

«Анализ проблем и перспективных направлений развития СО НКО, зарегистрированных и осуществляющих деятельность в Тюмени и на юге Тюменской области»

ИТОГОВЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ



Тюмень, 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ОПРОСА	4
В какой территории зарегистрирована и действует ваша организация?	4
Количество штатных сотрудников в Вашей организации?	5
Общая численность членов Вашей организации в городе (населенном пункте) области?	6
Оцените среднюю квалификацию сотрудников Вашей организации	6
Сколько лет работает Ваша организация?	6
В какой сфере ведет деятельность Ваша организация?	7
На помощь какой категории населения ориентирована Ваша организация	8
ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ, СТРАТЕГИИ И КОММУНИКАЦИОННОЕ ПОЛЕ СО НКО	8
Как Вы определите главную цель Вашей организации?	8
Какие проекты осуществляет Ваша НКО?	9
Какую финансовую поддержку получала ваша организация за прошедший год?	11
Как Вы оцениваете отношения НКО с органами государственной власти и местного самоуправления?	12
Есть ли у Вашей организации стратегия развития на ближайшие несколько лет?	14
Информационная составляющая, по Вашему мнению, занимает следующее место в работе некоммерческой организации	16
Оказывают ли региональные (муниципальные) органы власти информационную поддержку Вашей НКО	17
Какие каналы коммуникации, по Вашей оценке, предпочитает основная целевая группа вашей НКО?	18
Как Вам кажется, какие инструменты коммуникаций нужно развивать организациям НКО в ближайшие годы?	20
С какими организациями Вы постоянно обмениваетесь информацией?	20
РЕАЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ СО НКО В РЕГИОНАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ	21
(МОНИТОРИНГ СМИ)	21
РЕСУРСНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СО НКО И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ВЛАСТЬЮ	28
КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СО НКО	38
ЭКСПЕРТЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ О ПРОБЛЕМАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СО НКО	40
ЭКСПЕРТЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ О ПОДДЕРЖКЕ СО НКО	45
ЭКСПЕРТЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ О РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРАХ	49
ТРЕНДЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СО НКО	55
НКО и власть	57
НКО и бизнес	57
НКО и общество: сообщества, работа с ЦА	58
Коммуникации: актуальность, адаптивность, работа с повесткой	58

Профессионализация сектора	59
Цифровизация	59
Фандрайзинг и новые подходы к финансированию	60
ЭКСПЕРТЫ О ПОТЕНЦИАЛЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДДЕРЖКИ СО НКО	60
В ЧАСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ (ГРАНТЫ, СУБСИДИИ)	60
В ЧАСТИ ИМУЩЕСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ.....	62
В ЧАСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРОВ	63
В ЧАСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ НКО	65
В ИНФОРМАЦИОННОМ ОСВЕЩЕНИИ	65
В ОБЕСПЕЧЕНИИ ДОБРОВОЛЬЦАМИ.....	67
РЕКОМЕНДАЦИИ.....	68
ДЛЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ	68
ДЛЯ РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРОВ	70

В соответствии с поставленной исследовательской задачей в ходе количественного анкетного опроса было опрошено 200 специалистов – представителей некоммерческого сектора Тюменской области.

Также в соответствии с задачами исследования был проведен экспертный опрос представителей СО НКО, региональных ресурсных центров, органов власти Тюменской области регионального и муниципального уровней, бизнес-сообщества.

Опросные листы и концепции количественного и экспертного опроса не совпадали полностью и, в силу разной вовлеченности специалистов и экспертов в проблематику и разные уровни компетенции, перед экспертами ставились вопросы несколько более широкого профиля. Вместе с тем, для валидности и достоверности исследования в целом многие проблемные области, предложенные для оценки специалистами и экспертами, были идентичны, что позволило не просто выявить и констатировать определенные тренды, но и проанализировать их качественные причины и провести более углубленную оценку ситуации в отрасли.

СТАТИСТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ОПРОСА

Территориальное распределение представителей СО НКО в количественном опросе выглядит следующим образом:

Таблица №1

В какой территории зарегистрирована и действует ваша организация?			
	Тюмень	Городской районный центр	Муниципальный район
Абс.	134	43	23
%	67,1	21,5	11,5

Такое распределение близко к реальному территориальному распределению СО НКО Тюменской области. В соответствии с базой СО НКО Тюменской области¹: 61,1% из них зарегистрированы в областном центре, 18,5% в городах, 20,4% в муниципальных районах. Некоторый перекоп числа опрошенных специалистов в пользу г. Тюмени объясняется тем, что штатная численность участников СО НКО, зарегистрированных здесь очевидно заметно больше, чем в городских или сельских территориях.

¹ https://admtymen.ru/ogv_ru/society/social_policy/sonko/sonko.htm

Количество штатных сотрудников в Вашей организации?				
	менее 5 человек	5-10 человек	10-20 человек	более 20 человек
Областной центр	86	27	13	8
%	43,0	13,5	6,5	4,0
Городской районный центр	33	4	3	3
%	16,5	2,0	1,5	1,5
Муниципальный район	18	1	2	2
%	14,0	0,5	1,0	1,0
Всего	137	32	18	13
%	68,5	16	9	6,5

Из таблицы видно, что численность штатных сотрудников СО НКО в Тюмени по всем видам (от малой до крупной) выше, чем в городах и муниципальных районах вместе взятых. Именно это объясняет перекося выборки, указанный выше.

Также вполне объяснимо и то, что СО НКО, зарегистрированные в городской агломерации Тюмени так же крупнее по численному составу вовлеченных участников.



В Тюмени 15,5% СО НКО от всех СО НКО в Тюменской области численностью более 100 человек, 10,5% - 50-100 человек, 41% до 59 человек. То есть из всех СО НКО с численностью более 50 активных сторонников, что, безусловно можно считать крупной организацией, зарегистрированных в Тюменской области - 26% дислоцированы в областном центре и лишь 10,5% в других городах и районах региона.

Таблица №3

Общая численность членов Вашей организации в городе (населенном пункте) области?			
	до 50 человек	50-100 человек	более 100 человек
Областной центр	82	21	31
%	41,0	10,5	15,5
Городской районный центр	30	5	8
%	15,0	2,5	4,0
Муниципальный район	16	1	6
%	8,0	0,5	3,9
Всего	128	27	45
%	64,0	13,5	22,5

Таблица №4

Оцените среднюю квалификацию сотрудников Вашей организации				
	высокая	средняя	низкая	затрудняюсь ответить
Областной центр	84	42	1	7
%	42,0	21,0	0,5	3,5
Городской районный центр	30	11	0	2
%	15,0	10,5	0,0	1,0
Муниципальный район	10	11	1	1
%	5,0	5,5	0,5	0,5
Всего	124	64	2	10
%	62,0	32,0	1,0	5,0

В целом квалификация сотрудников региональных СО НКО достаточно высока и по оценкам опрошенных экспертов низкую квалификацию имеют всего 1% из них. Явно преобладают квалифицированные специалисты с высоким уровнем подготовки – 62%. Среднюю квалификацию имеют 32%.

Таблица №5

Сколько лет работает Ваша организация?				
	менее 1 года	2-5 лет	6-10 лет	более 10 лет
Областной центр	6	37	36	55
%	3,0	18,5	18,0	27,5
Городской районный центр	3	21	10	9
%	1,5	10,5	5,0	4,5
Муниципальный район	0	11	3	9
%	0,0	5,5	1,5	4,5
Всего	9	69	49	73
%	4,5	34,5	24,5	36,5

Всего 4,5% опрошенных специалистов сказали, что их организация существует менее 1 года, от 2 до 5 лет – 34,5%, 6-10 лет – 24,5%, среди СО НКО-долгожителей старше 10 лет – 36,5%.

12,5% обследованных СО НКО действуют в сфере дополнительного образования, 12,2% - добровольчества, 11,5% - спорта, по 11,3% - социальной защиты, культуры и искусства, 9,2% - молодежной политики, 9% - патриотики, 8,7% - образования, 5,2% - национальной политики, 4,5% - труда и занятости, 3,7% - экологии, 0,9% - религии.

Следует отметить, что малая доля обследованных СО НКО в сфере религии отражает специальное ограничение, установленное в программе исследования. Программное ограничение было обусловлено тем, что доля СО НКО, действующих в сфере религии, согласно «Реестра НКО Тюменской области»², в некоторых муниципальных превышает 60% (пример: в Тобольском районе из 13 зарегистрированных НКО – 8 действуют в сфере религии).

Таким образом, сферы деятельности СО НКО Тюменской области можно ранжировать на 3 условных группы: более 10%, 10-5% и менее 5%.

Таблица №6

В какой сфере ведет деятельность Ваша организация?*												
	Дополнительное образование	Добровольчество	Спорт	Социальная защита	Культура и искусство	Молодежная политика	Патриотическое движение	Образование	Национальная политика	Труд и Занятость	Экология	Религия
Абс.	72	70	66	65	65	53	52	50	30	26	21	5
%	36,0	35,0	33,0	32,5	32,5	26,5	26,0	25,0	15,0	13,0	10,5	2,5
к 100%	12,5	12,2	11,5	11,3	11,3	9,2	9,0	8,7	5,2	4,5	3,7	0,9

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

18,3% обследованных СО НКО работают с молодежью, для 15,6% - целевая аудитория - это несовершеннолетние дети, дети «группы риска», 14,8% - семьи, молодые семьи, по 13,5% - это люди с ограниченными возможностями здоровья или многодетные семьи, одинокие матери, 9,1% - ветераны ВОВ, ветераны труда, инвалиды ВОВ, пенсионеры, 6,1% - культурная и научная элита, профсоюзные объединения, 3% - государственные институты, 2,5 - национальные меньшинства и религиозные группы, 3,7% назвали другое (бездомные, малоимущие, временно безработные, люди с социально опасными заболеваниями).

² https://admtymen.ru/ogv_ru/society/social_policy/sonko/sonko.htm

Таблица №7

На помощь какой категории населения ориентирована Ваша организация? *										
	молодежь	несовершеннолетние дети, дети «группы риска»	семьи, молодые семьи	люди с ограниченными возможностями здоровья	многодетные семьи, одинокие матери	ветераны ВОВ, ветераны труда, инвалиды ВОВ, пенсионеры	культурная и научная элита, профсоюзные объединения	государственные институты	национальные меньшинства и религиозные группы	другое
Абс.	109	93	88	80	80	54	36	18	15	22
%	54,5	46,5	44,0	40,0	40,0	27,0	18,0	9,0	7,5	11,0
К 100%	18,3	15,6	14,8	13,4	13,4	9,1	6,1	3,0	2,5	3,7

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Целевые аудитории региональных СО НКО ранжированы на три группы аналогично предыдущей таблице.

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ, СТРАТЕГИИ И КОММУНИКАЦИОННОЕ ПОЛЕ СО НКО

Интересны распределения ответов на вопрос о целях, которые опрошенные специалисты считают основной для своей НКО.

Благополучие общества назвали 27%, развитие науки, культуры и формирование здорового образа жизни по 15,5%, по 12,5% защиту интересов отдельных социальных групп населения и патриотическое воспитание, и сохранение исторической памяти, по 2,5% - защиту прав и свобод, а также развитие общественного самоуправления, 1,5% - защиту общественных интересов.

Среди 10,5% выбравших вариант другое чаще всего звучали: сохранение культурных и языковых традиций, экологические и природоохранные ценности, гуманизацию отношения к животным.

Таблица №8

Как Вы определите главную цель Вашей организации?									
	благополучие общества	развитие науки, культуры	формирование здорового образа жизни	защита интересов отдельных социальных групп населения	патриотическое воспитание и сохранение исторической памяти	защита прав и свобод	развитие общественного самоуправления	защита общественных интересов	другое
Абс.	54	31	31	25	25	5	5	3	21
%	27,0	15,5	15,5	12,5	12,5	2,5	2,5	1,5	10,5

Выявлено, что СО НКО уровня муниципального района не работают на межрегиональном или общероссийском уровне, ориентируясь в основном на местные (10,5%) и редко региональные проекты (1%). Городские СО НКО уже активно участвуют в общероссийских (2,5%), межрегиональных (1%) и региональных проектах (4,5%). Реально же общероссийский (10,5%) или межрегиональный уровень (5,5%) доступен преимущественно для организаций третьего сектора, работающих в областном центре, хотя и для них, вполне естественно основными являются проекты региональные (28%) и местные (23%).

Таблица №9

Какие проекты осуществляет Ваша НКО?				
	Местные	Региональные	Межрегиональные	Общероссийские
Областной центр	46	56	11	21
%	23,0	28,0	5,5	10,5
Городской районный центр	27	9	2	5
%	13,5	4,5	1,0	2,5
Муниципальный район	21	2	0	0
%	10,5	1,0	0,0	0,0
Всего	94	67	13	26
%	47,0	33,5	6,5	13,0

Несмотря на то, что в количественном исследовании приняли всего 23 СО НКО муниципального уровня, видно, что ни одна из них не выходит за рамки своей территории.

Наиболее плотная коммуникация у опрошенных специалистов – представителей региональных СО НКО налажена со своей целевой группой. 79% интервьюеров сказали, что общаются с ними практически каждую неделю или даже чаще. 37% также часто общаются с представителями местного сообщества.

Таким образом опрошенные СО НКО нельзя упрекнуть в незнании местной специфики или потребностей конкретных жителей территории, на которой они работают или представителей своей целевой аудитории, на которую, собственно, и ориентирована их деятельность.

Таблица №10

Укажите, как часто Ваша организация взаимодействует с:	Каждую неделю, почти каждую неделю	1-2 раза в месяц	3-4 раза в год	1 раз в год и реже	Не взаимодействует
Своей целевой группой	158	27	13	1	1
%	79,0	13,5	6,5	0,5	0,5
Местным сообществом	74	70	31	9	16
%	37,0	35,0	15,5	4,5	8,0
Интернет-изданиями	42	43	60	30	25
%	21,0	21,5	30,0	15,0	12,5
Другими НКО	41	65	57	28	9
%	20,5	32,5	28,5	14,0	4,5
Представителями местной власти	21	67	69	32	11
%	10,5	33,5	34,5	16,0	5,5
Ресурсными центрами	21	38	53	41	47
%	10,5	19,0	26,5	20,5	23,5
Представителями региональной власти	15	48	51	55	31
%	7,5	24,0	25,5	27,5	15,5
Благотворителями-физическими лицами	13	26	49	50	62
%	6,5	13,0	24,5	25,0	31,0
Газетами	13	39	74	42	32
%	6,5	19,5	37,0	21,0	16,0
Благотворителями - организациями	11	28	46	46	69
%	5,5	14,0	23,0	23,0	34,5
Телевидением	9	23	73	57	38
%	4,5	11,5	36,5	28,5	19,0

Также достаточно часто СО НКО контактируют с Интернет-изданиями и Другими НКО. С представителями властей различных уровней и ресурсными центрами достаточно контактов несколько раз в год, а вот с традиционными СМИ и благотворителями контакт у СО НКО достаточно редок. Причем около трети опрошенных сказали, что с благотворителями (как юридическими – 34,5%, так и физическими лицами – 31%) они не взаимодействуют совсем.

То есть либо на территории дислокации обследованных СО НКО отсутствуют благотворители, готовые поддержать их инициативы материально, либо сами СО НКО недостаточно активны в поиске новых, выходящих за пределы привычной грантовой и субсидиарной поддержки, источников финансирования и материальной поддержки.

Неожиданно низко респонденты оценили уровень своей коммуникации с региональными и муниципальными ресурсными центрами – 23,5%. Из этого формируется предположение, что часть СО НКО предпочитают не только не искать новые ресурсы для поддержки своей деятельности, но и не хотят учиться этому, предпочитая сложившуюся годами практику и устоявшиеся

объемы финансирования, позволяющие существовать в привычном поле оперативной деятельности, без каких-либо попыток расширить, изменить или принципиально трансформировать его.

Причем явной территориальной или иной зависимости в данном тренде не выявлено (См.: Приложения). Пассивные в поиске новых ресурсов НКО присутствуют как среди крупных, так и среди малых, как среди СО НКО Тюмени, так и небольших муниципальных районов.

При анализе Таблицы №11 возникает вопрос: какими источниками финансирования пользуются 31% обследованных СО НКО (62 от обследованных), если они не воспользовались ни одним из перечисленных механизмов финансовой поддержки?

Таблица №11

Какую финансовую поддержку получала ваша организация за прошедший год? *							
	грант Фонда президентских грантов	грант других фондов, в том числе частных	гранты/субсидии региональных органов власти	гранты/субсидии муниципальных органов власти	субсидию на оказание социальных услуг	финансирование из муниципального бюджета без конкурса	не получал
Областной центр	39	27	49	30	17	8	45
%	18,5	13,5	24,5	15,0	8,5	4,0	22,5
к 100%	18,1	12,6	22,8	14,0	7,9	3,7	20,9
Городской районный центр	12	9	11	20	7	4	15
%	6,0	4,5	5,5	10,0	3,5	2,0	7,5
к 100%	15,4	11,5	14,1	25,6	9,0	5,1	19,2
Муниципальный район	6	0	4	17	3	1	2
%	3,0	0,0	2,0	8,5	1,5	0,5	1,0
к 100%	18,2	0,0	12,1	51,5	9,1	3,0	6,1
Всего	57	36	64	67	27	13	62
%	28,5	18,0	32,0	33,5	13,5	6,5	31,0
Без учета не получавших, %	41,3	26,1	46,4	48,6	19,6	9,4	-

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Наибольшая доля СО НКО, не воспользовавшихся ни одной из предложенной форм поддержки среди расположенных в областном центре (20,9%) и городах (19,2%), то есть пятая часть городских НКО не пользуется механизмами государственной и/или муниципальной грантовой или субсидиарной поддержки. Муниципальные СО НКО в этом плане гораздо активнее. Только 6,1% из них также не прибегают ни к грантам, ни к субсидиям, ни к внеконкурсной поддержке. Остается открытым вопрос о причинах неучастия некоторых СО НКО в грантах и конкурсах.

Если пересчитать формы поддержки только с учетом 138-ми СО НКО, ими воспользовавшимися, то можно получить следующее распределение:

грант Фонда президентских грантов получали 41,3% от всех получивших поддержку, грант других фондов, в том числе частных – 26,1%, гранты/субсидии региональных органов власти – 46,4%, гранты/субсидии муниципальных органов власти – 48,6%, субсидию на оказание социальных услуг – 19,6%, финансирование из муниципального бюджета без конкурса – 9,4%.

Таблица №13

Как Вы оцениваете отношения НКО с органами государственной власти и местного самоуправления?				
	формальные, несистемные	партнерские	постоянно развивающиеся	не сложившиеся
Областной центр	24	51	50	9
%	12,0	25,5	25,0	4,5
Городской районный центр	3	24	15	1
%	1,5	12,0	7,5	0,5
Муниципальный район	3	11	8	1
%	1,5	5,5	4,0	0,5
Всего	30	86	73	11
%	15,0	43,0	36,5	5,5

79,5% опрошенных специалистов утверждают, что у них выстроены «партнерские (43%) и/или «постоянно развивающиеся» (36,5%) отношения с органами региональной и местной власти. Как «формальные» их оценили 15%, как «не сложившиеся» - 5,5%.

Таким образом можно утверждать, что отношения в системе «государство – СО НКО» носит конструктивный, позитивный для СО НКО характер и это никак не может объяснить пассивность некоторых СО НКО в использовании механизмов государственной поддержки этими властями предлагаемой.

Экспертный опрос помог шире посмотреть на то, что респонденты вкладывают в понятие «партнёрские отношения» и всегда ли это выражение несет одинаковый смысл.

Например, представители органов власти определяют границы возможного партнерства с СО НКО руководствуясь действующими нормативными актами.

«Для партнерства есть разные механизмы: гранты, оказание социальных услуг и госзаказ. НКО может реализовывать социальные проекты, до которых у власти "не доходят руки", может предложить проект для

определенной болевой точки, при том в каждом муниципальном образовании она своя, и на этот проект либо у органов власти взять, либо у фонда президентских грантов. Сейчас в каждом органе власти есть перечень услуг, который СО НКО с могут оказывать. 442 закон действует еще с 2015 года. В каждом муниципальном образовании есть поставщик социальных услуг из некоммерческого сектора. Если у тебя есть лицензия, можно зайти в систему персонифицированного дообразования. Третье направление - это госзаказ. Сюда пока вошел только департамент труда и занятости, этот год был пилотным. Со следующего года здравоохранение с паллиативной помощью.»

«Для нас важно привлечение как можно большего количества СО НКО, которые работают на межведомственных "стыках", которые сами мы не закрываем. Все, что в рамках стандарта, мы выдаем, но, когда идет речь об индивидуальном подходе, консультациях, это уже конечно поле деятельности для НКО».

Часть экспертов считают, что главное, что сейчас требуется от некоммерческих организаций – это полезность. А для этого запрос от государства должен быть максимально конкретным и понятным, совпадать с федеральной повесткой, но «приземленным» на реальные потребности региона. Этот подход частично совпадает с озвученным ранее, но предполагает, что направления для сотрудничества предлагаются не органами власти в одностороннем порядке, а в процессе общественного обсуждения и разработки понятного рейтинга социальных проблем.

Такую постановку задач для деятельности НКО эксперты тоже называют «социальным заказом».

«У людей, которые хотят заниматься общественной работой нет четкого понимания социального заказа. Это нужно генерировать на сессиях всеми заинтересованными сторонами. Сейчас у каждого ведомства есть свои целевые установки, их надо свести, от особенностей региона оттолкнуться, какие у нас потребности и статистика. Важно сформировать рейтинг, порядок, актуальность социальных и общественных проблем, которые предлагаются государством для вовлечения общественности в их решение проектным способом.

Это аналитика региональная, актуализированная к федеральной повестке и к людям, которые будут исполнять эти проекты. Надо разложить проблему таким образом, чтобы найти в людях конкретное желание это порешать. И сделать общую проблему частной, найдя исполнителя, у которого это отзовется. Надо детализировать эти задачи до отклика. И не будет непонимания почему они пишут проекты и не выигрывают».

Интересно заметить, что эксперты, представляющие СО НКО, высказывают сомнения и опасения по поводу того, как государство будет формулировать пресловутый «заказ». Будет ли в этом место равноправному сотрудничеству или это будет происходить в форме директив? Это еще раз говорит о необходимости стратегической сессии по развитию некоммерческого сектора и совместному составлению рейтинга социальных и общественных проблем региона.

«Необходимо выстраивание взаимоотношений на основе партнерства. Не с позиции спуска этих приоритетов и по факту формирования управляемого сектора НКО. У НКО должна быть реальная возможность взаимодействовать с органами власти в качестве равноправного партнёра, вносить конструктивные предложения, выступать с инициативами не от части заказанных проектов, а именно с позиции того, что необходимо сегодня благополучателям и целевой аудитории с которой работает НКО».

В целом можно говорить, что большинство СО НКО Тюменской области считают, что они имеют определенную стратегию и доминантные ориентиры (61,5%). Наличие стратегии существенно важно, как для целеполагания существования самих СО НКО, так и для мотивации ее сотрудников, особенно во времена таких серьезных социальных потрясений, которыми стали карантинные рестрикции и экономические трудности, вызванные внешним санкционным давлением.

Таблица №14

Есть ли у Вашей организации стратегия развития на ближайшие несколько лет?				
	Да, есть четкие ориентиры, к которым мы планомерно движемся	Есть понимание ее необходимости, но нужна помощь в ее разработке	Нет, главное – это повседневное выживание организации в зависимости от внешних обстоятельств	Затрудняюсь ответить
Областной центр	84	31	10	9
%	42,0	15,5	5,0	4,5
к 100%	62,7	23,1	7,5	6,7
Городской районный центр	26	11	5	1
%	13,0	5,5	2,5	0,5
к 100%	60,5	25,6	11,6	2,3
Муниципальный район	13	5	0	5
%	6,5	2,5	0,0	2,5
к 100%	56,5	21,7	0,0	21,7
Всего	123	47	15	15
%	61,5	23,5	7,5	7,5

Примерно четверть (23,5%) опрошенных представителей СО НКО более критичны в оценках наличия стратегии у своих организаций. Они признают, что им нужна методическая помощь в артикулировании приоритетов их деятельности и здесь открывается широкое «окно возможностей» для ресурсных центров, которые, в принципе, для этих целей и созданы.

В равных долях (по 7,5%) СО НКО не могут оценить наличие сколько-нибудь осознанных целей собственного существования и это еще одна задача ресурсных центров.



Эксперты разных сфер деятельности бизнес, власть, сами СО НКО в равной степени говорили о том, что на сегодняшний день в регионе нет стратегического/методического центра, аккумулирующего в себе аналитическую и статистическую информацию, необходимую для актуализации работы некоммерческих организаций, в том числе в подготовке грантовых заявок.

Роль такого аналитического центра может и должен выполнять один из региональных ресурсных центров, выстроив партнерские отношения со всеми областными и муниципальными органами власти для обмена аналитической информацией. По другому мнению, «социальный заказ» может сформулировать только федеральный центр.

«Нет методического координатора или группы людей, кто бы аналитическо-методически эту повестку «лопатили» и превращали в сделанные понятным языком цели и задачи, обращенные к НКО и активным гражданам. Привязанным к региональной повестке!»

«Не у каждой команды есть возможность адаптироваться под то, что происходит и менять свои привычные форматы. Но следить за трендами и той ситуацией, которая происходит - это важно и должно быть в деятельности каждой НКО. Плюс следить за повесткой. Какой запрос в принципе у региона. Не придумывать новое, а встраиваться и улучшать то, что есть в соответствии с приоритетами региона. Плюс формировать насмотренность, потому что НКО часто придумывают проекты, которые уже есть, а зачем?»

«Никто кроме государства стратегию для развития некоммерческого сектора не создаст. Оно должно сформулировать "социальный государственный заказ", а для этого провести анализ. Мы транслируем успешные истории, но не анализируем».

Примерно, как и в случае со стратегией деятельности можно описать ситуацию в оценке опрошенными специалистами значимости информационной составляющей в их деятельности.

Большинство респондентов (62,5%) осознает важность информационной компоненты как одного из основных приоритетов их деятельности. 15,5% считают достаточным освещать лишь грантовые проекты, то есть те проекты, информационное сопровождение которых является обязательным условием. 9,5% представителей третьего сектора говорят, что они хотели бы большей публичности, но их деятельность не дает достаточно интересных инфоповодов, способных привлечь внимание СМИ или их аудитории. 1,5% сказали, что они вообще не стремятся к публичности, а 11% затруднились ответить.

Таблица №15

Информационная составляющая, по Вашему мнению, занимает следующее место в работе некоммерческой организации					
	информационное сопровождение является приоритетом в деятельности	связи со СМИ нужны лишь в рамках грантовых проектов	наша организация стремится к публичности, но нет интересных инфоповодов	сегодня мы не видим необходимости работы с медиа	затрудняюсь ответить
Областной центр	86	18	13	2	15
%	43,0	9,0	6,5	1,0	7,5
к 100%	64,2	13,4	9,7	1,5	11,2
Городской районный центр	25	10	4	1	3
%	12,5	5,0	2,0	0,5	1,5
к 100%	58,1	23,3	9,3	2,3	7,0
Муниципальный район	14	3	2	0	4
%	7,0	1,5	1,0	0,0	2,0
к 100%	60,9	13,0	8,7	0,0	17,4

Всего	125	31	19	3	22
%	62,5	15,5	9,5	1,5	11,0

Ответами на данный вопрос представители СО НКО фактически открыли еще одно актуальное поле для приложения сил региональных ресурсных центров, которые могли бы выступить не только информационными драйверами для СО НКО, но и посредниками между СМИ, обществом и некоммерческими организациями. В современных информационных реалиях состоявшимся социальным проектом может считаться только тот, о котором узнали люди. Нельзя работать на пользу общества без того, чтобы оно об этом не знало.

Почти половина (48%) опрошенных специалистов СО НКО говорят, что они не брошены в информационном плане региональными и муниципальными властями и получают регулярную информационную поддержку своей деятельности.

Почти треть (31,5%) ответили, что информационная поддержка со стороны власти есть, но не носит системного характера и оказывается от случая к случаю. 11,5% считают, что власть их не поддерживает информационно никак. 9% - затруднились ответить.

Интересно то, что СО НКО в районных центрах (53,5%) и муниципалитетах (52,2%) информационную поддержку со стороны местной власти ощущают заметно чаще, чем СО НКО в областном центре (45,5%). Такую тенденцию, конечно можно объяснить тем, что в большой агломерации с большой концентрацией СО НКО сложнее работать с каждой конкретной организацией, чем на малых территориях, где взаимодействие может быть отстроено буквально в «ручном» режиме, но контраргументом здесь может быть то, что как раз в больших агломерациях гораздо проще получить доступ к СМИ, чем в малых территориях.

Таблица №16

Оказывают ли региональные (муниципальные) органы власти информационную поддержку Вашей НКО				
	Да, оказывают регулярно	Да, поддержка осуществляется от случая к случаю	Нет, поддержка отсутствует	Затрудняюсь ответить
Областной центр	61	42	17	14
%	30,5	21,0	8,5	7,0
к 100%	45,5	31,3	12,7	10,4
Городской районный центр	23	14	4	2
%	11,5	7,0	2,0	1,0
к 100%	53,5	32,6	9,3	4,7
Муниципальный район	12	7	2	2
%	6,0	3,5	1,0	1,0
к 100%	52,2	30,4	8,7	8,7

Всего	96	63	23	18
%	48,0	31,5	11,5	9,0

Ответы на вопрос о предпочитаемом информационном канале целевой аудитории обследованных в ходе количественного опроса СО НКО можно рассматривать и как ответы о возможном канале обратной коммуникации, через который наиболее эффективно доведение информации о деятельности СО НКО до их целевой аудитории.

Так, интересен, хотя и вполне ожидаем, факт того, что опрошенные представители региональных СО НКО осознают необходимость диверсификации каналов распространения информации и понимают горизонтальную зависимость уровня своей территориальной компетенции и уровня канала подачи информации.

Так, местные СО НКО, при том, что уже осознали экстерриториальность онлайн-СМИ (17,9%), мессенджеров (15,4%) и социальных сетей (35,9%), понимают, что их деятельность может быть неактуальной в федеральной информационной повестке и, поэтому, ни один из опрошенных представителей муниципальных СО НКО не назвал федеральные традиционные СМИ в качестве предпочитаемого канала коммуникации, тогда как значение региональных СМИ возрастает для местных СО НКО.

Таблица №17

Какие каналы коммуникации, по Вашей оценке, предпочитает основная целевая группа вашей НКО? *					
	региональные СМИ (газеты и телевидение)	федеральные СМИ (газеты и телевидение)	онлайн-СМИ в Интернете	мессенджеры (Телеграмм, Вайбер, Ватсап)	социальные сети
Областной центр	44	10	51	46	87
%	22,0	5,0	25,5	23,0	43,5
к 100%	18,5	4,2	21,4	19,3	36,6
Городской районный центр	13	1	15	18	36
%	6,5	0,5	7,5	9,0	18,0
к 100%	15,7	1,2	18,1	21,7	43,4
Муниципальный район	12	0	7	6	14
%	6,0	0,0	3,5	3,0	7,0
к 100%	30,8	0,0	17,9	15,4	35,9
Всего	69	11	73	70	137
%	34,5	5,5	36,5	35	68,5
к 100%	19,2	3,1	20,3	19,4	38,1

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Еще один выявленный тренд – это некоторая консервативность муниципальных СО НКО, которые в меньшей степени, чем СО НКО, дислоцированные в областном центре, ориентированы на онлайн способы коммуникации. С одной стороны, это объясняется очевидно большей консервативностью целевой аудитории муниципальных СО НКО, но, с другой стороны, это дает дополнительные коммуникативные возможности для таких СО НКО, и опрошенные специалисты это вполне осознают, что подтверждается нижеприведенной таблицей.

Основные каналы коммуникации, которые, по мнению респондентов, нужно развивать в ближайшем обозримом будущем – это совместные проекты с онлайн-СМИ (27,9%), официальные страницы СО НКО в соцсетях (27,6%), взаимодействие с ТВ и радиостанциями (17,6%), официальные сайты НКО (14,1%), группы в мессенджерах (12,6%), работа с печатными СМИ (7,1%). Можно обоснованно предположить, что методическая помощь СО НКО со стороны региональных ресурсных центров в работе по развитию коммуникаций будет отнюдь не лишней.



Таблица №18

Как Вам кажется, какие инструменты коммуникаций нужно развивать организациям НКО в ближайшие годы? *

	взаимодействие с газетами и журналами	взаимодействие с ТВ и радиостанция МИ	совместные проекты с онлайн-СМИ в Интернете	официальные сайты НКО	официальные страницы НКО в соцсетях	группы в мессенджерах
Областной центр	17	43	64	30	64	26
%	8,5	21,5	32,0	15,0	32,0	13,0
к 100%	7,5	18,9	28,2	13,2	28,2	11,5
Городской районный центр	4	11	24	9	19	12
%	2,0	5,5	12,0	4,5	9,5	6,0
к 100%	5,3	14,7	32,0	12,0	25,3	16,0
Муниципальный район	3	6	7	9	11	5
%	1,5	3,0	3,5	4,5	5,5	2,5
к 100%	7,9	15,8	18,4	23,7	28,9	13,2
Всего	24	60	95	48	94	43
%	12,0	30,0	47,5	24,0	47,0	21,5
к 100%	7,1	17,6	27,9	14,1	27,6	12,6

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Таблица №19

С какими организациями Вы постоянно обмениваетесь информацией?

	с другими региональными НКО	с НКО из других регионов	с общественной палатой Тюменской области	с местными органами власти	с ресурсными центрами	Другое
Областной центр	87	51	34	64	43	11
%	43,5	25,5	17,0	32,0	21,5	5,5
к 100%	42,9	25,1	16,7	31,5	21,2	5,4
Городской районный центр	18	12	3	29	24	2
%	9,0	6,0	1,5	14,5	12,0	1,0
к 100%	25,7	17,1	4,3	41,4	34,3	2,9
Муниципальный район	8	2	4	18	8	1
%	4,0	1,0	2,0	9,0	4,0	0,5
к 100%	24,2	6,1	12,1	54,5	24,2	3,0
Всего	113	65	41	111	75	14
%	56,5	32,5	20,5	55,5	37,5	7
к 100%	36,9	21,2	13,4	36,3	24,5	4,6

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Если рассмотреть структуру коммуникаций, обследованных СО НКО, то можно сказать, что в ней явно доминируют другие региональные НКО (36,5%) и местные органы власти (36,3%). Также достаточно плотно СО НКО коммуницируют с ресурсными центрами (24,5%) и НКО из других регионов (21,3%). Общественная палата Тюменской области (13,4%) явно не находится в повседневной коммуникации с региональными СО НКО. Среди «Другого» опрошенные чаще всего называли: представителей бизнес-сообщества и образовательные учреждения.

РЕАЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ СО НКО В РЕГИОНАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ (МОНИТОРИНГ СМИ)

В рамках поставленной исследовательской задачи была выдвинута гипотеза о том, что сами СО НКО по своей воле не являются добровольными и сознательными ньюсмейкерами, способными генерировать новостной контент или событие, самостоятельно вызывающее интерес СМИ, блогосферы, интернет-сообщества. СО НКО становятся объектами упоминаний средств массовой коммуникации, как правило, либо в связи с реализуемыми ими грантами и то, как правило, только в тех случаях, когда публикации в СМИ являются одним из условий гранта, либо в случае какого-либо резонансного отраслевого события которое стало объектом комментария представителя СО НКО.

Гипотеза в полной мере подтвердилась как в ходе количественного и экспертного опросов, так и по результатам мониторинга СМИ проведенного в ходе исследования.

С целью анализа реального эффективного присутствия СО НКО Тюменской области как самостоятельного ньюсмейкера в информационном поле в ходе исследования был проведен мониторинг основных СМИ Российской Федерации (федеральных и региональных печатных и интернет-СМИ, включая платные подписки, теле- и радиоэфиров), YouTube-каналов и других источников). Всего более 30 тысяч источников.

Мониторинг осуществлялся на базе системы компании «АПИ-Мониторинг»³ во временном периоде 1 июля – 31 декабря 2021 года (6 месяцев) в контексте «Тюменская область» по тегам #Некоммерческаяорганизация, #СОНКОТюменскойобласти, #Социальныйпроект», #Грант #Субсидия, #ГрантгубернатораТюменскойобласти».

Графические результаты мониторинга представлены в таблицах, диаграммах и облаках тегов ниже.

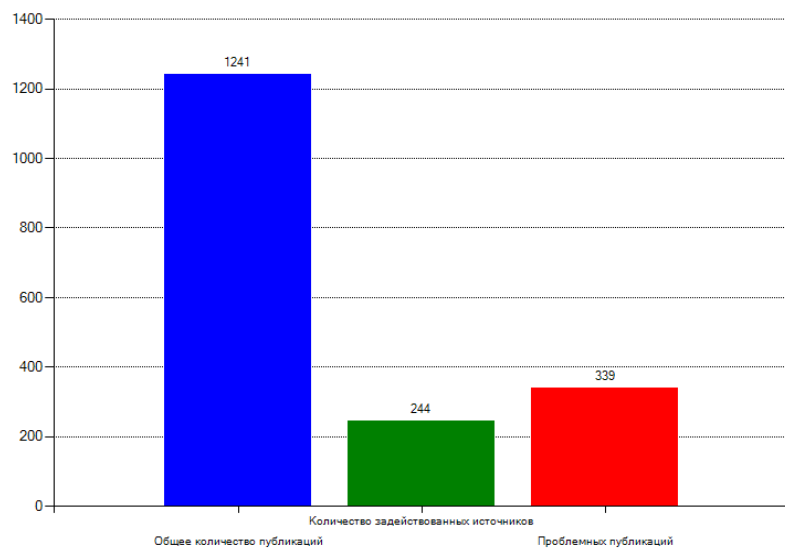
³ <http://www.api-monitoring.ru/Pages/Index.aspx>

Учитывая, что проведенный мониторинг в принципе оказался недостаточно информативным с точки зрения анализа инфоповодов, тем не менее основными выводами, которые можно сделать из мониторинга:

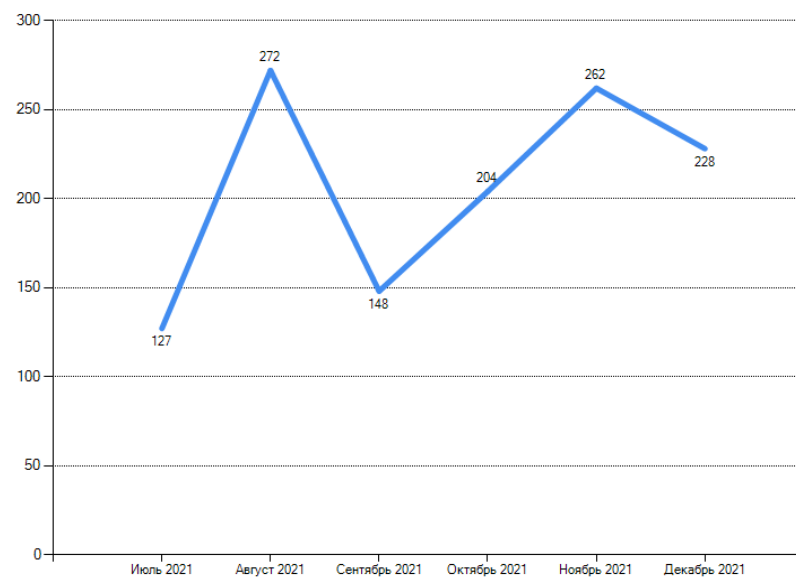
1. Наиболее часто региональные СО НКО упоминаются не в самостоятельном контексте, а во взаимосвязи с региональными и/или местными органами власти и/или их представителями.
2. Региональные СО НКО редко выступают как самостоятельные ньюсмейкеры как на федеральном, так и на региональном уровне.
3. На федеральном уровне основным источником распространения информации о СО НКО Тюменской области являются интернет-ресурсы, на региональном уровне интернет-ресурсы также доминируют, но каналы массовой коммуникации заметно более верифицированы.

#ГрантГубернатораТюменскойобласти

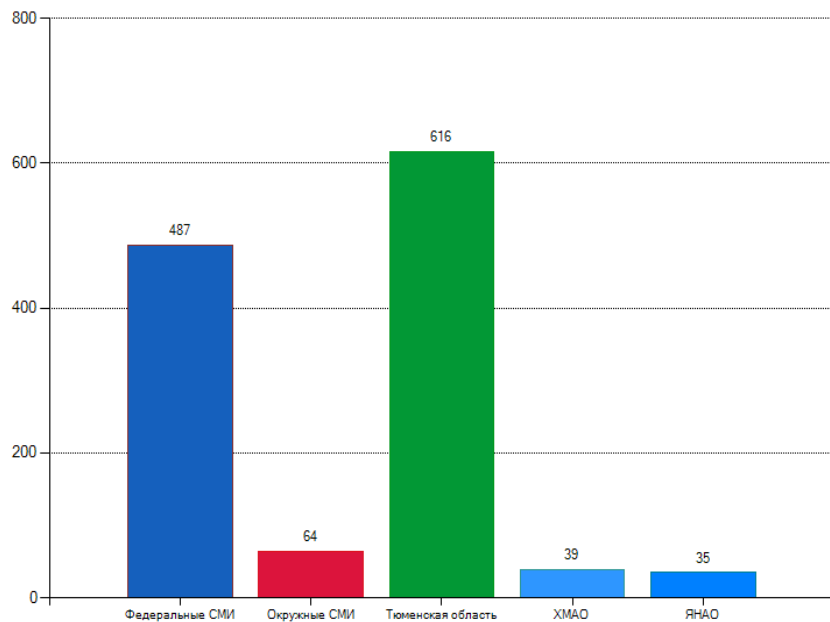
Данные по количеству



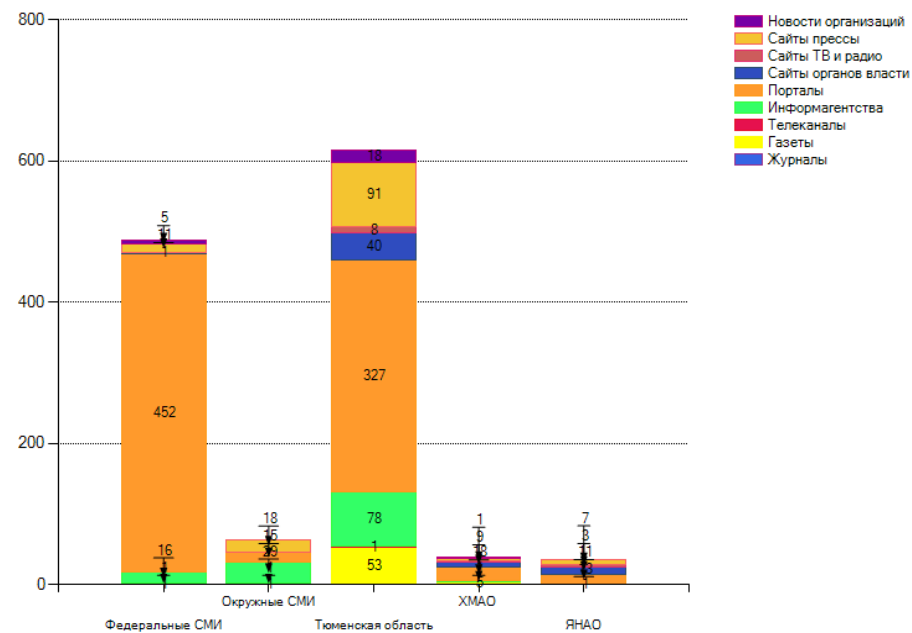
Хронология публикаций



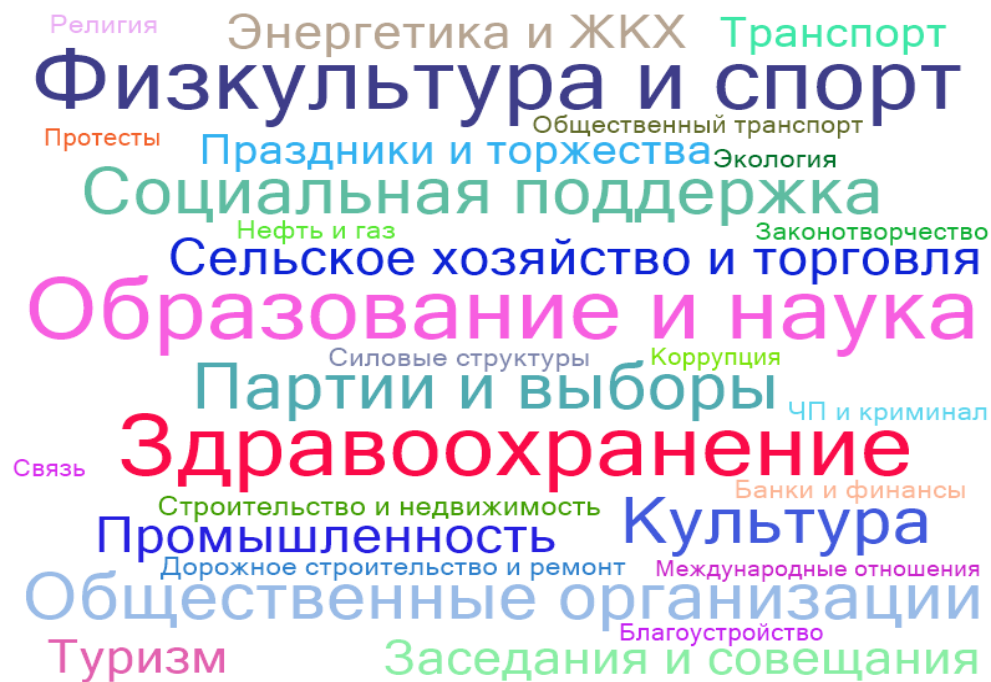
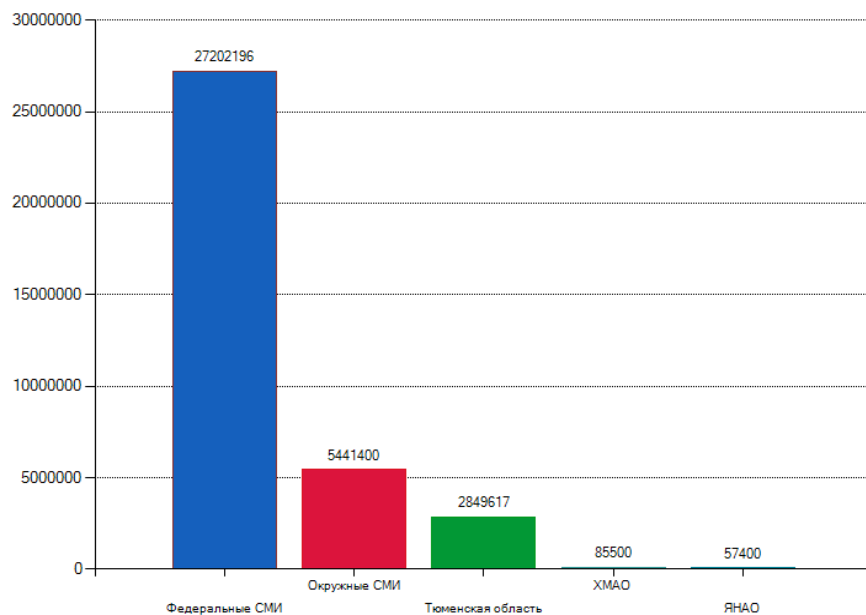
География публикаций



География и тип СМИ

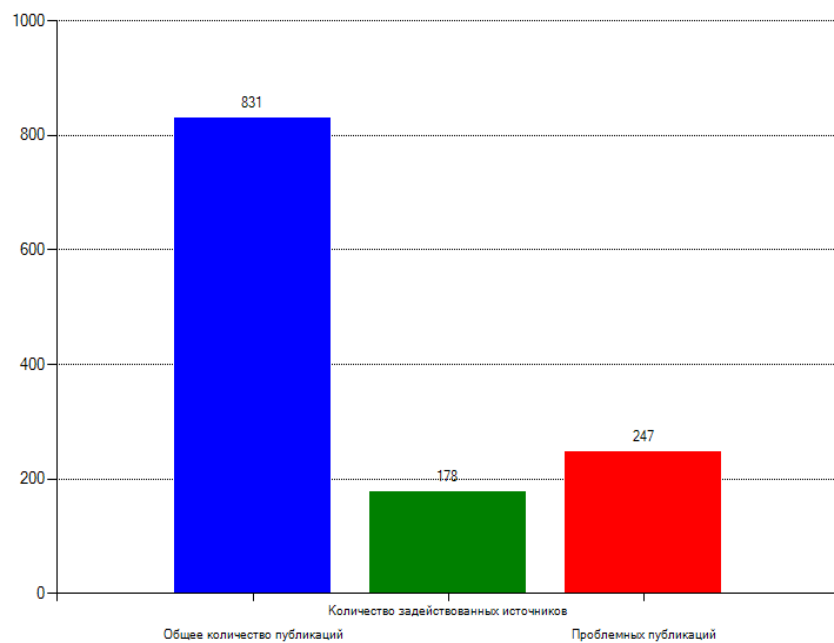


Потенциальное количество контактов с аудиторией СМИ

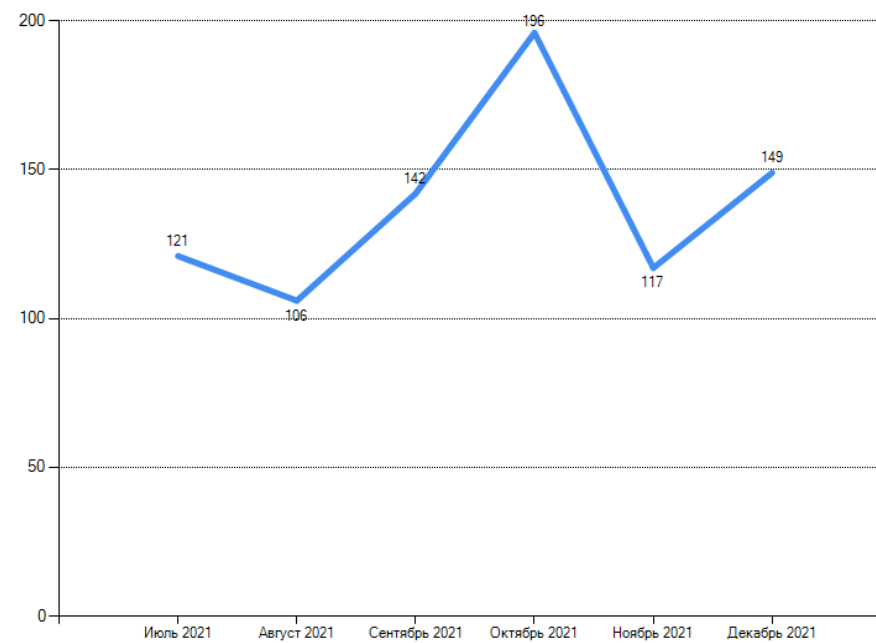


#СОНКОТюменскойобласти

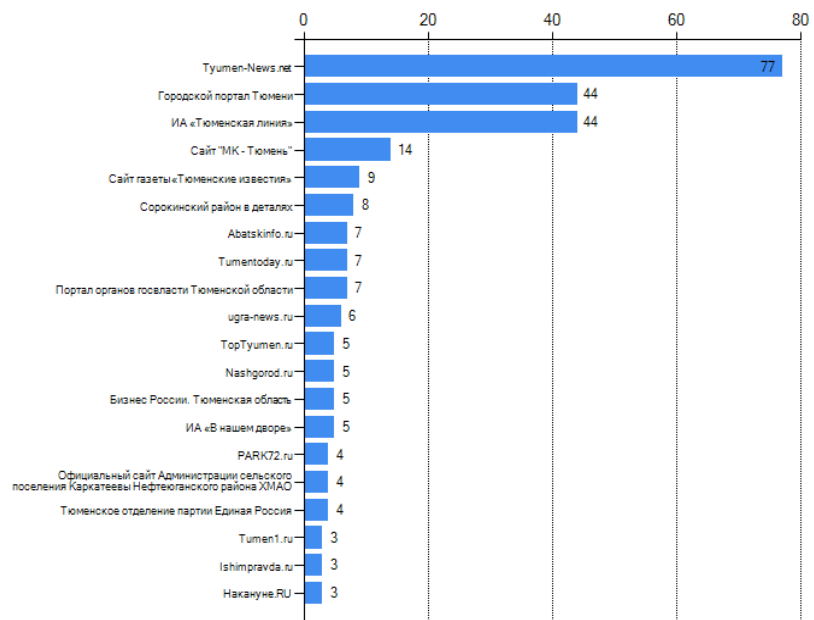
Данные по количеству



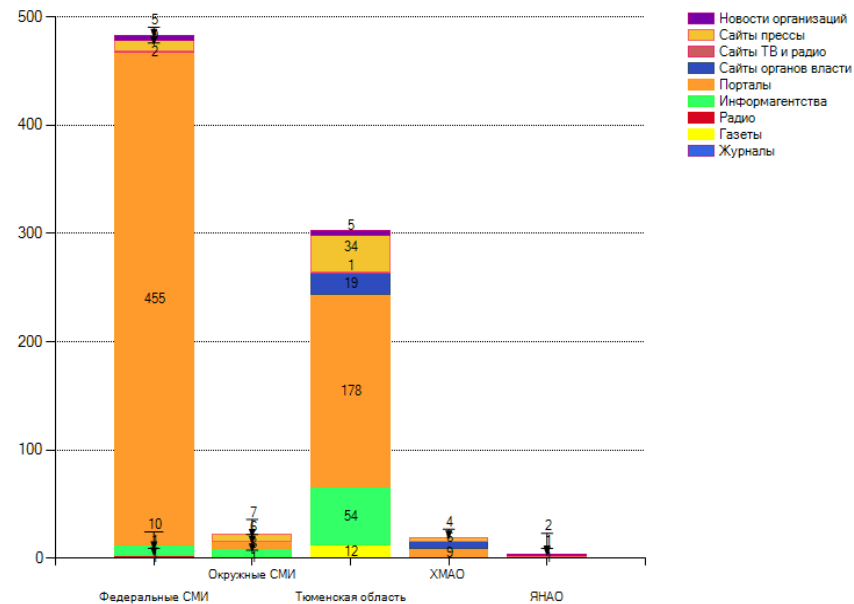
Хронология публикаций



ТОП-20 региональных источников



География и тип СМИ

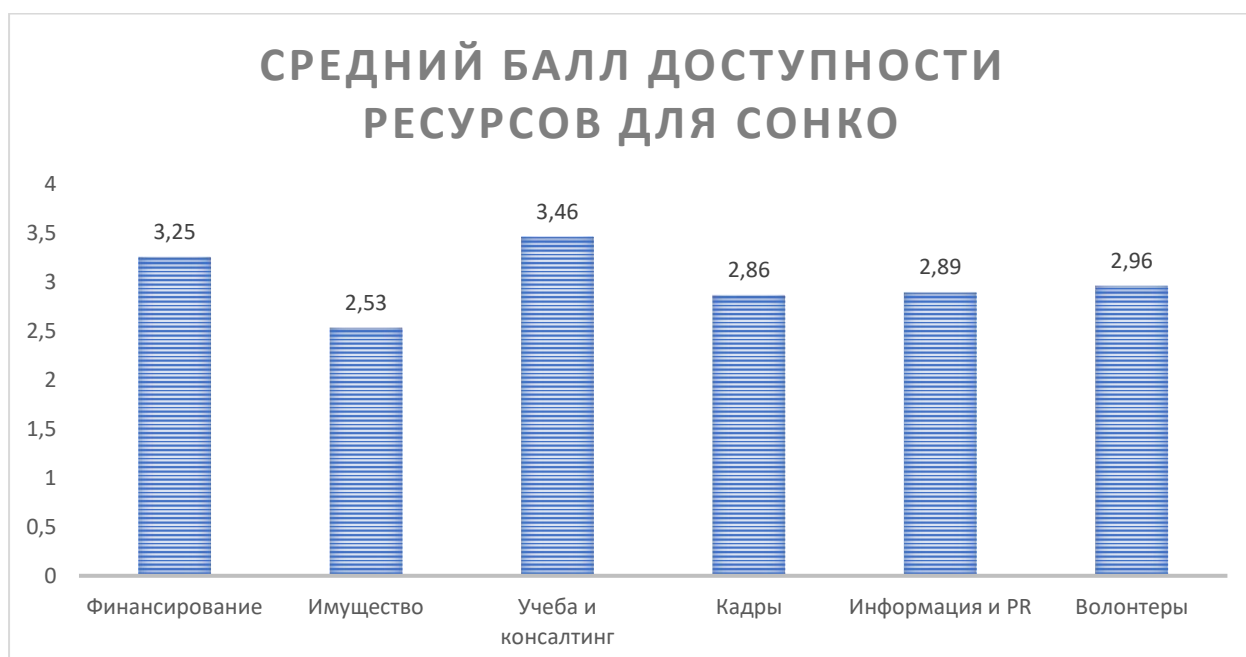


Специалистам было предложено оценить доступность ресурсов, необходимых для деятельности организаций некоммерческого сектора в Тюменской области.

Таблица №20

Как вы в целом оцениваете доступность ресурсов, необходимых для деятельности организаций некоммерческого сектора в Тюменской области? (пожалуйста, выберите цифру, соответствующую вашей оценке: 1- самая низкая оценка; 5- самая высокая; 0 – затрудняетесь ответить)							
	1	2	3	4	5	0	Средний балл*
Финансирование (гранты, целевые поступления, доходы от оказания услуг)	19	24	52	52	44	9	3,25
%	9,5	12,0	26,0	26,0	22,0	4,5	
Имущество (помещение, оборудование)	28	37	53	30	25	27	2,53
%	14	18,5	26,5	15	12,5	13,5	
Образовательная и консультационная поддержка	12	19	55	58	49	7	3,46
%	6,0	9,5	27,5	29,0	24,5	3,5	
Квалифицированные кадры	18	24	55	54	25	24	2,86
%	9,0	12,0	27,5	27,0	12,5	12,0	
Информационное сопровождение и PR	20	29	55	54	24	18	2,89
%	10,0	14,5	27,5	27,0	12,0	9,0	
Труд добровольцев	19	23	47	49	38	24	2,96
%	9,5	11,5	23,5	24,5	19,0	12,0	

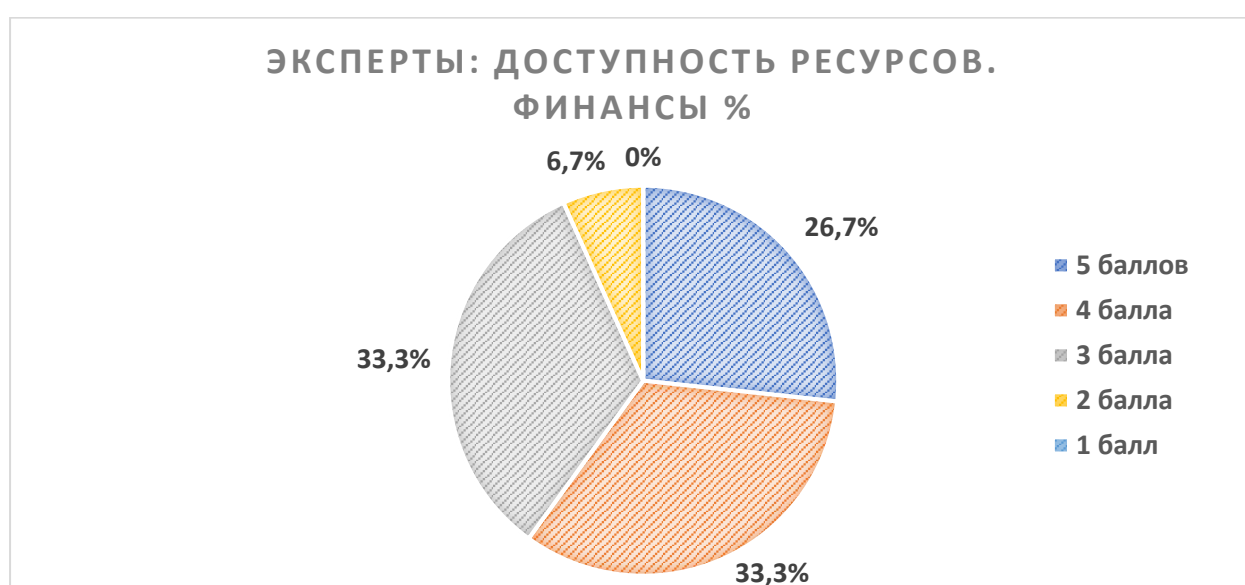
*Для каждого вида ресурсов был рассчитан средний балл по формуле: общая сумма значений баллов умноженных на число ответов по каждому баллу, разделенная на общую сумму ответов. Пример для «Финансовых услуг»: $19 \times 1 + 24 \times 2 + 52 \times 3 + 52 \times 4 + 44 \times 5 / 19 + 24 + 52 + 52 + 44 + 9 = 3,25$.



Можно сделать вывод, что для СО НКО в регионе практически нет недоступных ресурсов. Можно говорить лишь о том, что некоторые менее доступны, некоторые более.

Так самый доступный ресурс – это «Образовательная и консультационная поддержка» - средний балл 3,46. Следом идет «Финансирование (гранты, целевые поступления, доходы от оказания услуг)» - 3,25 балла, «Труд добровольцев» - 2,96 балла, «Информационное сопровождение и PR» - 2,89 балла, «Квалифицированные кадры» - 2,86 балла и замыкает рейтинг – «Имущество (помещение, оборудование)» – 2,53 балла.

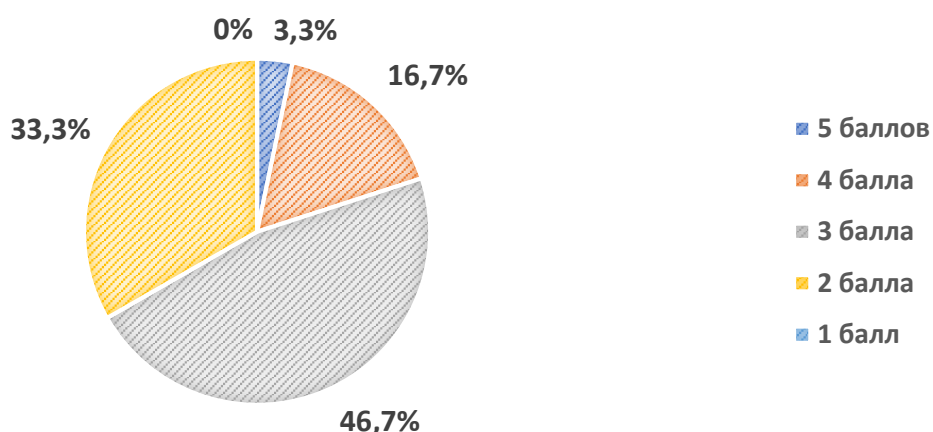
В ходе экспертного опроса, проведенного в рамках исследования экспертам, также предлагалось оценить ресурсную обеспеченность СО НКО.



Так, оценивая доступность финансового ресурса, эксперты отмечали, что потребность в финансовых ресурсах имеется всегда, однако существующая система грантов и осуществляемая ресурсными центрами помощь в подготовке к ним, делает этот ресурс вполне доступным для СО НКО.

Так всего **6,7%** экспертов поставили 2 балла, оценивая доступность финансов, в то время как положительно (на 4 и 5 баллов) финансовую ресурсную базу оценивают 60% опрошенных экспертов.

ЭКСПЕРТЫ: ДОСТУПНОСТЬ РЕСУРСОВ. ИМУЩЕСТВО %



Можно с уверенностью сказать, что помещения и оборудование названы экспертами самым дефицитным ресурсом для НКО. В общей сложности 80% экспертов поставили в своих оценках 3 (46,7%) и 2 (33,3) балла.

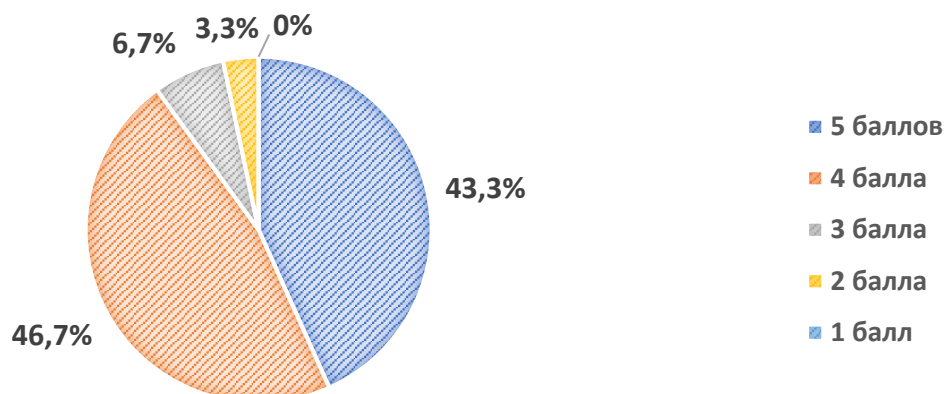
«Региональная власть так и не сделала нормального и прозрачного механизма передачи помещений, муниципальная власть делает все, что может, но там все помещения давно разобраны, на 10 лет вперед. Плюс их юристы выяснили потрясающую вещь в антимонопольном законодательстве, которая отрезает от получения бесплатных муниципальных помещений все, кроме юридической формы "тюменская городская общественная организация". Фонды, АНО, федеральные организации на имущество претендовать не могут»

Немного скрашивает ситуацию то, что этот помещения более доступны для СО НКО в муниципалитетах *«В муниципалитетах предоставляется. Я НКО, мне предоставлено и помещение, и оборудование».*

И то, что в Тюмени НКО могут безвозмездно воспользоваться помещениями для проведения мероприятий, в том числе проект «Приходи и работай», о чем упоминали практически все участники опроса, как положительной региональной практике.

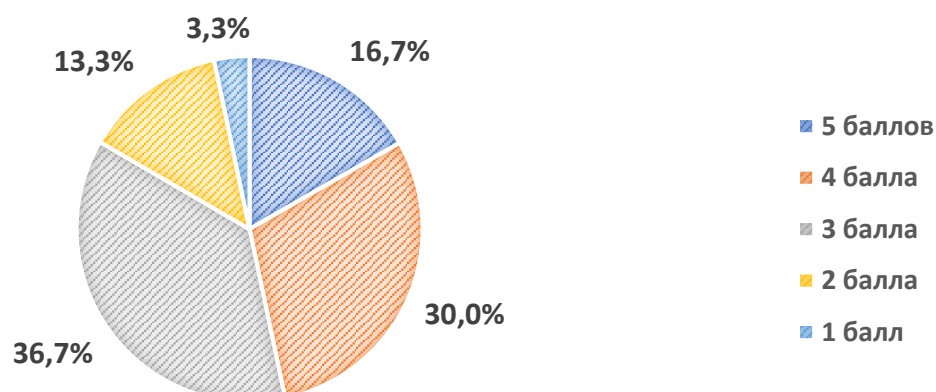
Консультационная поддержка, по мнению опрошенных экспертов, один из самых доступных НКО ресурсов. Об этом говорит то, что **90%** экспертов поставили в сумме 4 (46,7%) и 5 (43,3%) баллов. Несомненно, этому результату способствует активная работа региональных ресурсных центров.

ЭКСПЕРТЫ: ДОСТУПНОСТЬ РЕСУРСОВ. КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА %



Оценка доступности квалифицированных кадров для НКО на рынке труда вопрос дискуссионный, именно этим обусловлен такой разброс выставленных баллов.

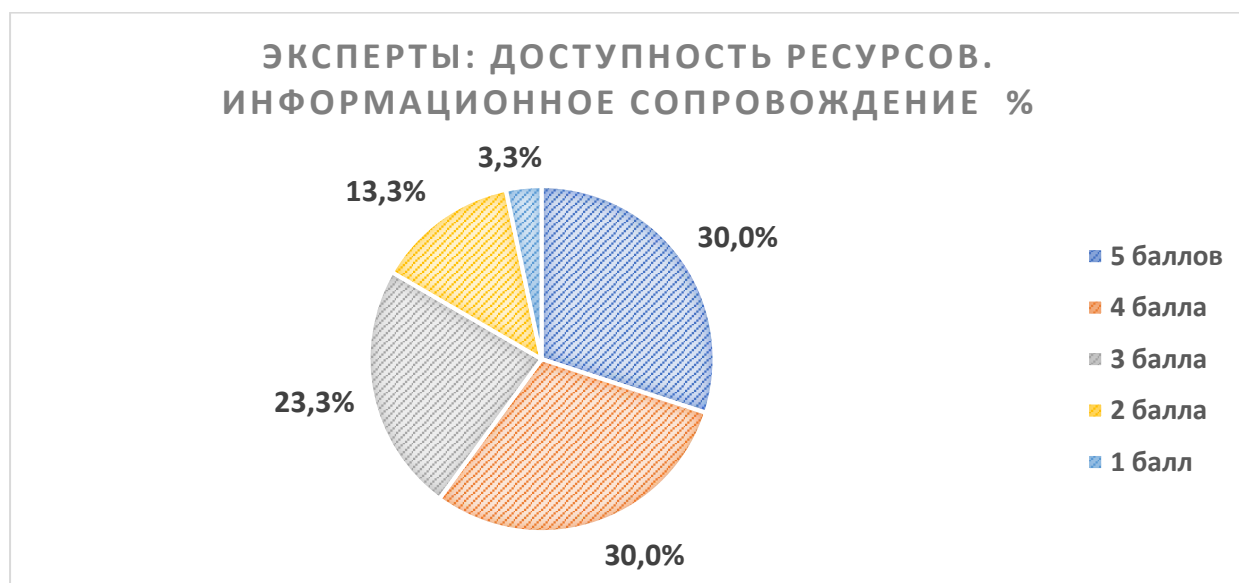
ЭКСПЕРТЫ: ДОСТУПНОСТЬ РЕСУРСОВ. КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ КАДРЫ %



В своей оценке эксперты учитывали, например, то, что НКО сложно удерживать кадры из-за отсутствия стабильности при грантовом финансировании, что кадров достаточно по основному профилю работы организации, но не хватает квалифицированных бухгалтеров и юристов, что в итоге сказывается на качестве отчетности. *«Кадры есть, главное, чтобы им хватало денег и статуса их привлечь. Например, если у них нет специалистов, чтобы отчитаться за наш грант, они приходят на консультацию или в ресурсный центр. Но если бы у них было хорошее финансирование, поверьте, они привлекли бухгалтера. Из 60 НКО, с которыми мы взаимодействуем, у пятерых есть хороший бухгалтер. В*

остальных случаях либо руководитель сам отчеты делает, либо нанимает кого-то, но они не знают, как правильно отчитываться. У них прекрасные кадры в части своей уставной деятельности, но как только начинается отчет, они сами садятся и его готовят, вот в чем вопрос».

При условном суммировании баллов мнение экспертов разделилось практически поровну. 46,7% оценившие ситуацию положительно, против 53,3% (поставивших 1,2 и 3 балла)



В оценке доступности информационного сопровождения, как ресурса, эксперты тоже сильно расходятся во мнениях.

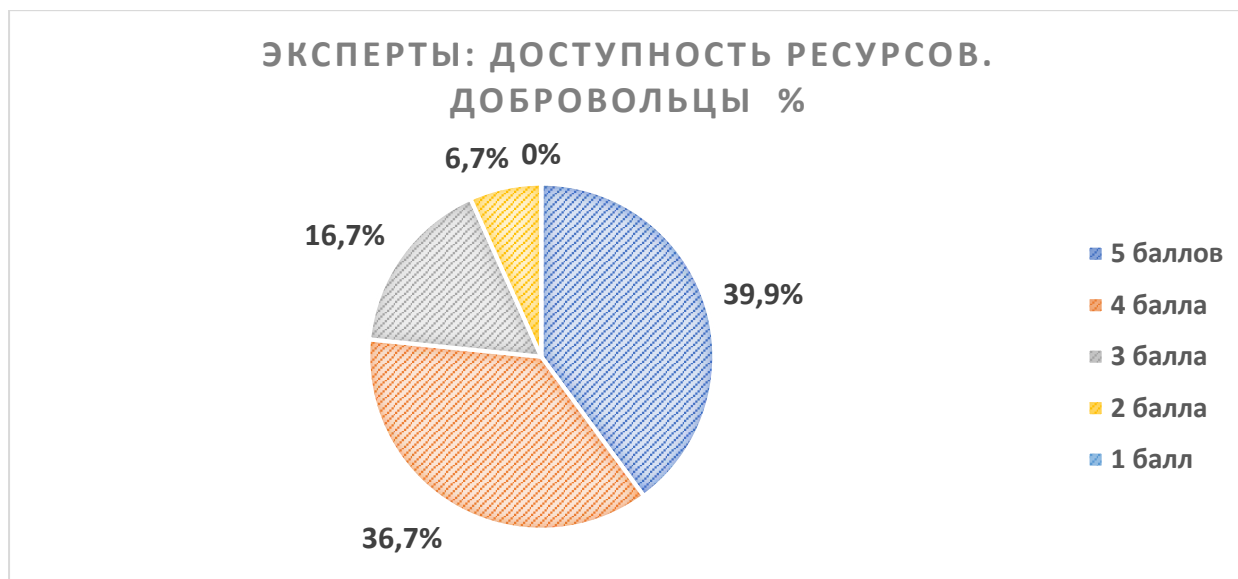
Представители органов власти считают, что если они не «ленятся», то это не составляет проблем для НКО, особенно если учесть, что по грантовым проектам они сами готовы оказывать посильную поддержку. «В области много ресурсов, с помощью которых можно транслировать свой проект. "Мой портал", "Тюменская линия", которая специализирована для проектов НКО. Если это гранты от органов власти, то мы сами максимально продвигаем проект, потому что заинтересованы рассказать, какие проекты поддержали. Что касается социальных сетей, то у кого-то это хорошо поставлено и люди понимают, как это транслировать, и широкая аудитория знает про этот проект, кто-то ленится и не делает».

Представители СО НКО говорят о том, что для большинства НКО взаимодействие со СМИ остается проблемой в силу отсутствия специализированных навыков в подготовке контента.

«СМИ все равно едут туда, где платят, а нынче из госзаказа выпилена даже общественная палата, не говоря об обычных НКО. Есть места для размещения, но НКО должно само создавать контент, чтобы его красиво

давать в СМИ, а механизма именно в помощи создания контента, их не предусмотрено. Если бы была такая пресс-служба в качестве поддержки, с нормальными журналистами, финансированием, оборудованием, это бы НКО сильно помогало».

Однако в целом, 60% экспертов, поставивших положительные оценки 4 и 5 (по 30% каждый) считают данный ресурс доступным для СО НКО.



В общей сложности 76,7% экспертов положительно оценили доступность труда добровольцев, как ресурса для НКО.

Единичные низкие оценки связаны с позицией экспертов о «монополизации» добровольчества в руках государства: «В связи с регулятивными государственными механизмами все это сегодня оказалось не так доступно НКО, потому что все волонтеры на учете». И неумении/нежелании НКО партнерствовать с добровольцами: «Нам звонят и говорят: дайте нам 30 добровольцев, а мы отвечаем, что вы не в центр работорговли звоните. Давайте встретимся, вы им расскажете, заинтересуете. Нееет! А в учебные учреждения они уже привыкли и так звонят. Дайте добровольцев и вот они уже маршируют».

Почти две трети (62%) опрошенных специалистов, представляющих обследованные СО НКО, регулярно проходят различного рода обучающие программы, причем нельзя сказать, что СО НКО, работающие «на местах» не охвачены обучающими мероприятиями. Так представители муниципальных СО НКО обучаются даже несколько чаще (65,2%), чем их коллеги, например, в городах (60,5%) или в областном центре (61,9%).

Таблица №21

Как часто работники Вашей организации принимают участие в курсах повышения квалификации, образовательных семинарах и тренингах			
	регулярно	редко	не участвуют
Областной центр	83	36	15
%	41,5	18,0	7,5
к 100%	61,9	26,9	11,2
Городской районный центр	26	12	5
%	13,0	6,0	2,5
к 100%	60,5	27,9	11,6
Муниципальный район	15	6	2
%	7,5	3,0	1,0
к 100%	65,2	26,1	8,7
Всего	124	54	22
%	62,0	27,0	11,0

Вместе с тем, для региональных ресурсных центров есть определенное поле для деятельности, так как в среднем 27% специалистов сказали, что проходят обучение довольно редко, а 11% - вообще никогда.

Рейтинг образовательного запроса специалистов региональных СО ГКО представлен в таблице ниже.

Таблица №22

Как Вы думаете, чему, в первую очередь, нужно обучать актив НКО? *										
	разработке социальных проектов	Цифровым технологиям в работе НКО	привлечению добровольцев и волонтеров	стратегическому и текущему планированию работы НКО	механизмам финансовой устойчивости	менеджменту некоммерческой	опыту НКО других регионов	маркетингу социальных услуг	практикам взаимодействия с муниципальной властью	PR, взаимодействие со СМИ
Абс.	110	93	91	86	82	80	69	65	60	0
%	55,0	46,5	45,5	43,0	41,0	40,0	34,5	32,5	30,0	0,0

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

ЧЕМУ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, НУЖНО ОБУЧАТЬ АКТИВ НКО? %



Самым востребованным у 55% опрошенных является направление «Разработка социальных проектов», «Цифровым технологиям в работе НКО» хотят обучаться 46,5%, «Привлечению добровольцев и волонтеров» - 45,5%, «Стратегическому и текущему планированию работы НКО» - 43%, «Механизмам финансовой устойчивости» - 41%, «Менеджменту некоммерческой организации» - 40%, «Опыту НКО других регионов» - 34,5%, «Маркетингу социальных услуг» - 32,5%, «Практикам взаимодействия с муниципальной властью» - 30%, «PR, взаимодействие со СМИ» оказалось абсолютно невостребованным направлением.

В качестве преподавателей респонденты предпочли бы видеть в первую очередь «Лидеров других НКО» - 75,5%, что говорит о высоком спросе на обмен опытом и изучение успешных практик других организаций.

Таблица №23

Кто, по Вашему мнению, должен выступить в качестве преподавателей? *						
	лидеры других НКО	федеральные эксперты	сотрудники ресурсных центров	работники администраций различных уровней	преподаватели вузов	депутаты различных уровней
Абс.	151	114	99	47	28	14
%	75,5	57,0	49,5	23,5	14,0	7,0

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Больше половины специалистов хотели бы пообщаться с «Федеральными экспертами» (57%), а почти половина (49,5%) с «Сотрудниками ресурсных центров. Заметно меньшая доля видят в качестве преподавателей:

«Работников администраций различных уровней» - 23,5%, «Преподавателей ВУЗов» - 14% и «Депутатов различных уровней» - 7%.

Таблица №24

Что нужно, чтобы Ваша организация работала эффективнее? *										
	увеличить финансирование	разработать специальные программы поддержки НКО	решить вопрос с помещением (офис)	своевременно получать информацию, касающуюся деятельности НКО	увеличить штат сотрудников	повысить квалификацию сотрудников	познакомиться с «историями успеха» других НКО в	создать консультативный сайт для НКО	познакомиться с опытом зарубежных НКО	Другое
Областной центр	86	84	49	38	35	30	27	26	28	6
%	43,0	42,0	24,5	19,0	17,5	15,0	13,5	13,0	14,0	3,0
к 100%	21,0	20,5	12,0	9,3	8,6	7,3	6,6	6,4	6,8	1,5
Городской районный центр	31	30	12	17	10	12	16	13	8	1
%	15,5	15,0	6,0	8,5	5,0	6,0	8,0	6,5	4,0	0,5
к 100%	20,7	20,0	8,0	11,3	6,7	8,0	10,7	8,7	5,3	0,7
Муниципальный район	11	9	5	5	7	6	5	6	1	2
%	5,5	4,5	2,5	2,5	3,5	3,0	2,5	3,0	0,5	1,0
к 100%	19,3	15,8	8,8	8,8	12,3	10,5	8,8	10,5	1,8	3,5
Всего	128	123	66	60	52	48	48	45	37	9
%	64,0	61,5	33,0	30,0	26,0	24,0	24,0	22,5	18,5	4,5
к 100%	20,8	20,0	10,7	9,7	8,4	7,8	7,8	7,3	6,0	1,5

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

ЧТО НУЖНО, ЧТОБЫ ВАША ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТАЛА ЭФФЕКТИВНЕЕ? %



Говоря о том, что необходимо региональным СО НКО для того, чтобы они начали работать эффективнее, значительная часть специалистов сказала, что нужно: увеличить финансирование - 64%; разработать специальные программы поддержки НКО – 61,5%; решить вопрос с помещением (офис) – 33%; своевременно получать информацию, касающуюся деятельности НКО – 30%; увеличить штат сотрудников – 26%; повысить квалификацию сотрудников – 24%; познакомиться с «историями успеха» других НКО в регионе, стране – 24%; создать консультативный сайт для НКО – 22,5%, познакомиться с опытом зарубежных НКО – 18,5%.

Условно можно определить несколько трендов, которые становятся заметными при анализе СО НКО различных территориальных уровней.

Так СО НКО, зарегистрированные в областном центре, чаще артикулируют запрос на материальную поддержку (финансирование, помещения), а городские и муниципальные СО НКО больше нуждаются в кадрах, их подготовке и консультативной поддержке.

Интересно, что запрос на увеличение финансовой и имущественной поддержки коррелируется с тем, что почти треть (31%) обследованных СО НКО не участвовала в конкурсах, грантах и не получала субсидий (Таблица №11).

Таблица №25

По каким критериям, на Ваш взгляд, целесообразно оценивать эффективность деятельности СО НКО?										
	Устойчивость, длительность работы	Количество благополучателей и участников мероприятий	Долгосрочные позитивные изменения от деятельности	Грантовая история	Наличие авторских разработок, методик, образовательных программ	Финансовая и информационная	Компетенции штатных и привлеченных сотрудников	Количество партнеров и добровольцев	Количество выигранных конкурсов государственного и муниципального заказа, объемы финансирования	Репутация и количество упоминаний в СМИ
Областной центр	68	67	47	35	37	33	27	21	10	17
%	34,0	38,5	23,5	32,5	28,5	16,5	23,5	10,5	5,0	8,5
к 100%	18,8	18,5	13,0	9,7	10,2	9,1	7,5	5,8	2,8	4,7
Городской районный центр	22	24	20	11	12	13	8	5	5	2
%	11,0	12,0	10,0	5,5	6,0	13,0	4,0	2,5	2,5	1,0
к 100%	18,0	19,7	16,4	9,0	9,8	10,7	6,6	4,1	4,1	1,6
Муниципальный район	17	9	5	10	4	3	1	4	7	3
%	8,5	4,5	2,5	5,0	2,0	1,5	0,5	2,0	3,5	1,5
к 100%	27,0	14,3	7,9	15,9	6,3	4,8	1,6	6,3	11,1	4,8
Всего	107	100	72	56	53	49	36	30	22	22
%	53,5	50,0	36,0	28,0	26,5	24,5	18,0	15,0	11,0	11,0
к 100%	19,6	18,3	13,2	10,2	9,7	9,0	6,6	5,5	4,0	4,0

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Определяя рейтинг критериев, по которым целесообразно оценивать эффективность работы СО НКО опрошенные специалисты распределили его следующим образом: «Устойчивость, длительность работы» - 53,5% «Количество благополучателей и участников мероприятий» - 50%, «Долгосрочные позитивные изменения от деятельности» - 36%, «Грантовая история» - 28%, «Наличие авторских разработок, методик, образовательных программ» - 26,5%, «Финансовая и информационная прозрачность» - 24,5%, «Компетенции штатных и привлеченных сотрудников» - 18%, «Количество партнеров и добровольцев» - 15%, «Количество выигранных конкурсов государственного и муниципального заказа, объемы финансирования» - 11% и «Репутация и количество упоминаний в СМИ» - 11%.

В ходе экспертного опроса также был проведен анализ оценок критериев оценки эффективности СО НКО. Экспертам было предложено выделить три ключевых критерия эффективности любой некоммерческой организации. Главным критерием было названо «количество благополучателей» 56,7%. На втором месте «финансовая и информационная прозрачность» 50%. Третье место разделили два критерия «устойчивость, длительность работы» и «долгосрочные позитивные изменения от деятельности», по 40% каждая.

Менее важными критериями экспертам показались «наличие авторских разработок», «количество выигранных конкурсов» и «репутация и упоминание в СМИ», по 10% каждый.



Кроме того, экспертам было предложено оценить, способствуют ли росту каких показателей способствуют региональные меры поддержки, которые они оценили, как «эффективные» вопросом ранее.

В таком контексте на первом месте оказались «компетенции сотрудников» 53,3%, на втором «количество благополучателей» 50%, на третьем «долгосрочные позитивные изменения» 40%

Совмещая результаты двух таблиц, мы можем увидеть следующую картину: росту двух из четырех критериев, по которым эксперты оценивали эффективность СО НКО «количество благополучателей» и «долгосрочные позитивные изменения» способствуют существующие региональные меры поддержки.

Однако показатели «финансовая и информационная прозрачность», занимавшая второе место по важности и «устойчивость, длительность работы»,

занимавшее третье место, наоборот оказались практически не подверженными влиянию оказываемой СО НКО поддержки.

Однако мы видим, что по мнению экспертов существующие меры поддержки существенно сказываются на рост «компетенций сотрудников», «количество выигранных конкурсов» и «репутацию и упоминания в СМИ», чему в своих оценках эффективности эксперты уделили не самое большое внимание.



ЭКСПЕРТЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ О ПРОБЛЕМАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СО НКО

Определяя трудности, с которыми приходится сталкиваться представляемым ими СО НКО, опрошенные специалисты в первую очередь назвали трудности финансового плана – 31,2% (или 63,5% от всех опрошенных), но при этом «Отсутствие организаций-партнеров» проблема занявшая последнее место - 7,9% (или 16% от всех опрошенных) и в этом кроется парадокс. Под организациями-партнерами подразумеваются в том числе и благотворители, наличие и привлечение которых, при достаточной активности самих СО НКО и призвано решить финансовые трудности.

Укажите проблемы и трудности, с которыми приходится сталкиваться в работе Вашей организации *								
	финансовые трудности	трудности с арендой помещений	несовершенство законодательной базы	нет поддержки со стороны местных властей	мало волонтеров	недостаточная подготовленность лидеров и актива НКО	отсутствие организаций-партнеров	другое
Областной центр	89	46	43	31	25	23	22	3
%	44,5	23,0	21,5	15,5	12,5	11,5	11,0	1,5
к 100%	31,6	16,3	15,2	11,0	8,9	8,2	7,8	1,1
Городской районный центр	29	12	12	7	9	8	7	3
%	14,5	11,5	6,0	3,5	4,5	4,0	3,5	1,5
к 100%	33,3	13,8	13,8	8,0	10,3	9,2	8,0	3,4
Муниципальный район	9	3	4	5	7	6	3	1
%	4,5	1,5	2,0	2,5	3,5	3,0	1,5	0,5
к 100%	23,7	7,9	10,5	13,2	18,4	15,8	7,9	2,6
Всего	127	61	59	43	41	37	32	7
%	63,5	30,5	29,5	21,5	20,5	18,5	16,0	3,5
к 100%	31,2	15,0	14,5	10,6	10,1	9,1	7,9	1,7

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

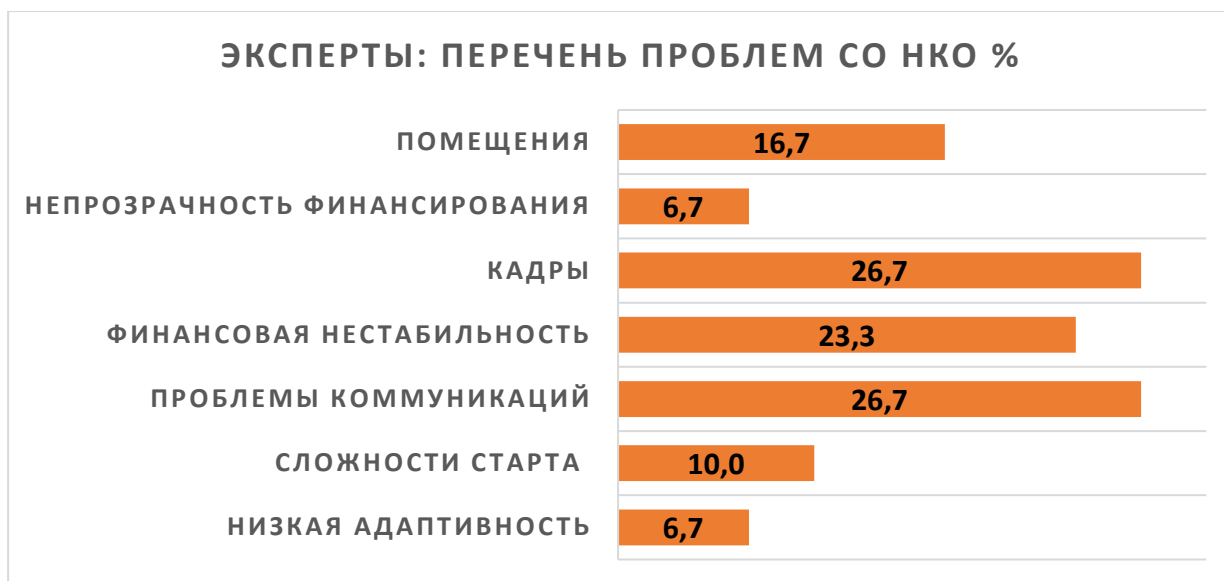
Фактически все основные трудности, которые назвали респонденты в первую очередь являются внешними факторами: финансовые – 31,2%, помещения – 15%, законодательство – 14,5%, отсутствие поддержки властей – 10,6%, недостаток волонтеров – 10,1%, слабая подготовка актива – 9,1%, отсутствие партнеров – 7,9%, однако львиная доля этих трудностей решается без посторонней помощи или при минимальном ее наличии.

В качестве другого опрошенные называли: ограничения связанные с необходимостью оказания дистанционных услуг в условиях пандемии коронавируса, отсутствие транспорта, логистические издержки.

Экспертам также было предложено перечислить проблемы, с которыми, по их мнению, сталкиваются некоммерческие организации. Вопрос не содержал готовых вариантов ответа, но мы обобщили их, чтобы выделить наиболее часто упоминаемые.

Несмотря на то, что в оценке ресурсов половина экспертов положительно оценила доступность кадров для НКО на рынке труда, в перечне проблем этот аспект вышел на первое место 26,7%. Возможно потому, что кадровая проблема упоминается экспертами тут в более широком смысле: не просто как люди, которых можно привлечь для реализации проектов. Здесь больше звучит запрос на современные управленческие компетенции в НКО и узкопрофильные

среди специалистов ресурсных центров, а также на недостаток компетенций на самом раннем этапе становления НКО.



«Недостаток профессионализма и количества кадров. Несистемность в обучении. Непонимание для чего они это делают. Отсутствие стратегии, действие от ситуации, от потребностей».

«В интернете много сейчас можно найти, но нужны квалифицированные кадры, которые обучены, обладают специфическим опытом и практикой или стажировкой. Это необходимо для руководителей НКО и ресурсных центров».

«У нас помещений для проведения мероприятий НКО много, а консультаций узких специалистов по деятельности вообще нет. Есть ресурсные центры, а если кто-то хочет создать НКО, то ответ будет дословно: "Вот есть сайты, заходите, смотрите". И было бы правильнее, если какой-то РЦ взял на себя эту функцию. У нас никогда не будут быстро создаваться НКО пока люди будут свои деньги вкладывать в юристов. Есть отделы поддержки для СО НКО, но все начинается с того, чтоб создать НКО и если нет элементарно человека, который в этом поможет, то зачем эти ресурсные центры».

«Есть проблема с формированием команды. Не всякая команда выдержит нестабильность, в том числе и заработной платы».

«Проблемы коммуникаций» 26,7%, объединяют все высказывания экспертов о сложностях, которые возникают у НКО при получении, обмене и транслировании любых видов информации.

Таким образом, обе ключевые проблемы, названные экспертами так или иначе касаются человеческого фактора – профессионализма и компетенций людей, занятых в некоммерческом секторе, их умению разбираться в большом потоке информации, выстраивать современные каналы коммуникаций, в том числе со своей целевой аудиторией.

«Проблема плохой коммуникации с людьми. Власть с НКО коммуницирует нормально, но, чтобы она к мнению НКО прислушивалась, оно должно быть укоренено в гражданах, чтобы они были вовлечены в работу. А у нас все еще 80 или даже 90% обычных людей в работу НКО не вовлечены. НКО все еще не могут зацепить людей, соответственно они все еще остаются «лидер с авторучкой» и маленькая команда. Эффективная коммуникация, вовлечение, отсюда проблема в неумении себя презентовать, проекты, которые идут не от маркетинга и потребностей целевых групп, а от грантовых задач и фантазии руководителей».

«Неумение работать с целевой аудиторией, например, если НКО работает с детками с ограниченными возможностями, они сразу идут в 2 канала: в центр социального обслуживания или в больницу, либо во всероссийское общество инвалидов. Я считаю эти каналы очень архаичные, потому что они носят черты административного управления. Как выйти через публичные и не публичные каналы информации, найти свою ЦА объяснить ей на что направлен проект, я думаю тут компетенции сильно хромают. Пишут грант, где указывают, что ЦА 1000 человек, а в отчете охвачено 200 человек. Оказывается, не дошли, не достучались. Встает вопрос, что с полным объемом ЦА они работать не умеют. Значит либо цели себе неправильно пишут в гранте и сознательно ЦА завышают, либо проблематика надумана! Думаю, в 50% случаев это так».

«Идеи не уникальные, не работают на массовую аудиторию. Отсутствие креативных идей и четкой целевой аудитории. И если вы говорите, что работаете с трудными подростками, например, вы должны оперировать всем данными, которые связаны с этой ЦА! Они могут обратиться за этой информацией в органы власти или ресурсные центры. Но все сами как-то пытаются, постановления приводят, но к нам не обращаются».

Не хватает информационного поля и того, что каждый муниципалитет должен знать о трендах и о людях, которые могут этим заниматься. Есть темы, которые надо бы уже подхватывать, но, к сожалению, их еще им не

сформулировали на местном уровне. Методическая поддержка и информированность самих СО НКО — это процесс бесконечный».

Вторая по частоте упоминания проблема некоммерческого сектора — это отсутствие финансовой стабильности, зависимость от грантов. Ее назвали 23,3% экспертов.

«Даже от наших сильных игроков постоянно слышу, что заколебало писать гранты, перекидываться с направления на направление.»

«Отсутствует разносторонняя ресурсная поддержка. Если НКО существуют на одной ножке, типа грантов, не факт, что завтра они вообще будут существовать. Финансы, имущество, поддержка добровольцев, ресурсных источников должно быть много».

Проблемы с помещениями, в том числе оплатой коммунальных платежей назвали 16,7% экспертов. Здесь мнения экспертов расходятся. Одни считают, что государство должно взять эти расходы на себя. Другие, что НКО должны решить этот вопрос самостоятельно, имея несколько источников ресурсов, обеспечивающих устойчивость.

«Например, у нас помещение предоставлено в безвозмездную аренду, а коммунальные платежи идут как для обычного юридического лица, у нас нет никаких льгот и было бы замечательно, если какая-то поддержка в этом была».

Немногочисленными, но интересными являются высказывания о низкой адаптивности НКО, не позволяющим соответствовать современным трендам (6,7%) и сложности старта деятельности (10%), начиная от идеи и финансов, заканчивая получением узкопрофильной консультации о регистрации организации и сладе отчетности.

«Низкая адаптивность и мобильность. Не всегда готовы перестроить свою деятельность, что-то изменить».

«Практически не появляются организации, которые вносили бы инновации в развитие сектора. Стабильный, классический подход. Если и появляется, то быстро угасает, и история не продолжается. Вот есть у СО НКО стандартная целевая группа, с которой она работает и расширения ее нет, даже если кто-то приходит из благополучателей новый и может стать потенциальным ресурсом для инноваций в этой организации, чаще всего он

уходит ни с чем, его ресурс не востребован. Слабая адаптивность и самих СО НКО к изменениям».

«На начальном этапе поддержки нет. Инициативные люди, которые хотят что-то реализовывать, они есть. И даже могут зарегистрироваться. Но из-за того, что у них нет "тонких" компетенций, помогающих получить грант, они разочаровываются. Какую-то подушку бы им, чтобы на очень льготных условиях давать вот этим активистам, чтобы они чуть-чуть приподнимались. Как снежный ком, главное столкнуть. Конкурс стартапов, которым нужно минимум знаний и информации»

ЭКСПЕРТЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ О ПОДДЕРЖКЕ СО НКО

Очевидно, что без посторонней помощи (в первую очередь муниципальных и региональных властей) полноценное существование СО НКО и выполнение ими своей основной функции практически нереально, поэтому опрошенным представителям «третьего сектора» и экспертам был задан вопрос о наиболее ожидаемой поддержке со стороны государства.

Наиболее ожидаемой СО НКО поддержкой со стороны государства ожидаемо стала «финансовая поддержка, гранты, субсидии» - 21,4% (72,5% от всех опрошенных). Остальные варианты расположились следующим образом: «безвозмездное использование помещения для проведения мероприятий» - 12,4% (42%), «предоставление налоговых льгот» - 37,5% (11,1%), «государственный заказ на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг» - 10,8% (36,5%), «аренда муниципального имущества на льготных условиях» - 9,8% (33%), «системное обучение сотрудников организации (участие в обучающих семинарах, тренингах, курсах)» - 8,7% (29,5%), «консультативная и методическая поддержка» - 26,5% (7,8%), «организация коммуникативных площадок взаимодействия с крупным бизнесом для создания совместных продуктов и проектов» - 7,2% (24,5%), «единый информационный ресурс для СО НКО о грантовых конкурсах» - 6,2% (21%), «организация коммуникативных площадок онлайн форматов для обмена опытом между регионами России» - 4,4% (15%).

Как и в предыдущей таблице обследованные СО НКО демонстрируют преимущественно иждивенческую позицию, ожидая прямой финансовой, имущественной или иной материальной поддержки в прямой или косвенной форме со стороны государства. Консультационная или методическая поддержка, или, например, организация площадок для привлечения благотворителей снова замыкают рейтинг.

Естественно, что о необходимости финансовой и/или иной материальной поддержки говорят большинство опрошенных специалистов всех территориальных уровней СО НКО, однако есть заметный тренд,

выражающийся в том, что муниципальные СО НКО заметно больше зарегистрированных в областном центре говорят о необходимости и стимулирующей, нематериальной помощи, способной создать новые возможности, без непосредственного вливания финансовых ресурсов.

Таблица №27

Какие виды помощи (поддержки) со стороны государства особенно необходимы для Вашей организации? *										
	финансовая поддержка, гранты, субсидии	безвозмездное использование помещения для проведения мероприятий	предоставление налоговых льгот	государственный заказ на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг	аренда муниципального имущества на льготных условиях	системное обучение сотрудников организации (участие в обучающих семинарах, тренингах, курсах)	консультативная и методическая поддержка	организация коммуникативных площадок взаимодействия с крупным бизнесом для создания совместных продуктов и проектов	единый информационный ресурс для СО НКО о грантовых конкурсах	организация коммуникативных площадок онлайн форматов для обмена опытом между регионами России
Областной центр	98	57	51	55	46	36	32	41	25	21
%	49,0	28,5	25,5	27,5	23,0	18,0	16,0	20,5	22,5	15,5
к 100%	21,2	12,3	11,0	11,9	10,0	7,8	6,9	8,9	5,4	4,5
Городской районный центр	37	18	18	14	17	15	16	4	9	3
%	13,5	14,0	9,0	7,0	8,5	7,5	8,0	2,0	4,5	1,5
к 100%	24,5	11,9	11,9	9,3	11,3	9,9	10,6	2,6	6,0	2,0
Муниципальный район	10	9	6	4	3	8	5	4	8	6
%	5,0	4,5	3,0	2,0	1,5	5,0	2,5	2,0	4,0	3,0
к 100%	15,9	14,3	9,5	6,3	4,8	12,7	7,9	6,3	12,7	9,5
Всего	145	84	75	73	66	59	53	49	42	30
%	72,5	42,0	37,5	36,5	33,0	29,5	26,5	24,5	21,0	15,0
к 100%	21,4	12,4	11,1	10,8	9,8	8,7	7,8	7,2	6,2	4,4

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Интересен факт, что при ответах на вопрос о уже получаемой со стороны государства поддержке, оказывается, что многие региональные СО НКО уже имеют доступ как к материальным, так и нематериальным ресурсам, хотя в

некоторых случаях, возможно, эта поддержка могла бы быть более комплексной.

Таблица №28

Какие виды помощи (поддержки) со стороны государства Вы уже получили (получаете)? *									
	финансовая поддержка, гранты, субсидии	консультативная и методическая поддержка	безвозмездное использование помещения для проведения мероприятий	системное обучение сотрудников организации (участие в обучающих	единый информационный ресурс для СО НКО о грантовых конкурсах	аренда муниципального имущества на льготных условиях	предоставление налоговых льгот	государственный заказ на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг	другое
Областной центр	94	45	46	29	31	22	17	6	9
%	47,0	22,5	23,0	14,5	15,5	11,0	8,5	3,0	4,5
к 100%	31,4	15,1	15,4	9,7	10,4	7,4	5,7	2,0	3,0
Городской районный центр	30	22	14	6	10	5	2	2	2
%	15,0	11,0	7,0	3,0	5,0	2,5	1,0	1,0	1,0
к 100%	32,3	23,7	15,1	6,5	10,8	5,4	2,2	2,2	2,2
Муниципальный район	20	11	12	7	1	4	3	1	1
%	10,0	5,5	6,0	3,5	0,5	2,0	1,5	0,5	0,5
к 100%	33,3	18,3	20,0	11,7	1,7	6,7	5,0	1,7	1,7
Всего	144	78	72	42	42	31	22	9	12
%	72,0	39,0	36,0	21,0	21,0	15,5	11,0	4,5	6,0
к 100%	31,9	17,3	15,9	9,3	9,3	6,9	4,9	2,0	2,7

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Так выяснилось, что финансовую поддержку, гранты, субсидии в том или ином объеме получают 72% от всех обследованных СО НКО, консультативную и методическую поддержку – 39%, безвозмездное использование помещения для проведения мероприятий – 36%, системное обучение сотрудников организации (участие в обучающих семинарах, тренингах, курсах) – 21%, те или иные налоговые льготы получают 15,5%, единым информационным ресурсом для СО НКО о грантовых конкурсах пользуются 11%, аренда муниципального имущества на льготных условиях доступна для 4,5%, государственный заказ на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для 2%. Под другим называлось: отсутствие поддержки, предоставление муниципальных площадок для проведения мероприятий, спонсорская помощь.

КАКИЕ ВИДЫ ПОМОЩИ СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА ВЫ УЖЕ ПОЛУЧАЛИ (ПОЛУЧАЕТЕ)%

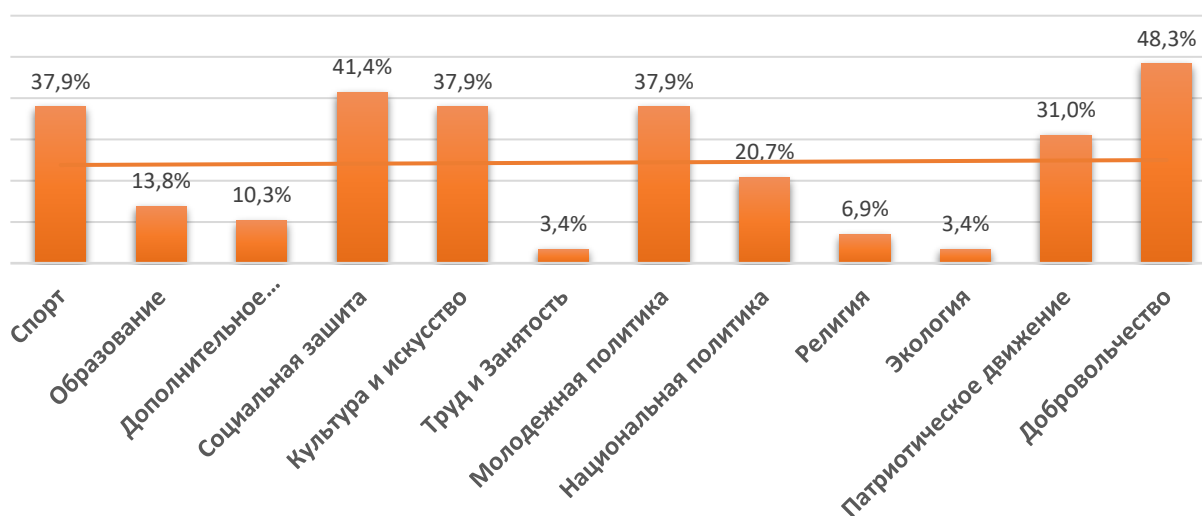


*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

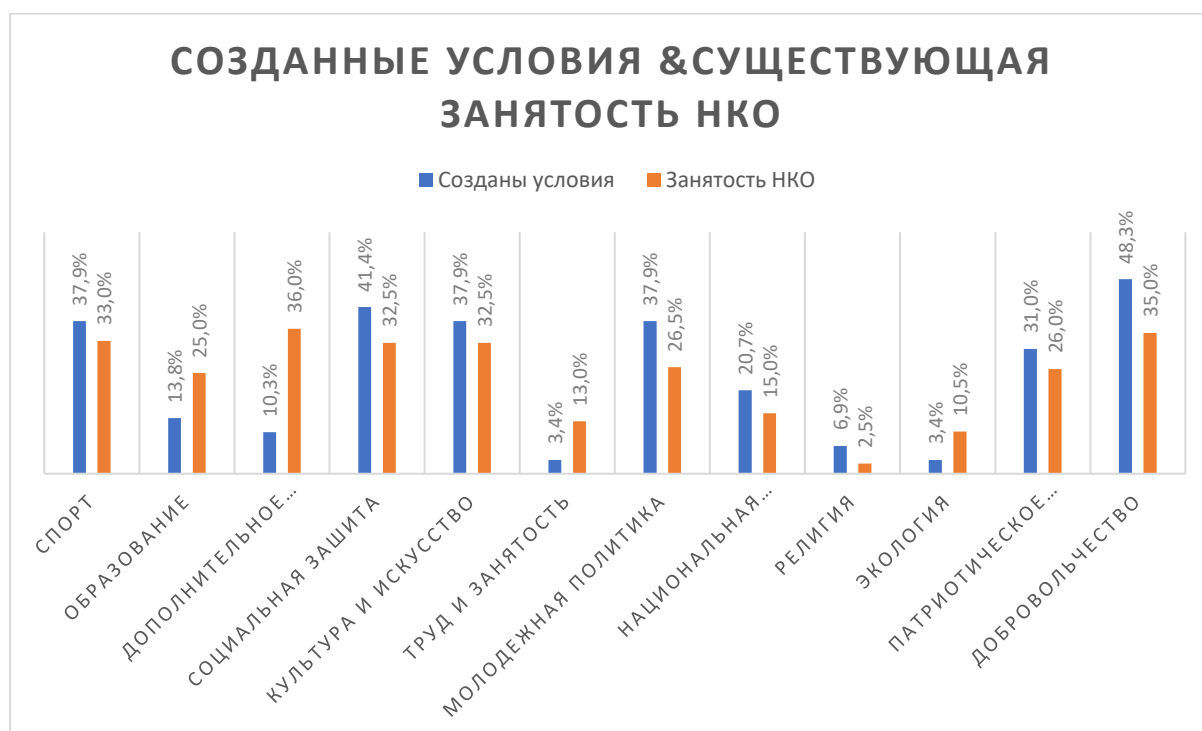
Практически половина участников экспертного опроса (48,3%) считают, что для организаций, реализующих проекты в сфере добровольчества в регионе созданы наилучшие условия. На втором месте СО НКО в сфере социального развития, так считают 41,4% респондентов. Третье место делят между собой сферы культуры и молодежной политики (по 37,9% каждая).

Меньше всего условий по мнению экспертов созданы для организаций, реализующих проекты в сфере экологии, труда и занятости (по 3,4% каждый).

ДЛЯ ДЕЙСТВУЮЩИХ В КАКИХ СФЕРАХ СО НКО В СОЗДАНЫ НАИЛУЧШИЕ УСЛОВИЯ? %



Совмещение результатов количественного и экспертного опросов выявило закономерность, которая позже нашла подтверждение при анализе СО НКО не получающих финансовую поддержку. Конкуренция среди СО НКО, работающих в сфере образования, дополнительного образования и экологии выше, а поддержки им по мнению экспертов оказывается меньше. Однако именно в этих сферах НКО уже сейчас проявляют признаки финансовой устойчивости и часть из них существует без поддержки со стороны государства.



*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

ЭКСПЕРТЫ И СПЕЦИАЛИСТЫ О РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРАХ

Учитывая то, что каждый ресурсный центр имеет свою специфику и свою целевую аудиторию среди СО НКО, тем не менее опрошенным специалистам было предложено назвать с какими региональными ресурсными центрами взаимодействовала их СО НКО. Даже учитывая то, что неизвестна частота обращений в ресурсный центр, это позволило построить условный рейтинг.

С КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ РЦ ВЗАИМОДЕЙСТВОВАЛА ВАША НКО %

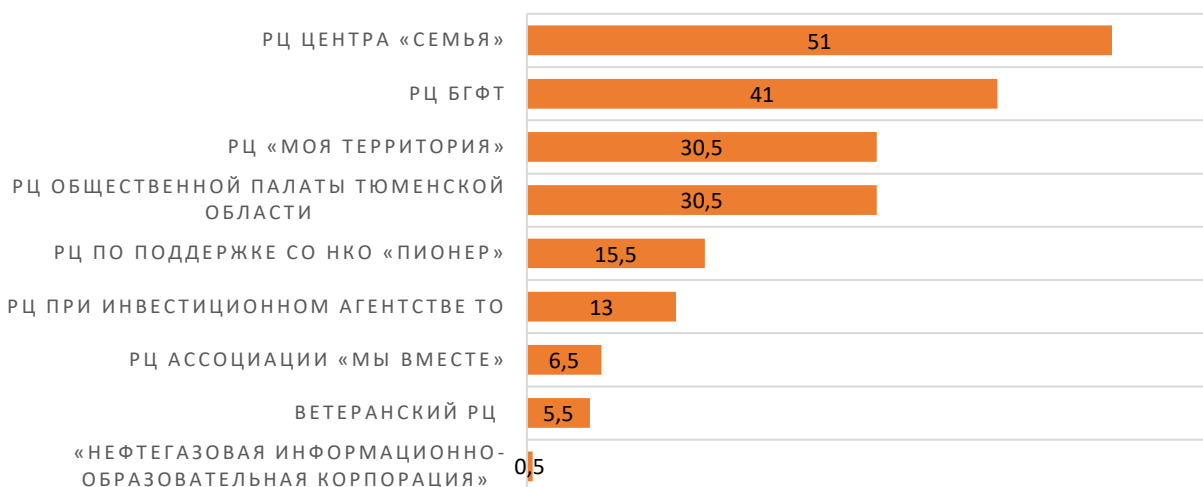


Таблица №29

С какими из перечисленных ниже региональных ресурсных центров взаимодействовала Ваша НКО *

	РЦ Центра «Семья»	МРЦ на базе Благотворительного фонда развития города Тюмени	РЦ «Моя территория»	РЦ Общественной палаты Тюменской области	РЦ по поддержке СО НКО «Пионер»	РЦ СО НКО и социальных предпринимателей при Инвестиционном	РЦ Ассоциации организаторов отдыха и оздоровления населения «Мы вместе»	РЦ помощи НКО, занимающихся работой с ветеранами	«Нефтегазовая информационно-образовательная корпорация»
Областной центр	75	53	44	44	23	17	9	9	1
%	37,5	26,5	22,0	22,0	11,5	8,5	4,5	4,5	0,5
к 100%	27,3	19,3	16,0	16,0	8,4	6,2	3,3	3,3	0,4
Городской районный центр	12	17	14	13	7	6	3	0	0
%	6,0	8,5	7,9	6,5	3,5	3,9	1,5	0,0	0,0
к 100%	16,7	23,6	19,4	18,1	9,7	8,3	4,2	0,0	0,0
Муниципальный район	15	12	3	4	1	3	1	2	0
%	7,5	6,0	1,5	2,0	0,5	1,5	0,5	1,0	0,0
к 100%	36,6	29,3	7,3	9,8	2,4	7,3	2,4	4,9	0,0
Всего	102	82	61	61	31	26	13	11	1
%	51,0	41,0	30,5	30,5	15,5	13,0	6,5	5,5	0,5
к 100%	26,3	21,1	15,7	15,7	8,0	6,7	3,4	2,8	0,3

*Сумма ответов более 100%, т.к. респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Интересно, что к помощи некоторых РЦ чаще прибегают городские и муниципальные СО НКО, а к некоторым работающие в областном центре.

Лидером рейтинга, в который обращались 51% от обследованных СО НКО стал РЦ Центра “Семья” (доля обращений – 26,3%), с некоторым отставанием МРЦ базе Благотворительного фонда развития города Тюмени (41% НКО обращались; 21,1% - доля обращений), третье место (30,5% частота обращений; 15,7% - доля обращений) разделили РЦ «Моя территория» и РЦ Общественной палаты Тюменской области. Далее следуют: РЦ по поддержке СО НКО, организующих деятельность в сфере дополнительного образования, добровольческую и туристскую деятельность «Пионер» (15,5%/8%), РЦ СО НКО и социальных предпринимателей при Инвестиционном агентстве Тюменской области (Центр инноваций социальной сферы) (13%/6,7%), РЦ Ассоциации организаторов отдыха и оздоровления населения «Мы вместе» (6,5%/3,4%), РЦ помощи НКО, занимающихся работой с ветеранами (5,5%/2,8%) и Межрегиональная ассоциация развития системы подготовки специалистов нефтегазовой отрасли «Нефтегазовая информационно-образовательная корпорация» (0,5%/0,3%).

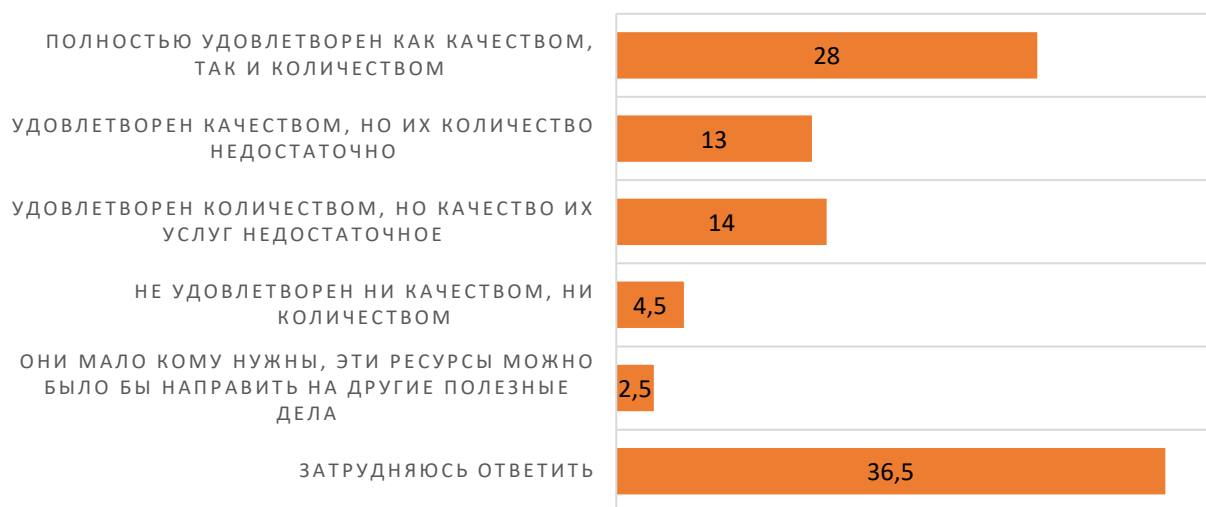
В целом большинство пользователей (55%) так или иначе довольны уровнем развития региональных ресурсных центров: 28% - полностью удовлетворены, 13% - удовлетворены качеством их работы, но считают их количество недостаточным, 14% - напротив, довольны количеством, но не качеством. Не довольны лишь 6%: 4,5% не нравится ни их количество, ни качество их работы, 2,5% вообще считают РЦ бесполезной затеей.

Таблица №30

Оцените уровень развития ресурсных центров по поддержке общественных инициатив и СО НКО в Тюменской области?						
	Полностью удовлетворен как качеством, так и количеством	Удовлетворен качеством, но их количество недостаточно	Удовлетворен количеством, но качество их услуг недостаточное	Не удовлетворен ни качеством, ни количеством	Они мало кому нужны, эти ресурсы можно было бы направить на другие полезные дела	Затрудняюсь ответить
Абс.	56	26	28	9	5	73
%	28,0	13,0	14,0	4,5	2,5	36,5

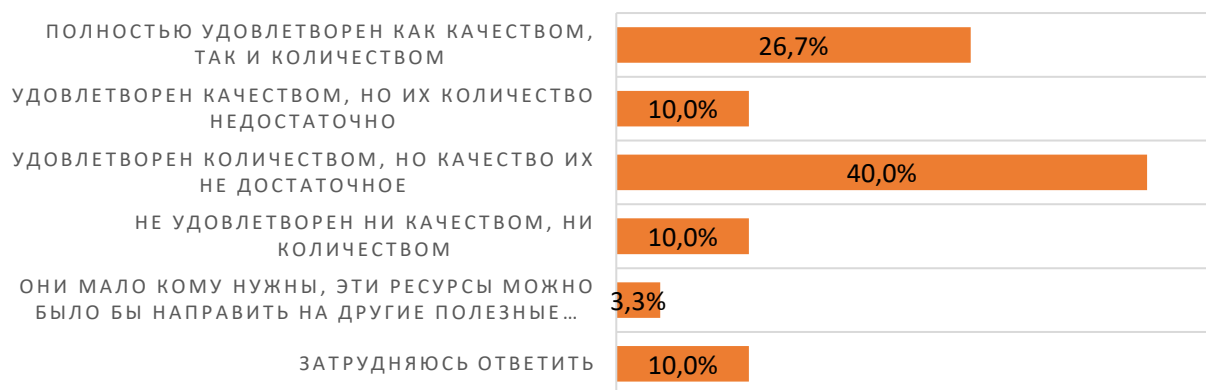
Интересно здесь другое: 36,5% (более трети) опрошенных специалистов затруднились ответить, то есть они не смогли составить однозначного отношения по результатам обращения в РЦ, либо не имели такого опыта.

ОЦЕНКА СО НКО УРОВНЯ РАЗВИТИЯ РЦ В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ?%



Экспертам также было предложено оценить, что их устраивает и не устраивает в сложившейся работе ресурсных центров и как мы видим из диаграммы, они гораздо более строго оценивают работу ресурсных центров.

ОЦЕНКА ЭКСПЕРТАМИ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРОВ %



Среди положительных моментов называется специализация, наличие необходимых компетенций и профессионализм. Уже само наличие организаций, в чьи обязанности входит консультирование НКО и инициативных граждан весьма упрощает ситуацию для многих органов власти. *«Если ко мне обращается СО НКО, я точно знаю куда отправить, чтобы их прокачали: объяснили, как на грант податься, какие-то юридические тонкости, помогли с обучением. Результатом я всегда удовлетворен».*

«Есть разные ресурсные центры, под разные направления деятельности НКО. Можно обратиться и тебе всегда помогут. Помимо того, что есть консультационные услуги, я бы еще образовательную составляющую выделила».

«Ориентированность на целевую аудиторию, для ресурсного центра это очень важная вещь. Сегодня ресурсные центры не столько ориентированы на заказ сверху, сколько на потребности НКО, которые возникают, они на них откликаются. Стремление к развитию компетенций работников ресурсного центра, формированию имиджа открытой и компетентной организации, готовой включаться в поддержку, активно реагировать на запрос. Открытость ресурсных центров. Система взаимодействия между самими ресурсными центрами, которая способствует обмену технологиями, повышению эффективности».

«То, что эти РЦ обладают определенной материально-технической базой, которой я как общественник могу пользоваться для своих социальных проектов - это тоже хорошо! Если я захожу на их площадку, их штатный персонал помогает мне информационно, они не только дают площадку, они расскажут о моем мероприятии и дадут письма поддержки. Все взаимосвязаны и идут на встречу. И если я поеду в Тобольск, я могу воспользоваться их подразделениями точно так же, это единая система и я знаю, что у меня проблем не будет никаких, так же как в Тюмени».

«Широта тематик консультаций: от социального проектирования, типовых ошибок на грантовых конкурсах и отчетности. Доступность как географическая, так и отдельных услуг через социальные сети. Наличие коммуникаций с федеральными операторами грантов, потому что важно получать обратную связь напрямую. Разнообразие мер поддержки».

Практически каждое высказывание экспертов содержало либо критику работы ресурсных центров, либо предложения по ее оптимизации. Это прежде всего говорит об актуальности этой темы и заинтересованности всех участников: представителей власти, СО НКО и самих ресурсных центров.

Обобщить мнения экспертов можно следующим образом:

- на сегодня ресурсные центры не являются драйвером развития некоммерческого сектора, действуют по старинке, ориентированы на выполнение показателей и не более того;**
- не являются источником аналитики и трансляторами стратегических приоритетов региона в части социального заказа;**
- не имеют собственно ресурсной базы, которой могут делиться с НКО;**

- не имеют четкого позиционирования;
- не обладают современными инструментами продвижения и работы в информационном поле.

Надо отметить, что у самих представителей ресурсных центров нет единой позиции по тому, как должно происходить сегментирование общего поля работы и позиционирование ресурсных центров в нем. Каждый ресурсный центр предлагает свое видение и возможно выработка общего подхода предмет для обсуждения на стратегической сессии.

«Состояние застоя, как работали 5 лет назад, так и сейчас работаем. Не появляется новых форматов, моделей коммуникаций с НКО, все в рабочем состоянии, драйва нет. Важно постоянно меняться и показывать пример тем НКО, которые приходят, что-то вместе придумывать, доносить тренды и тенденции. Это про «насмотренность» и постоянное развитие кадров, которые работают в ресурсном центре. РЦ должны быть сами драйверами развития, а не следовать по инерции за тем, что от них требует учредитель».

«Если ты назвался ресурсным центром, ты должен быть профи в своем направлении и двигаться. Везде нужен лидер. Развиваться и тянуть за собой других. Вот это должен делать ресурсный центр и у нас этого не хватает».

«Региональный ресурсный центр в Тюмени, но если ты не сильно в теме и не сильно в поле, то связь, понимание что происходит в муниципалитетах теряется. У власти нет структурного подхода и понимания, что ресурсные центры надо финансировать, хотя бы на одну ставку. Слабые стороны в том, что они развезены и большая часть из них чисто формально создана при каких-то структурах и не несет за собой какую-то реальную пользу. Мало реальных дел, которые играли бы на долгосрочную перспективу, планомерное развитие всего некоммерческого сектора, а не просто отчитаться и получить финансирование».

«Нет четкого позиционирования. Многие путаются и нет места, где просто ресурсный центр, не привязанный к другой организации или учреждению, и занимается только этим. Надо позиционирование выстраивать по этим «ступенькам», не по отраслевому принципу. Должен быть РЦ только для тех, кто в самом начале своего пути, возможно даже не регистрировал свою организацию. Отдельно для молодых НКО, которые сами молоды и может быть умеют писать гранты, но еще никогда не побеждали, поработать с ними в плане отчетности. Для тех, кто давно в этой сфере уже другие запросы и уровень притязаний. Кто выходит на

всероссийский уровень свои проблемы имеет, и тогда будет понятно, где какой эксперт и по каким вопросам и можно будет спокойно направлять всех».

«Всем нужен PR менеджер, который сделает всем логотип, оформление, социальные сети будет вести интересно. Новые инструменты информационного продвижения и работы в информационном поле. Нужно улучшить позиционирование РЦ в публичном пространстве. Чтобы они были уникальными. Я человек, который работает в этой сфере, знаю, где найти про них информацию, но на память не назову больше четырех. Потому что у них нет бренда и отстройки друг от друга. А представьте человек, который не из нашей сферы?»

Улучшить коммуникацию друг с другом. Такое ощущение, что даже ресурсные центры борются друг с другом, а мы еще хотим улучшить жизнь некоммерческого сектора! Должна быть работа в команде, мы сообщество ресурсных центров. Или менять сотрудников, если это не случилось!

ТРЕНДЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СО НКО

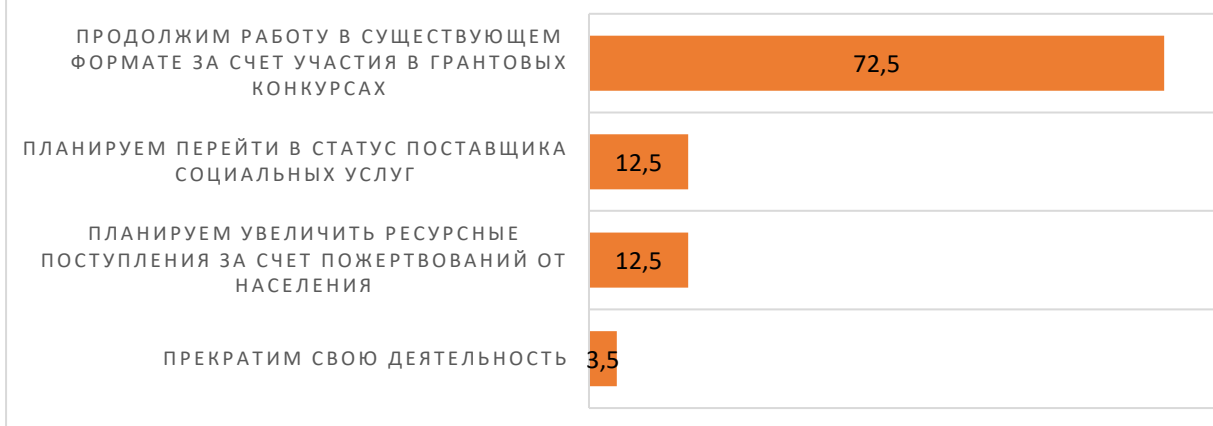
Последним в анкете количественного опроса был, возможно самый значимый вопрос о том, каковы планы обследованных СО НКО на ближайшие 5 лет.

Таблица №31

Каковы ориентиры Вашей организации на ближайшие пять лет?				
	Продолжим работу в существующем формате за счет участия в грантовых конкурсах	Планируем перейти в статус поставщика социальных услуг	Планируем увеличить ресурсные поступления за счет пожертвований от населения	Прекратим свою деятельность
Абс.	145	24	24	7
%	72,5	12,5	12,5	3,5

72,5% не планируют что-то менять в своей деятельности, 12,5% готовы перейти в статус поставщика социальных услуг, 12,5% - намерены увеличить ресурсную базу за счет жертвователей, 3,5% - готовы прекратить свою деятельность.

КАКОВЫ ОРИЕНТИРЫ ВАШЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА БЛИЖАЙШИЕ ПЯТЬ ЛЕТ? %



Это еще одна ниша для органов власти и региональных ресурсных центров: 25% СО НКО готовых трансформироваться и развиваться потребуют и материальной поддержки, но, что самое главное, консультационно-методической помощи на стадии трансформации и привлечения новых ресурсов. 3,5% готовых закрыться СО НКО – это проблемная область, в которой нужно действовать хирургическим путем и, если подошедшие к критическому этапу СО НКО нужны там, где они действуют сегодня, то они могут и должны быть сохранены, особенно в текущий период экономической нестабильности, вызванной последствиями пандемии коронавируса и внешних санкций.

72,5% СО НКО, не планирующие ничего менять – это главная сфера приложения сил для власти и ресурсных центров, так как отсутствие и работа по накатанным шаблонам сегодня – непозволительная роскошь. Необходимо исподволь, методично готовить основную массу организаций «третьего сектора» к качественным трансформациям, которые позволят им не только предоставлять социальные услуги своей целевой аудитории, но и найти новые формы их реализации и новые ниши, неочевидные сегодня.

Экспертам также было предложено, опираясь на известный им зарубежный и федеральный опыт перечислить тренды в деятельности СО НКО на ближайшие годы.

Так главные для отрасли тренды будут связаны с изменениями во взаимоотношениях НКО с властью и бизнесом, еще большей интеграцией в жизнь и интересы своих целевых групп, ростом адаптивности, оперативности и профессионализма. Знание и использование современных научных технологий, цифровизация. Кроме того, в ближайшие годы НКО будут искать новые подходы к поиску финансирования и информирования о своей деятельности.

НКО и власть

«Все НКО власть должна вывести на принцип устойчивого развития. Сейчас все НКО абсолютно неустойчивые в своей деятельности, но в будущем НКО станет определенным сегментом рынка. Раз они займут определенную нишу, им должны быть продиктованы, либо навязаны, либо вместе с ними разработанные механизмы устойчивого развития. Когда они становятся обязательными и не исключаемыми элементами всех общественных отношений. Сейчас если НКО убрать, то и рынок, и экономика без них будет существовать, ничего не развалится. А в перспективе 15-20 лет — это перспектива, которая не знаю в чем будет юридически выражена, либо в определенных объемах муниципальных заказов, либо в возможности лицензирования и предоставления услуг только им, а никому другому. Что-то в нормативной базе должно быть отрегулировано»

«1 тренд – 189-ФЗ о формировании социального заказа, актуально для СОНКО оказывающих услуги в социальной сфере. 2 тренд – ПФДО, доступ негосударственного сектора к бюджетным средствам на оказание образовательных услуг, 3 тренд – разгосударствление муниципального и государственного заказа в целях повышения качества оказываемых услуг, актуально, для СОНКО имеющих свою матбазу»

НКО и бизнес

«НКО здорово отхватывает куски у бизнеса и переваривая их создает новые экономические формы взаимодействия, которые характерны для цифровой и постцифровой реальности. НКО все больше обращаются к новым проблемам, которые ни государство, ни бизнес не видят. Та же цифровая этика, социальные инновации. Технологизация сектора, максимальное использование инноваций и выход на решение проблем, которые не замечаются обычными игроками. НКО как визионеры. Это конечно прежде всего мировая практика, у нас еще не так сильно заметно. НКО создают новый формат экономики: обменники, шеринги»

«Коллаборации, возможно неожиданные, межотраслевые. Объединение бизнеса и социальных проектов. Мне кажется, вектор выхода на коммерческий сектор тоже очень важный. У бизнеса сейчас тоже не очень хорошо после пандемии, нужно искать бизнес партнёров, делать с ними совместные проекты».

«Тренд что малый бизнес создает НКО возле себя. Особенно сейчас, чтобы получить все меры поддержки, которые есть на федеральном уровне. Сейчас тренд уравнивать НКО с субъектами социального и малого предпринимательства. Вот есть медицинский центр, оказывающий услуги. Для того чтобы про меня больше узнали, я создам СО НКО, поучаствую в гранте на профилактику каких-то заболеваний, буду использовать базу своего медицинского центра. Так и социальный проект будет реализовываться и бизнесу будет хорошо».

НКО и общество: сообщества, работа с ЦА

«Разрастание сектора в целом в разные сообщества. Теперь НКО сильно размываются и сливаются с сообществами. А сообщества — это социально-экономическая единица, а не просто организация. Размывание НКО и превращение его в формат сообщества — это мировой и наш тренд»

«Уникальный подход к целевой аудитории, даже гиперперсонализация (микротаргетинг). Нам не надо со всеми работать. Возьмите свою ЦА и сделайте ее счастливой».

«Трансформация СО НКО (РЦ) в центры общественного развития, которые аккумулируют не только работу по поддержке, но и организационную, информационную, коммуникативную работу и становятся ресурсом развития территорий».

«Тренд на комьюнити НКО. Было бы важно, чтобы все собрались вместе и обсудили, кто чем занимается и там выступали те, кто стал победителем президентского гранта, какие там фишки, делился опытом или факапами. Можно даже без федеральных экспертов, чтобы наши рассказали, как организацию сделать более устойчивой. Как вот здесь статья успешным. Но не просто лекция, а организовать обмен опытом, контактами».

Коммуникации: актуальность, адаптивность, работа с повесткой

«Формирование ценностей НКО, которые должны быть на пересечении с ценностями, которые транслирует регион. Тогда все будут работать на понятный общий результат.

Упрощение и лаконичность. Люди устали от сложных процессов и хотят простоты во всем: в проекте, в контенте, в продукте. Чем проще, тем лучше».

«Создание контента. Контент можно передавать в пользование (копилка проектов). Надо учиться создавать отчетные ролики, ролики про опыт, про саму НКО. Создание контента не только о своих проектах, но и о команде, руководителе, чем он живет. За этим тоже интересно наблюдать: почему именно этот лидер пришел и начал делать социальные проекты. Этот контент можно использовать в мотивации для других.

Рисковать. Все же привыкли жить по накатанной схеме. Придумали проект 25 лет назад и делаем его. Пробовать новые форматы, не бояться рискнуть».

«Сейчас большой запрос на трансформацию, изменение жизни людей и, если мы не знаем четкий портрет своей ЦА, это изменение невозможно.

Тренд на быстроту реакции. Действовать, как только появилось что-то новое, что помогает быть в повестке».

«Возможно НКО будут укрупняться, объединяя ресурсы, создаваться мульти центры по разным направлениям. Объединяться вокруг тех, кто умеет зарабатывать деньги и раздавая другим часть нагрузки. БФГТ может подобным образом объединять вокруг себя другие НКО. Это уже давно центр общественного развития, который не только информационные услуги оказывает, но дает направления, векторы развития».

«В перспективе 5-10 лет НКО должны соединиться в определенного вида мануфактуры, когда один отвечает за одно, другой за другое, а вместе образуется пласт услуг. Суть кластера, но это слово не хочется использовать».

Профессионализация сектора

«Профессионализация — сектора — это мировой тренд. У нас в области в меньшей степени».

«Тренд на профессионализм. Мы преимущественно делаем то, в чем не являемся экспертами (организовываем праздники без режиссерского образования, кормим животных без ветеринарного, работаем на соревнованиях без спортивного). Тема Pro bono»

Цифровизация

«Про уход в онлайн... Как бы COVID нас туда не загонял, мы все равно оказались в понимании, что никакой онлайн нам живого общения не заменит, потому что это одно из преимуществ работы в некоммерческом

секторе. И услугу оказать онлайн и конкурировать с кем-то НКО вообще не смогут. Но тренд на создание онлайн ресурсов есть, устойчивых и постоянных, объединяющих всю эту историю».

«Цифровизация позволяет делать одноранговое производство, а это как раз тема НКО, когда куча людей делает что-то большое и даже не получая за это денег, получают удовольствие и сам продукт».

Цифровизация НКО. Сейчас с цифрой не все умеют работать и это показал коронавирус, не у всех есть оборудование. И если они в рамках граната будут покупать оборудование для работы в интернет, это только плюс.

Фандрайзинг и новые подходы к финансированию

«Сектор развивается в сторону фандрайзинга с частными лицами. И профессионализация отрасли».

«Во всем мире краудфандинговые платформы реально работают, собирают деньги на проекты. У нас это глухота, буквально единицы, никто денег не может собрать. Тренд должен быть в сторону развития общественного сознания, что каждый может принять участие, внести свою лепту, прийти помочь, дать денежку. Хотелось, чтобы у нас такой был тренд. А у нас в России считается, что-либо государство должно давать деньги, либо богачи».

«Многие бизнес проекты начинают жить как общественные проекты. Начинают финансироваться через краудфандинг, потребители становятся так называемыми просьюмерами. НКО начинают размывать бизнес и бизнес превращается в социальный проект, который финансируется непривычными для бизнеса продажами (донатом)»

ЭКСПЕРТЫ О ПОТЕНЦИАЛЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДДЕРЖКИ СО НКО

В ЧАСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ (ГРАНТЫ, СУБСИДИИ)

Появление гранта губернатора Тюменской области вызвало большой положительный резонанс в региональной экспертной среде и среди представителей ресурсных центров особенно. Однако теперь для многих экспертов становится актуальным вопрос кто должен стать оператором этого гранта, должен ли им оставаться Департамент социального развития

Тюменской области и имеют ли региональные эксперты достаточно компетенций и опыта для оценки грантовых проектов.

«Изменить систему грантовой поддержки по принципу создания независимого специализированного фонда, который будет крупным ресурсным центром, будет аккумулировать средства и работать с НКО сначала для проработки грантовых заявок, а потом для распределения грантовых ресурсов действительно тем, кто наиболее эффективно их будет реализовывать».

«Привлечение независимых, сторонних, не из региона экспертов для гранта губернатора, понимающих в социальном проектировании, а не просто обремененных почетной должностью. Не допустить людей, которые не разбираются в социальном проектировании».

Вторым горячим вопросом в теме финансирования СО НКО является ожидание дополнительных форм поддержки для «зарекомендовавших себя» организаций и проектов. А также продление сроков субсидирования с года до трех лет. Обсуждение и выработка решения по этому вопросу является необходимым действием со стороны региональных органов власти.

«Для того, чтобы получать долгосрочную поддержку, надо демонстрировать свой профессионализм. Если они не научились гранты нормально получать, о какой долгосрочной поддержке может идти речь? Долгосрочная поддержка — это стратегия. А у них это то, что три года мы будем делать одно и то же, ничего не меняя. Не развивая знания, не укрепляя свою организацию. На долгосрочную поддержку может претендовать тот, кто знает, к чему он хочет прийти в итоге»

«Предусмотреть помимо проектного финансирования процессное. Вторым вариант это типа сертификатов на социальные услуги. Если проектное финансирование убрать, то этот механизм, конечно, будет плохой. Но если добавить гранты для стартапов плюс такое финансирование, тогда все будет устойчиво».

«Есть трехлетний бюджетный цикл. Если мы заходим в СО НКО с какой то услугой, то я бы конечно давала это на 3 года. Не на год»!

Третье. Необходимость увязать региональное финансирование СО НКО с понятными некоммерческому сектору стратегическими приоритетами. При этом необходимо учитывать баланс в интересах обеих сторон – государства и НКО и «подталкивать» финансовым стимулированием общественную

инициативу туда, где она нужнее всего. Представители нескольких департаментов, участвовавших в опросе, подтвердили, что их работа уже строится подобным образом.

«НКО двигаются туда, где проще найти партнеров. Никто же не может долго работать без энергии, в данном случае без денег. Приоритеты в бюджетном финансировании должны смещаться туда, куда НКО по собственной воле не пошли бы. Это опять вопрос о том, чтобы формировать потребность со стороны государства. У государства стоит задача закрывать все потребности общества и в то же время государство видит, какие потребности закрываются сложно классическими инструментами, где собственно НКО и нужны. Если предлагать деньги на эти виды деятельности, чтобы СО НКО за них боролись, это нормальный путь. Значит нужна аналитика, чтобы видеть куда НКО развиваются сами, а куда не хотят, но там нужны. Наверное, эту картинку можно увидеть, но целенаправленно сейчас этим никто не занимается».

В ЧАСТИ ИМУЩЕСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

В части имущественной поддержки самым ожидаемым от власти решением является создание Дома НКО. Об этом упомянули несколько экспертов как об идеальном способе решения проблемы офисов и коммунальных платежей, являющейся сейчас одной из самых актуальных для СО НКО. Кроме того, эксперты считают, что единое пространство позитивно скажется на развитии НКО-комьюнити, дефицит которого тоже обсуждался.

«Это должно быть какое-то волевое решение на уровне региона, построить "Дом НКО", но тогда надо в бюджете заложить, что мы коммуналку будем платить. А на муниципальном уровне практически нет проблем, хотя все те же самые постановления».

«Открывать одно общее пространство для НКО, где они могут поработать, провести мероприятие, провести планерку. Именно в пространстве может родиться совместный проект и совместная деятельность»

«Дом НКО для крупных городов, потому что в муниципалитетах проблема не стоит остро. В Тюмени он особенно нужен. Чтобы там и кафе, и зал для мероприятий, и конференцсвязи. Вопрос коммунальных платежей решался. Чтобы существовали как сообщество».

Второе ожидаемое от власти решение – это снижение или снятие арендной нагрузки для НКО, субсидия на аренду офисов или покупку земли. Однако для начала, эти помещения должны появиться в наличии.

«Надо быть более смелыми в части предоставления в аренду свободных площадей, снижения арендной нагрузки, есть опыт субъектов, когда это делают. Могут быть разные модели, когда арендную нагрузку можно снизить или снять».

«Может предусмотреть возможность арендовать за счет государства. Ладно старая часть города, там много муниципальных помещений, а новая, микрорайоны? Там муниципальные помещения не предусмотрены и в итоге НКО там практически нет. Государство может взять в аренду первый этаж, или выкупить, а НКО передать бесплатно».

В ЧАСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРОВ

Первое, что необходимо сделать в организации работы ресурсных центров – это выработать стандарт и критерии оценки работы, в том числе с учетом систематической обратной связи от СО НКО, получивших поддержку. Возможно, в этой системе должно быть место «головному ресурсному центру», координирующего работу всех региональных и муниципальных центров и выступающего драйвером их развития. Это продолжает мысль ряда экспертов о появлении ресурсного центра, чья деятельность будет полностью сосредоточена на развитии некоммерческого сектора и не будет дополнительной к основному виду деятельности некоммерческой организации, как это происходит сейчас.

«Стандарт деятельности РЦ и аттестация. Название «ресурсный центр» должно быть чем-то регламентировано, иметь стандарты. Сделать поощрение РЦ в виде сертификатов за достижение целей, направлять на форум или обучение. Бонус для РЦ должен быть и это не финансовое вознаграждение, а на развитие».

Второй задачей является наделение ресурсных центров собственно «ресурсом», которым они могут в рамках своей деятельности делиться с НКО. Сейчас по мнению ряда экспертов «ресурсный центр» - это название, не наполненное содержанием, потому что основным видом их деятельности является обучение и консультирование.

«Дать им ресурсы, чтобы они их передавали НКО. Превратить из образовательных в ресурсные. Сделать, например, информационно-ресурсный центр, где будут сидеть журналисты и делать контент.»

Ресурсный центр по мероприятиям, где можно прийти и взять конструкцию, музыку стулья и т.д».

В-третьих, ресурсным центрам важно более четко выстроить свое позиционирование для целевой аудитории, отразить это в своей коммуникативной концепции. А для этого всем существующим ресурсным центрам нужно перестать дублировать друг друга и договориться между собой, как будет выглядеть система взаимодействия между ними. На сегодня каждый ресурсный центр видит это по-своему.

«Сделать наши фронт офисы универсальными и быть заинтересованными в понимании общей повестки и специализироваться в своем направлении, предлагая партнерам использовать эту информацию»

«Выделить финансирование на PR менеджеров и медиа команду, которая займется их продвижением и формированием общей информационной стратегии. Плюс общая стратегия РЦ - куда мы идем? Должна появиться логика со стратегическими сессиями, с приезжими экспертами. Это надо делать систематически в процессе года. Мы же не рефлекслируем, работаем, гоним, гоним без остановок. И должен появиться ментор у РЦ, который работает постоянно, раз в месяц приезжает, смотрит что и зачем сделали».

«Они больше должны информировать граждан о деятельности, позитивных практиках, успешных проектах. Путь больше выдают обобщенной, аналитической информации, либо транслируют аналитику ведомств. Любой представитель СО НКО, заходящее в ресурсный центр, должен видеть веер востребованных направлений. Причем информированность не только о том, что есть, но и позитивные практики, на что опираться, к кому пойти учиться. У них же роль не только научить, но и скоординировать все поле».

Кроме того, эксперты упоминают о том, что работа ресурсных центров должна быть системной и постоянной и не должна как сейчас активизироваться только во время подготовки к ключевым грантам. Однако в этом же состоит запрос и к органам власти на равномерное распределение грантов и субсидий в течении года. А также были высказаны пожелания по оптимизации образовательных программ, которые несмотря на высокую оценку экспертов все же имеют свои недоработки.

«С появлением гранта губернатора и то, что как правило один грант оператор проводит все конкурсы. Выигрываешь в начале года и потом реализуешь. По идее региональная финансовая поддержка на этом и

закончилась. А если что-то нужно в конце года, идея появилась или ситуация поменялась, то ты вынужден ждать пока объявят новый конкурс. Если кратко: более равномерно распределить ресурсы под календарь».

«С точки зрения организации процесса хотелось бы, чтобы это была круглогодичная программа, которая позволяла бы как конвейер обучать, создавать новые, поддерживать существующие НКО. Чтобы не приходилось ждать следующих курсов, которые будут через 3 месяца и не факт, что ты все еще будешь хотеть. Как правило наибольшая активность идет перед грантовыми конкурсами, а системной истории не хватает».

В ЧАСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ НКО

Респонденты отмечали, что несмотря на большое количество образовательных программ, все они носят эпизодический и местами поверхностный характер. Поэтому главное предложение экспертов в части подготовки кадров для НКО заключается в том, что обучение должно стать системными, иметь практическую направленность и стажировки. Нужны наставники-практики и преподаватели не статусные, а умеющие адаптировать материал под разный уровень аудитории.

«Это должна быть системная работа. Мы должны набрать какую-то группу начинающих и дать им базовый курс. Не от случая к случаю».

«Все должны пройти какой-то минимум. Должен быть установлен обучающий минимум».

«Надо выстроить семинары не однодневные, а курсами и включающие практическую направленность, и стажировки».

Институт наставничества должен быть и это должны быть профессионалы. Обучением молодых кадров должны заниматься те, кто в НКО давно и зарекомендовали себя, за которыми идут.

«Нужно больше экспертов, которые говорят на одном языке с общественниками, сами из этого же мира, умеют адаптировать материалы и делают это более современно».

В ИНФОРМАЦИОННОМ ОСВЕЩЕНИИ

В части содействия в информационном освещении деятельности НКО требуется решить три ключевые задачи:

- дать всем НКО базовые навыки работы с современными медиа или создать для этих целей специализированный ресурсный центр, который возьмет функцию создания и размещения контента на себя;
- создать единый информационный ресурс для оперативного информирования СО НКО о новостях, при этом избегать спама и информационного шума;
- предусмотреть возможность сотрудничества с традиционными СМИ (субсидирование расходов на публикации, квоты на социальную рекламу)

«Возможно, это какая-то онлайн площадка, где все они проходят свои онлайн уроки. Эксперт записал, выложили, человек зашел, послушал, практическую часть сделал и получил свою обратную связь! Как онлайн школа, но не толпа сидит перед лектором, а где человек в своем темпе может этому учиться».

«О проектах они могут сами, а информационная компания региона должна удерживать позитивную повестку в целом, актуализировать социальные заказы, плюс негативную повестку перерабатывать в госзаказ. Я считаю, что это задача информационной службы, превращать "ужас- ужас" в "давайте мы соберемся и сделаем».

«Процентов 30, кто умеет с этим хорошо работать. Нужно уметь работать в современных тенденциях медиапространства, с продвижением, используя не только архаичные каналы, типа передачи и статейки совсем не вкусным языком в плане восприятия. Проще аутсорсинг, который умеет и понимает, как с этим работать».

«Нет ресурса, который бы оперативно информировал о всем, что происходит. Если мы говорим о том, где НКО получает информацию, какие меры поддержки существуют и как ими воспользоваться, они сами будут искать и специальных условий не нужно, если только кого-то садить и мониторить. Но ведь есть не только конкурсы, есть семинары, встречи, презентации, мероприятия. Должен быть ресурс, аккумулирующий это и все на него подписаны и знают, что вовремя эту информацию получают».

«Нужен ресурс, который максимально свободно, понятно, без ссылок на нормативные акты, мог рассказать НКО о всех направлениях, которые в регионе есть. А то, как только дело доходит до формулировок, НКО сразу убегают, им страшно такое читать. Ресурс о том, что есть в качестве системы поддержки НКО, во-вторых им нужно постоянно рассказывать о себе. Но под этот ресурс не подойдет ни портал правительства, ни серьезный стандартизированный сайт. Им нужно, чтобы не цензура, а

свобода высказываний была. Они часто готовы делиться фото и видео материалами по итогам проектов, мы бы рады его транслировать, но у нас нет этого ресурса».

В ОБЕСПЕЧЕНИИ ДОБРОВОЛЬЦАМИ

Первое, что нужно сделать в вопросах обеспечения НКО трудом добровольцев – это научить их к равноправному и взаимовыгодному сотрудничеству. Многие эксперты говорят об укоренившемся восприятии волонтера как бесплатного чернорабочего.

«Надо самих представителей НКО учить работе с добровольцами. Учат чему угодно, но не помню, чтобы этому. Они сами не знают, как привлечь добровольцев, как вести с ними систематическую деятельность, что им нужно какое-то поощрение, давать возможность получить опыт, самореализоваться. От них все зависит, если они сами не научатся, кто им еще привлечет добровольцев? А у их нет этой компетенции. Они часто в этом видят просто бесплатный труд».

Второе – это прекращение конкуренции за добровольцев с государственной системой, которая сейчас администрирует их занятость. НКО в своих проектах не всегда имеет ресурсы для вознаграждения добровольцев, сравнимые с теми, что заложены в федеральных добровольческих проектах.

«Государство конкурирует с НКО, забирая волонтеров на свои задачи. Когда добровольцы принимают участия в своих же мероприятиях, в центрах добровольчества, имеют свои бонусы в волонтерской книжке, то у НКО не всегда есть на это средства. А добровольцы уже привыкли к поощрениям. Надо уравнивать их в возможностях»

Третье – это помощь в информировании населения о проектах, в которых нужна помощь добровольцев. Федеральные платформы, типа «Добро.ру» не решают подобную задачу, потому что ориентированы на людей, уже вовлеченных в эту деятельность, а по словам эксперта добровольчество должно популяризироваться на массовую аудиторию.

«Где люди об этом узнают? Они должны понимать, что, если хотят какую-то активность проявить, они могут видеть всю эту карту НКО, которым нужны волонтеры. Есть "Добро.ру" и мне даже прилетало приглашение постоять на каком-то флешмобе, но мне такие истории вообще не заходят. Мы преувеличиваем значимость своих порталов, на них люди просто так не

пойдут. Нам нужен другой ресурс, прямо отдельный для тех, кто хочет стать добровольцем, благотворителем и это опять отдельная рекламная компания. Не та история, которую делает координационный совет, а очень публичная для людей, которые в это не вовлечены и это не муниципальные учреждения, у которых это в задании стоит. Это любой человек. И мы не можем их отправлять в организации, которые не готовы к приему добровольцев».

РЕКОМЕНДАЦИИ

ДЛЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ

1. В современных экономических реалиях, когда Президентом ставится в качестве приоритетной государственной задачи социальное благополучие граждан и обеспечение экономической стабильности, а последствия внешних рестрикций могут коснуться в первую очередь наименее защищенных слоев населения **необходимо сохранение финансирования «третьего сектора» как минимум на прежнем уровне**. СО НКО должны чувствовать четкие гарантии со стороны государства в том, что их деятельность нужна и важна и их поддержка будет сохранена.
2. **Необходимо формирование самостоятельного оператора грантов Губернатора Тюменской области**, который сможет выступить надотраслевым распорядителем, способным сконцентрировать на себе всю координационную работу по поддержке, консультационному, юридическому, ресурсному сопровождению региональных СО НКО и выступить в координирующей роли в том числе и по отношению к ресурсным центрам. В качестве примера эксперты приводили Фонд «Центр гражданских и социальных инициатив Югры».
3. И специалисты СО НКО, и эксперты отмечают, что **власти нужно актуализировать вопрос о формировании коворкинговых площадок для НКО**. С имущественной точки зрения это должен быть офисный комплекс с минимальными коммунальными расходами (или вообще без них) в котором могли бы функционировать несколько НКО. Эксперты выдвигают идею «Дома НКО», под крышей которого по мере необходимости (или одновременно) могли бы функционировать все НКО, дислоцированные в данной территории. Вопрос содержания и обеспечения таких «домов НКО» должен быть ответственностью власти.
4. С учетом того, что 31% обследованных СО НКО не участвуют/не получают грантовой и/или субсидиарной поддержки **необходим аудит потребностей региональных СО НКО, их наличной ресурсной базы и**

- потребностей в дополнительной внешней финансовой и методической поддержке.** На основе подобного аудита могут быть выработаны дифференцированные подходы для адаптации и качественной трансформации региональных СО НКО. Еще одним результатом аудита должна быть выработка рекомендаций для региональных ресурсных центров по индивидуализации подходов к работе с конкретными СО НКО.
5. **Необходим детальный анализ состояния крупного и среднего бизнеса в различных городских округах и муниципальных образованиях Тюменской области с целью выявления потенциала благотворительности** в пользу СО НКО. Необходимо доведение до представителей бизнес-сообщества положительных факторов благотворительности и потенциальных налоговых преференций от такой деятельности. Возможно формирование базы данных спонсоров-юридических лиц и благотворителей – частных лиц. Возможно регулярное нематериальное поощрение спонсоров и благотворителей (создание именных благотворительных фондов, присвоение почетных статусов наиболее крупным благотворителям или организациям-спонсорам, PR-сопровождение ресурсными центрами).
 6. **Необходим анализ причин пассивности некоторых СО НКО по привлечению партнерских ресурсов и средств благотворителей.** Необходимо, с помощью ресурсных центров формирование прямых цепочек «СО НКО – бизнес-сообщество» с целью привлечения предпринимателей и их ресурсов к проектам, реализуемым СО НКО.
 7. Как было показано выше, часть СО НКО предпочитают не только не искать новые ресурсы для поддержки своей деятельности, но и не хотят учиться этому, предпочитая сложившуюся годами практику и устоявшиеся объемы финансирования, позволяющие существовать в привычном поле оперативной деятельности. **Возможно установление в качестве одного из критериев оценки эффективности региональных СО НКО, помимо существующей оценки компетенции, числа или доли сотрудников, прошедших подготовку/переподготовку по предлагаемым ресурсными центрами программ.**
 8. У представителей региональных СО НКО уже актуализировался запрос на **формирование единого кроссплатформенного информационно-коммуникационного канала** способного объединить существующие ресурсы по правовой, информационной, консультационной, методической, финансовой, имущественной и иной помощи СО НКО на региональном и муниципальном уровнях, с возможностью предоставлением как горизонтальной (взаимодействие между СО НКО и СО НКО с ресурсными центрами), так и вертикальной (СО НКО-власть) коммуникации.
 9. **Необходима адаптация существующей «дорожной карты» к новым требованиям и вызовам,** озвученным федеральной властью, с учетом пожеланий ресурсных центров и самих СО НКО.

10. **Главное: на уровне региональной власти должна быть сформулирована четкая, понятная каждому участнику цепочки «власть- РЦ- СО НКО- население» стратегия**, которая должна быть доведена до всех участников процесса и которой должна быть подчинена вся их деятельность. Каждый участник процесса должен понимать не только свой сектор деятельности, но и итоговый результат, ради которой эта деятельность ведется.

В идеале каждый участник цепочки «власть- РЦ- СО НКО- население» будет способен получить информацию о проектах и ресурсах, предлагаемых для их реализации, требованиях для получения этих ресурсов, возможность определения соответствия собственных возможностей уровню и специфике предлагаемых проектов.

Каждый участник процесса должен четко понимать:

А) Какой запрос (социальный заказ) на работу СО НКО существует сегодня и какую цель преследует этот заказ;

Б) Какие ресурсы необходимы для реализации предлагаемых проектов;

В) Какие ресурсы есть в наличии СО НКО, а какие могут быть предложены для этого со стороны РЦ и власти;

Г) Что необходимо для успешной реализации проекта СО НКО: переподготовка кадров, предоставление потенциала РЦ, объединение ресурсов других СО НКО (коллаборация) и т.д.;

Д) Какие критерии оценки эффективности реализации конкретного проекта будут предъявлены к каждому его участнику;

Е) Каков пролонгированный эффект реализованный проект имеет для его целевой аудитории.

ДЛЯ РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРОВ

1. **Необходим анализ кадрового потенциала региональных СО НКО с целью формирования индивидуальных учебных планов с учетом пожеланий по программам обучения и преподавательскому составу со стороны самих СО НКО.** Представители СО НКО осознают необходимость самосовершенствования и готовы обучаться, однако предлагаемые учебные программы должны быть, во-первых, востребованными самими представителями СО НКО, а, во-вторых, нести системный характер, обладать практической и узко отраслевой характер. Необходим опыт и наиболее успешные практики других СО НКО, в том числе и за пределами Тюменской области, подталкивая организации к развитию.
2. **Ресурсным центрам необходимо активизировать работу по собственному позиционированию и продвижению, а также по информационному сопровождению региональных СО НКО,** как в выстраивании их взаимодействия с со СМИ и Интернет-ресурсами, так и

в сопровождении реализуемых СО НКО через ресурсные центры проектов.

3. Именно ресурсные центры должны стать двигателем аудита текущего состояния «третьего сектора и выработке рекомендаций по адресной работе с региональными СО НКО, предложенных в качестве рекомендаций органам власти.