



Агентство социальной информации
информационная поддержка гражданских инициатив



Исследовательская группа ЦИРКОН

Исследовательская группа ЦИРКОН
По заказу Агентства социальной информации
в рамках программы
"Укрепление общественной поддержки НКО"

Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы

09.07.2010



Цели исследования

Цели исследования

- ❑ Оценка изменений уровня общественной поддержки НКО за период 2008-2010 гг.
- ❑ Оценка эффективности деятельности, направленной на популяризацию НКО и продвижение идей благотворительности и добровольчества

География и объект исследования

География исследования:

- Москва;
- Барнаул;
- Калининград;
- Краснодар;
- Нижний Новгород.

Объект исследования:

- Население в возрасте от 25 до 45 лет;
- Руководители некоммерческих организаций.

Методика исследования

Базовый подход: воспроизведение методики исследования 2008 года

Население:

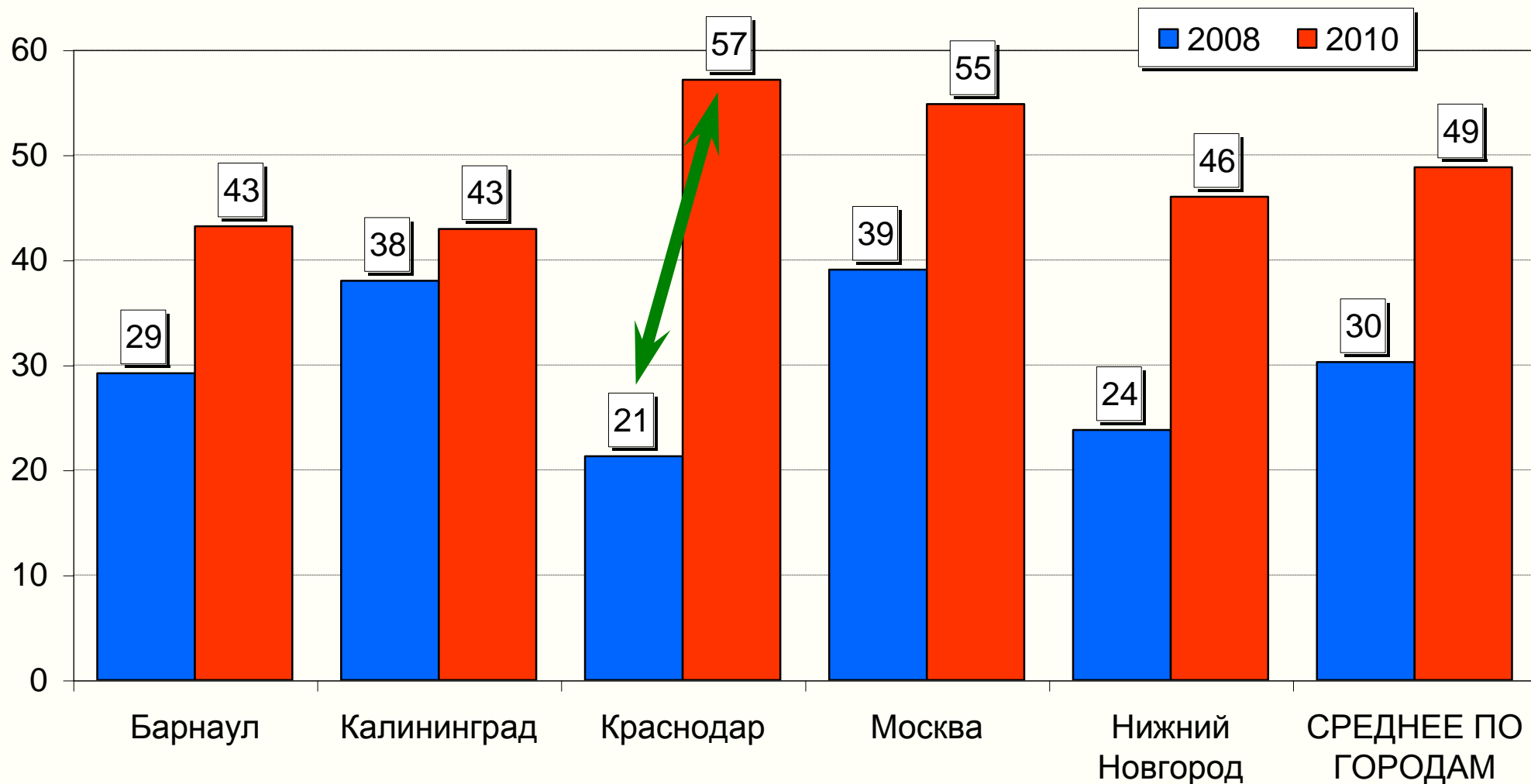
- ❑ **Массовые опросы по репрезентативным выборкам.** Объем выборочной совокупности респондентов составил от 500 до 600 респондентов в каждом городе.
- ❑ **Дискуссионные фокус-группы.** Респонденты двух категорий: уже участвующие в деятельности благотворительных или общественных организаций и пока не участвующие, но выражающие желание участвовать.

Руководители НКО:

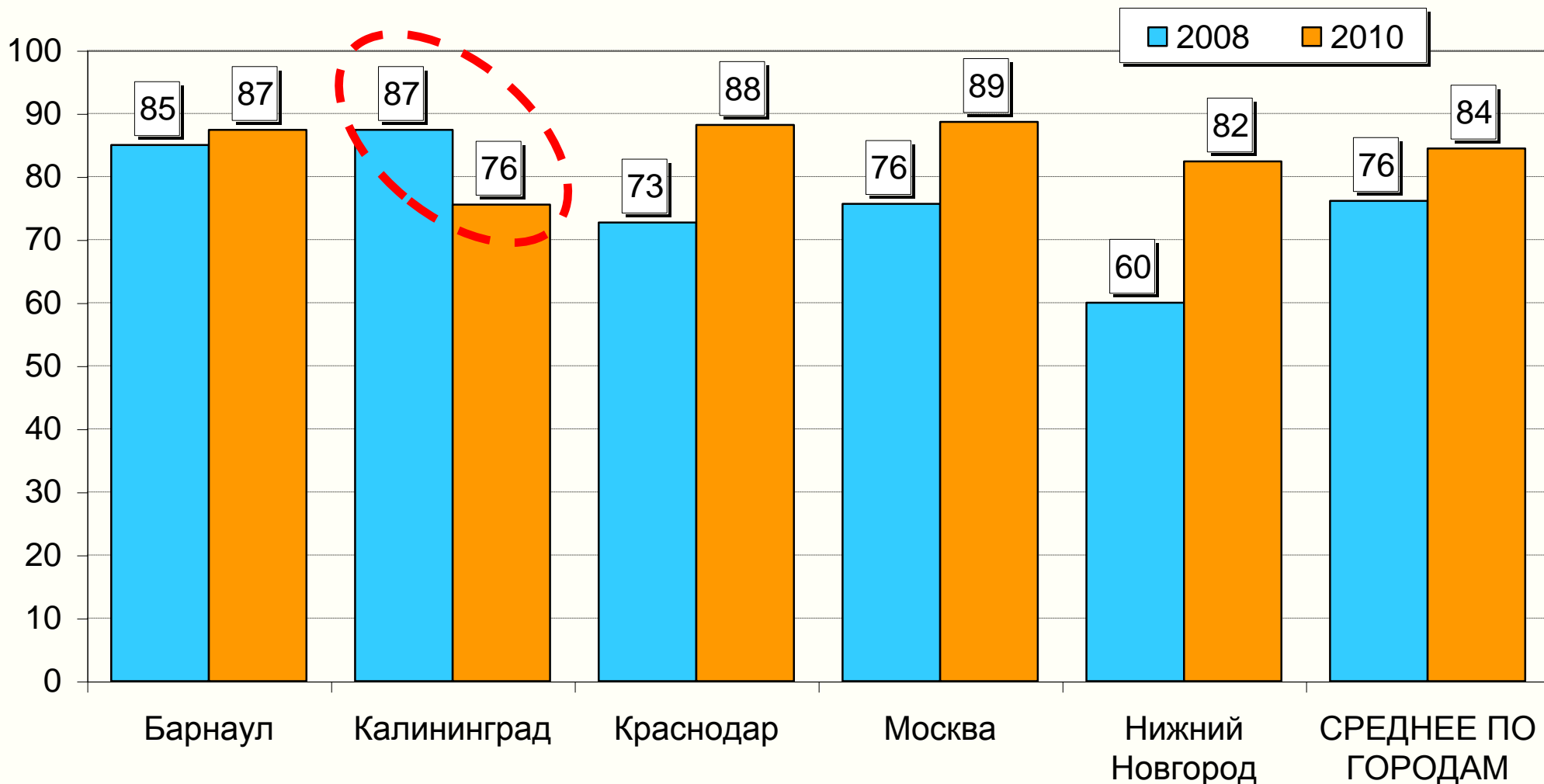
- ❑ **Панельный опрос.** Общий объем выборки – 162 респондента (от 30 до 37 в каждом из пяти городов). Объем панельной выборки - 144 респондента (участники обеих волн).

Часть 1. Динамика ключевых показателей (население)

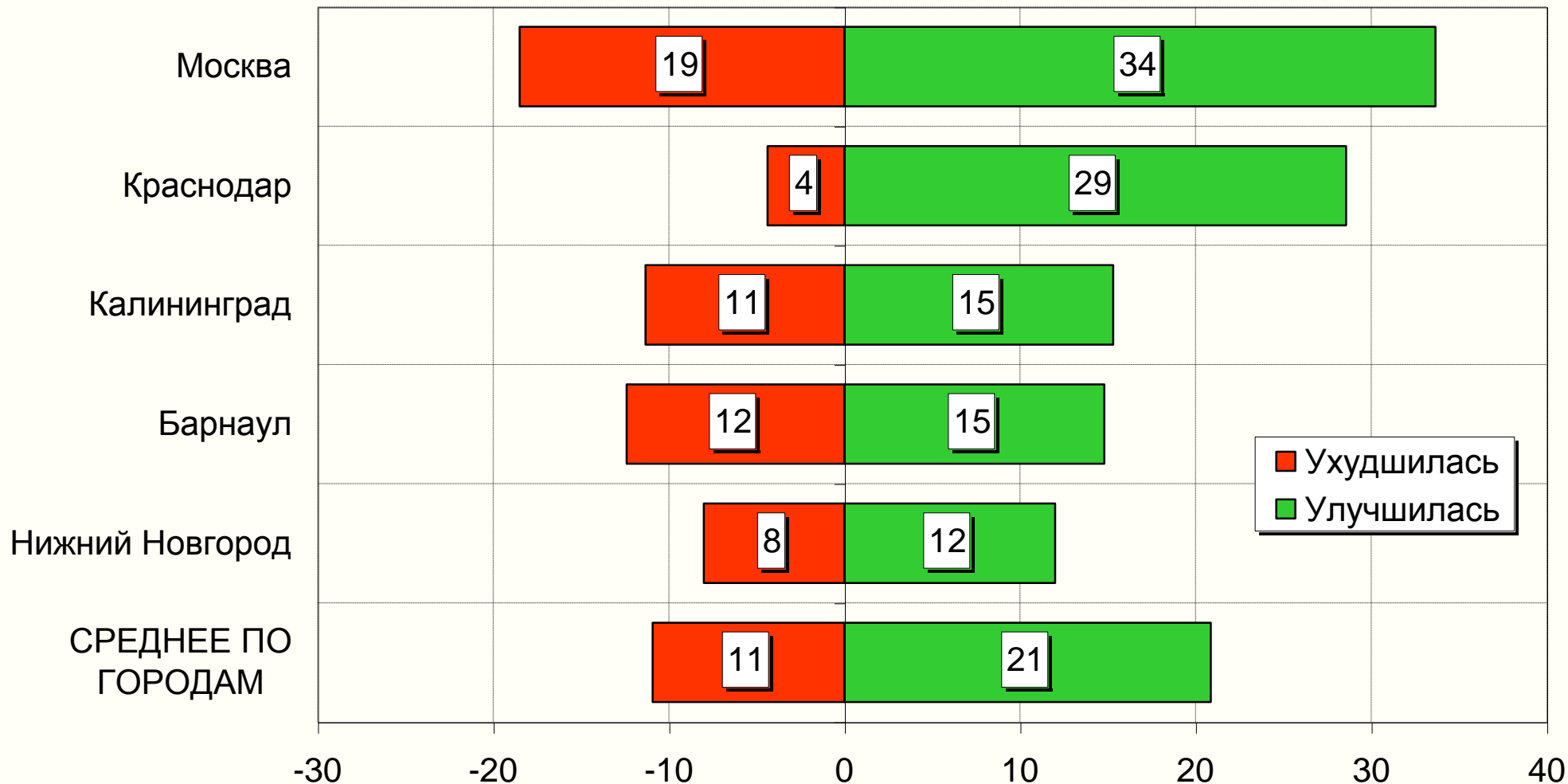
«Слышали ли Вы о благотворительных или общественных организациях, занимающихся в нашем городе решением различных социальных проблем?» [доли ответов «Да, слышал»]



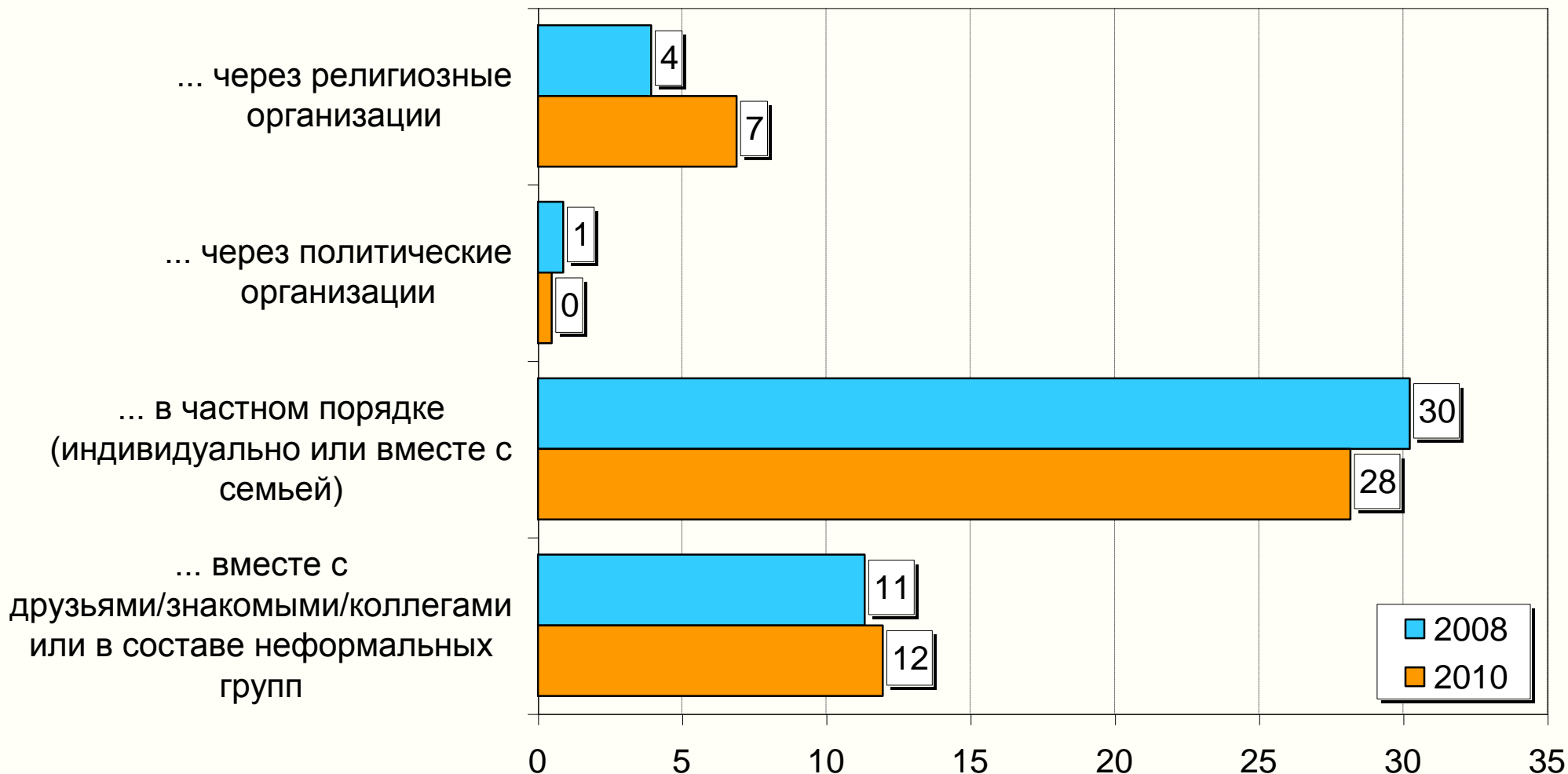
«Как Вы в целом относитесь к деятельности благотворительных и общественных организаций – положительно или отрицательно?»
[совокупные доли ответов «Положительно» и «Скорее положительно»]



«Как, на Ваш взгляд, изменилась ситуация с участием населения в благотворительной или общественно-полезной деятельности, связанной с решением различных социальных проблем?»

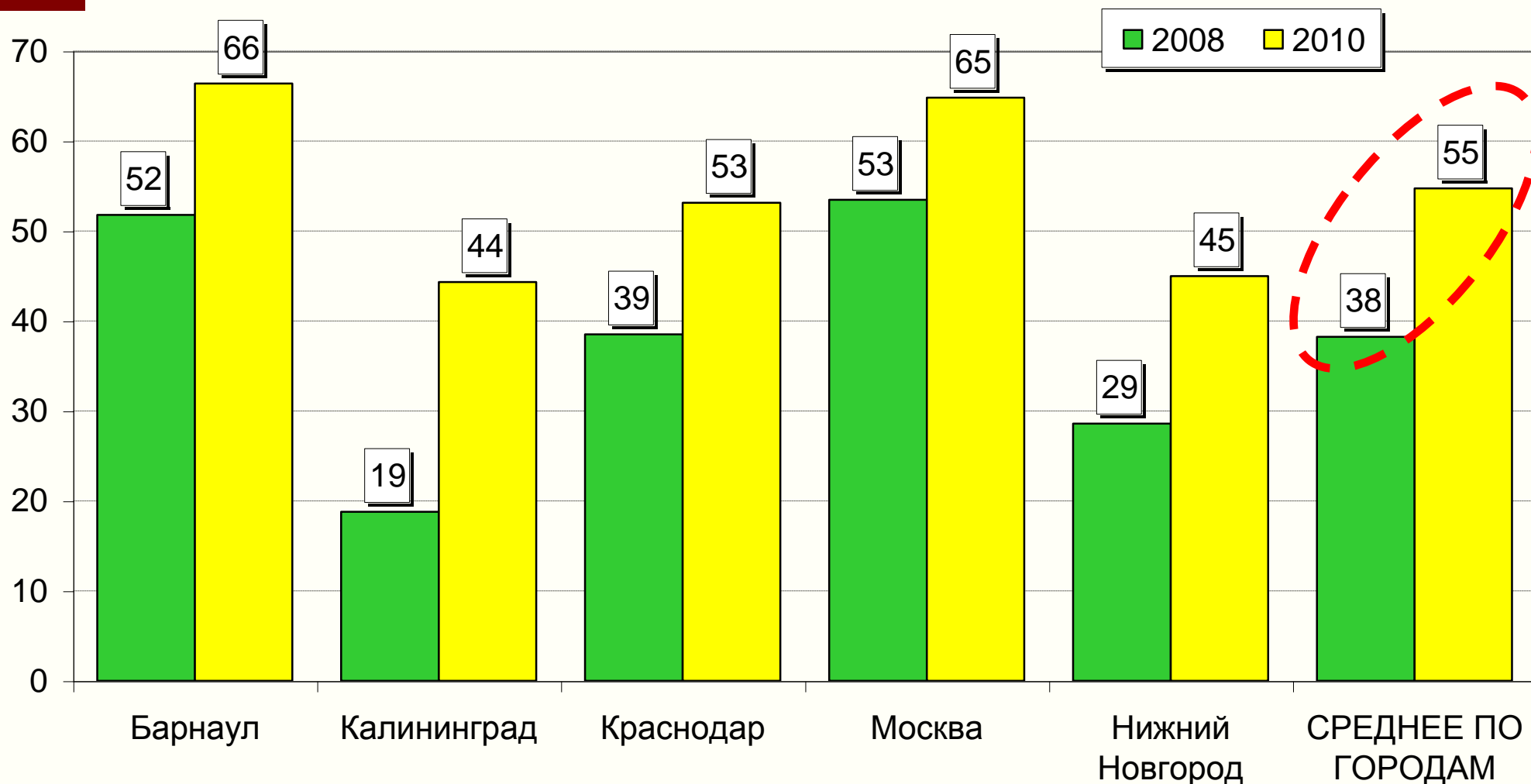


«Принимали ли Вы в течение прошедшего года участие в благотворительной или общественно-полезной деятельности...?»
[средние доли ответов «Принимал участие» по городам]

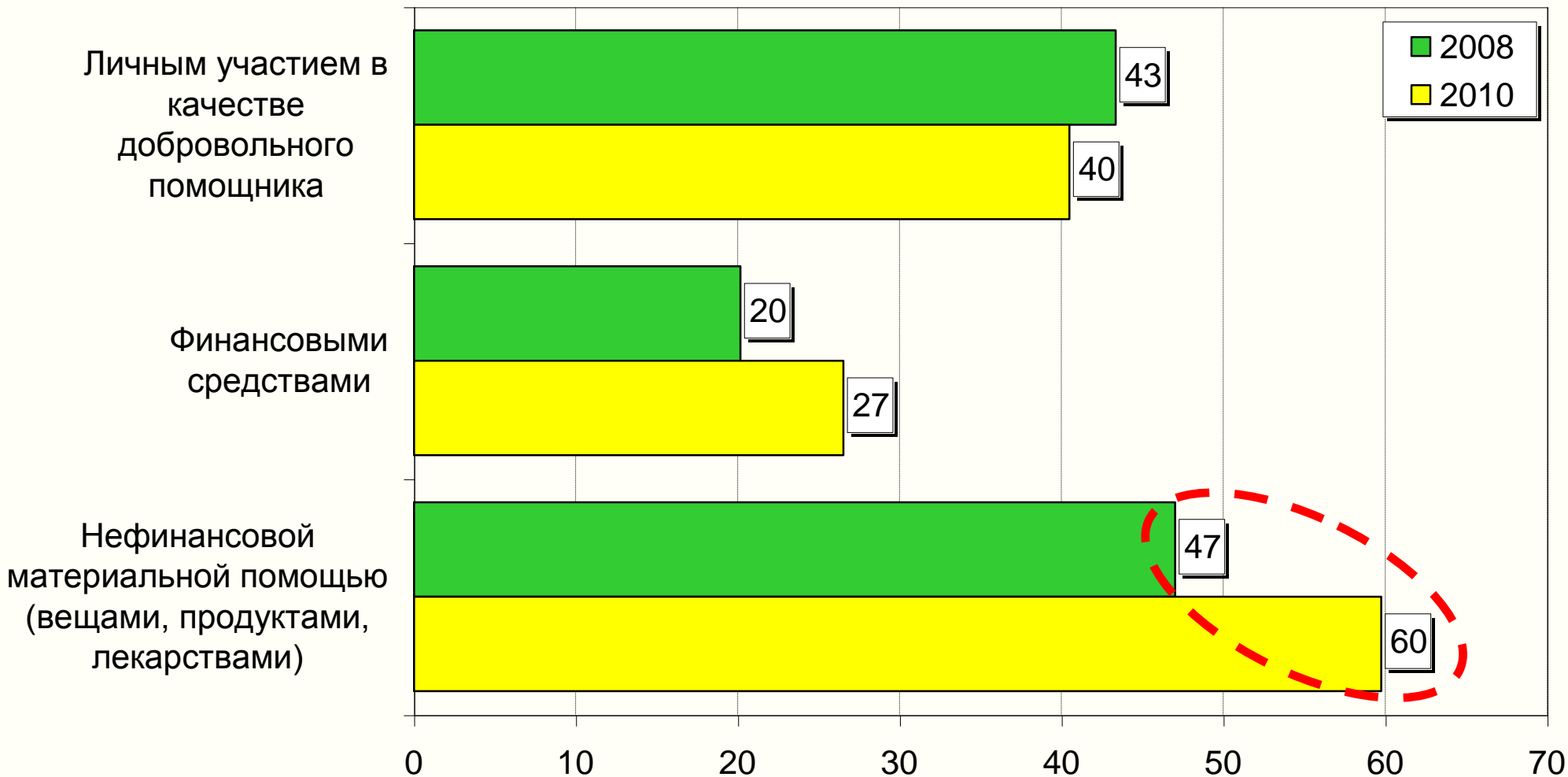


«Хотели бы Вы в будущем принимать участие в деятельности благотворительных или общественных организаций?»

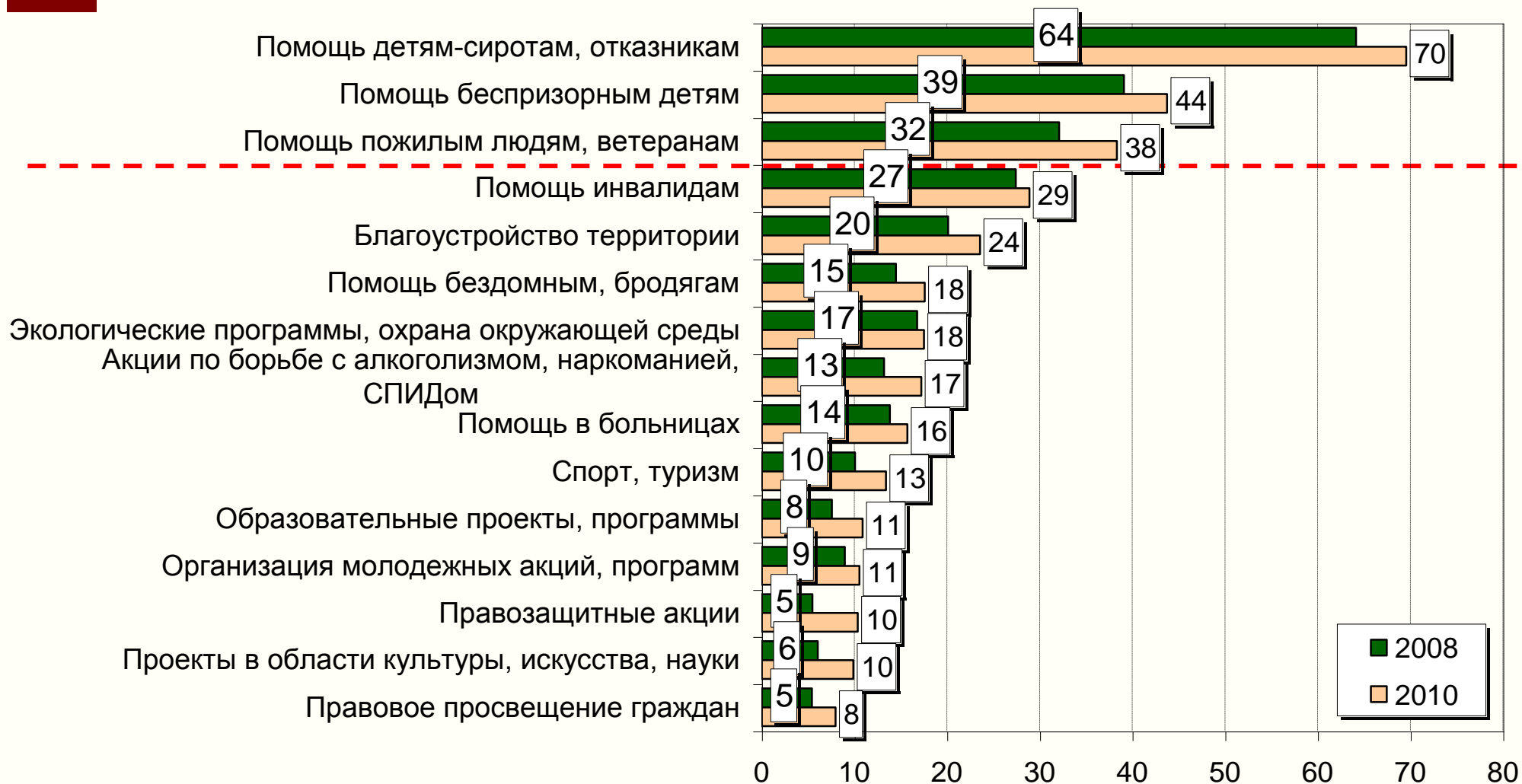
[совокупные доли ответов «Да, хотел бы» и «Скорее хотел бы»]



«А в каких формах Вы могли бы участвовать в деятельности благотворительных или общественных организаций?» [ответы не отвергающих возможность участия; средние по городам]



«В каких сферах благотворительной или общественно-полезной деятельности Вы готовы были бы оказывать помощь?» [ответы не отвергающих возможность участия; средние по городам]



«Какие виды личного участия в деятельности благотворительных или общественных организаций были бы для Вас приемлемы?»
 [ответы не отвергающих возможность участия; средние по городам]

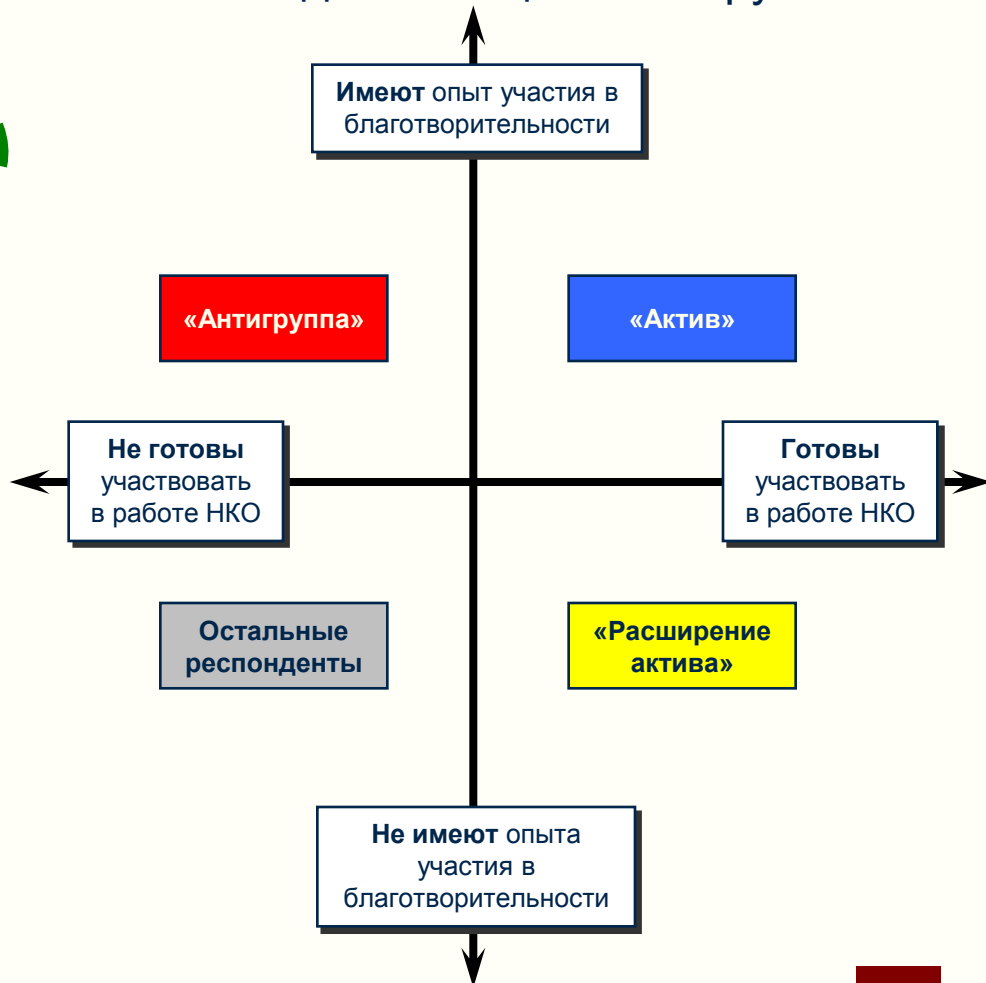


Размеры целевых групп

Изменение размеров целевых групп
(в среднем по городам)

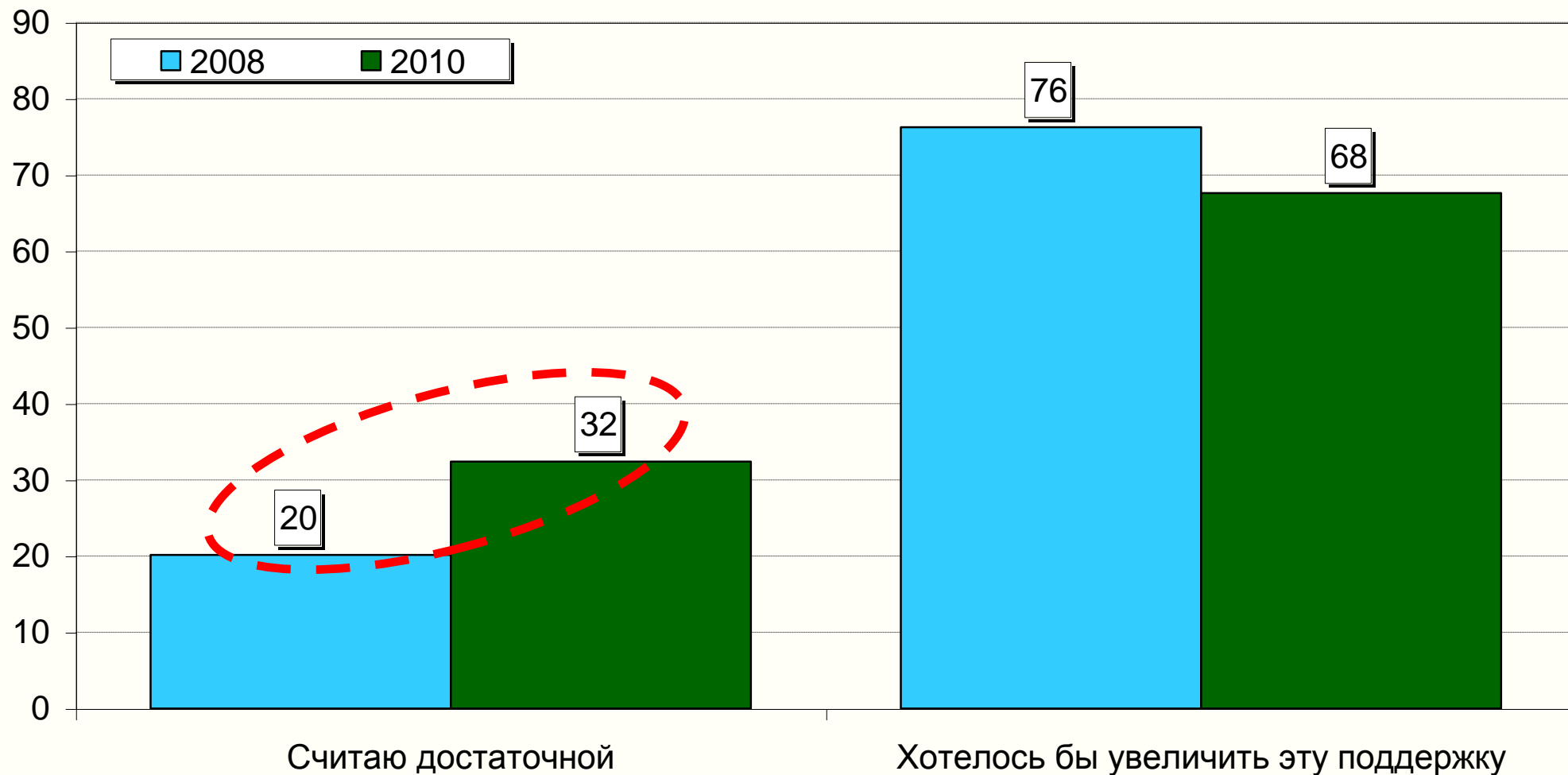


Схема выделения целевых групп

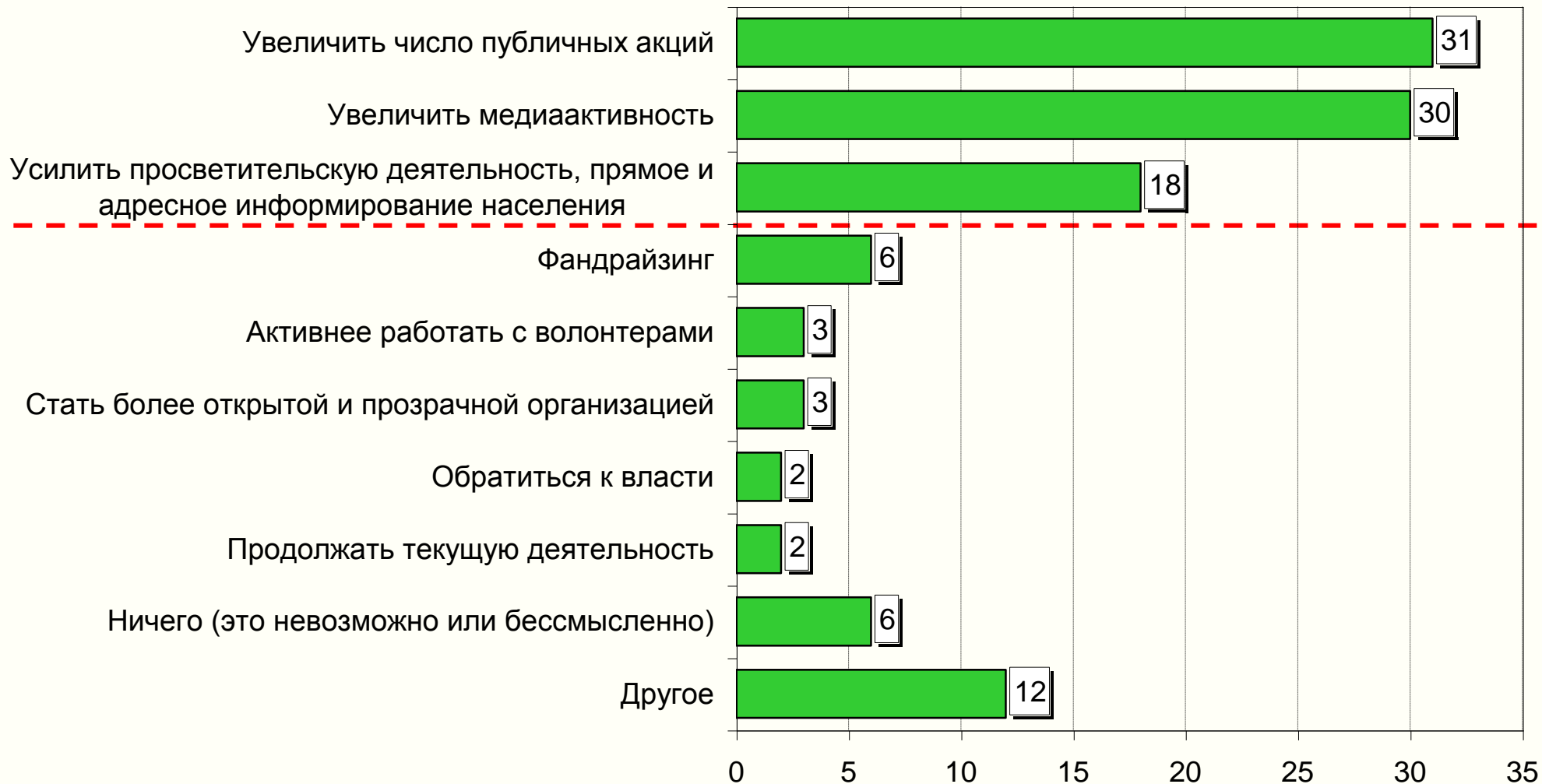


Часть 2. Изменение общественной поддержки в восприятии руководителей НКО

«Считаете ли Вы достаточной поддержку деятельности Вашей организации со стороны населения?»



«Что Ваша организация готова предпринять для увеличения поддержки населения в ее деятельности?» [количество ответов]



«Изменилась ли поддержка населением деятельности Вашей организации за последний год?»

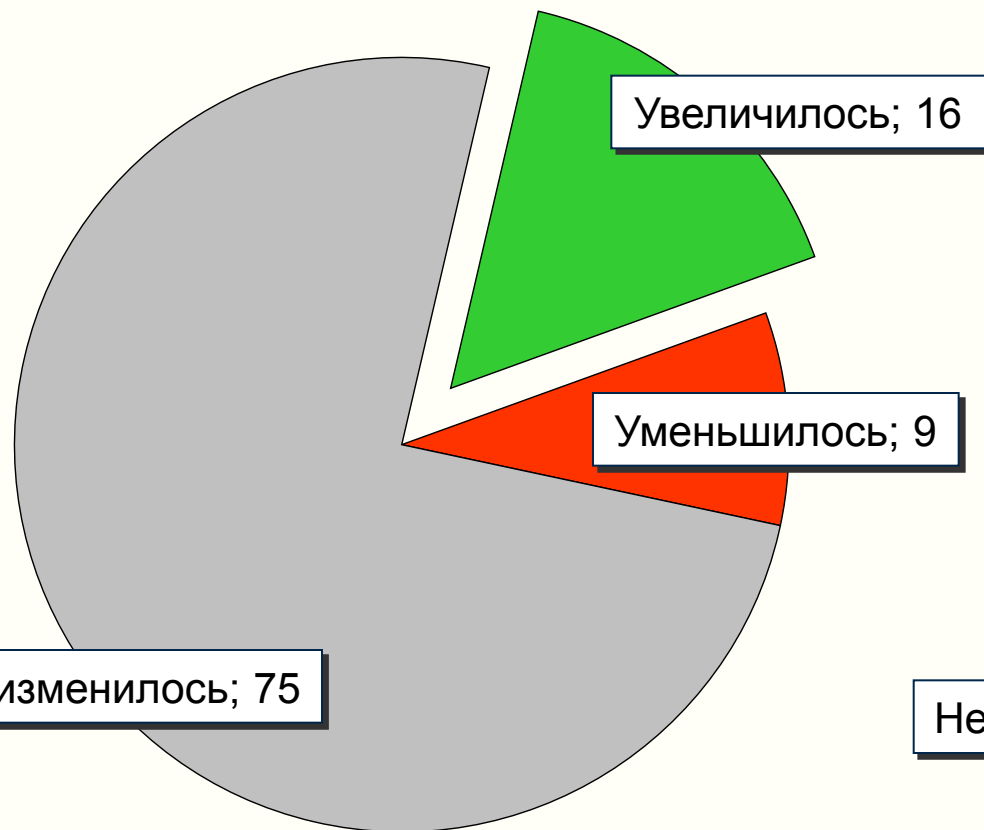


Проявления роста поддержки:

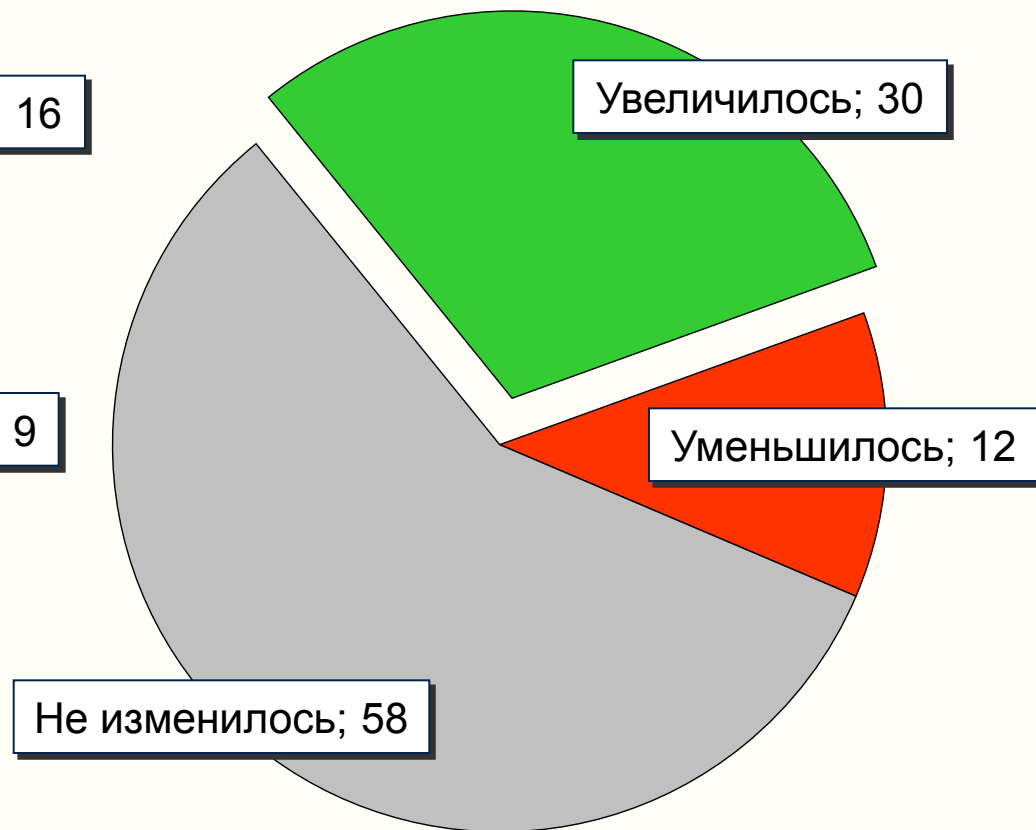
- Более активное участие населения проектах НКО, акциях и мероприятиях.
- Увеличение числа жертвователей (оказывающих как финансовую, так и материальную помощь).
- Увеличение количества обращений в НКО, звонков, визитов, запросов.

«Как изменилось число сотрудничающих с Вами добровольцев в последние год-два?»

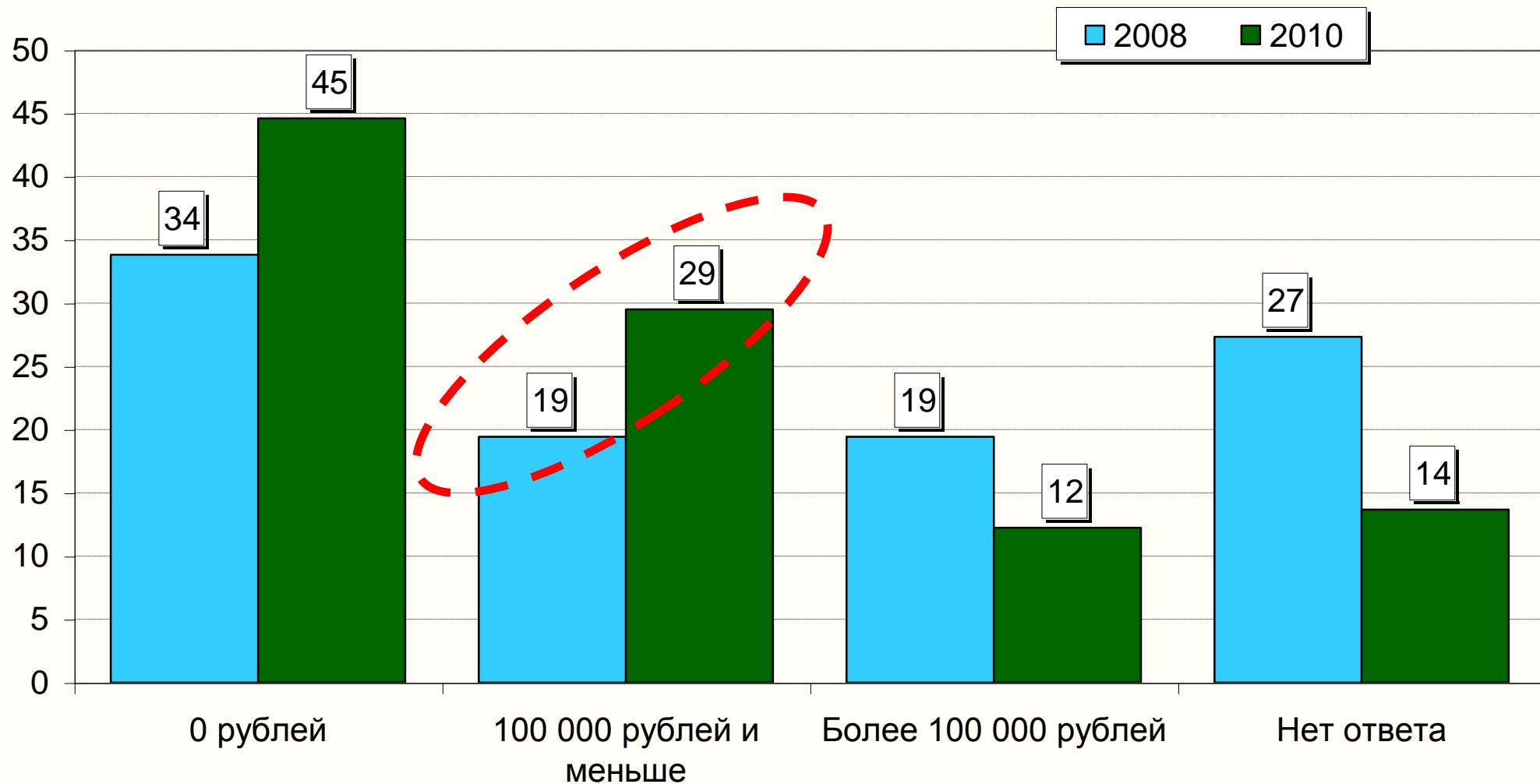
Число работающих на постоянной основе



Число работающих на периодической основе



Объем финансовых средств, привлеченных за последний год от физических лиц

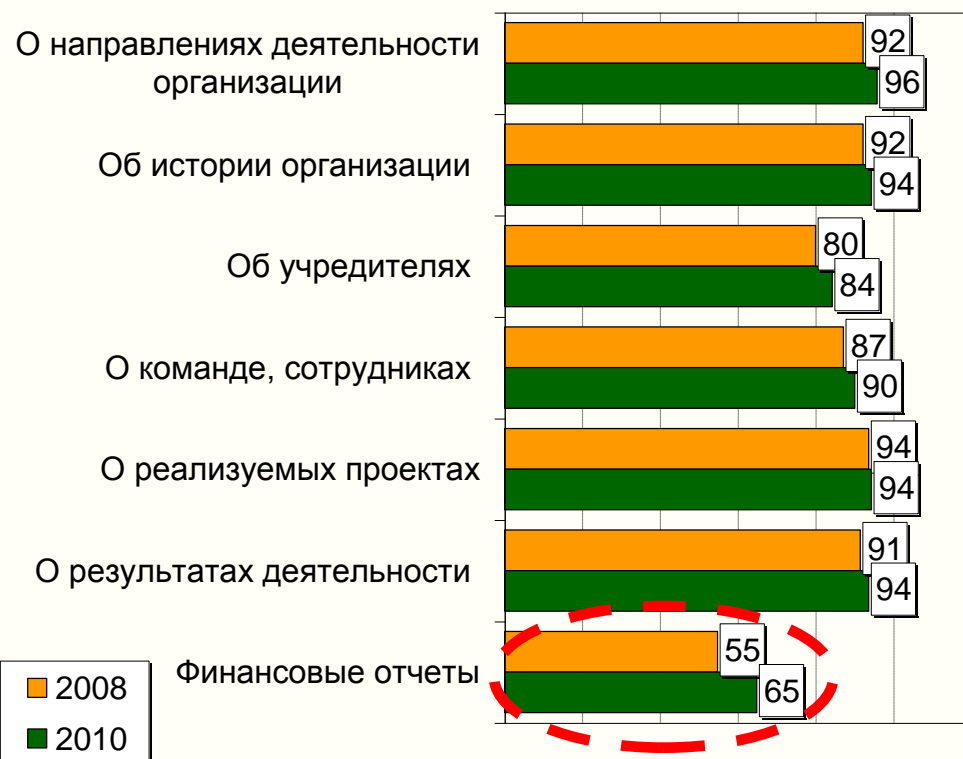


Формы работы добровольцев: взаимные ожидания населения и НКО

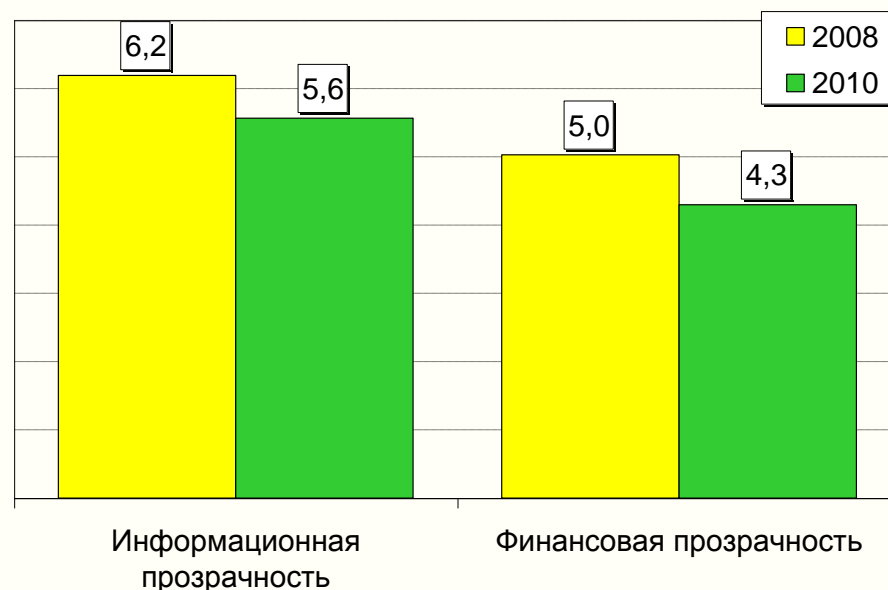


Оценки открытости и прозрачности работы НКО

Оцените доступность получения информации о вашей организации...
[доли ответов «Открытый доступ»]



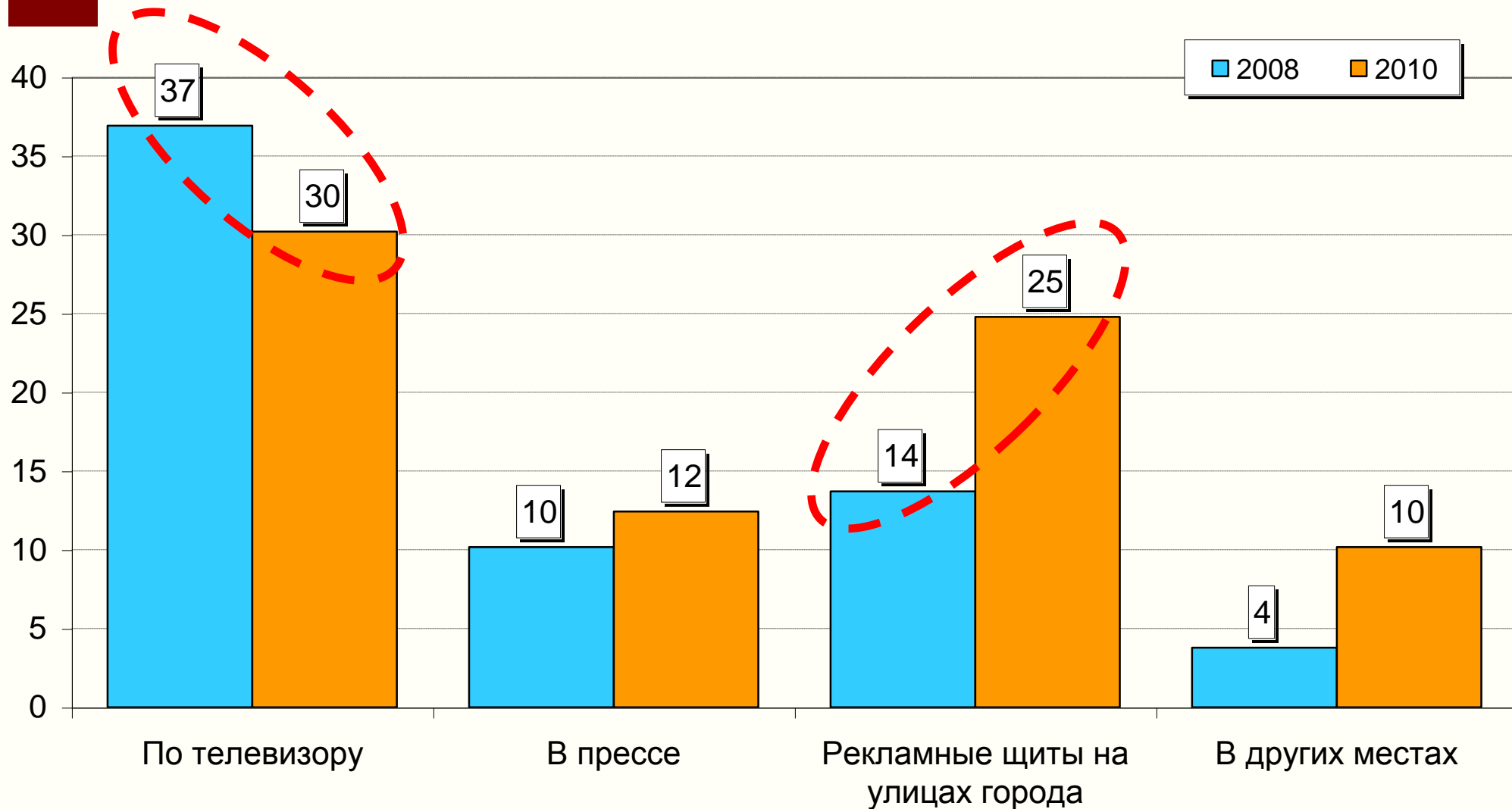
Как Вы считаете, насколько в настоящее время деятельность НКО в нашем городе является открытой и прозрачной? [средние оценки по 10-балльной шкале]



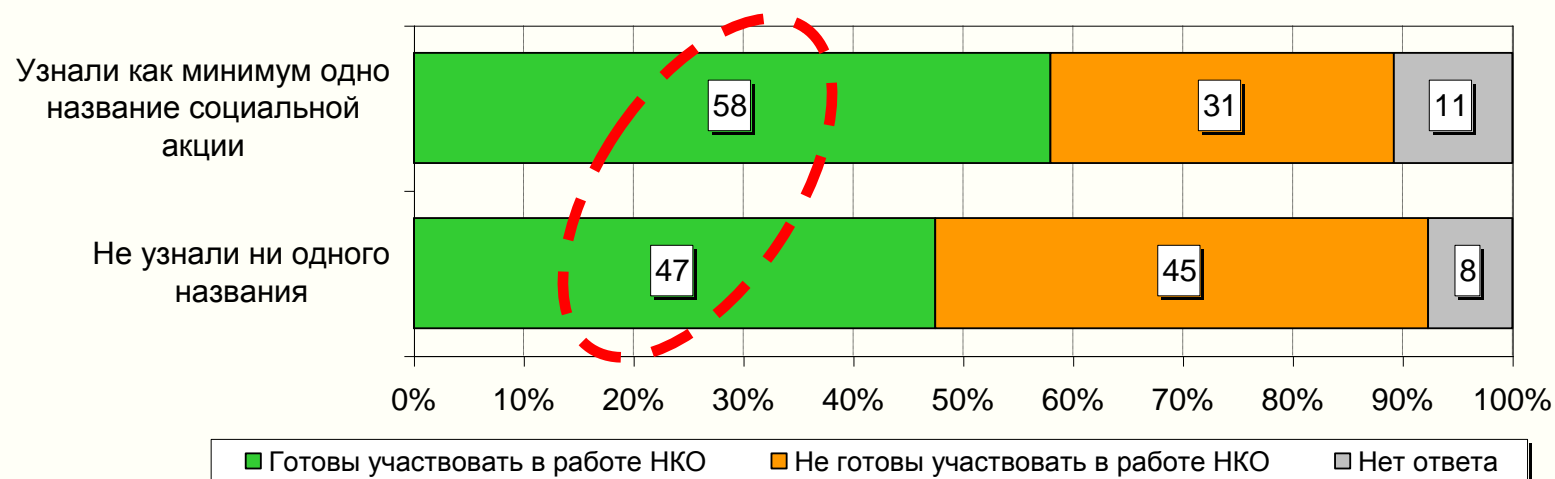
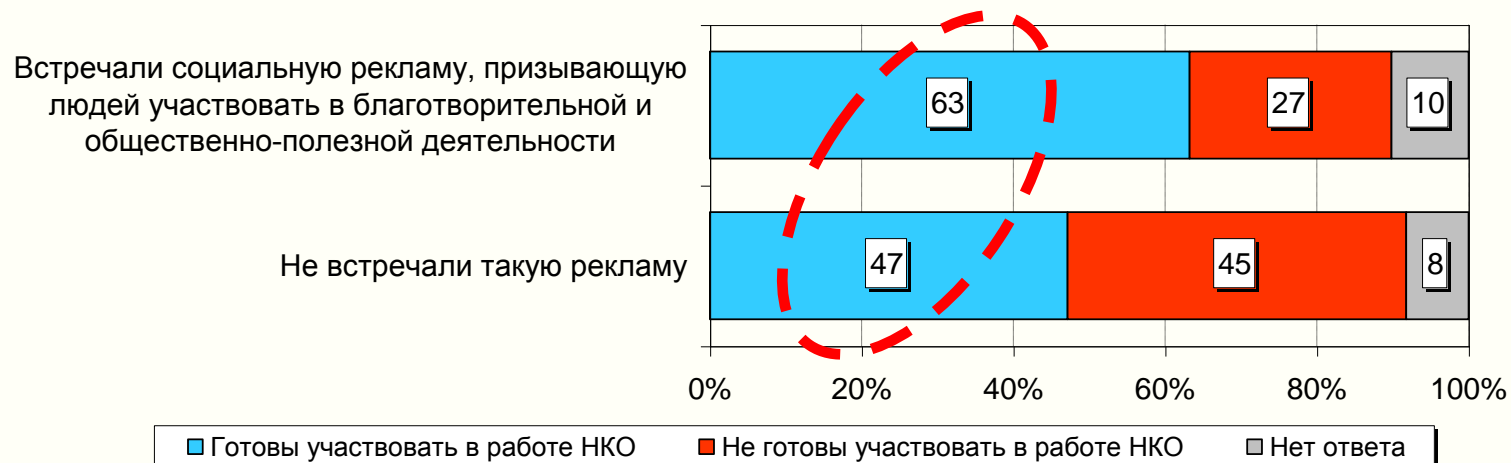
Результаты исследования

Часть 3. Влияние информационных кампаний на уровень социальной поддержки

«Приходилось ли вам видеть социальную рекламу, призывающую людей участвовать в благотворительной и общественно-полезной деятельности и если да, то где именно?» [средние по городам]



Социальная реклама и готовность населения участвовать в работе НКО



Дополнительная информация

Более подробная информация
о результатах проекта
может быть получена в организациях - исполнителях

Агентство социальной информации

Тел. 799-5563

asi@asi.org.ru, www.asi.org.ru

Исследовательская группа ЦИРКОН

Тел. 621-34-15, 628-51-67

post@zircon.ru, www.zircon.ru



Агентство социальной информации
информационная поддержка гражданских инициатив



Исследовательская группа ЦИРКОН