

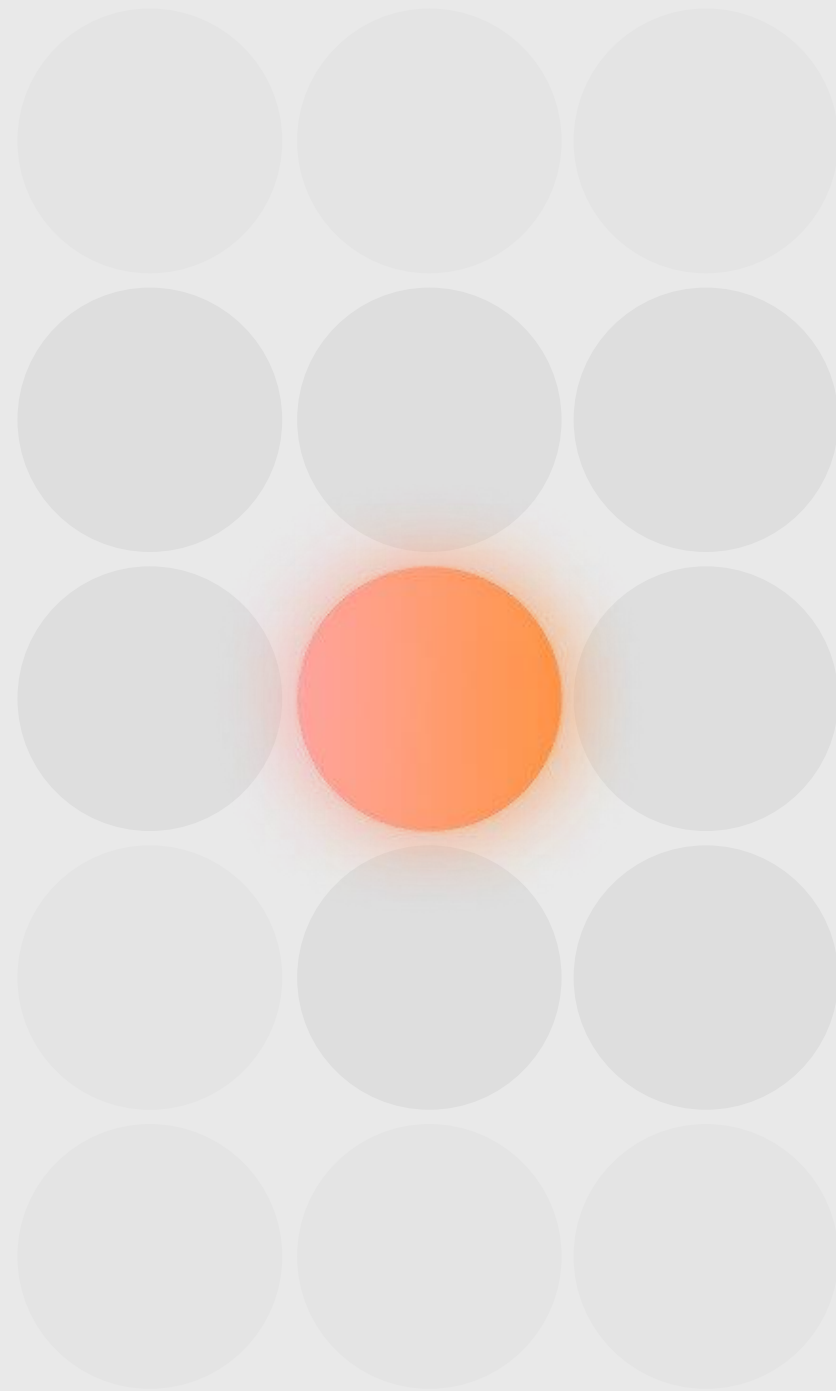
Прикладные исследования для НКО: опыт и результаты



СПИКЕР

Юлия Скокова

к.с.н., Директор Центра исследований и
знаний Фонда «Друзья», руководитель
Лаборатории Ver.Sia Lab



Опыт НКО в исследованиях

78%

регулярно оценивают качество оказания своих услуг, собирают обратную связь от благополучателей и учитывают ее в работе ([ПУЛЬС НКО](#), 2025)

55%

систематически оценивают и ведут мониторинг проектов и мероприятий, для этого в есть ответственный ([ПУЛЬС НКО](#), 2025)

13%

имеют в штате отдельного аналитика, исследователя ([ПУЛЬС НКО](#), 2025)

20%

привлекали волонтеров на аналитику и исследования ([ПУЛЬС НКО](#), 2025)

62%

хотели бы внедрить в свою работу инструменты анализа данных, но не знают, как это сделать ([iConText Group](#), 2024)

Сбор обратной связи, МиО – нормализованная практика в работе НКО, преимущественно за счет требований грантодателя

Прикладные исследования, решающие внутренние управленческие задачи – встречаются значительно реже и остаются показателем «развитой» организации

НКО сложно ставить прикладную задачу исследований: низкая насмотренность, восприятие аналитики как необязательной

Зачем НКО исследования?

Кейс Фонда «Искусство, наука и спорт»

Темы исследований:

- Развитие новых компетенций и навыков у людей с инвалидностью по зрению, обеспечивающих занятость или трудоустройство (2023)
- Оценка социального воздействия программы «Особый взгляд»: культурная среда (2024)

Исследования как элемент управления на основе данных:

- ✓ Данные для запуска новой социальной программы в регионе: сколько ЛсИЗ, какие стимулы и барьеры есть у работодателей и ЛсИЗ
- ✓ Прогнозирование реальных KPI
- ✓ Аргументы для стейкхолдеров: почему и кому нужна социальная программа?
- ✓ Какое место программы на «рынке»? В чем ее уникальность?
- ✓ Как дальше развивать программу?

Зачем НКО исследования?

Кейсы Центра «Сестры», НРОО «Гуманитарный проект»

Темы исследований:

- Анализ потенциальных и текущих доноров для улучшения фандрайзинговой стратегии Центра «Сестры» (2024)
- Изучение аудитории потенциальных частных доноров, совершающих пожертвования в адрес ВИЧ-сервисных НКО (2025)

Исследования для анализа целевых аудиторий и разработки стратегий коммуникации с ними:

- ✓ Кто поддерживает? Социально-демографический, ценностный и поведенческий портрет донора
- ✓ Почему поддерживает? Мотивы пожертвований и ожидания от работы НКО
- ✓ Как коммуницировать? Ожидания к формату коммуникации и прозрачности
- ✓ Кто потенциальная аудитория? Кто близок к текущей аудитории, но не входит в нее?

Зачем НКО исследования?

Кейсы Фонда «Друзья» и «Второе дыхание»

Темы исследований:

- Оценка импакта образовательной программы МШПФ (2024)
- Оценка социальных эффектов вещевой помощи на качество жизни и благополучие целевых аудиторий получателей (2025)

Оценка социальных эффектов:

- ✓ К каким явным и неявным, незапланированным эффектам приводят программы?
- ✓ На какие целевые аудитории распространено воздействие и в какой мере?
- ✓ Насколько ожидания целевых аудиторий соответствуют реальному положению дел?
- ✓ Каких эффектов достичь не удалось или удалось в недостаточной мере?
- ✓ Как доработать текущие программы, чтобы достичь запланированных эффектов?

Зачем НКО исследования?

Кейс Фонда «Друзья»

Темы исследований:

- Юные лица благотворительности: как и почему подростки становятся частными донорами (2025)
- Индустрия благотворительности. Бизнес (2026)
- Индустрия благотворительности на уровне регионов (2026)

Инфраструктурные исследования:

- ✓ Разработка стратегий в области поддержки развития благотворительности с опорой на реальное состояние сферы
- ✓ «Зеркало мнений» ключевых стейкхолдеров: исследования как средство «перевода» разных профессиональных языков и интересов
- ✓ Аналитика на опережение: поиск потенциальных точек роста и угроз
- ✓ Бенчмаркинг

Как развивать и продвигать?

- **Обучение:** Важно не столько отсутствие исследовательских, аналитических компетенций в НКО, сколько сложность в постановке управленческих задач к исследователям и формулировке понятного образа ожидаемого результата. Непривычная парадигма мышления – от внутренней проблемы и потребности организации, а не запросов благополучателей
- **Обмен опытом:** Необходимо повышать насмотренность. МиО – узкая тема и сильно меньше, чем прикладные исследования
- **Партнерства:** Исследования – потенциальная точка объединения разных НКО вокруг одной общей проблемы/темы. Исследования – пространство партнерства с вузами, бизнесом и исследовательскими агентствами

Спасибо!

