

© **Вадим Васильевич Аксёнов**,
доцент кафедры государственного
и муниципального управления,
Владимирский филиал РАНХиГС

Aksenov Vadim V.
Associate Professor of the Department of State
and Municipal Management,
Vladimir Branch of RANEPA

© **Дмитрий Ильич Петросян**,
кандидат философских наук,
доцент кафедры
социально-гуманитарных дисциплин,
Владимирский филиал РАНХиГС

Petrosyan Dmitry I.
Candidate of philosophical Sciences,
Associate Professor Department of Social and
Humanitarian Disciplines,
Vladimir Branch of RANEPA

© **Марина Владимировна Соколова**,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры
социально-гуманитарных дисциплин,
Владимирский филиал РАНХиГС

Sokolova Marina V.
Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor Department of Social and
Humanitarian Disciplines,
Vladimir Branch of RANEPA

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ОСНОВЕ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА СОНКО)

Аннотация: в статье на основе данных социологического опроса социально ориентированных некоммерческих организаций анализируется их деятельность на территории Владимирской области. Подавляющее большинство НКО имеет свою целевую аудиторию, в качестве которой, как правило, выступают молодежь, ветераны, пенсионеры, инвалиды, семьи, воспитывающие ребенка-инвалида, многодетные и приемные семьи. Некоммерческие организации нуждаются в поддержке со стороны власти и жителей региона. Большая часть НКО указывает на наличие информационной, финансовой и консультационной помощи со стороны органов власти. Большая работа проводится по информированию жителей о деятельности НКО. Несмотря на позитивную тенденцию в этом направлении, значительная часть опрошенных ждет более активного участия населения в общественной жизни.

Summary. The article analyzes the results of a sociological survey of socially oriented non-profit organizations activities in Vladimir region. The vast majority of NPOs have their target audience, which, as a rule, are young people, veterans, pensioners, disabled people, families raising a disabled child, large and foster families. Non-profit organizations need support from the authorities and residents of the region. Most of the NPOs indicate the availability of information, financial and advisory assistance from the authorities. A lot of work is being done to inform residents about the activities of NPOs. Despite the positive trend in this area, a significant part of the respondents expect more active participation of citizens in public life.

Ключевые слова: социально ориентированные некоммерческие организации, целевая аудитория, участие в общественной жизни, информирование населения, поддержка со стороны органов власти.

Keywords: socially oriented non-profit organizations, target audience, participation in public life, information sharing, support from the authorities.

В 2017 году Владимирским филиалом РАНХиГС проводился социологический опрос сотрудников социально ориентированных некоммерческих организаций. Среди НКО, которые участвовали в опросе, 23,8 % определили как свой основной вид деятельности культуру, досуг, туризм, спорт; 22,5 % - социальную работу и социальную защиту, 13,8 % - благотворительность, 12,5 % - здравоохранение, медицину, пропаганду здорового образа жизни, 8,8 % - правозащитную деятельность, 6,3 % - информационную, консалтинговую деятельность, 5 % - науку и образование, 3,8 % - экологию и защиту окружающей среды, 1,3 % - сферу экономики и предпринимательства. Между выбранными видами деятельности существует значительный разрыв, явными лидерами выступают социальная работа и социальная защита, а также культура, досуг, туризм и спорт.

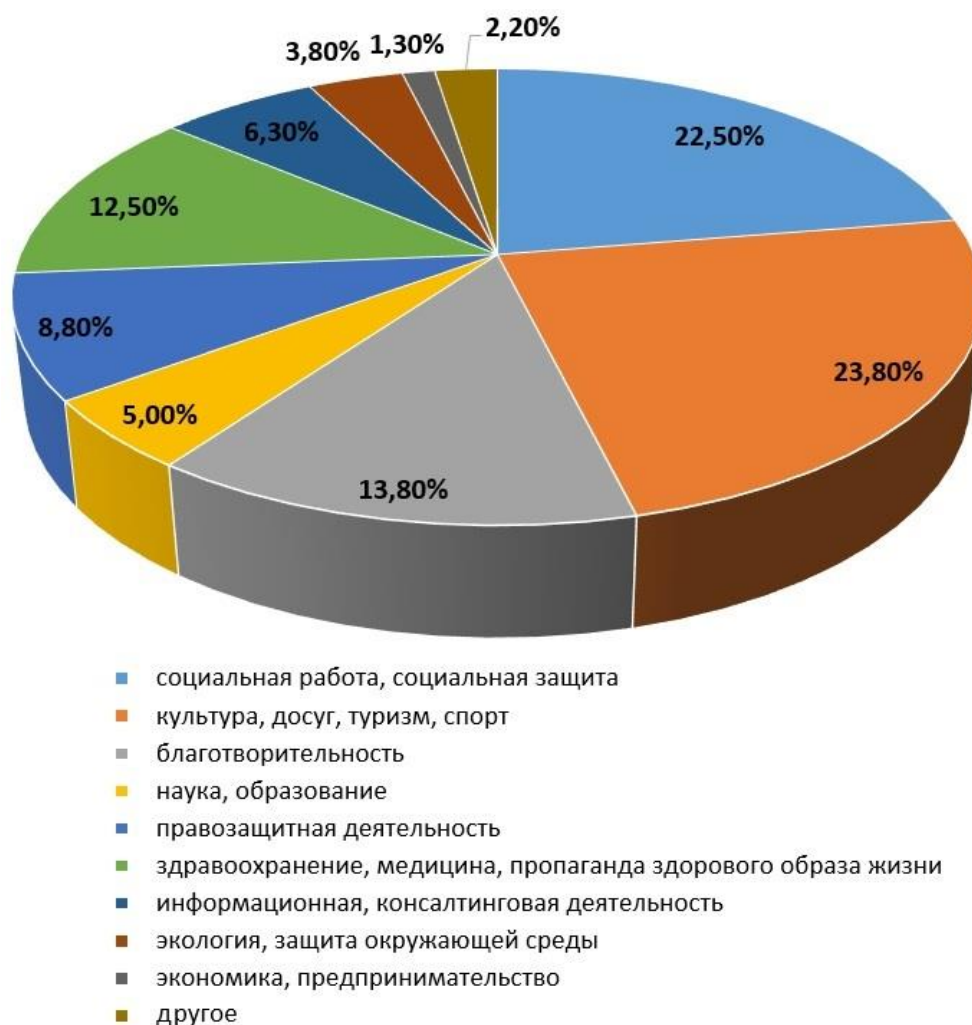


Рис. 1. Ответы на вопрос «Основными видами деятельности Вашей организации являются?» (% от числа опрошенных)

У большинства некоммерческих организаций Владимирской области есть своя целевая аудитория, на которую в первую очередь распространяется деятельность этих организаций. Только у 4,3 % НКО целевая аудитория отсутствует. Наиболее часто в качестве такой аудитории выступает молодежь (18,6 %), на втором месте оказываются ветераны и пенсионеры (17,1 %), на третьем – инвалиды, семьи, воспитывающие ребенка-инвалида. Далее с одинаковыми показателями представлены организации, работающие с многодетными семьями, приемными семьями, семьями, находящимися в трудной жизненной ситуации, и НКО, ориентированные на работу с детьми, оставшимися без попечения родителей, беспризорниками, трудными подростками (таких по 10 % от всех участвовавших в опросе).

некоммерческих организаций). За ними следуют организации, работающие с малообеспеченными слоями населения (8,6 %), с женщинами (7,1 %), военнослужащими и членами их семей (2,9 %), по 1,4 % составляют НКО, для которых основной целевой аудиторией являются мигранты, безработные и представители национальных меньшинств.



Рис. 2. Ответы на вопрос «Ориентирована ли Ваша организация на работу с конкретными группами населения?» (% от числа опрошенных)

У подавляющего большинства некоммерческих организаций штат сотрудников, работающих на постоянной основе, отсутствует либо очень незначительный (1 – 3 человека). В совокупности эти две группы составляют более 70 % от всех организаций, участвовавших в опросе. Еще 14,3 % НКО имеют в своем распоряжении от 4 до 10 постоянных работников, более 10 человек, работающих на постоянной основе, встречается только в каждой десятой организации.

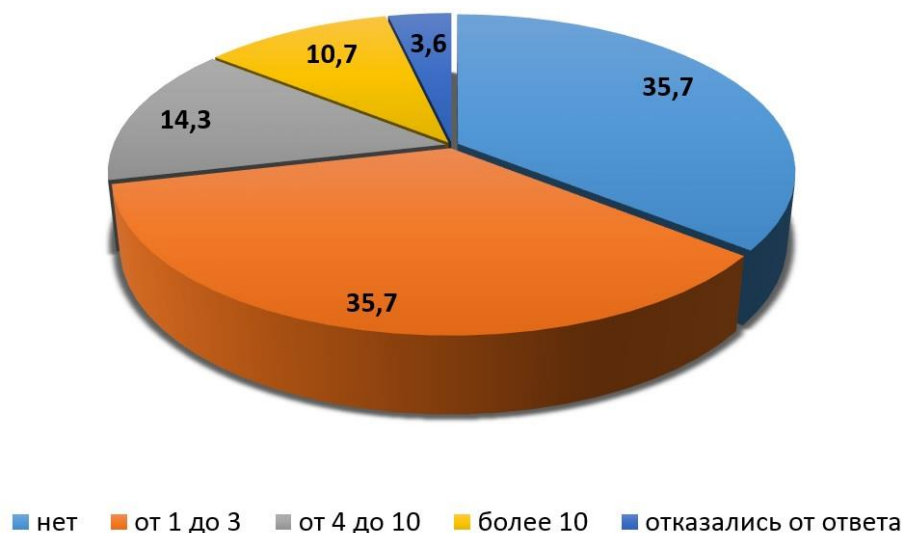


Рис. 3. Ответы на вопрос «Количество сотрудников в Вашей организации, работающих на постоянной основе?» (% от числа опрошенных)

Ситуация с наличием работников, работающих на временной основе, выглядит еще хуже, у 64,3 % НКО их просто нет, у 14,3 % - от 10 до 3 работников, еще у 14,3 % - от 4 до 10 работников, только 3,6 % некоммерческих организаций имеет более 10 человек, работающих на временной основе.

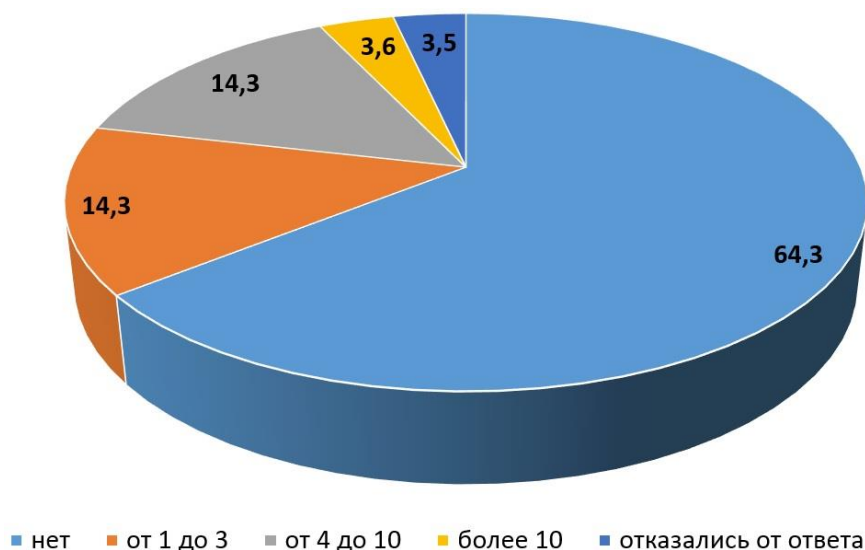


Рис. 4. Ответы на вопрос «Количество сотрудников в Вашей организации, работающих на временной основе?» (% от числа опрошенных)

Значительная часть участвовавших в опросе организаций была создана до 2000 года, на втором месте по времени создания оказываются НКО, появившиеся в промежуток с 2015 по 2017 год, на третьем месте с равными результатами оказываются некоммерческие организации, созданные в период с 2000 по 2008 год и с 2009 по 2014 год.

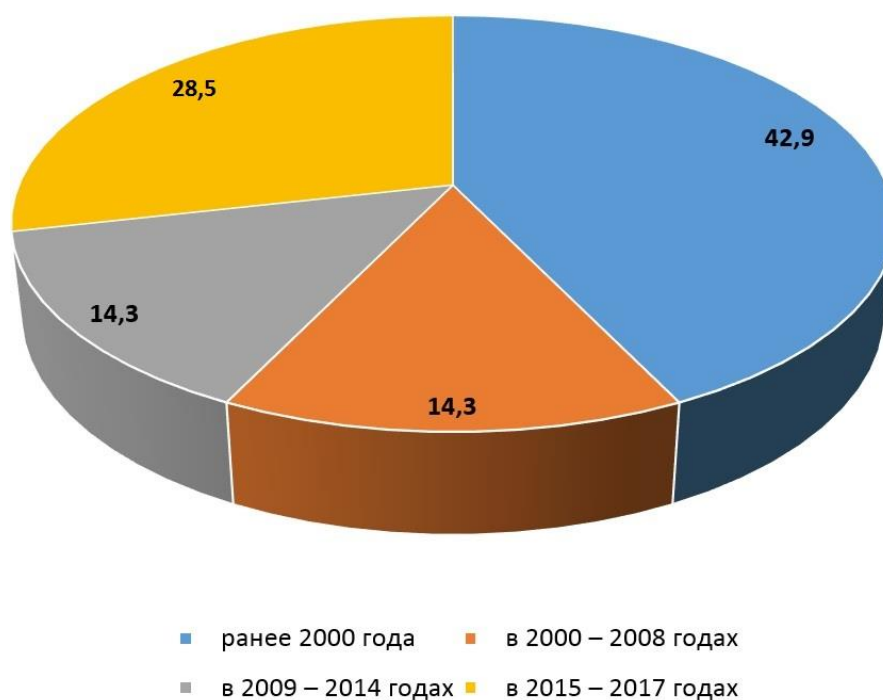


Рис. 5. Ответы на вопрос «Когда была создана Ваша организация?» (% от числа опрошенных)

Одной из важнейших проблем в деятельности НКО является отсутствие достаточной поддержки со стороны населения. 46,4 % некоммерческих организаций оценивают эту поддержку как достаточную, 35,7 % приходят к выводу, что поддержка есть, но ее не хватает, еще 17,9 % отмечают, что поддержка со стороны населения практически отсутствует. Таким образом, две последние группы хотели бы видеть более активную позицию населения, поэтому несмотря на то, что достаточно значительная часть позитивно оценивает отношение внешней среды к их деятельности, существует еще очень широкое поле работ в этом направлении.



Рис. 6. Ответы на вопрос «Считаете ли Вы достаточной поддержку Вашей организации со стороны населения или Вы хотели бы ее увеличить?» (% от числа опрошенных)

За последние десять лет некоммерческими организациями была проделана колоссальная работа по информированию населения о своей деятельности. Это является очень важной составляющей, которая формирует общественное мнение, привлекает граждан к участию в деятельности некоммерческих организаций. Самыми распространенными каналами передачи информации являются друзья, знакомые и публикация в местных печатных СМИ, далее следуют публичные выступления, сюжеты на местном телевидении, информирование через сайт организации в Интернете, адресная работа в целевых аудиториях и распространение информации через добровольцев. Наиболее часто встречаются ролики социальной рекламы и расклейка объявлений в общественных местах. Среди иных источников информации некоммерческие организации обычно указывают работу в социальных сетях, особенно когда идет речь о работе с целевой аудиторией молодежи.



Рис. 7. Ответы на вопрос «Каким образом Ваша организация распространяет информацию о своей деятельности?» (% от числа опрошенных)

Зачастую для реализации проектов необходима консолидация усилий сразу нескольких коммерческих организаций. Самыми распространенными направлениями и формами взаимодействия НКО между собой являются: совместное участие в программах (18,7 %), совместная организация мероприятий (17,6 %), информационное сотрудничество (16,5 %), взаимное консультирование (16,5 %), совместное обращение в органы государственной власти или органы местного самоуправления (13,2 %). Реже всего встречаются совместный поиск источников финансирования и аренда помещений.

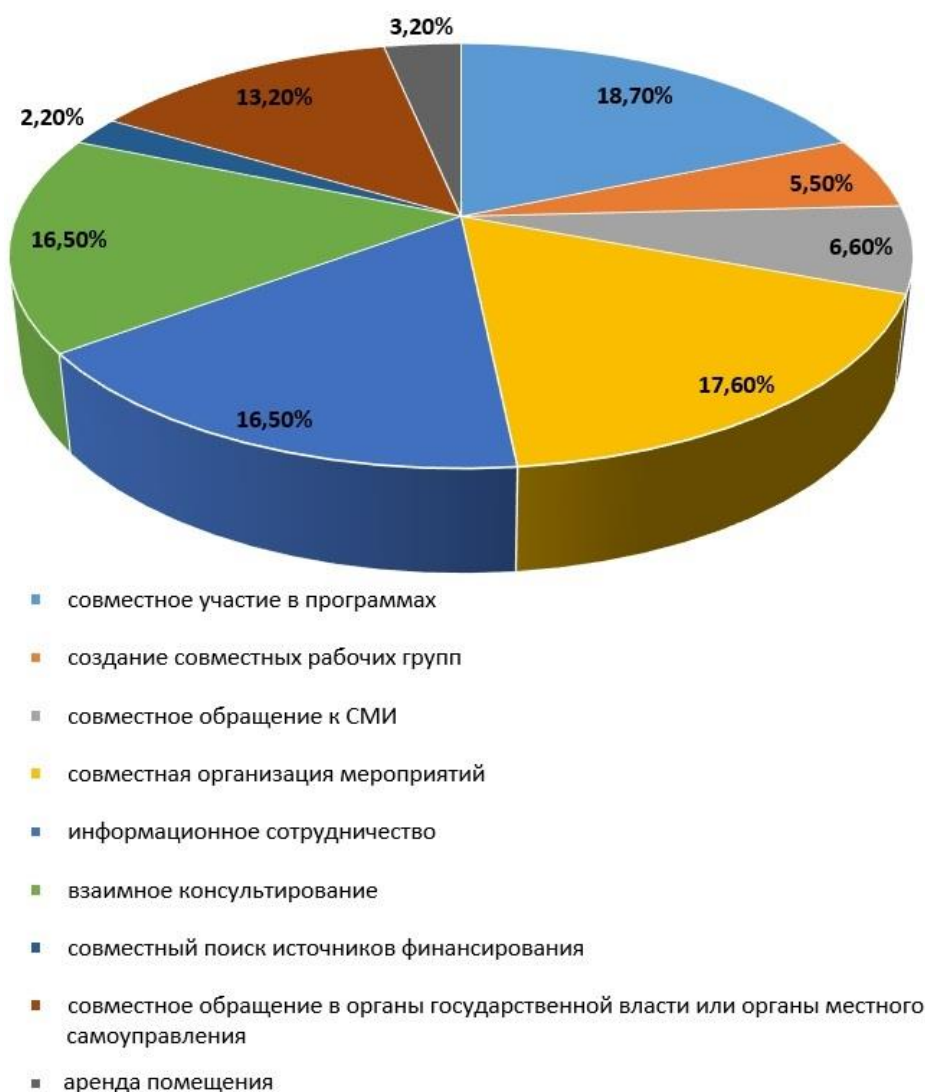


Рис. 8. Ответы на вопрос «Какие формы взаимодействия с другими некоммерческими организациями Вы применяете?» (% от числа опрошенных)

В отличие от поддержки со стороны населения с помощью некоммерческим организациям со стороны органов власти дело обстоит гораздо лучше. 82,1 % указали на наличие такой помощи, 7,1 % считают, что ее нет. Таким образом, подавляющее большинство некоммерческих организаций имеет возможность получить поддержку от органов власти.

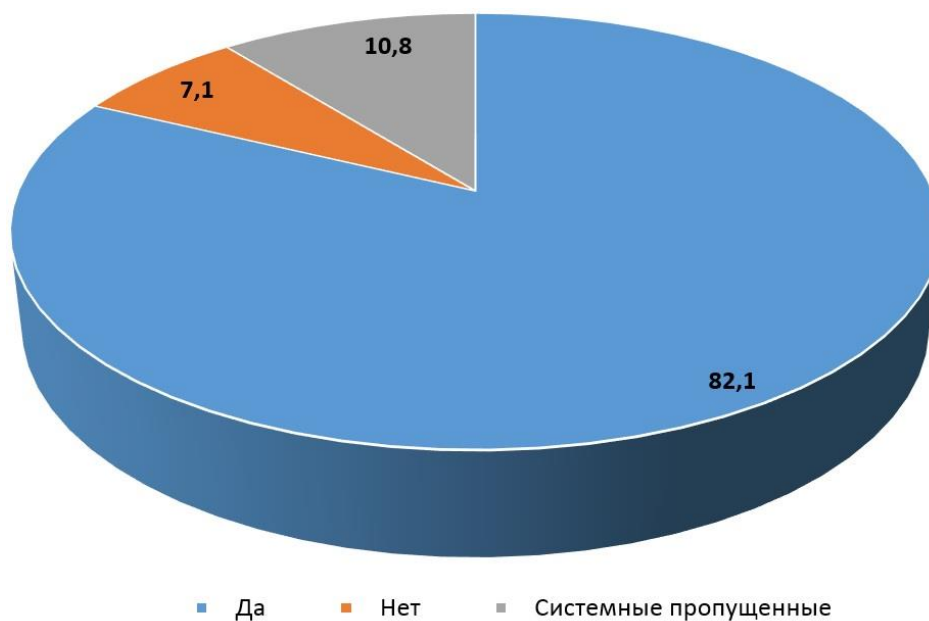


Рис. 9. Ответы на вопрос «Получаете ли Вы поддержку от органов власти?» (% от числа опрошенных)

Поддержка со стороны органов власти может проявляться в очень разных формах. Лидирующие позиции занимает информационная поддержка некоммерческим организациям. Такой вариант ответа выбрали 43,5 % респондентов, на втором месте оказалась финансовая поддержка (28,3 %), на третьем – методическая помощь (23,9 %).

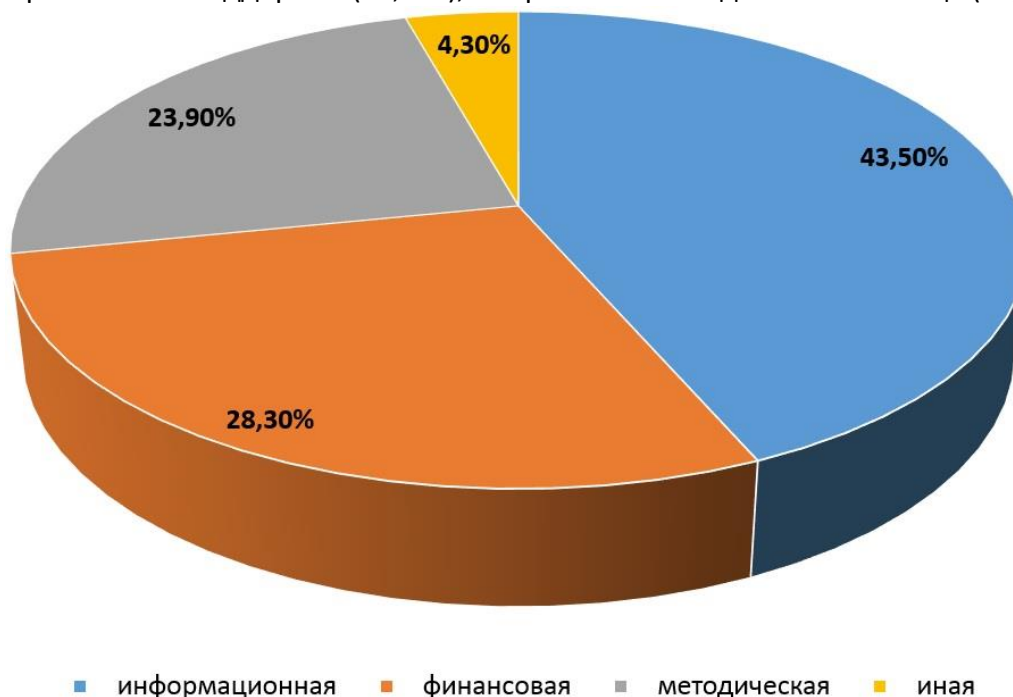


Рис. 10. Ответы на вопрос «В каких формах выражается поддержка от органов власти?» (% от числа опрошенных)

Безусловно, всегда организации будут желать увеличения объемов поддержки, в условиях ограниченности ресурсной базы и сложных социально-экономических условий будет востребован больший объем финансовой поддержки, именно на это и указывают

представители некоммерческих организаций. Половину мер, необходимых для улучшения положения СОНКО во Владимирской области, составило увеличение финансовой поддержки (51,1 %). Две другие меры среди ответов респондентов встречаются практически в равной степени и предполагают совершенствование действующего законодательства и увеличение организационной поддержки.

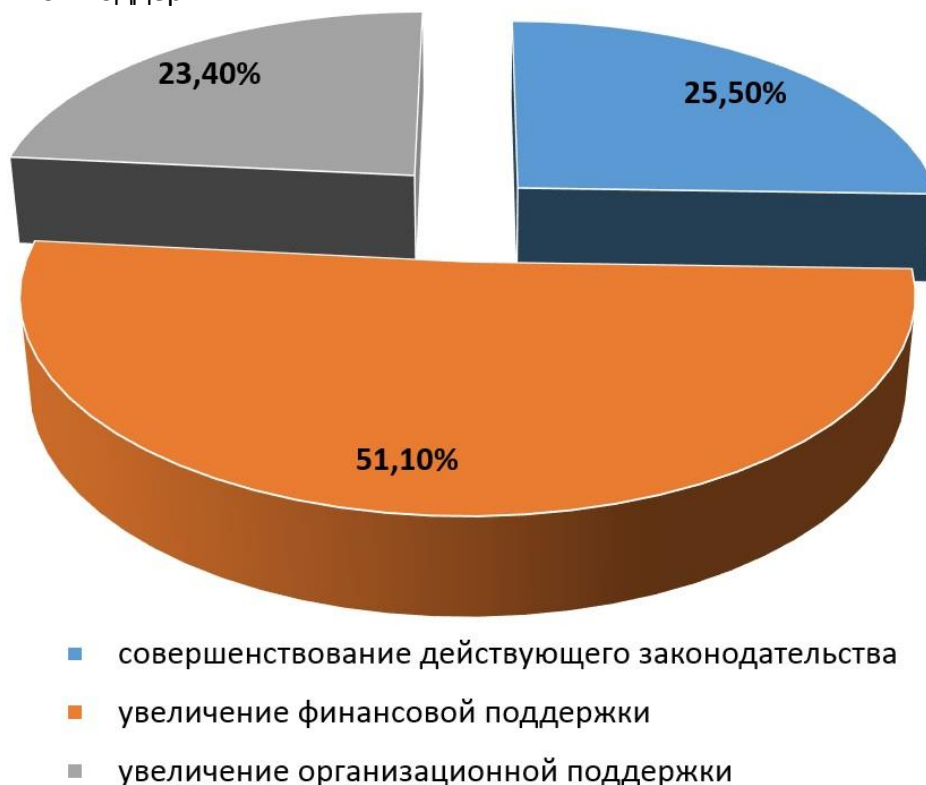


Рис. 11. Ответы на вопрос «Какие меры необходимо предпринять для улучшения положения СОНКО во Владимирской области?» (% от числа опрошенных)

Среди источников финансирования деятельности некоммерческих организаций ни один не доминирует. Источники разнообразны и распределены довольно равномерно: членские взносы (18,1 %), личные средства членов, сотрудников и учредителей организации (18,1 %), средства грантодающих организаций (15,3 %), спонсорство российских коммерческих организаций (11,1 %), добровольные взносы и пожертвования частных лиц (11,1 %), финансирование из регионального бюджета (6,9 %), взносы учредителей и собственников (6,9 %), финансирование из муниципальных бюджетов (5,6 %). Самыми невостребованными источниками оказываются финансирование из средств федерального бюджета (2,7 %) и доходы от реализации услуг (товаров) организации (4,2 %).



Рис. 12. Ответы на вопрос «Каковы источники финансирования Вашей организации?» (% от числа опрошенных)

Разнообразны и основные статьи расходов НКО: организация и проведение мероприятий (18,1 %), канцелярские расходы (12,1 %), налоги, банковские сборы (9,5 %), оплата труда и услуг сотрудников и привлечение специалистов (9,5 %), помощь людям в трудной жизненной ситуации (7,8 %), услуги связи (6,9 %), полиграфические расходы (6,0 %). Такие статьи расходов, как приобретение оргтехники и иного оборудования, освещение деятельности и мероприятий в СМИ, оплата труда волонтеров, ремонтные работы, оплата коммунальных платежей, благотворительная деятельность, встречаются значительно реже.

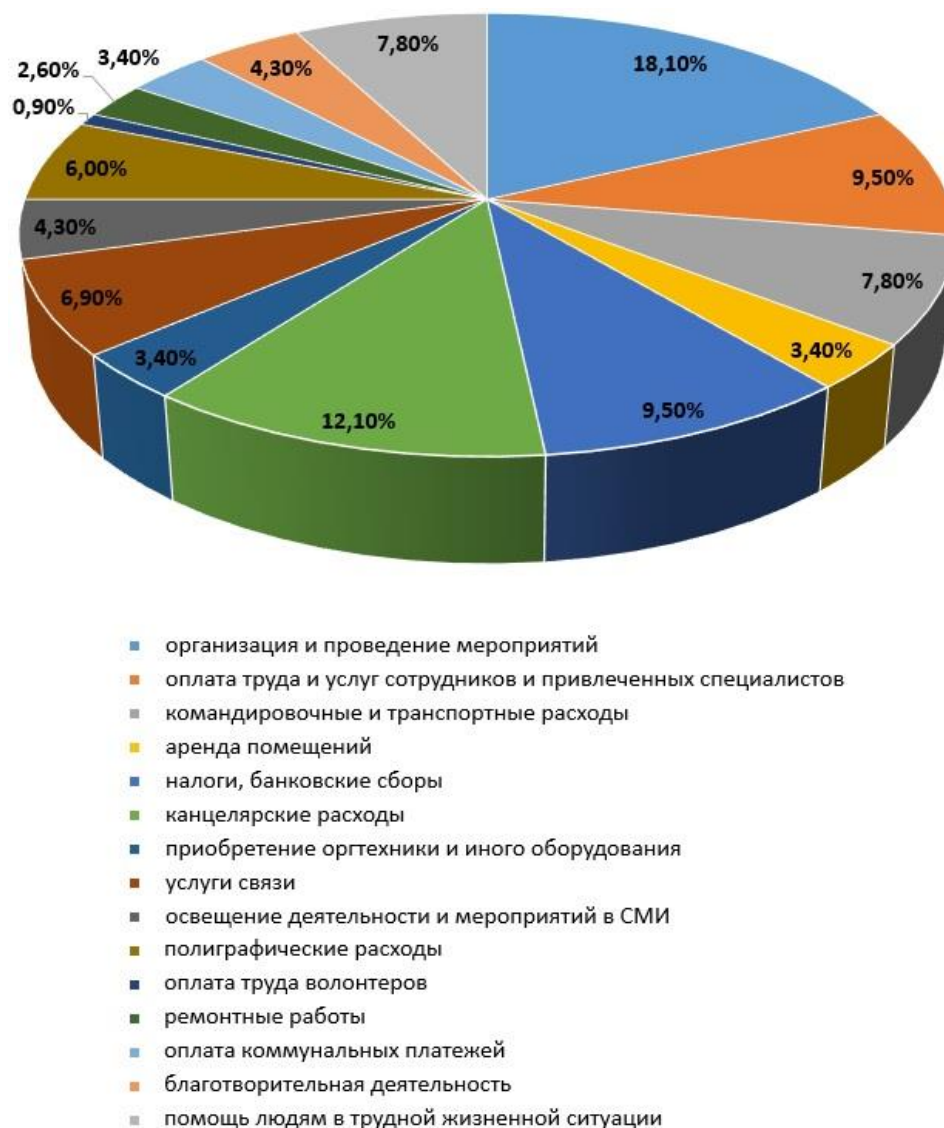


Рис. 13. Ответы на вопрос «Каковы основные статьи расходов в организации?» (% от числа опрошенных)

Большинство некоммерческих организаций Владимирской области в своей работе использует труд добровольцев, таких оказалось 89,3 %. Только 7,1 % опрошенных НКО указали, что не использует труд добровольцев в своей деятельности.

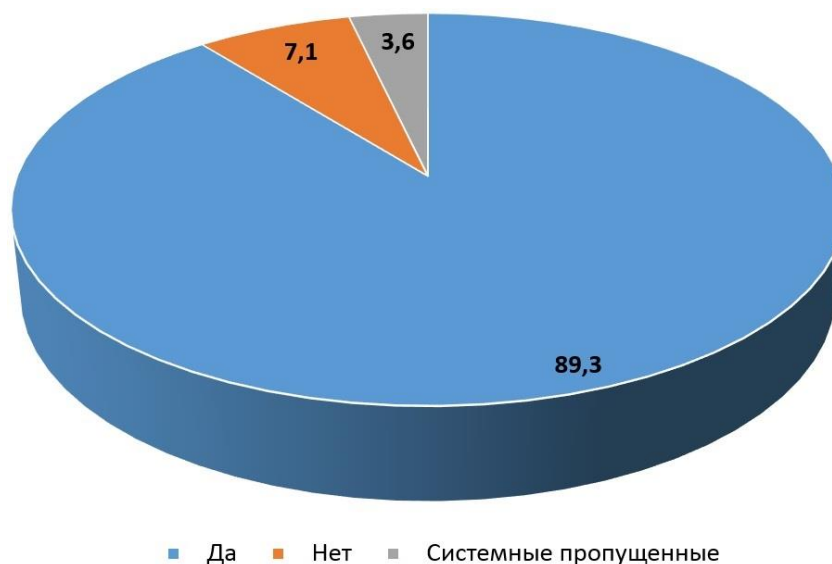
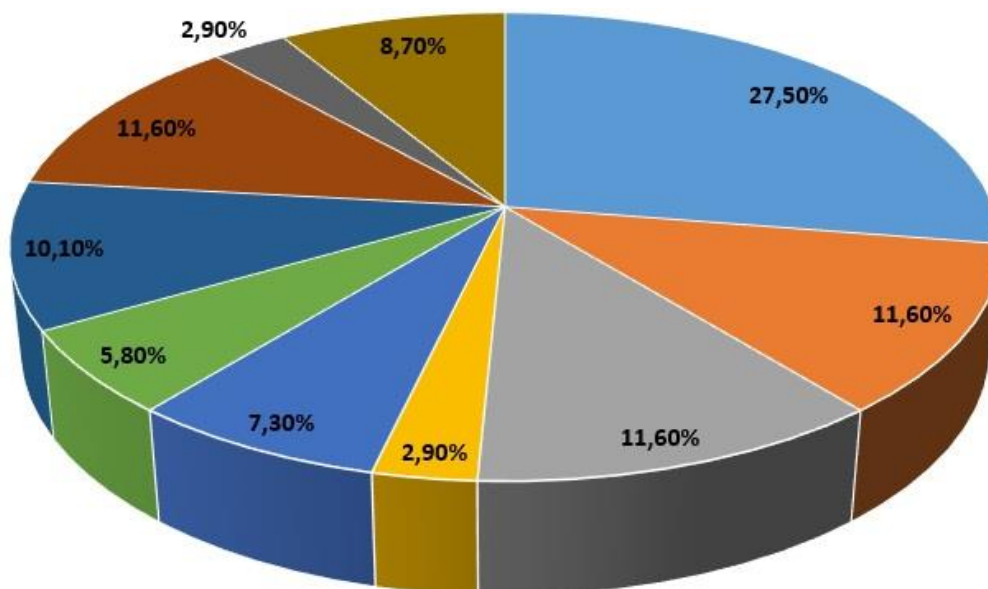


Рис. 14. Ответы на вопрос «Используете ли Вы в своей работе труд добровольцев?» (% от числа опрошенных)

Самым распространенным для добровольцев является участие в коллективных акциях (молодежных, правозащитных, экологических) – 27,5 %, профессиональная помощь (например, работа медработником, педагогом, дизайнером) – 11,6 %, участие в поездках в детские дома, дома инвалидов – 11,6 %, помощь на дому инвалидам, пожилым людям, многодетным семьям – 11,6 %, сбор и передача вещей, продуктов нуждающимся – 10,1 %. Далее следуют: участие в благоустройстве социальных учреждений – 8,7 %, информационная работа, журналистика – 7,3 %, работа в офисе НКО – 5,8 %, дистанционная координационная работа – 2,9 %, сбор финансовых средств – 2,9 %.



- участие в коллективных акциях (молодежных, правозащитных, экологических)
- профессиональная помощь (например, работа медработником, педагогом, дизайнером)
- участие в поездках в детские дома, дома инвалидов и т.д.
- дистанционная координационная работа
- информационная работа, PR, журналистика
- работа в офисе НКО
- сбор и передача вещей, продуктов нуждающимся
- помощь на дому инвалидам, пожилым людям, многодетным семьям
- сбор финансовых средств
- участие в благоустройстве социальных учреждений

Рис. 15. Ответы на вопрос «В каких формах добровольцы участвуют в работе Вашей организации?» (% от числа опрошенных)

Необходимой составляющей развития гражданского общества является активное участие граждан в общественной жизни. Большинство некоммерческих организаций отметило, что участие жителей Владимирской области в общественной жизни есть, но оно развито недостаточно (60,7 %), еще 7,1 % указали на практическое отсутствие участия граждан в общественной жизни. Только 28,6 % НКО удовлетворены сложившейся ситуацией.



Рис. 16. Ответы на вопрос «Как Вы думаете, достаточно ли развито во Владимирской области активное участие граждан в общественной жизни?» (% от числа опрошенных)

Проведенный опрос сотрудников некоммерческих организаций Владимирской области выявил определенные проблемные вопросы в деятельности НКО. Деятельность большинства организаций ориентирована на такие социальные группы, как молодежь, ветераны, пенсионеры, инвалиды и семьи, воспитывающие ребенка-инвалида. Особенности целевой аудитории определяют основные виды деятельности, к которым в первую очередь относится социальная работа и социальная защита населения. Несмотря на наличие положительной динамики во взаимодействии социально ориентированных организаций с населением и органами власти региона, НКО нуждаются в большей финансовой поддержке государства и большей включенности жителей в общественную жизнь Владимирской области.

Список литературы

1. Авдеев В. В. Фонды как некоммерческие организации: понятие, структура, правовое регулирование // Некоммерческие организации в России. – 2015. – № 4. – С. 60 – 65.
2. Грищенко А. В. Совершенствование методического обеспечения налогового контроля некоммерческих организаций // Экономика. Налоги. Право. – 2016. – № 1. – С. 143 – 151.
3. Грищенко А. В., Заворыкин А. А. Налоговая поддержка НКО: мониторинг и оценка налоговых льгот // Некоммерческие организации в России. – 2017. – № 4. – С. 18 – 32.
4. Грищенко Д. И. Социально ориентированная некоммерческая организация как исполнитель общественно полезных услуг // Некоммерческие организации в России. – 2017. – № 5. – С. 46 – 56.
5. Грищенко Ю. И. Организационные вопросы оформления труда добровольцев (волонтеров) в благотворительных организациях // Некоммерческие организации в России. – 2016. – № 5. – С. 37 – 42.

6. Демидов А. В. НКО: статус исполнителя общественно полезных услуг // Некоммерческие организации в России. – 2017. – № 3. – С. 63 – 69
7. Задорин И. В., Зайцев Д. Г., Римский В. Л. Гражданское общество России в ближайшем будущем: результаты экспертного исследования // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). – 2009. – № 4. – С. 143 – 157.
8. Колбасов В. В. Некоммерческие корпоративные организации и их органы управления // Некоммерческие организации в России. – 2016. – № 4. – С. 54 – 58.
9. Колбасов В. В. Религиозные организации как некоммерческие юридические лица // Некоммерческие организации в России. – 2015. – № 5. – С. 61 – 73.
10. Кулькова В. Ю. Инновации в деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО) в России // Некоммерческие организации в России. – 2017. – № 1. – С. 41 – 46.
11. Шубина Л., Задорин И., Мойсов В., Халкина Е., Хомякова А. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики // Городское управление. – 2016. – № 6 (203). – С. 76 – 92.