего вести эту деятельность через НКО, т.е. они помогают не конкретному индивиду, а перечисляют средства в фонды, в некоммерческие организации. Такое взаимодействие оно возможно, оно и происходит»
А. (бизнесмен, 45 лет)

*«На мой взгляд, много политики в работе НКО. Бизнес иногда «прокачивает» деньги (через НКО) это позволяет уйти от налогов»
О. (профессор, эксперт по туризму)*

Из комментариев экспертов, следует определённая противоречивость взаимодействия НКО и бизнеса, тем не менее, для всех экспертов очевидно, что оно должно строиться взаимовыгодно на условиях спонсорства и благотворительности.

Практика реализации принципа социальной ответственности современного российского бизнеса развивается довольно медленно, и сопряжена с целым комплексом проблем. В качестве причин сложившейся ситуации следует рассматривать:

- 1) низкий уровень гражданского самосознания большинства бизнесменов;
- 2) убежденность в затратности социальной активности компании и соответственно ее невыгодности для бизнеса;
- 3) отсутствие разработанных (возможно государством) понятных «дорожных карт» реализации социальных инициатив бизнеса.

В ходе исследования для экспертов нами был сформулирован следующий вопрос: «Есть ли государственный запрос на деятельность НКО, в чем он состоит на ваш взгляд?»

*«Я думаю, у государства есть запрос на деятельность НКО, это один из способов взаимодействия (государства и общества), через организации, их деятельность проще выстроить коммуникацию с людьми и понять их запросы и отвечать на эти запросы, т.е. не только через государственные институты. Взаимодействие государства с каждым не всегда эффективно, а вот через организации (НКО) оно более таргетировано (направлено на конкретные целевые группы)»
А. (бизнесмен, 45 лет)*

*«Я не знаю, если ли он, но, на мой взгляд, он должен быть. Насколько я знаю из данных социологических опрос, значительная часть НКО хотела бы сотрудничать с властью и помогать в реализации общественных программ. Я думаю, что НКО более ближе к реальной картине жизни социума и каким-то социальным запросам, и проблемам. Государственным структурам нужны такие знания. К тому же, НКО сами по себе обеспечивают эффективность системы социальных услуг»
В. (специалист по зооволонтерству, магистр социологии)*

«Запрос есть и состоит он в том, что гос. структуры не могут сами управлять многими процессами в некоммерческом секторе, тратить деньги

под конкретную деятельность или мероприятие. В этом и есть суть - выделить средства и контролировать»
О. (профессор, эксперт по туризму)

Для всех экспертов, очевидно, что государственные структуры напрямую заинтересованы в работе НКО. Они, некоммерческие организации выступают в роли медиаторов переводящих проблематику социальных запросов различных социальных групп на язык государственных структур предлагающих финансирование и контроль удовлетворения этих запросов.

2.3. Взаимодействие с экспертным сообществом

Для раскрытия аспекта, выведенного в заголовок данного пункта отчета, было решено подойти к определению «экспертного сообщества» максимально широко. Здесь мы относим к нему и обладателей эффективного опыта некоммерческой деятельности, доступ и доступность к необходимой в работе информации, исследовательская деятельность и юридическая экспертиза.

В работе НКО за последнее десятилетие накопилось много положительных примеров эффективной работы. Как показало наше исследование абсолютное большинство (68%) ивановских региональных некоммерческих организаций не ориентируются на методические образцы успешной работы российского уровня (См. Рисунок 2.4).

Ориентируетесь ли вы на методические образцы российского уровня? Например, Фонд «Вера», «Антон тут рядом», БФ «Нужна помощь»?

97% ответов

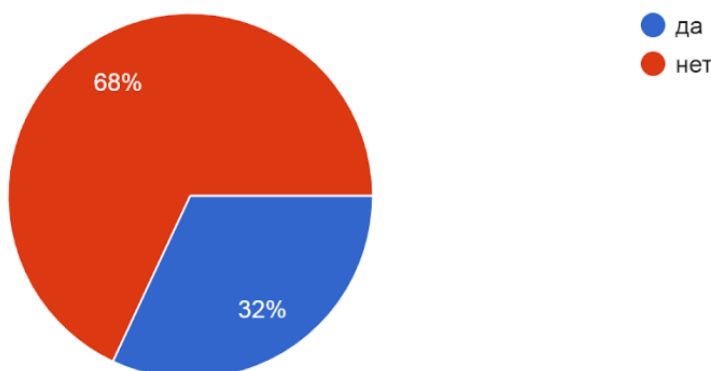


Рис. 2.4. Ориентация в своей работе на положительный опыт российских НКО

Вполне возможно, что они просто не знакомы с этим опытом или настолько перегружены в своей работе, что не успевают его изучать.

На Рисунке 2.5. мы видим, что только 25,8% НКО считают полностью доступной статистическую информацию по тем проблемам, с которыми им приходится работать, 5% считают эту информацию совершенно недоступной.

Недооценивать данную ситуацию нельзя так, как во многом от статистических данных по проблеме может зависеть охват и эффективность мероприятий, уровень отклика на проблему со стороны населения и т.п.

Насколько открыт доступ к статистической информации по проблемам, с которыми работает организация?

97 ответов

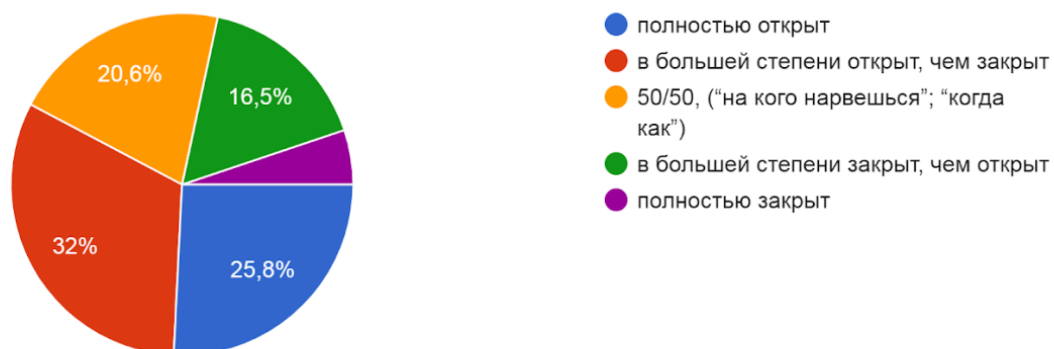


Рис. 2.5. Доступность статистической информации по проблемам, с которыми работает НКО

Из Рисунка 2.6. мы видим, что 77,3% НКО сами занимаются исследованиями своей целевой аудитории, только 2,1% заказывают у профессионалов, а 20,6% вообще исследованиями не занимаются. Исходя из этого можно сделать два основных вывода:

- 1) для большинства НКО очевидно, что целевую аудиторию надо изучать;
- 2) существуют определенные ограничения для привлечения для исследований профессионалов.

Вы сами занимаетесь исследованиями целевой аудитории и проблем с которыми она сталкивается? (опросы, анкетирование, заказные исследования)

97 ответов

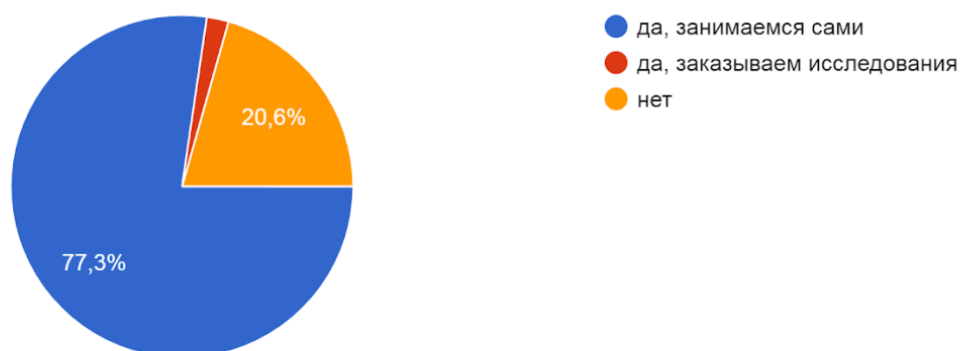


Рис. 2.6. Исследовательская деятельность

83,5% учитывают результаты исследований целевой аудитории при формировании программной деятельности и подготовке проектов (См. Рисунок 2.7.). Таким образом, значимость профессионального экспертного мнения здесь трудно переоценить.

Учитываются ли результаты этих исследований при формировании программной деятельности, подготовке проектов?

97 ответов

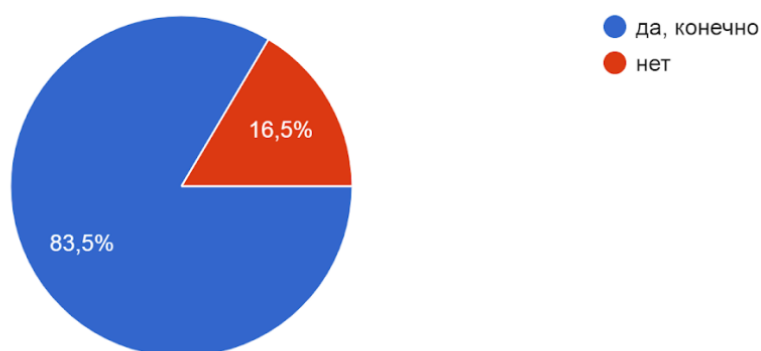


Рис. 2.7. Связь исследований и непосредственной деятельности НКО

Еще одним важным аспектом работы региональных НКО нужно считать осведомленность об изменениях законодательства в этой сфере. Наше исследование показало, что 82,5% НКО следят за изменениями в законодательстве, что опять же свидетельствует о спросе на профессиональное юридическое мнение в этом вопросе.

Следите ли вы за обновлением законодательства в сфере деятельности вашей организации

97 ответов

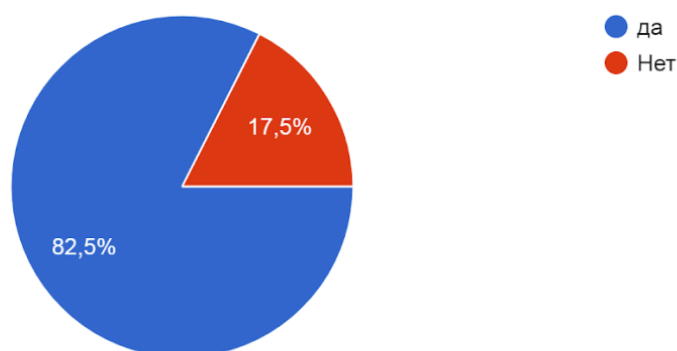


Рис. 2.8. Осведомленность об обновлениях законодательства в сфере деятельности НКО – участников опроса

Благотворительность, волонтерство, социальная ответственность бизнеса, новые технологии – вот только несколько трендов, так или иначе включенных в федеральную повестку некоммерческого сектора. Результатом нашего исследования стали 40,2% НКО учитывающих в своей работе федеральную повестку некоммерческого сектора; 49,5% старающихся учитывать и 10,3% не видящих в этом смысла. Такое распределение свидетельствует о высокой мотивированности ивановских региональных НКО, о четком понимании, что только ориентация на тренды позволит в победить в конкурсе и получить грант.

Учитываете ли вы в своей работе основные тренды федеральной повестки некоммерческого сектора?

97 ответов

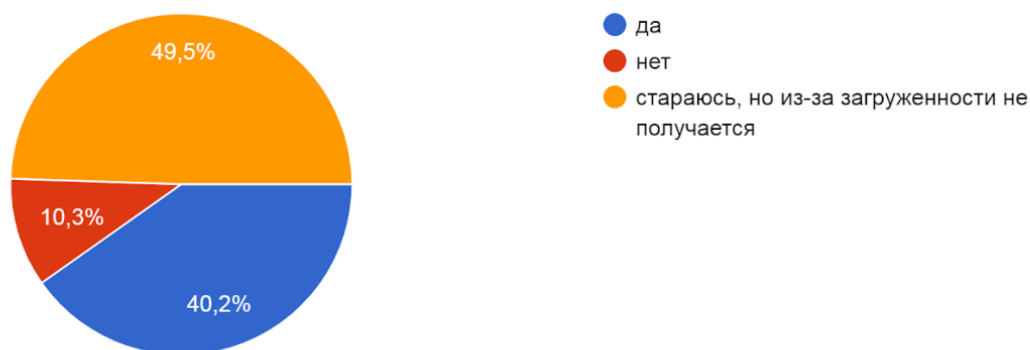


Рис. 2.9. Ориентация на основные тренды федеральной повестки дня

Таким образом, можно выделить следующие выводы характеризующие взаимодействие НКО с экспертным сообществом: во-первых, наше исследование показало, что абсолютное большинство (68%) ивановских региональных некоммерческих организаций не ориентируются на методические образцы успешной работы российского уровня, что открывает широкие возможности для обучения и обмена такого рода опытом.

Во-вторых, статистическая информация в значительной мере скрыта от представителей НКО. Причиной этого может быть как институциональные барьеры, так и банальное неумение работать с такого рода информацией, и здесь также открывается горизонт для экспертной работы.

В-третьих, для большинства НКО очевидно, что целевую аудиторию надо изучать и в этой сфере есть нехватка профессионалов, что вынуждает представителей НКО самим заниматься исследованиями своей аудитории.

В-четвертых, исследование показало высокую степень интереса к изменениям законодательства в сфере НКО, на наш взгляд, это «окно» для привлечения юридической экспертизы, что, несомненно, востребовано НКО.

В-пятых, заинтересованность в трендах, скорее всего связанная с участием в грантовых конкурсах, открывает возможности привлечения экспертов в этой сфере, их опыт и занятия будут также востребованы.

2.4. Обучение персонала: возможности и препятствия

Потребность в обучении и сотрудников и руководства очевидна для 58,8% региональных НКО; 14,4% такой потребности не испытывают. Надо сказать, что данные Рисунка 2.10. характеризуют нацеленность на развитие. В современном мире обучение это один из ключей эффективной работы организации.

Испытываете ли вы потребность в обучении и повышении квалификации сотрудников НКО, включая руководство?

97 ответов

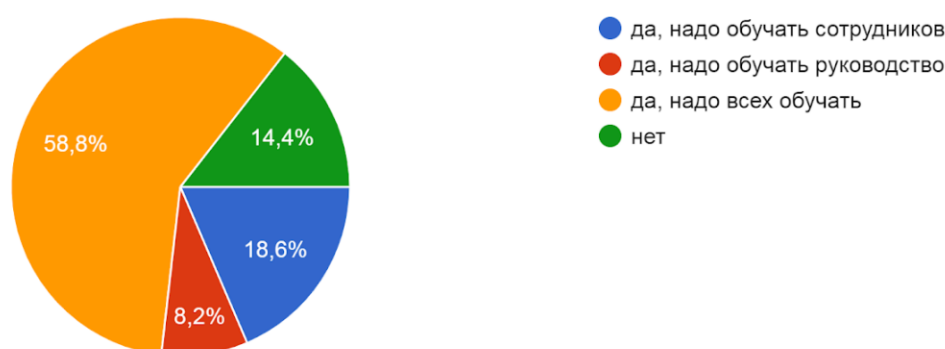


Рисунок 2.10. Потребность в обучении и повышении квалификации на предприятиях НКО

Учитывая то, что мы имеем дело с некоммерческим сектором вполне объяснимо, почему 79,4% НКО хотели бы обучаться бесплатно, только 9,3% готовы платить за обучение, а 11,3% готовы полностью отказаться от обучения (См. Рисунок 2.11.)

Вы готовы оплачивать обучение сотрудников?

97 ответов

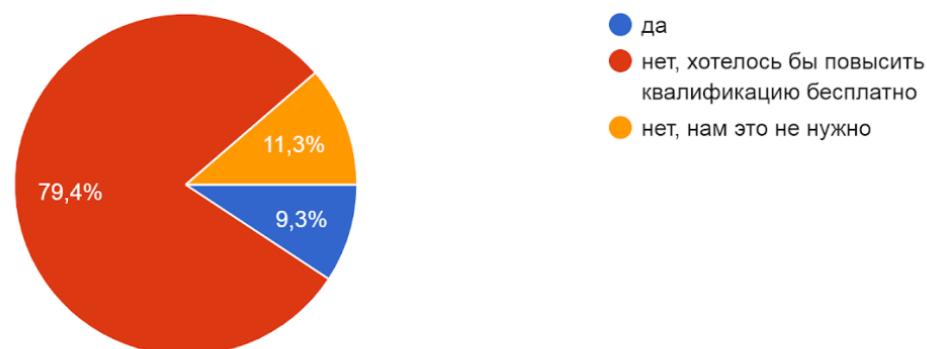


Рисунок 2.11. Готовность оплачивать обучение

Внутри некоммерческого сектора существует множество предложений по обучению, но как выяснилось, о них знают только 47,4% НКО. Очевидно, в сложившейся ситуации необходимо активизировать информирование НКО о наличии возможности обучаться, желательно также, чтобы эти возможности реализовывались бесплатно (См. Рисунок 2.12).

Вам известно о программах обучения предлагаемых в некоммерческом секторе?

97 ответов

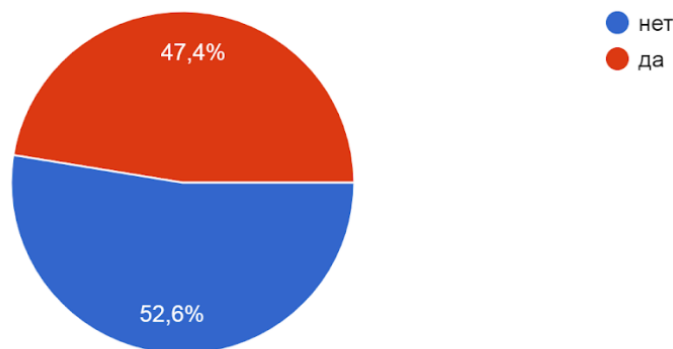


Рисунок 2.12. Информированность о программах обучения предлагаемых в некоммерческом секторе

Хотели бы обучаться за рубежом?

97 ответов

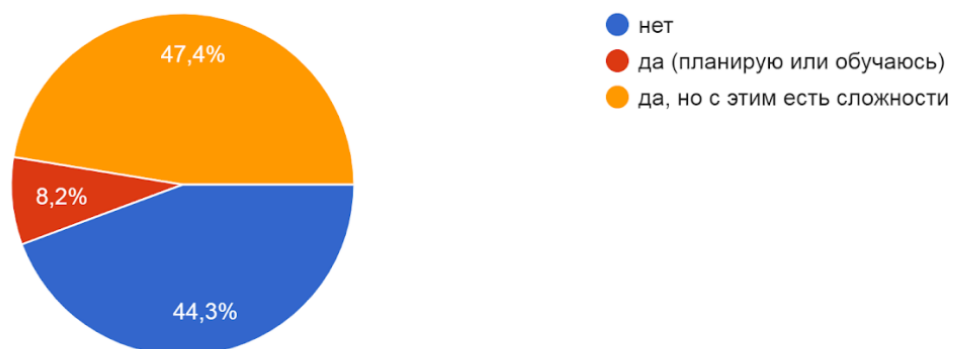


Рисунок 2.13. Готовность обучаться за рубежом

Так или иначе, готовность к обучению за рубежом демонстрируют более половины НКО, 8,2% планируют, 47,4% планируют, но признают наличие определенных сложностей (См. рисунок 2.13)

Какие сложности или препятствия возникают у вас в реализации желания обучаться за рубежом?

97 ответов

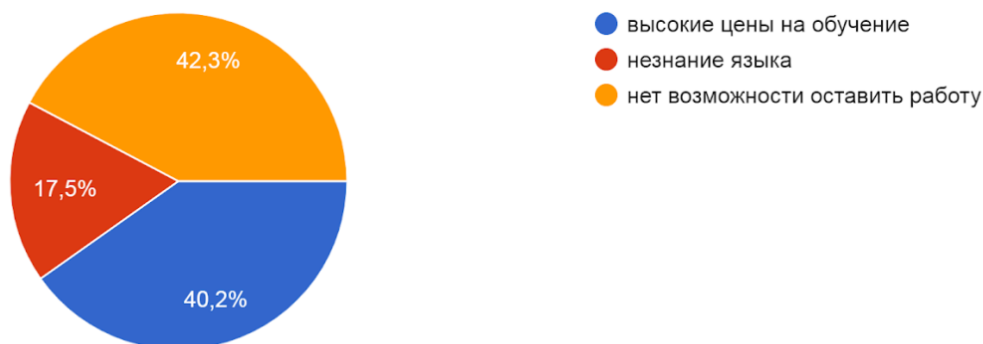


Рисунок 2.14. Основные препятствия для обучения за рубежом

В качестве основной сложности в обучении за рубежом респонденты выделяют невозможность оставить работу (42,3%), 40,2% видят проблему в высокой стоимости за обучение, а 17,5% - в незнании языка.

Таким образом, по данному пункту можно сделать следующие выводы:

- 1) потребность в обучении есть;
- 2) информированность о существующих программах недостаточная;
- 3) у многих есть желание обучаться за рубежом, мешают – «высокие цены за обучение», «незнание языка», «невозможность бросить работу». Все кроме незнания языка можно решить при помощи технологий дистанционного образования.

Эксперты высказали следующие мнения по данному вопросу:

*«Я думаю здесь проблемы нет (в подготовке кадров). (НКО) Это не какие-то сложные бюрократические организации, задачи перед ними стоят не сложные, они же ядерные реакторы не разрабатывают, они выполняют простые, понятные функции и для их выполнения достаточно каких-то базовых навыков, т.е. если человек идет в такую организацию, значит он в этом заинтересован, значит он может там чем то помочь. А какие-то специфические вещи, например ведение бухгалтерии, отчетов можно вывести на аутсорс»
А. (бизнесмен, 45 лет)*

«Обучать надо, в первую очередь тому, как успешно и грамотно подавать заявки на гранты, это по-настоящему полезно для НКО. Чтобы они не боялись, чтобы выигрывали»
В. (эксперт департамента)

«Обучать нужно в первую очередь руководителей, главное – чтобы их цель была не присваивать, а честно созидать и работать»
Ю. (эксперт из сферы бизнеса)

«Сложный вопрос, обучение это тренд современного мира, чтобы не терять актуальность надо обучаться. Например, иностранный опыт работы НКО. Мне кажется это д.б. полезно для людей из этой сферы»
В. (эксперт из академ. среды)

«Сегодня есть масса льготных программ обучения, обучаться надо. Это позволяет укреплять команды, придает смысла работе, жизни»
А. (эксперт из сферы бизнеса)

«Каждый должен сам решать, обучаться ему или нет. Не всегда эти затраты оправданы и в смысле времени и в смысле финансовом»
А. (эксперт департамента)

Это наиболее яркие комментарии экспертов, которые характеризуют три основные позиции:

1. обучение не нужно
2. обучение нужно
3. необходимость обучения зависит от ситуации, в которой оказалась сама личность или организация

В целом анализируя мнения нельзя сказать, что в своих суждениях эксперты объединяются по сферам, которым принадлежат, абсолютно разные мнения были представлены в разных группах экспертов. Это характеризует определенный плюрализм в экспертной среде, отсутствие единого мнения.

2.5. Основные проблемы, с которыми сталкиваются НКО в своей работе

По результатам исследования наиболее значимой проблемой НКО стало «недостаточное финансирование» - 75,5%, второй по значимости выступает проблема «кадрового голода» 36,7%, 32,7% - указали на «настороженное отношение со стороны бизнеса» (См. Рисунок 2.15).

Укажите на актуальные проблемы для некоммерческих организаций, на ваш взгляд?
97 ответов

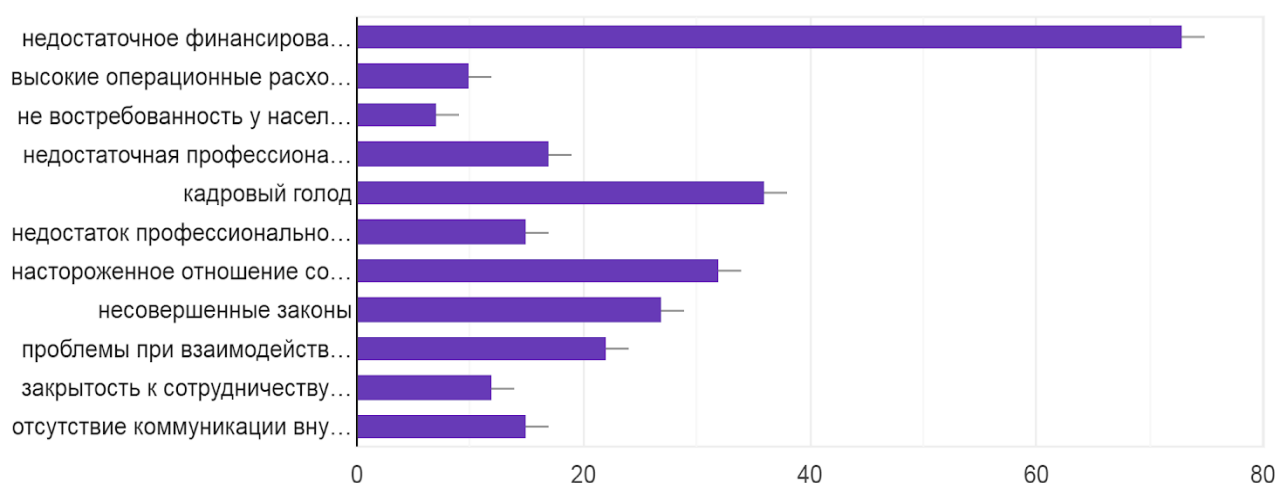


Рисунок 2.15. Актуальные проблемы некоммерческих организаций, по мнению респондентов

Недостаточное финансирование также стало основным фактором препятствующим развитию НКО в регионе (См. Рисунок 2.16).

Факторы, препятствующие развитию НКО в регионе?

97 ответов

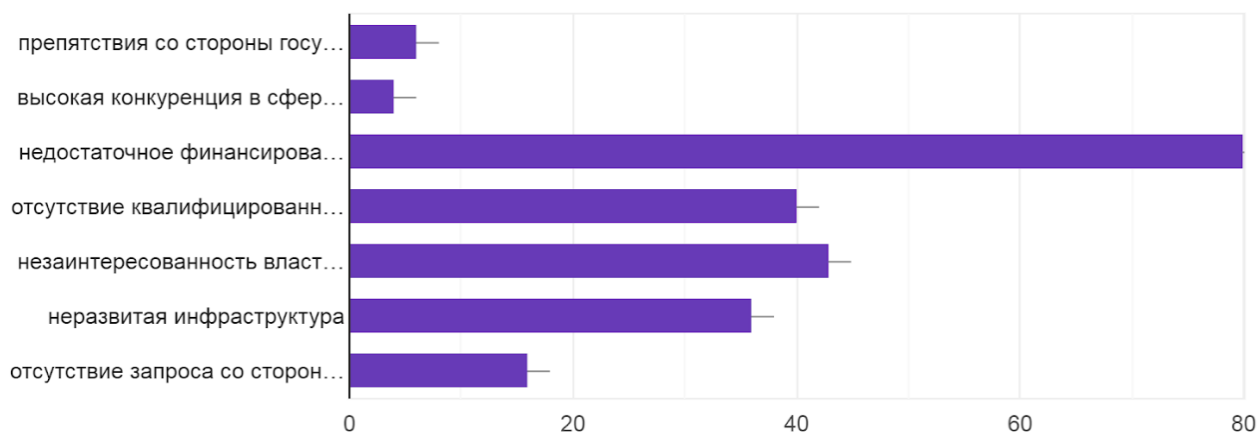


Рисунок 2.16. Факторы, препятствующие развитию НКО в регионе

В настоящее время существует важная проблема, которая характерна практически для всех социально-ориентированных некоммерческих организаций - это недостаточное финансирование и трудности его получения. Современные НКО для успешной реализации своих социальных проектов и программ вынуждены заниматься поиском и привлечением дополнительных источников финансирования. Законодательством РФ предусмотрено несколько видов источников финансирования для НКО. В первую очередь это федеральные и региональные гранты, донорские средства, частные пожертвования и т.п.

Укажите перспективные формы развития некоммерческого сектора в регионе

97 ответов



Рисунок 2.17. Перспективные формы развития некоммерческого сектора по мнению респондентов

Предсказуемыми, в свете предыдущих ответов, стали результаты, показанные на Рисунке 2.17. Половина опрошенных видят перспективу развития некоммерческого сектора в государственном или муниципальном заказе, 30,9% оставляют будущее за социальным предпринимательством, 16,5% за оказанием благотворительной помощи нуждающимся в натуральном виде, 3,1% видят перспективу в производстве и распространении социальной рекламы.

Подводя итог, можно сказать главным ориентиром для региональных НКО была и остается опора на помощь государства, тем не менее, набирает обороты понимание значимости социального предпринимательства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом характеризуя объект исследования можно сказать, что ивановские региональные НКО это компании с разной внутренней структурой, в основе финансирования которых лежат, главным образом грантовые конкурсы и субсидии из регионального бюджета, т.е. косвенная либо прямая государственная поддержка

Спектр основных направлений деятельности некоммерческих организаций функционирующих в регионе включает в себя организации занятые в сферах спорта, культуры, образовании, социальной работе, экологии, общественной деятельности. Наиболее «заполненными» выступают ниши «здравоохранение и социальная работа» и «общественная деятельность». Именно эти направлениям в 2020 году получили поддержку Фонда президентских грантов.

Есть все основания полагать, что перечень проектов в сфере НКО будет расширяться, областная власть выделила в 2021 году 10 млн. рублей на поддержку участия региональных НКО в грантовых конкурсах, главным образом в конкурсах ФПГ.

НКО обладают несколькими важнейшими преимуществами и возможностями. Прежде всего, это мотивация к работе. Граждане объединяются в общественные организации для реализации целей, которые они сами себе поставили, их не требуется заставлять, мотивировать к исполнению своих задач, жестко контролировать. В большинстве случаев они готовы работать исключительно за идею, их объединившую. Эта же причина определяет и другое преимущество – финансовую эффективность. Задач и идей у НКО много, а средств мало, они вынуждены быть изобретательными и минимизировать расходы. Услуги и работы, выполняемые общественниками, или обходятся значительно дешевле, или, при одинаковых расходах, их качество выше. К тому же большинство НКО активно пользуется помощью добровольцев, в т.ч. из числа гражданских активистов, что позволяет часть работ осуществлять без каких-либо расходов вообще. Еще одно важное преимущество – гибкость. В сочетании с мотивацией оно дает НКО огромные возможности, которых лишены государственные и, часто, муниципальные структуры. У НКО очень короткие связи в управлении, они не связаны государственными регламентами, жесткими инструкциями и поэтому очень оперативны. Они имеют огромную гибкость в выборе способов реализации задач.

Взаимодействие со СМИ должно строится через личные отношения с журналистами - профессионалами, которые могут обеспечить интерес к контенту любой организации, повысить его качество, сделать доступным для широких слоев населения. Без использования этого ресурса, любая организация обречена, барахтаться в «самодельных» новостях своих социальных сетей, которые по факту интересны только тем, кто их креативит.

Как показало наше исследование, ивановские региональные НКО в большинстве своем не могут похвастаться партнерским взаимодействием с бизнесом. Такое положение вещей может объясняться общей незрелостью и начальным этапом развития системы НКО в стране. Конечно в столицах ситуация обстоит значительно лучше, там больше финансовых возможностей, доступней успешные зарубежные практики

По мнению экспертов, крайне низким является уровень информированности руководителей бизнеса о возможных вариантах реализации социально значимых инициатив, о системе социального партнерства, о путях взаимодействия с некоммерческими организациями. Практика реализации принципа социальной ответственности современного российского бизнеса развивается довольно медленно, и сопряжена с целым комплексом проблем. В качестве причин сложившейся ситуации следует рассматривать:

- 1) низкий уровень гражданского самосознания большинства бизнесменов;
- 2) убежденность в затратности социальной активности компании и соответственно ее невыгодности для бизнеса;
- 3) отсутствие разработанных (возможно государством) понятных «дорожных карт» реализации социальных инициатив бизнеса.

Характеристика взаимодействия НКО с экспертным сообществом содержит следующие выводы: во-первых, наше исследование показало, что абсолютное большинство ивановских региональных некоммерческих организаций не ориентируются на методические образцы успешной работы российского уровня, что открывает широкие возможности для обучения и обмена такого рода опытом.

Во-вторых, статистическая информация в значительной мере скрыта от представителей НКО. Причиной этого может быть как институциональные барьеры, так и банальное неумение работать с такого рода информацией, и здесь также открывается горизонт для экспертной работы.

В-третьих, для большинства НКО очевидно, что целевую аудиторию надо изучать и в этой сфере есть нехватка профессионалов, что вынуждает представителей НКО самим заниматься исследованиями своей аудитории.

В-четвертых, исследование показало высокую степень интереса к изменениям законодательства в сфере НКО, на наш взгляд, это «окно» для привлечения юридической экспертизы, что, несомненно, востребовано НКО.

В-пятых, заинтересованность в трендах, скорее всего связанная с участием в грантовых конкурсах, открывает возможности привлечения экспертов в этой сфере, их опыт и занятия будут также востребованы.

Что касается желания и готовности обучаться, можно сделать следующие выводы:

- 1) потребность в обучении есть;
- 2) информированность о существующих программах недостаточная;

3) у многих есть желание обучаться за рубежом, мешают – «высокие цены за обучение», «незнание языка», «невозможность бросить работу». Все кроме незнания языка можно решить при помощи технологий дистанционного образования.

Кроме того, можно сказать, что главным ориентиром для региональных НКО была и остается опора на помощь государства, муниципалитетов тем не менее, набирает обороты понимание значимости социального предпринимательства.

Над исследованием работали:

Мутаев Улубей Курбанбаганович

Никитина Мария Николаевна



**Развиваем
некоммерческий
сектор вместе!**

Для участия в дальнейших исследованиях вы можете написать на почту nko37ru@gmail.com и позвонить по номеру + 7 (4932)300-375