

# **Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти**

**(по результатам социологического исследования среди населения,  
представителей общественных организаций и власти)**

**КЕМЕРОВО  
2007**

***Под общей редакцией:***

**Рондик И.Н.** - председателя Совета  
ОО «Кузбасский Центр «Инициатива»,  
председателя комиссии по вопросам развития  
гражданского общества и общественных инициатив  
Общественной палаты Кемеровской области

***Редакционная коллегия:***

**Вольфсон Э.Н.** – канд. философ. наук,  
доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление»  
Кузбасского государственного технического университета,  
тренер-консультант ОО «Кузбасский Центр «Инициатива»

**Дзюба В.Н.** – заместитель председателя Совета  
ОО «Кузбасский Центр «Инициатива»

**Крым И.А.** – канд. филол. наук,  
доцент кафедры стилистики и риторики  
Кемеровского государственного университета,  
руководитель программы «Взаимодействие со СМИ»  
ОО «Кузбасский Центр «Инициатива»

**Комлякова И.В.** – заместитель директора  
Фонда «Общественное мнение – Кузбасс»

**Самсонова Е.В.** – руководитель отдела  
информационно-аналитической работы  
ОО «Кузбасский Центр «Инициатива»

**Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти  
(по результатам социологического исследования среди населения,  
представителей общественных организаций и власти).** - Кемерово, 2007. - 48 с.

Буклет издан на средства проекта «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти» (финансируется Европейской Комиссией по Партнерской программе ТАСИС в области институционального развития (ППИР) «Содействие в развитии гражданского общества и местных инициатив»).

*При любом использовании опубликованных материалов ссылка обязательна*

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Характеристика исследования</b> .....	5
<b>Методическое описание</b> .....	5
<b>Введение</b> .....	6
<b>Теоретические и правовые аспекты сферы услуг</b> .....	9
<b>1. Социальные услуги глазами населения</b> .....	14
1.1 Социально-медицинские услуги.....	15
1.2 Социально-правовые услуги.....	17
1.3 Социально-бытовые услуги.....	19
1.4 Социально-досуговые услуги.....	20
1.5 Социально-трудовые услуги .....	21
1.6 Психологические услуги .....	22
1.7 Социально-образовательные услуги.....	23
1.8 Востребованность социальных услуг, оказываемых общественными/ некоммерческими/ негосударственными организациями.....	24
1.9 Значимость организационно-правовой формы организации, оказывающей социальные услуги населению.....	26
1.10 Удовлетворенность качеством оказываемых и получаемых услуг.....	28
1.11 Источники информации о социальных услугах.....	29
<b>2. Представители власти о деятельности НКО</b> .....	31
2.1 Описание состава экспертов.....	31
2.2 Роль общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций и госструктур в сфере оказания социальных услуг населению.....	31
2.3. Ресурсы, необходимые общественным/ некоммерческим/ негосударственным организациям для занятия позиции поставщика высококачественных социальных услуг, доступных самым разным слоям населения.....	34
<b>3. Точка зрения представителей НКО</b> .....	37
3.1 Состав экспертов.....	37
3.2 Роль общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций в сфере оказания социальных услуг населению.....	37

3.3 Ресурсы, необходимые и имеющиеся для занятия общественными/ некоммерческими/ негосударственными организациями позиции поставщика высококачественных социальных услуг, доступных самым разным слоям населения.....	39
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

<b>Заключение.....</b>	<b>42</b>
------------------------	-----------

**Партнеры проекта «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти»**

Общественная организация «Кузбасский Центр «Инициатива».....	43
Неправительственная организация «Pro NGO! e.V.».....	45
Межрегиональный общественный фонд «Сибирский Центр Поддержки Общественных Инициатив».....	46

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**

Социологическое исследование было проведено среди населения, представителей общественных организаций и власти восьми регионов Сибири, в которых на протяжении восемнадцати месяцев реализуется проект «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти», финансируемый Европейской Комиссией по Партнерской программе ТАСИС в области институционального развития (ППИР) «Содействие в развитии гражданского общества и местных инициатив».

Цели проекта «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти»: улучшить социальное обслуживание населения за счет привлечения ресурсов некоммерческого сектора в сферу социальных услуг; инициировать взаимодействие и установление партнерства между НКО и властью для выработки информации о позитивном опыте и перспективах совместного оказания социальных услуг населению; увеличить количество НКО, выполняющих совместные проекты с властью; установить долгосрочные партнерские отношения, обмен знаниями и устойчивое взаимодействие между партнерами, в том числе - за рамками программы.

Исследование охватило восемь крупных городов сибирского региона: Новосибирск, Омск, Томск, Кемерово, Тюмень, Барнаул, Красноярск, Горно-Алтайск.

## **МЕТОДИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ**

Исследование состояло из трех частей:

1. Опрос населения по репрезентативной выборке.

Метод - уличный face-to-face опрос.

Выборка репрезентирует население города по полу, возрасту, образованию. Места опроса на улицах города выбирались с учетом разнообразия застроек и микрорайонов, чтобы присутствовали различные типы заселения.

2. Опрос представителей органов власти как областного/краевого/ республиканского, так и городского уровней (исполнительная и законодательная власть муниципальных образований).

Метод - личный face-to-face опрос.

Главный критерий отбора респондентов – занятость в государственных и муниципальных органах власти и компетентность в вопросах оказания

социальных услуг населению. К опросу привлекались респонденты в должности не ниже главного специалиста отдела.

3. Опрос представителей общественных организаций, НКО, общественных объединений и т.д.

Метод - личный face-to-face опрос.

Главный критерий отбора респондентов – занятость в общественной/некоммерческой/негосударственной организации или объединении и компетентность в вопросах оказания социальных услуг населению.

## **ВВЕДЕНИЕ**

Понятие «гражданское общество» уже перестало быть исключительно теоретической конструкцией. Его формирование тесно связано с развитием демократии, становлением правового государства, то есть гражданское общество становится эффективным инструментом реализации конституционных основ Российской Федерации. «Наше время очень динамично и насыщено событиями. Оно требует ответственных действий, требует точных решений, требует притока новых людей, инициатив, кадров и новых технологий, - отметил в своем выступлении на открытии Гражданского форума 21 ноября 2001 г. Президент РФ В.В. Путин. - И поэтому сейчас стране нужна интеллектуальная мобилизация, нужны работающие эффективные модели сотрудничества государственных и гражданских институтов».

В теоретических исследованиях гражданского общества можно выделить две основные интерпретации его сущности, два различных понимания этого понятия:

1. Более традиционная точка зрения, согласно которой гражданское общество появляется с возникновением частной собственности и государства. Понятие «гражданское общество» используется в данном случае для характеристики определенного состояния общества и отождествляется с государством особого типа, в котором юридически обеспечены и политически защищены основные права и свободы личности, в силу чего оно может считаться цивилизованным (от слова цивильный – гражданский), то есть гражданским обществом.

2. Толкование связано с представлением о гражданском обществе как об определенной сфере – сфере внегосударственных отношений и структур.

На наш взгляд, и в том, и в другом подходе есть свои плюсы и

минусы, и логичнее их объединить. Гражданское общество невозможно рассматривать в отрыве от государства, ибо государство выступает субъектом по отношению ко всем структурам общества. Но в развитом государстве, которое доверяет своим согражданам, могут и должны быть определенные сферы внегосударственных отношений. Таким образом, гражданское общество - такая структура, которая является эффективным посредником между государством и человеком, помогая тому и другому эффективно функционировать. Гражданское общество – это совокупность невластных общественных организаций, ставящих на первый план социальную ответственность и находящихся в сложном взаимодействии с властью, с одной стороны, и с экономической системой, с другой.

Что же касается типологии гражданских обществ, то можно выделить несколько подходов к их определению: по типу отношений в самом гражданском обществе (степень напряженности между его отдельными элементами); по уровню развития (степень внутренней структурированности и, следовательно, осознания групповых интересов); по характеру отношений с политической властью (уровень сотрудничества и степень отчужденности).

При всей своей слабости гражданское общество в РФ развивается: происходит кристаллизация частных интересов, на основе которых возникают многочисленные неправительственные организации, формируется нормативная база гражданских отношений.

Тяга к консенсусу в среде политической элиты, хотя ее и не надо преувеличивать в виду острых внутренних противоречий, как раз и объясняется опасениями за свое положение из-за нарастающего разрыва с обществом и падения доверия к власти. В стране назревают предпосылки для гражданского движения за духовно-нравственное возрождение России.

Несмотря на сложную ситуацию в России, в ней все же складывается современное гражданское общество, которое пока деформировано и разобщено, а его влияние на политические решения незначительно. Слабость же власти обусловлена тем, что в силу ее отчуждения от гражданского общества последнее невосприимчиво к управленческим импульсам, поступающим сверху. Преодолеть противостояние можно двумя путями: либо разрушив гражданское общество, либо установив с ним отношения согласия. Первое трудновыполнимо и пагубно, второе возможно и приемлемо.

Одним из центральных элементов гражданского общества являются добровольные гражданские ассоциации. В российской действительности они чаще называются общественными объединениями. Это, как правило,

инициативные, самостоятельные самоуправляемые объединения граждан, интерес которых не связан ни с получением прибыли, ни с завоеванием власти. Этот интерес направлен на совместное решение общих проблем, защиту общих интересов, которые никак не угрожают интересам других людей и групп. Не случайно не только в публицистику, но и в правовые документы вошел термин «некоммерческие организации» (НКО), более точно раскрывающий сущность основного элемента гражданского общества (в данном исследовании мы будем придерживаться именно этого термина).

Итак, на наш взгляд, гражданское общество обозначает специфическую совокупность общественных отношений и социальных связей, институтов и ценностей, что позволяет гражданам добровольно участвовать в делах государства, и, в то же время, защищать свои интересы вне его.

Гражданское общество – это именно та сфера, в которой возникают новые идеи, новые движения, чтобы, в конце концов, утвердиться в качестве новых институтов и новых сфер.

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ УСЛУГ

Сказанное выше можно иллюстрировать различными примерами. Мы воспользуемся результатами социологического исследования, раскрывающего роль НКО в такой сфере жизни общества, как оказание социальных услуг.

В современных условиях на первый план выходит критерий качества жизни населения. Оказание услуг – это весьма серьезный компонент, влияющий на многие параметры, определяющие уровень жизни. Поэтому высокое социальное значение имеют такие отрасли, как здравоохранение, образование, бытовое обслуживание – в первую очередь обеспечивающие качество жизни населения. Первые две в настоящее время являются преимущественно затратными, так как основное их финансирование осуществляется из бюджета либо из специализированного государственного внебюджетного фонда. Активное развитие рыночных отношений в этой области осложняется весьма низким жизненным уровнем большинства населения страны.

подавляющее большинство тех, кто оказывает бытовые услуги, – это индивидуальные предприниматели или малые предприятия, которым крайне необходима поддержка со стороны государства. Система поддержки малого бизнеса в нашей стране пока работает неэффективно. Одной из существенных причин этого является отсутствие методов объективной оценки необходимой помощи и недостоверность информации, на основе которой распределяются кредиты, льготы, субсидии.

Эффективные управленческие решения по регулированию отрасли должны иметь в качестве основы источники достоверной информации, позволяющие изучить ситуацию, проанализировать тенденции, выявить влияющие факторы и спрогнозировать возможное развитие. В настоящее время основой информационной поддержки управленческих решений является государственная статистика, но она ориентирована в основном на промышленное производство и структурирована для региона или страны в целом. На современном этапе еще не существует ни источника информации требуемого уровня, ни четко сформулированных методов и методик, позволяющих направлять развитие данного рынка.

Развитие услуг в России несколько задержалось, но нет сомнения, что в ближайшие годы «сервисная революция» проявится и у нас. Поэтому

крайне необходимо изучить тенденции, сформулировать принципы и задачи по регулированию этого процесса. Прежде чем проводить такой анализ, необходимо определиться с терминологией, относящейся к объекту исследования.

Услуга, по определению К. Маркса<sup>1</sup>, это полезное действие той или иной потребительной стоимости; она выступает, с одной стороны, как действие, с другой стороны, как результат трудовой деятельности в виде полезного эффекта труда, который может воплощаться как в товарах, так и в нематериальной форме. Основными характеристиками услуг являются: неосвязаемость, то есть услуги невозможно продемонстрировать, попробовать, транспортировать, упаковать или изучить до получения этих услуг; неразрывность производства и потребления услуги, то есть специфика услуги заключается в том, что, в отличие от товара, ее нельзя произвести впрок; изменчивость, то есть качество услуги зависит и от того, кто ее обеспечивает, где и как она предоставляется; неспособность услуг к хранению, то есть важной отличительной чертой услуги является сиюминутность.

Совокупность всех видов деятельности по оказанию услуг называют сферой услуг. Часть сферы услуг, направленную на обслуживание населения, принято называть сферой сервиса.<sup>2</sup>

Раскрывая содержание сферы сервиса, многие исследователи отмечают в качестве первоочередной ее задачи - оказание бытовых услуг населению. Их особенностью является направленность на обслуживание повседневных или периодически возникающих хозяйственно-бытовых потребностей человека.

Всю область жизнедеятельности человека можно обозначить категорией «образ жизни», охватывающей совокупность типичных видов деятельности индивида, социальной группы, общества в целом в единстве с условиями жизни. Применение этого понятия позволяет рассматривать во взаимосвязи основные стороны жизни людей: труд, быт, культуру, политическую жизнь. Каждая из этих составляющих помимо всего прочего формирует все разнообразие потребностей, возникающих в процессе жизнедеятельности.

---

<sup>1</sup> К. Маркс, Ф. Энгельс. Сочинения, т.23, с. 203-204

<sup>2</sup> Управление хозяйственным механизмом на предприятиях сервиса. /Под ред. В.Н.Соловьева, Д.В. Шопенко. – СПб.: Гидрометеиздат, 1995, с.18-19

Повышенное внимание к этой области деятельности в современных экономических условиях России носит далеко не случайный характер. В то время, когда наша страна ставила своей главной целью индустриализацию, промышленно развитые страны капиталистического мира уже перешли к следующей стадии своего развития – построению экономики услуг. Переход индустриальных стран к экономике услуг оказался почти незамеченным, хотя уже в 40-е годы сектор услуг стал превалировать над другими отраслями. В США доля занятых в сфере услуг превысила пятидесятипроцентный рубеж в 1955 г., в Великобритании – в 1960 г., во Франции – в 1970 г., в Японии – в 1975 г.<sup>1</sup>

Эти процессы совпали с информационно-технологическим бумом. В результате к концу двадцатого века на смену индустриальному обществу экстенсивного типа, на смену «обществу фабричных труб», приходит информационно-сервисное общество интенсивного типа развития.

К сожалению, в нашей стране развитие услуг сдерживалось объективными обстоятельствами, связанными со спецификой развития всей экономики страны в целом в течение двадцатого века. Потрясения, пережитые государством, сильно замедлили темпы развития в этой области по сравнению с промышленно-развитыми странами мира.

Существенно усугубили ситуацию и инфляционные процессы. 1991-1995 годы характеризуются спадом производства во всех отраслях народного хозяйства, галопирующей инфляцией, массовой взаимной задолженностью предприятий, снижением жизненного уровня населения.

По данным Госкомстата РФ<sup>2</sup>, объем платных услуг населению в 1995 г. оценивается в 34 миллиарда рублей, что составляет 82% к уровню 1994 г. В 1994 г. этот показатель составил 62% к уровню 1993 г. За 1994-1995 годы объем платных услуг снизился на половину. Многие услуги ввиду высокой их себестоимости стали недоступны для подавляющей части населения, следствием чего явилось резкое сокращение их производства. Существенно изменилась структура услуг. Более рентабельные виды услуг, ориентированные на высокодоходные группы населения, развиваются, прочие же – практически исчезают.

Постепенно инфляция снизилась, налоговое законодательство стабилизировалось, свободные ниши рынка бытовых услуг стали заполняться индивидуальными предпринимателями. Появление мелких частных предпринимательских структур в этой области объясняется

---

<sup>1</sup> Экономика сферы платных услуг / Под ред. Е.Н.Жильцова. - Казань, 1996. с.14-26

<sup>2</sup> Российский статистический ежегодник. - М.: Логос, 1999, с.457

главным образом тем, что не требовалось больших затрат на организацию производств, а конкуренция практически отсутствовала.

Так как статистической информации в сопоставимых ценах по бытовым услугам из года в год становится все меньше, то достаточно трудно объективно судить о том, как становление рынка повлияло на ситуацию в отрасли. Тенденции просматриваются весьма противоречивые: с одной стороны, практический развал старой системы бытового обслуживания населения и гибель большинства предприятий отрасли; с другой – появление большого числа индивидуальных предпринимателей, мелких частных фирм, заполняющих рынок услуг. Можно сказать, что малое предпринимательство спасло отрасль от практически полного уничтожения.

В связи с тем, что услуги – это большое количество разнообразных видов деятельности, необходимо определиться с наиболее рациональными уровнями управления для каждого вида и методами, используемыми на каждом уровне. Все управляющие механизмы и методы управления можно разбить на две категории: административно-законодательная и экономическая (существует еще одна – морально-этическая, но в современных условиях трудно представить, что воздействия этой категории дадут какой-либо значительный эффект).

Особенностью структуры является тесная взаимосвязь между областями, в которых работает тот или иной механизм управления. Принятие решений в одной из них побуждает необходимость приведения в действие механизмов одной или нескольких смежных областей. Игнорирование этой взаимосвязи приводит к резкому снижению эффективности принимаемых решений, а зачастую и к неожиданным отрицательным результатам. Конечно, весьма сложно учесть абсолютно все взаимосвязи и последствия управляющих действий, но значительный опыт и практические наработки позволяют органам власти в большинстве случаев избежать серьезных отрицательных социальных и политических последствий.

Таким образом, описанная выше структура на самом деле представляет собой сложную, «дышащую» систему воздействия на объект (в нашем случае – рынок услуг) через управляющие решения с получаемым на выходе сложно прогнозируемым социально-экономическим эффектом. Причем взаимосвязи между областями управления меняются с изменением направленности и характера воздействий, внешних по отношению к системе условий (например, изменение половозрастных характеристик населения) и т.п.

Жесткая оптимизация работы такой системы в принципе невозможна из-за большого количества факторов влияния. В то же время, введение в систему постоянно работающей обратной связи по типу «принимаемое управляющее действие (решение) – получаемый социально-экономический результат – корректирующее управляющее действие» позволит приблизиться к оптимальности воздействия. Такая обратная связь в рассматриваемом аспекте достигается с помощью мониторинга рынка по тому или иному вопросу.

После приватизации и перехода к рыночным методам управления данная система действует лишь частично для услуг, являющихся общественными благами и финансируемых за счет бюджета или внебюджетных фондов (медицина, образование, культура).

Информационную основу новых систем управления должна составлять достоверная и своевременная информация о процессах, происходящих в различных сферах жизнедеятельности общества с позиции комплексной оценки результатов социально-экономического развития, формирования регулирующих воздействий, направленных на поддержку позитивных и ослабление негативных тенденций развития. Существующие системы информационной поддержки, ядром которых служат данные государственной статистики, настроены на дореформенную экономику. Они во многих случаях бессильны в вопросах оценки новых процессов, происходящих в обществе.

В тех регионах, где приоритеты уже сменились, и на первый план вышел региональный процесс воспроизводства условий жизни населения, формирование стратегий развития идет на базе совершенно иных целей. Это обусловлено переходом от управления производством к управлению социальными процессами, которые проходят на территории. В настоящее время число рычагов влияния региональных властей на деятельность предприятий и предпринимателей значительно сократилось, однако создание благоприятных условий для проживания на территории остается в числе проблем, требующих первоочередного решения и относящихся к компетенции региональных властей. При таком подходе формируется целевая программа с выбором главной цели и критерия оптимизации для оценки степени ее достижения. На их основе формируются подцели более низкого уровня. В таких системах для оценки чаще всего используются показатели, характеризующие определенные социальные стандарты (не валовой продукт, объем инвестиций, фондоотдача, а прожиточный минимум, среднедушевой доход, объем средств, направленных на социальные программы и т.п.). Естественно, сфере услуг отводится существенное место.

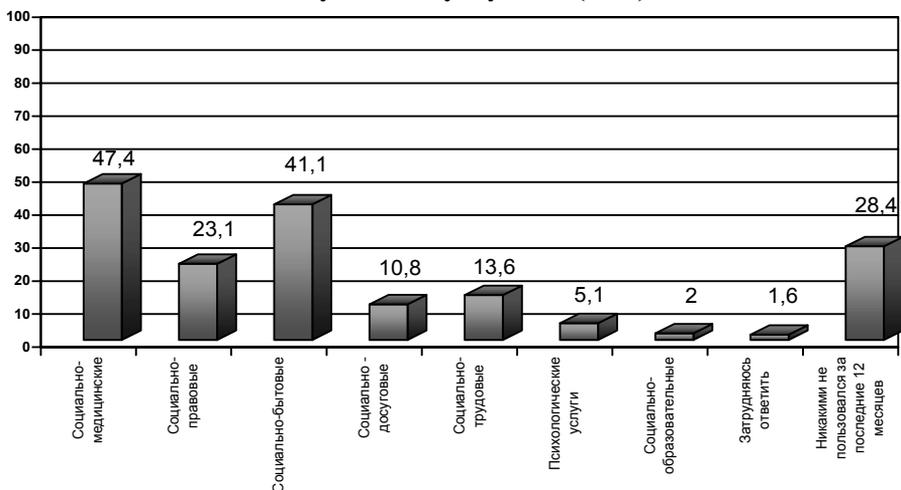
# 1. СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛУГИ ГЛАЗАМИ НАСЕЛЕНИЯ

Исследование показало, что 70% населения пользовалось различными услугами.

Наиболее востребованными оказались социально-медицинские – 47,4%, и социально-бытовые – 41,1%. Практически каждый четвертый (23,1%) обращался за правовыми услугами. Каждый десятый воспользовался социально-досуговыми услугами, каждый двадцатый (5,1%) – психологическими и лишь 2% образовательными услугами.

*Рис. 1.1*

**За последние 12 месяцев пользовались ли вы лично следующими услугами (в %)**



Данные опроса отражают потребности граждан сибирских городов. Поскольку практически в каждом субъекте треть населения – пенсионеры, естественно высока потребность в медицинских услугах. Тот факт, что, по сравнению с медицинскими услугами, правовыми пользуются в два раза меньше респондентов, свидетельствует, на наш взгляд, и о недостаточном уровне правового сознания граждан, и о неразвитости рынка правовых услуг, особенно в досудебном разбирательстве конфликтных правовых коллизий, и, наконец, более существенно, о дороговизне правовых услуг, из-за чего они становятся недоступными людям с относительно невысоким уровнем дохода.

Чрезвычайно малый процент воспользовавшихся психологическими услугами отражает и неразвитость данного рынка услуг, и, в какой-то степени, ментальность сознания российских граждан: можно сходить со своими

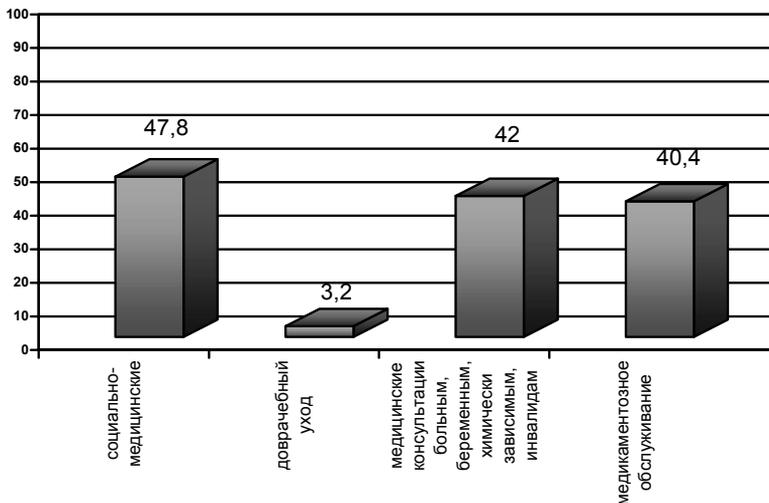
жалобами на прием к начальнику, пожаловаться священнику, «поплакаться в жилетку» друзьям, к психологу же идти стыдно: «Что я псих, что ли?».

## 1.1 Социально-медицинские услуги

Что касается медицинских услуг, то основными их разновидностями в целом по сибирскому региону явились, по мнению респондентов, медицинские услуги на дому – 47,8%, медицинские консультации больным, беременным, химически зависимым, инвалидам – 42%, медикаментозное обслуживание – 40,4%. Очень малое количество респондентов отметили такой вид услуги, как доврачебный уход – 3,2%.

*Рис 1.2*

**За последние 12 месяцев пользовались ли вы лично следующими услугами (в %)**



Наиболее активно медицинскими услугами на дому пользовались в Горно-Алтайске - 85,4%, Новосибирске – 60%, Томске – 55,1%. Такое распределение по городам показывает, что размер города и компактность проживания его жителей не является основной причиной. Если Горно-Алтайск относится к малым городам с численностью примерно 40 тыс. человек, то Новосибирск - мегаполис с полутора миллионным населением, в Томске примерно 500 тыс. жителей. Дело, скорее всего, в степени отлаженности системы оказания медицинских услуг на дому. Именно

в вышеперечисленных городах респонденты высоко оценивают данный вид услуг. Чуть ниже среднего значения по региону - показатель в Кемерове (46,8%). Наиболее критично о подобной системе отозвались респонденты Красноярска (29,3%) и Тюмени (19%).

В то же время в Тюмени наибольшее число респондентов отметили такую медицинскую услугу, как консультации беременным, химически зависимым, инвалидам (64,3%). Далее идут Омск и Красноярск (56% и 55,3% соответственно). В среднем по региону показатель данной услуги - 42%. Выше этой планки кроме указанных городов еще Новосибирск (46,7%).

Медикаментозное обслуживание, по мнению респондентов, лучше организовано в Красноярске – 68%, выше среднерегионального уровня (40,4%) - в Барнауле (47,1%), в Кемерове (42,6%), в Томске (40,8%).

Как уже указывалось, самая низкая оценка была дана респондентами такой услуге, как доврачебный уход – в среднем по региону 3,2%. Наибольшее число «голосов» было получено в Новосибирске (11,1%), выше среднерегионального уровня этот показатель в Тюмени (4,8%) и Барнауле (3,9%).

Социально-медицинские услуги в большей степени востребованы людьми старше 60 лет. В этом ничего удивительного нет: сказываются возрастные особенности. Странно то, что на втором месте по потреблению медицинских услуг оказались лица в возрасте от 18 до 29 лет – 22,7%, причем, практически такое же соотношение и по использованию медицинских услуг на дому (соответственно 28,7% и 22,1%).

Естественно, чем старше люди, тем они чаще вынуждены обращаться за медицинскими услугами. К услугам доврачебного ухода прибегают 33,3% лиц старше 60 лет и 50% лиц от 40 до 60 лет.

*Таблица 1.1*

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-медицинские**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Медицинские услуги на дому	55,1	40	29,8	43,1	85,4	19	46,8	60
Доврачебный уход		2		3,9	2,1	4,8	2,1	11,1
Медицинские консультации больным, беременным, химически зависимым, инвалидам	32,7	56	55,3	33,3	25	64,3	25,5	46,7
Медикаментозное обслуживание	40,8	30	66	47,1	33,3	23,8	42,6	37,8

Работающие пенсионеры обращаются за медицинскими услугами значительно реже по сравнению с неработающими. Данному феномену можно дать двойственное толкование. С одной стороны, работающему пенсионеру некогда заикливаться на своих «болячках», у него другой тонус жизни. А с другой, при нынешнем дефиците кадров и низкой по размеру пенсии, не работает большинство тех, кто физически недомогает.

После неработающих пенсионеров по количеству обращений за медицинскими услугами идут служащие офисов, затем работники физического труда. Опровергается расхожий миф о легком и тяжелом труде. И в том, и в другом случае необходимы профилактические меры по укреплению здоровья.

В зависимости от дохода в семье на душу одного человека особых тенденций в данном исследовании не отмечается: за социально-медицинскими услугами обращаются все.

## 1.2 Социально-правовые услуги

Как уже указывалось, в целом правовые услуги востребованы меньше, чем социально-медицинские и бытовые. Среди различных видов правовых услуг также наблюдается разброс предпочтений. Так, наиболее востребованными считаются правовые услуги по содействию в получении пенсий, детских пособий и др. В среднем по региону этой услугой воспользовались 57,3% респондентов. Лишь в Новосибирске данный показатель наименьший – 34,8%.

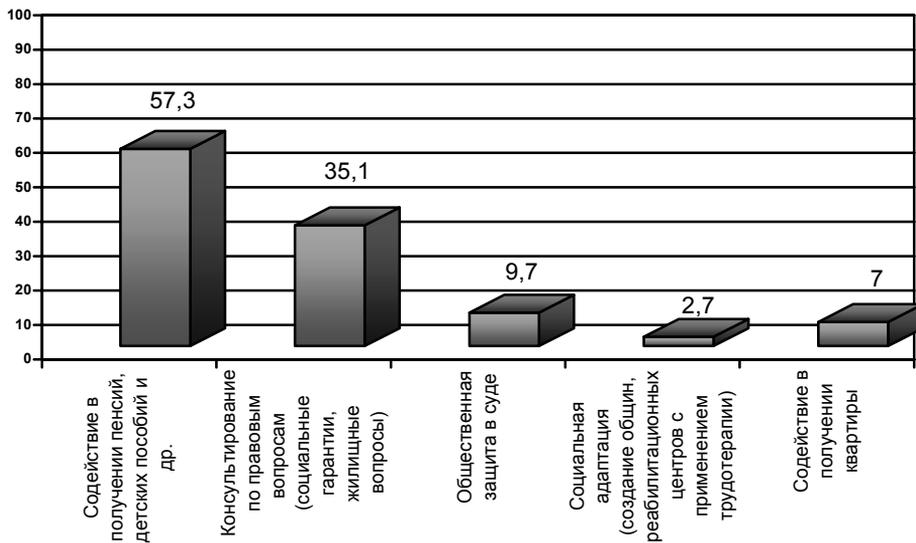
Значительно меньшее количество респондентов (35,1% в среднем по СФО) воспользовалось такими юридическими услугами, как консультации по социальным гарантиям, жилищным вопросам, экологическому праву. По этому аспекту лидируют Кемерово и Новосибирск – 58,8% и 58,5% соответственно. Выше среднего уровня стоит и Горно-Алтайск (40,9%). Среди жилищных вопросов респонденты выделили содействие в получении квартиры (в среднем по всем городам 7%). Однако такую услугу не назвали респонденты Омска, Тюмени, Кемерова.

Слабо развиты такие чисто юридические формы услуг, как общественная защита в суде (в среднем по региону 9,7%). Наиболее продвинутым в этом отношении оказался Новосибирск – 27,7%. Выше

среднего уровня потребность в этих услугах в Горно-Алтайске – 13,6% и Красноярске – 12,5%.

Рис. 1.3

**За последние 12 месяцев пользовались ли вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-правовые (в целом по региону)**



Фактически в зачаточном состоянии находится проблема социальной адаптации, т.е. создание общин, реабилитационных центров с применением трудотерапии – 2,7% в целом по региону. Эту услугу указали только в Тюмени – 15,8%, Горно-Алтайске – 4,5% и Барнауле – 3,4%.

Совершенно не востребована помощь в досудебном разрешении конфликтных ситуаций, поскольку, вероятно, не достаточно налажена информационная и практическая работа служб социальной защиты, НКО и органов власти.

Таблица 1.2

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-правовые**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Содействие в получении пенсий, детских пособий и др.	59,3	79,2	45,8	65,5	54,5	63,2	52,9	34,8
Консультирование по правовым вопросам (социальные гарантии, жилищные вопросы, экологические права)	22,2	25	33,3	27,6	40,9	26,3	58,8	56,5
Общественная защита в суде	7,4	8,3	12,5	6,9	13,6	5,3		21,7
Социальная адаптация (создание общин, реабилитационных центров с применением трудотерапии)				3,4	4,5	15,8		
Содействие в получении квартиры	11,1		12,5	6,9	13,6			8,7

### 1.3 Социально-бытовые услуги

Самыми типичными бытовыми услугами, названными респондентами, оказались стирка, уборка помещения, приготовление пищи, маникюр, педикюр. В среднем по региону такими услугами пользовались 91,5% опрошенных. Причем, высокий процент был показан во всех городах, чуть ниже – в Тюмени, 79%.

Востребованной на сегодняшний день является помощь жителям городов в благоустройстве. Неизбежным является использование ритуальных услуг во всех территориях Сибири, где проводился опрос населения.

Довольно малый процент респондентов указали на использование услуг социального обслуживания на дому – в среднем по региону 6,3%. Возможно, такой невысокий процент связан с формой опроса – уличной. Те же, кто нуждался и пользовался услугами на дому, из квартир, как правило, не выходят. Вероятно, их мнение о качестве подобных услуг было бы ценным.

Еще меньший процент – в среднем по региону 4,6% респондентов - указали на сбор вещей, оказание гуманитарной помощи. Выше средне-регионального значения данные по Горно-Алтайску – 8,5%, Тюмени – 8%, Кемерово – 5,9%, Омску – 4,8%.

**Таблица 1.3**

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-бытовые**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Получение нуждающимися собранных вещей, гуманитарной помощи, привлеченных средств	4,1	4,8	2,9	3,3	8,5	8	5,9	1,7
Стрижка, маникюр, педикюр, стирка, уборка, помощь в приготовлении пищи	93,9	90,5	97,1	93,3	97,9	76	91,2	86,4
Растопка печей	2				2,1	4		1,7
Социальное обслуживание на дому (доставка продуктов, оплата коммунальных услуг и др.)	10,2		5,9	8,3		4	8,8	6,8
Организация помощи в благоустройстве	2		2,9	5	6,4	12	5,9	5,1
Ритуальные услуги	10,2	9,5	8,8	3,3	12,8	8	11,8	6,8

В выборку попала и такая довольно экзотическая услуга, как растопка печей. Чистка и ремонт печей – дело профессиональное, об этом известно со Средних веков. Про трубочистов немало написано в художественных произведениях. В данном случае, видимо, речь идет не просто о растопке, а о комплексе работ по подготовке топлива: дров, угля и т.д.

### 1.4 Социально-досуговые услуги

Среди данного вида услуг самой популярной оказалась организация летнего отдыха детей и молодежи – в среднем по региону 55,8%. Выше среднерегионального показателя - в Тюмени (81,8%), Горно-Алтайске (80%), Омске (62,5%), Новосибирске (57,1%).

В досуговых мероприятиях для пожилых, детей и молодежи в среднем по региону принимали участие 41,9% опрошенных. Наиболее активно – в Кемерове (60%), Барнауле (54,5%), Новосибирске и Тюмени (по 42,9%).

Значительно меньше развиты такие формы услуг, как общение с престарелыми и инвалидами на дому. В среднем по региону этот показатель составил 18,6%. Больше всего указали на использование такой услуги респонденты Томска (28,6%) и Красноярска (26,7%).

**Таблица 1.4**

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-досуговые**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Общение с престарелыми и инвалидами на дому	18,2	12,5	26,7	18,2	20	28,6		14,3
Группы самопомощи наркозависимым и созависимым, больным (диабет, искусственная почка и др.)				9,1		7,1	10	
Организация досуговых мероприятий пожилых, детей и молодежи	27,3	37,5	33,3	54,5	40	42,9	60	42,9
Организация летнего отдыха детей и молодежи	81,8	62,5	53,3	27,3	80	42,9	50	57,1

## 1.5 Социально-трудовые услуги

Наиболее популярными оказались: уборка урожая, копка картофеля и содействие в трудоустройстве.

Обращает на себя внимание тот факт, что такая форма содействия в трудоустройстве, как создание рабочих мест, отмечена гораздо меньшим количеством респондентов (если в целом форму содействия отмечают 40,4% респондентов, то на создание рабочих мест указали лишь 12,8%).

Практически не попала в выборку такая разновидность данной услуги, как организация трудовых лагерей.

Таблица 1.5

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-трудоовые**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Содействие в трудоустройстве	66,7	50	46,2	13	58,3	45,5	30	36,8
Уборка урожая, копка картофеля	26,7	33,3	61,5	87	33,3	45,5	40	57,9
Трудовые лагеря					16,7		20	

### 1.6 Психологические услуги

Наиболее популярным видом данной услуги является психологическая поддержка – 80,5% респондентов в среднем по региону указали на нее. А в таких городах, как Омск, Красноярск, Кемерово этот вид услуги выделили 100% опрошенных.

Таблица 1.6

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Психологические услуги**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Консультации для химически зависимых и их родственников, для беременных, для населения			28,6			16,7	25	14,3
Психологическая поддержка	83,3	100	100	75	50	83,3	100	57,1
Психолого-педагогическая работа со старшеклассниками	16,7		14,3	25	100			42,9

В то же время, у нас нет такой, как, например, в США, развитой культуры групп взаимопомощи или консультаций у психотерапевта или психолога. Люди, в основном, не любят говорить о проблемах психологического характера с профессионалами. Эти услуги останутся не востребованными до тех пор, пока, во-первых, население не узнает о них и не будет слышать

о возможности их получения постоянно и, во-вторых, не поймет, что это действенный способ преодолеть проблему психологического характера.

## 1.7 Социально-образовательные услуги

Среди услуг подобного рода были названы: обучение волонтеров (проведение различных школ, семинаров, тренингов, организация стажировок и др.) – 62,5% в целом по региону, а также организация военно-патриотических, спортивных и экологических лагерей – в целом по региону 37,5%.

Первый вид является наиболее популярным. Его в среднем по региону отметили 62,5%. А в таких городах, как Томск и Новосибирск – по 100%, в Кемерове – 80%.

Второй вид услуги оказался наиболее популярным в Барнауле и Горно-Алтайске – его назвали все 100% респондентов. Выше среднерегионального уровня данные наблюдаются в Красноярске (50%), Тюмени (40%). Однако не назвали такую услугу в Томске и Омске.

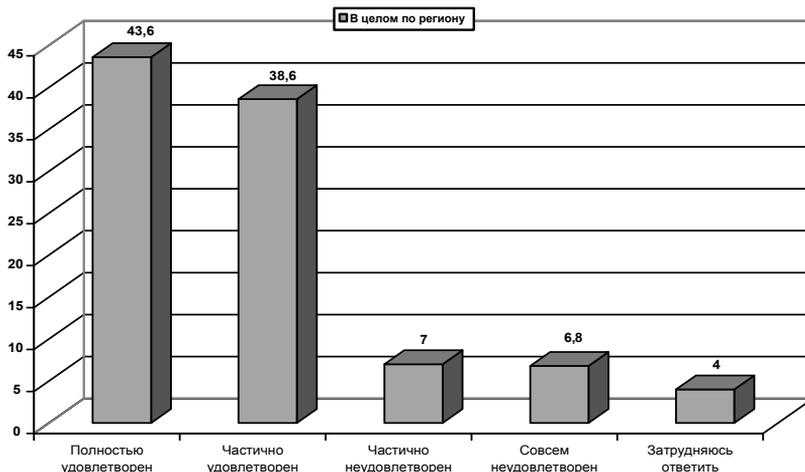
*Таблица 1.7*

**За последние 12 месяцев пользовались ли Вы лично  
следующими услугами (в %)  
Социально-образовательные**

	Город							
	Томск	Омск	Красноярск	Барнаул	Горно-Алтайск	Тюмень	Кемерово	Новосибирск
Военно-патриотические, спортивные, экологические лагеря			50	100	100	40	20	
Обучение волонтеров (проведение школ, семинаров, тренингов, организация стажировок и др.)	100		50			60	80	100

На вопрос «Удовлетворены ли респонденты качеством получаемых услуг?» – 43,6% отметили, что полностью удовлетворены, еще 38,6% удовлетворены частично. Лишь 6,8% совсем не удовлетворены, и 7% не удовлетворены частично. Такие ответы свидетельствуют о достаточно высоком качестве оказываемых услуг.

### Насколько вы удовлетворены качеством этих услуг? (в %)



## 1.8 Востребованность социальных услуг, оказываемых общественными/ некоммерческими/ негосударственными организациями

Хоть и всего 9% респондентов пользовались социальными услугами, которые оказывают общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации, было бы интересно узнать их мнение об этом.

Больше всего таких респондентов в Омске (27,8%) и в Тюмени (22,2%), тогда как в Красноярске таковых 4,2%. Причем, женщин, как и при использовании услуг других организаций, в два раза больше, чем мужчин. Как показывают данные, услугами НКО в большей мере воспользовались лица в возрасте от 18 до 29 лет – 25%. Для сравнения: респонденты в возрасте от 50 до 59 лет – 13,9%, а старше 60 лет – 19,4%. Среди тех, кто воспользовался услугами НКО, оказались безработные, предприниматели, неработающие пенсионеры. Очень мало обращались к услугам НКО неработающие студенты, совсем не обращались инвалиды.

Следует отметить, что до сих пор большинству населения не известно и не понятно, что такое или кто такие общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации. При опросе респонденты были

ознакомлены с этим понятием. Но, однако, далеко не все вспомнили такие организации.

63,9% респондентов из тех, кто сказал, что все-таки пользовался услугами общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций, отметили, что получить их не составило труда.

*Рис. 1.5*

**Принесло ли ваше обращение за услугой  
в общественную/ некоммерческую/ негосударственную организацию  
пользу, был ли достигнут результат? (в %)**



Причем результата достигли 59,7% респондентов. Еще 22,2% пока не наблюдали желаемого результата. И только 12,5% не получили услугу, не достигли желаемого результата. Возможно, результат зависит от того, какая была услуга и какие ожидания были у респондента. Если это сложная проблема, в решении которой общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации могут принять участие наравне с другими, или не имеют возможности оказать услугу самостоятельно в полном объеме из-за того, что это находится в ведении исключительно государственных органов власти, то, если судить строго, услугу в общественных/ некоммерческих/ негосударственных организациях можно не получить.

В основном, респонденты обращались за социальными услугами в общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации 1-2 раза. Но есть и те, кто ответил, что постоянно пользуются их услугами (5,6%).

Больше половины пользователей (58,3%) планирует в будущем обращаться за различными социальными услугами. Причем среди молодежи таких оказалось 77,8%; среди граждан в возрасте от 40 до 49 лет – 66,7%, а старше 60 лет – 57,1%.

100% менеджеров среднего звена, две трети менеджеров низшего звена, три четвертых работников физического труда, каждый второй предприниматель, все безработные надеются, что прибегнут к услугам НКО. Все менеджеры высшего звена не готовы обратиться за помощью в общественную организацию.

В то же время, 65,3% всех респондентов планируют обращаться в общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации. Этот показатель говорит о положительной тенденции. То есть качество и результат предоставляемых услуг клиентов вполне удовлетворяет, и они решают обращаться за социальными услугами именно в общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации.

## **1.9 Значимость организационно-правовой формы организации, оказывающей социальные услуги населению**

Примерно равное количество респондентов выразили двойственное отношение к вопросу выбора поставщика социальных услуг в зависимости от его организационно-правового статуса. 38,6% сказали, что статус имеет для их выбора решающее значение, а 36,1% не обращают на это внимание вовсе. Эти данные подтверждают предположение, что зачастую, обращаясь за услугой и получая ее, человек не всегда знает, какой организационно-правовой формы эта организация. Но есть люди, которые приходят в организацию, четко понимая, в какую.

Респонденты Красноярска больше, чем респонденты других городов, (16,8%) обращают внимание на статус организации, и это влияет на их выбор. А вот респонденты Томска относятся к данному вопросу более равнодушно, чем респонденты других городов (15,6%).

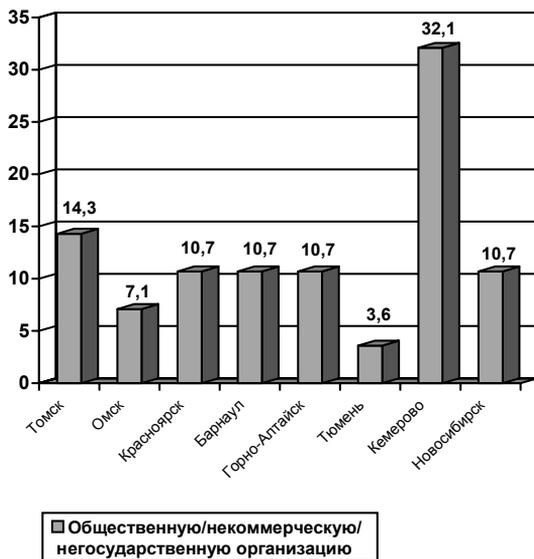
Не ослабевает доверие населения к государственным организациям в сфере оказания социальных услуг. При прочих равных условиях (стоимость услуги, территориальная доступность, сервис и т.д.) большинство респондентов в качестве поставщика выбрали бы государственную организацию (44,1%). На втором месте – коммерческая структура (19,6%). На третьем – муниципальная (12,4%). И только потом – общественная/ некоммерческая/ негосударственная организация (3,5%). При этом одна

пятая часть опрошенных (20,4%) вообще затруднилась с выбором. Но это не значит, что общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации не оправдывают доверия, ведь они сравнительно недавно на этом рынке и не так традиционны в понимании людей. У общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций есть еще поле для деятельности в этом вопросе.

Наибольшее число респондентов, отдающих предпочтение общественной/ некоммерческой/ негосударственной организации, проживает в Кемерове – 32,1%. Это наибольший показатель среди всех городов, в которых производился опрос. Жители Новосибирска при выборе больше, чем жители других городов, отдают предпочтение муниципальной (городской) организации (23,2%).

*Рис. 1.6*

**При прочих равных условиях какую организацию Вы лично выберете для получения услуги? (в %)**



Наибольшее значение имеет статус организации для инвалидов (63%), работающих пенсионеров (57,6%), домохозяек (55,6%). Это как раз те категории, которые нуждаются в высокопрофессиональном уровне услуг. Большинство респондентов считают, что такого рода услуги может предоставлять только государственная организация, поэтому 44,1% опрошенных обращаются именно туда. Государственным организациям большее

предпочтение отдают женщины (57,8%), лица с любым уровнем образования.

Среди менеджеров государственным организациям отдают предпочтение менеджеры высшего звена, менеджеры среднего звена предпочитают коммерческие чуть в большей степени, чем

государственные (35,3% и 32,4% соответственно). Схожим образом отдают предпочтения работающие студенты (33,3% коммерческим и 25,9% - государственным).

Остальные категории респондентов отдали предпочтение государственным организациям, особенно инвалиды (63,6%), причем среди них никто не назвал коммерческие организации.

По мнению большинства респондентов, услуги, оказываемые общественными/ некоммерческими/ негосударственными организациями, должны быть бесплатными (39,4%). Больше других так думают жители Кемерово (16,2%), Омска (15,2%) и Томска (14,6%). В обществе преобладает традиционное представление, что общественная/ некоммерческая/ негосударственная организация работает на добровольных началах, и, следовательно, не может брать плату за свою деятельность.

Другая большая группа респондентов состоит из тех, кто считает, что услуги этих организаций должны стоить меньше, чем во всех других (24,5%), и тех, кто считает, что услуги должны стоить столько же, сколько и в государственных организациях (22,9%). То есть респонденты считают, что если уж платить, то не больше, чем в «привычных» государственных организациях. Если принять во внимание, что при прочих равных условиях большинство респондентов выбирают именно государственные организации, то видна стереотипизация представления о поставщике услуг.

А вот респонденты в Красноярске и в Тюмени чаще других говорили, что услуги общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций должны стоить столько же, сколько в коммерческих (по 22,9% в обоих городах). Всего же респондентов, выражающих такое мнение, 4,4%. Эта часть населения Сибирского региона готова признать, что ценовая политика общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций не должна отличаться от рыночной модели.

## **1.10 Удовлетворенность качеством оказываемых и получаемых услуг**

Полностью удовлетворены качеством оказываемых услуг 43,6% респондентов. При этом женщин среди удовлетворенных практически в два раза больше, чем мужчин (63,2% против 36,%). В зависимости от различных характеристик респондентов степень удовлетворенности

выглядит по-разному. Так, среди респондентов в возрасте до 30 лет удовлетворен каждый четвертый, и почти каждый четвертый удовлетворен в возрасте старше 60 лет.

Среди полностью удовлетворенных качеством услуг респондентов со среднеспециальным образованием – 40,4%; с высшим образованием – 46,5%. Частично удовлетворены с высшим образованием – 44,4%; со среднеспециальным – 41,9%. Как видим, на степень удовлетворенности предоставленными услугами уровень образования особого влияния не оказывает.

В зависимости от рода занятий наибольшее число среди полностью удовлетворенных качеством услуг по группам респондентов выглядит так: работающие пенсионеры – 57,7%, менеджеры среднего звена – 50%, специалисты с высшим образованием – 49,2%. Наиболее критичными оказались менеджеры высшего звена, среди них полностью удовлетворен оказался лишь каждый третий (33,3%); примерно такое же количество работников, занятых физическим трудом (34,7%), инвалидов (36,4%). Гораздо меньше половины удовлетворены безработные и неработающие студенты – 38,1% и 38,6% соответственно. В зависимости от количественного состава семьи наименее удовлетворены услугами респонденты из семей, состав которых 4 человека – 37,4%.

## **1.11 Источники информации о социальных услугах**

Наиболее важным источником информации о социальных услугах половина респондентов (50,6%) назвали объявления/рекламу по телевидению. Действительно, телевидение – самый массовый вид СМИ. Этот вариант ответа опередил даже такой источник, как разговоры, или «сарафанное радио», который, как известно, пользуется большим доверием у населения (39,1%). Также респонденты используют такие традиционные источники информации, как объявление в газетах (34%) и объявления/реклама по радио (24%). Всего 1,8% пользуются для поиска такой информации Интернетом.

Больше всего «сарафанное радио» распространено в Горно-Алтайске (16,9%) и в Тюмени (16%). В Барнауле всем другим источникам получения информации больше, чем в других городах, предпочитают рекламные щиты на улицах (23,3%). В Кемерове больше, чем в других городах, получают информацию по радио (17,7%).

Для молодых людей в возрасте от 18 до 29 лет, в большей степени, чем для других возрастных групп, рекламные щиты являются информационным

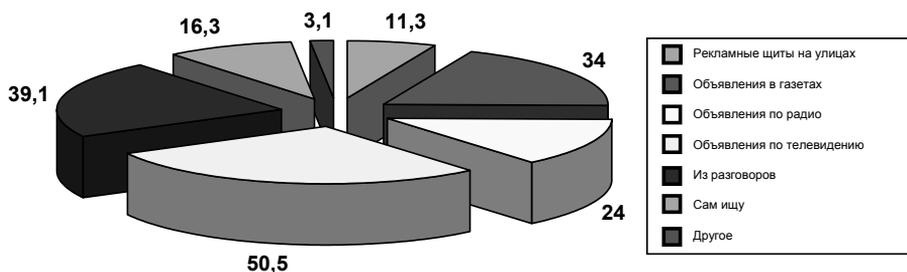
источником. Для респондентов старше 60 лет, в отличие от других возрастных групп, более предпочтительным является радио, для лиц от 40 до 59 лет – объявления в газетах. Имеющие неполное среднее и начальное образование выбирают в качестве главного источника информации радио.

В зависимости от категории занятости также есть нюансы в предпочтениях источников информации. Так, для работающих пенсионеров и инвалидов на втором месте после телевидения стоит радио, у остальных категорий – газеты.

Чем ниже профессиональный статус респондента, уровень образования, уровень дохода на одного члена семьи, тем большее предпочтение после телевидения отдается разговорам.

*Рис. 1.7*

**Откуда, из каких источников Вы узнаете о возможности получения какой-либо социальной услуги? (в %)**



Как видим, действительно, из всех информационных источников самым важным, перефразируя известную фразу, является телевидение. Другим действенным источником является передача информации из «уст в уста». У этой информации есть одна важная особенность – она идет с «подкреплением», поскольку передающий информацию либо подтверждает что-то, либо дает негативную оценку чему-либо, ссылаясь на собственный опыт. Необходимо учесть, что подобная передача происходит в доверительной атмосфере, в силу чего значительно возрастает ее эффект.

Удивляет малое количество респондентов, получивших информацию из Интернета (1,8%), и, что уж совсем поразительно, – 0,1% респондентов, то есть статистически абсолютно незначительная величина, указали в качестве источника на государственные органы. Хотя, как уже подчеркивалось, государству, как субъекту оказания услуг, респонденты доверяют существенно больше, чем другим организациям.

## **2. ПРЕДСТАВИТЕЛИ ВЛАСТИ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НКО**

### **2.1 Описание состава экспертов**

В исследовании приняли участие 80 экспертов, занятых в различных органах власти. Почти 80% из них – женщины. Наибольшее число респондентов были в возрасте 50-59 лет (36,3%). 12,5% - молодежь в возрасте 18-29 лет. Наибольшее число экспертов (33,8%) работают в сфере оказания социальных услуг населению от 10 до 20 лет. Другая достаточно представительная группа (28,8%) респондентов имеет стаж работы в этой сфере от 6 до 10 лет.

### **2.2 Роль общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций и госструктур в сфере оказания социальных услуг населению**

Признанием роли НКО является то, что 35% респондентов, представляющих органы власти, видят НКО в роли независимого участника процессов гражданского общества и 33,8% - в роли равноправного партнера государственных структур. Однако последнее требует существенного уточнения: в чем партнерство? Например, в такой обширной сфере, как предоставление услуг, некоммерческие организации в роли основного поставщика услуг видят только 6,3% респондентов данной группы. Такое же количество опрошенных считает НКО иждивенцами. В роли изгоев видят НКО 2,5% респондентов, а в качестве конкурента коммерческим структурам лишь 1,3%. Каждый десятый отводит НКО другую роль. Например, в зависимости от статуса и места, общественные организации могут выполнять роль партнеров государственных структур, решая вопросы, до которых у государства, что называется, руки не доходят.

Что касается другого участника этой сферы деятельности – государственных структур, то 18,8% экспертов считают, что данной категории более свойственна роль заказчика социальных услуг, а еще 40% - роль заказчика и поставщика услуг. Это, в принципе, совпадает с нормальным положением вещей. 21,3% отводят государственным структурам даже роль монополиста. Только 6,3% респондентов готовы констатировать

Рис. 2.1

**Как Вы считаете, в какой роли сегодня выступают общественные (некоммерческие) негосударственные организации в Вашем регионе? (в %)**

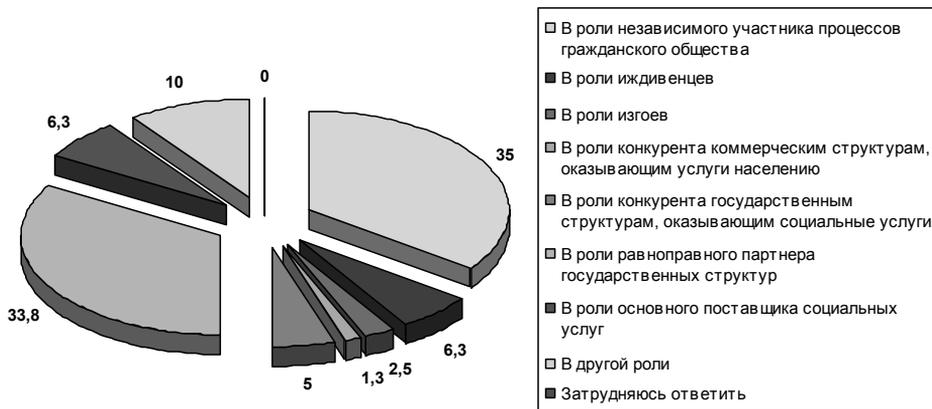
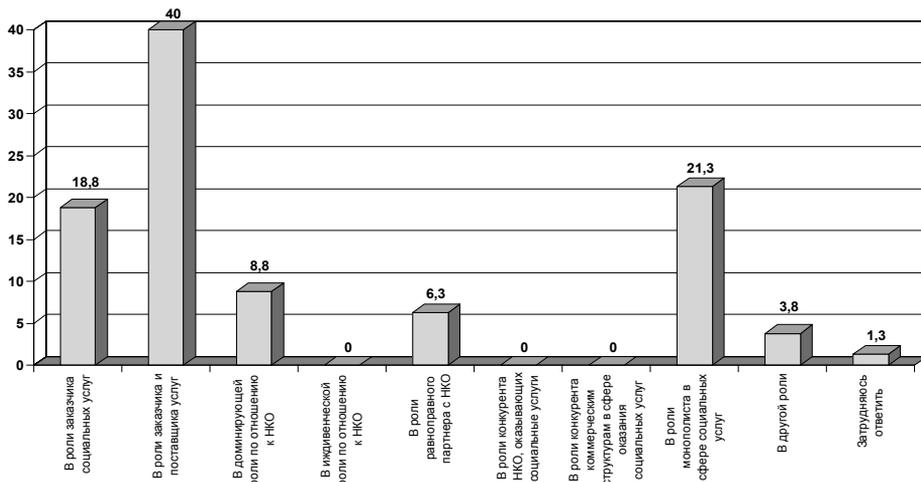


Рис. 2.2

**В какой роли сегодня выступают государственные структуры Вашего региона в сфере оказания социальных услуг населению? (в %)**



равноправное партнерство с общественными/ некоммерческими/ негосударственными организациями в этой сфере. С другой стороны, 33,8% респондентов считают общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации равноправными партнерами государственных структур. Как-то «неравноправно» получается! Парадокс логики респондентов.

Во взглядах представителей власти произошли довольно существенные изменения. Так, более чем в два раза уменьшилось число тех, кто считал НКО иждивенцами, на 6% увеличилось количество тех, кто видит в НКО независимых участников процессов гражданского общества. Более чем в два раза выросло число респондентов, кто считает НКО равноправными партнерами государственных структур, и во столько же – кто видит НКО в роли основного поставщика социальных услуг.

Среди положительных изменений за последние 2-3 года эксперты называли следующие:

- расширилось сотрудничество с органами власти, все больше НКО переходят на договорные отношения с государственными и муниципальными органами;

- повысился профессионализм членов НКО, что сказывается на расширении спектра услуг, поиске и занятии свободных ниш (например, организация площадок временного пребывания детей из неблагополучных семей на базе общежития);

- в качественную сторону улучшилась работа с социальными проектами: написание, отбор. Это означает, что точнее стали обозначать социальные проблемы, активнее осуществлять поиск механизмов их разрешения;

- изменился способ функционирования НКО в социокультурном пространстве. Возросла активность в как социального субъекта: НКО стали заметны населению через широкий спектр и высокое качество социальных услуг, обществу – в качестве активных участников гражданского общества, власти – осуществлением общественной экспертизы законопроектов, инициированием законодательного решения социальных проблем;

- все больше стали проявляться элементы делегирования полномочий государственных органов в области социальной политики не только муниципальным органам, но и НКО.

Некоторые эксперты видят и ряд негативных изменений. А именно: снижение эффективности деятельности и качества оказываемых услуг. Причинами таких изменений считают недостаточное (или с переборами) финансирование и нечеткое представление интересов адресных аудиторий.

Следует отметить также, что чиновники более точно определились в своем мнении по отношению к НКО, так как в представленных результатах опроса не было ни одного затруднившегося с ответом. Важно и такое обстоятельство – 65% респондентов считают, что роль НКО в сфере социальных услуг в ближайшие три года изменится.

### **2.3 Ресурсы, необходимые общественным/ некоммерческим/ негосударственным организациям для занятия позиции поставщика высококачественных социальных услуг, доступных самым разным слоям населения**

«Кадры решают все!» - так можно обозначить позицию респондентов в этом вопросе. Именно потребность в профессиональных кадрах является наиболее насущной (42,5%). Правда, в постановке вопроса заведомо была исключена возможность назвать финансовый ресурс – это было бы, безусловно, отмечено всеми респондентами.

Организация в этой сфере успешно существует и развивается, когда у нее есть клиенты. А клиенты должны об этом знать. Поэтому 17,5% опрошенных считают важным такой ресурс, как своевременное и регулярное информирование общественности об оказываемых услугах, а также наличие устойчивой обратной связи с клиентами и с заказчиками (13,8%).

Однако 62,5% предложили свои различные варианты, среди которых наиболее яркие и интересные следующие:

1. Активность, инициативность и высокое качество менеджмента.
2. Изменения в законодательной базе.
3. Поддержка органов власти, поддержка федеральных органов, в том числе государственный заказ.
4. Заинтересованность людей в своем деле.
5. Тщательное изучение рынка, проведение мониторинга потребностей и платежеспособности клиентов.
6. С учетом изучения потребностей развития отношений с социальными учреждениями.
7. Повышение благосостояния населения, что позволит этим услугам быть востребованными.
8. Поиск своей ниши услуг, не занятой государством или коммерческой структурой.

9. Должна быть конкуренция на разных направлениях работ.
10. Более четкое межведомственное взаимодействие (государственных структур, медицинских, социальных, образовательных учреждений).
11. Эффективное использование для популяризации своей деятельности PR-технологий, имиджевых технологий.
12. Порядочность и честность.
13. Любовь к человеку, духовность.
14. Желание помогать людям, бескорыстная любовь к человеку.

**Таблица 2.1**

**По Вашему мнению, что, кроме финансовых ресурсов, нужно для того, чтобы общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации смогли занять позицию поставщика высококачественных социальных услуг, доступных самым разным слоям населения? (в %)**

Кадровые ресурсы, профессионалы с опытом и без опыта работы	42,5
Обучение имеющегося персонала, повышение квалификации, переквалификация	13,8
Разработка специальных критериев оценки индивидуальных потребностей клиентов	3,8
Учет особенностей образования, менталитета, религиозных, национальных и др. особенностей клиентов	3,8
Установление устойчивой обратной связи с клиентами и с заказчиками услуг	13,8
Своевременное и регулярное информирование общественности об оказываемых услугах	17,5
Применение оценки качества предоставления услуг	3,8
Репутация поставщика - НКО	7,5
Другой ответ	62,5

Все это - необходимые условия существования и развития любой организационной структуры любой формы собственности. Так что общественным/ некоммерческим/ негосударственным организациям

для того, чтобы стать равноправным участником рынка социальных услуг, необходимо стремиться стать устойчивой, самодостаточной, самофинансируемой структурой с высоким уровнем менеджмента и профессионализма персонала.

## **3. ТОЧКА ЗРЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ НКО**

### **3.1 Состав экспертов**

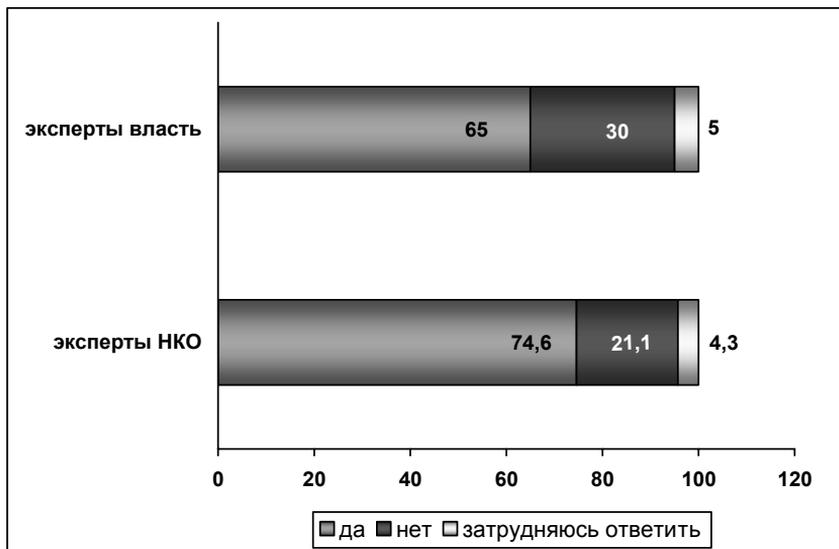
В ходе исследования был опрошен 161 эксперт, более двух третей из которых - женщины. 75,1% респондентов находятся в самом трудоспособном возрасте - от 30 до 60 лет. Но были и более молодые – от 18 до 29 лет (8,7%). В опросе участвовали респонденты с разным стажем работы в этой сфере – от нескольких месяцев до 20 и более лет. Наибольшее число респондентов работают в общественных/ некоммерческих/ негосударственных организациях от 6 до 10 лет. Таких - 32,9% опрошенных. Настоящих «ветеранов» - 13,7%. А респондентов, только еще начинающих свою деятельность в этой сфере, – всего 4 человека.

### **3.2 Роль общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций в сфере оказания социальных услуг населению**

Респонденты этой группы (представители НКО) единодушны с респондентами предыдущей группы в оценке роли общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций в настоящее время: 24,8% опрошенных считают их независимыми участниками процессов гражданского общества. Столько же (24,8%) видят общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации равноправными партнерами государственных структур. Небольшая доля респондентов отмечает, что общественные/ некоммерческие/ негосударственные организации вполне могут составить конкуренцию коммерческим структурам (4,3%) и государственным организациям (7,5%) в сфере оказания социальных услуг населению.

74,6% констатируют, что за последние 2-3 года роль НКО изменилась; 21,1% - все осталось по-прежнему; 70,9% респондентов видят перспективы: роль НКО усилится. Это может свидетельствовать о том, что при всей противоречивости и незаконченности процесса становления НКО, у респондентов из некоммерческих организаций настроение оптимистическое.

**Как Вы думаете, изменилось ли что-нибудь в роли НКО в сфере оказания социальных услуг за последние 2-3 года? (в %)**



На вопрос, что нужно для эффективной работы НКО, кроме финансов, ответы выглядели следующим образом: кадровый ресурс – 39,4%; обучение, переобучение, повышение квалификации – 18,1%; своевременное и регулярное информирование населения – 12,5%; установление устойчивой обратной связи с заказчиками и клиентами – 11,9%; применение оценки качества предоставляемых услуг – 4,4%; разработка специальных критериев оценки индивидуальных потребностей клиентов – 6,3%.

61,3% дали другой ответ, в котором наиболее характерными были следующие позиции:

- конструктивное взаимодействие с властями (обмен знаниями, заказ на услуги, разработка критериев и т.д.);
- инициатива специалистов, добровольчество, как состояние души;
- законодательное и нормативное обеспечение взаимодействия государства и НКО (лицензирование, налоговые льготы, гранты, социальный заказ);

- делегирование полномочий в области социальных услуг от государства к НКО;
- мотивация сотрудников НКО;
- активизация PR-деятельности самих НКО.

### **3.3 Ресурсы, необходимые и имеющиеся для занятия общественными/ некоммерческими/ негосударственными организациями позиции поставщика высококачественных социальных услуг, доступных самым разным слоям населения**

Признавая важность кадрового потенциала (39,4% опрошенных), большинство респондентов (61,3%) называли другие ресурсы, которых не было в предложенном списке. Видимо, у каждого имеются свои насущные потребности. Вот наиболее значимые из них:

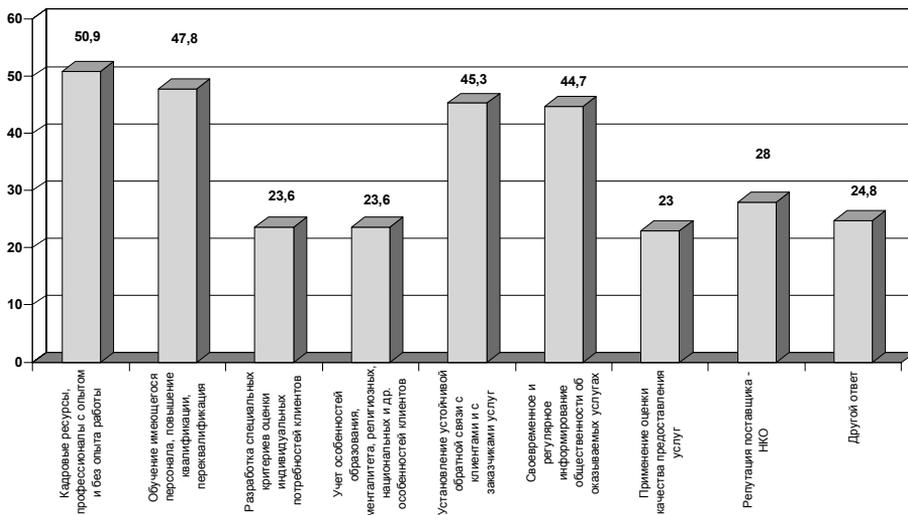
1. Сплоченность организации, энергия лидера, единомышленников.
2. Оптимизм работников и людей.
3. Идея, стратегия развития, выбор актуальной цели работы.
4. Помощь и поддержка государства в разных формах.
5. Понимание со стороны властей, признание роли общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций как нужных.
6. Взаимодействие и взаимопонимание с государственными структурами и органами власти.
7. Принятие Закона о социальном заказе.
8. Благоприятный экономический режим вплоть до освобождения общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций от всех видов налогов.
9. Составление баз данных о клиентах.
10. Изучение потребностей населения; учет специфических, культурных особенностей населения или потребителей.
11. Движение в сторону рыночной модели оказания услуг, самофинансирования.
12. Хороший, сильный положительный имидж общественных/ некоммерческих/ негосударственных организаций.

13. Пропаганда деятельности этих организаций, PR - деятельность, развитие социальной рекламы.
  14. Обмен опытом.
  15. Правовая база, независимое правовое положение от властных структур.
  16. Участие общественных организаций в разработке законодательных актов и решений исполнительной власти.
  17. Изменение социальной ситуации, повышение активности населения.
  18. Выделение грантов под конкретные социальные программы, проекты в сфере социальных услуг.
  19. Упрощение формы нормативных документов налоговой и другой отчетности.
  20. Координирующие центры (ресурсные, информационные).
- Почти половина опрошенных отметила, что имеет в своем «арсенале» такие ресурсы, как: кадровые (профессионалы с опытом и без опыта работы) (50,9%); обучение имеющегося персонала, повышение квалификации, переквалификация (47,8%); установление устойчивой обратной связи с клиентами и с заказчиками услуг (45,3%); своевременное и регулярное информирование общественности об оказываемых услугах (44,7%).
- Применяют они также разработку специальных критериев оценки индивидуальных потребностей клиентов (23,6%); учитывают особенности образования, менталитета, религиозных, национальных и других особенностей клиентов (тоже 23,6%); постоянно оценивают качество предоставления услуг (23%). По мнению респондентов, такая же тенденция будет сохраняться и в следующем году.
- Эксперты отметили, что в ближайшие 12 месяцев они собираются продолжать «в том же духе», а также дополнительно предпринимать следующие меры:
1. Привлечение новых людей.
  2. Информирование о работе и о своих идеях и инициативах, усиление PR-деятельности.
  3. Поиск стабильных источников финансирования.
  4. Анализ потребностей с целью предложения новых услуг.
  5. Расширение спектра услуг, увеличение объема предоставленных услуг и повышение их качества.

6. Установление устойчивых связей с органами власти.
7. Реализация и создание федеральных и региональных программ.
8. Расширение деятельности в городах региона.
9. Открытие филиалов по Российской Федерации.
10. Повышения уровня взаимодействия с другими общественными/некоммерческими/ негосударственными организациями, координация деятельности, информационный обмен.
11. Ведение политической деятельности.
12. Создание центра юридического консультирования.
13. Создание информационного центра своего региона.
14. Распространение технологий помощи в другие государственные и негосударственные организации.

**Рис. 3.2**

**Что из перечисленного Ваша организация собирается применять, приобрести в ближайшие 12 месяцев? (в %)**



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты опроса населения, представителей власти и НКО не претендуют на истину в последней инстанции. Можно говорить о достаточно высоком проценте погрешности в силу различных методик опроса для различных категорий, равной выборки при большой разнице генеральной совокупности в разных городах. Но в целом можно отметить, что тенденции, отраженные в исследовании, просматриваются достаточно четко, более того, они коррелируются с ранее проведенными опросами населения.

Результаты исследования показывают, что в сибирском регионе в крупных городах все более активно проявляют себя институты гражданского общества. Особенно отраднo, что это прослеживается не только в политической, но и в социальной сфере, которая для многих людей в последние годы становится более актуальной.

Исследование велось не по всем аспектам социальной сферы, а только в части предоставления и пользования услугами. Был подтвержден тот факт, что пока у населения не изменился стереотип мышления, оно по-прежнему в большей степени доверяет государству как более надежному поставщику услуг. В то же время, часть респондентов отмечает, что и общественные организации предоставляют социальные услуги весьма высокого качества. И в дальнейшем респонденты собираются расширить виды услуг, которые они хотели бы получать от НКО. Однако в исследовании отразился тот факт, что население не видит в качестве субъекта предоставления услуг местное самоуправление. А ведь по своей сути это самая близкая к населению власть, и именно она должна хорошо знать потребности граждан и способствовать их удовлетворению.

Сравнение мнений представителей органов власти и НКО показывает их близость. И те, и другие считают, что государство должно смелее делегировать свои полномочия в области предоставления услуг НКО, поскольку они более гибко реагируют на меняющиеся потребности и запросы населения. Кроме того, они привлекают само население к данной деятельности, тем самым, уменьшая патерналистские, в какой-то степени, иждивенческие настроения.

Респонденты от власти и НКО не идеализируют ситуацию. Для того, чтобы НКО полноценно заменило государство, необходимо повышать профессионализм представителей некоммерческих организаций, совершенствовать законодательство, менять психологию населения и др. Но именно в этом направлении, направлении развития институтов гражданского общества видится залог дальнейшего устойчивого развития российского государства.

## **ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА «СОЦИАЛЬНЫЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ ЧЕРЕЗ ПАРТНЕРСТВО НКО И ВЛАСТИ»**



### **Общественная организация «Кузбасский Центр «Инициатива»**

Общественная организация «Кузбасский Центр «Инициатива» зарегистрирована в июне 1997 года и создана по инициативе Совета общественных организаций Кемеровской области, который работает с января 1997 года. Руководитель организации – Рондик Ирина Николаевна, председатель Совета ОО КЦ «Инициатива».

Деятельность Кузбасского Центра «Инициатива» направлена на создание благоприятных условий для развития сектора некоммерческих негосударственных организаций Кемеровской области в решении проблем различных сфер общественной жизни.

Своеобразный брэнд общественной организации «Кузбасский Центр «Инициатива» – программы, направленные на развитие гражданского общества в Кузбассе.

Кузбасский Центр «Инициатива» – это профессиональная команда, которой в течение 10 лет доверяют:

- НКО (действует «Клуб деловых встреч», работает Центр общественного развития, через деятельность которого осуществляются информационные, консультационные и обучающие услуги некоммерческим организациям);

- власть (акции и конкурсы Кузбасского Центра «Инициатива» нашли отражение и прописаны в целевых региональных программах Кемеровской области);

- бизнес (вклад и партнерство в проведении конкурсов социальной и общественной направленности);

- СМИ (партнерство в реализации совместных проектов по созданию на радио и в прессе специальных рубрик).

Кузбасский Центр «Инициатива», развивая свою программную деятельность, является инициатором и разработчиком социальных технологий и коалиционных мероприятий: областных конкурсов «Социальная звезда», «Корнями дерево сильно», конкурсов социальных и общественных проектов на консолидированный бюджет, по профилактике наркомании, по патриотическому воспитанию «Кузбасс – наш общий дом», Благотворительных сезонов, Весенней Недели Добра, форума

грантополучателей, форумов общественных объединений Кемеровской области, ярмарок общественных организаций, фестиваля молодежной прессы и конференций, направленных на межсекторное взаимодействие. В 2006 – 2007 гг. при участии Кузбасского Центра «Инициатива» на территории Кемеровской области был успешно реализован проект «Эстафета Памяти «Наследники Великой Победы», поддержанный Президентом Российской Федерации в соответствии с рекомендациями Общественной Палаты Российской Федерации, Совета при Президенте Российской Федерации по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека, советов при полномочных представителях Президента Российской Федерации в федеральных округах.

С 1999 года Кузбасский Центр «Инициатива» работает в партнерстве с социальными службами Кемеровской области по реализации проектов, направленных на социальную сферу.

В 2001 году в Кемеровской области прошла первая в Сибири конференция на тему «Социальные услуги НКО населению», в рамках которой были озвучены итоги социологического исследования «НКО глазами населения, власти, бизнеса», которое только подтвердило, что вовлечение общественных организаций в сферу оказания социальных услуг является приоритетным для их развития. Экспертами утверждалось, что одна из главных задач НКО – заполнить рынок социальных услуг, привести его в соответствие со спросом. Подчеркивалось, что здесь есть определенные проблемы, поскольку сегодня население Кузбасса лишено свободы выбора.

По итогам конференции Кузбасским Центром «Инициатива» было принято решение о создании проекта «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти», в основу которого положена проблема по выстраиванию межсекторного взаимодействия, что позволило бы НКО на уровне с государственными структурами профессионально оказывать социальные услуги населению. Вся предыдущая работа в данном направлении показала, что общественные организации имеют возможности оказывать социальные услуги населению, однако процесс вхождения НКО в сферу социального обслуживания затруднен по причине отсутствия законодательной основы для вовлечения НКО в сферу социальных услуг, подготовленного информационного поля для развития подобных услуг, нехватки у НКО профессиональных навыков для продвижения своих услуг.

Проект «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти», рассчитанный на реализацию в партнерстве с неправительст-

венной организацией Германии «Pro NGO! e.V» и Межрегиональным общественным фондом «Сибирский Центр Поддержки Общественных инициатив» при участии членов Сибирской Сети центров общественного развития из Омской, Томской, Тюменской областей, Красноярского, Алтайского края и Республики Алтай, получил финансирование Европейской Комиссии по Партнерской программе ТАСИС в области институционального развития (ППИР) «Содействие в развитии гражданского общества и местных инициатив» и реализуется на территории Сибири с февраля 2006 года.



## **Неправительственная организация «Pro NGO! e.V» (Германия)**

«Pro NGO! e.V» была основана в 1998 году, а в 2004 году получила регистрацию как некоммерческая организация в суде первой инстанции города Кёльна (Германия). Председатель «Pro NGO! e.V» - Ханс Борн, имеет 15-ти летний опыт руководителя проектов, инициированных Европейской Комиссией в восточной Европе и Центральной Азии.

На сегодняшний день в организации около 50 сотрудников различных профессий - юристов, консультантов по вопросам деятельности предприятий, социальных педагогов, политологов и т.д., которые, помимо своей основной деятельности, на общественных началах работают в Pro NGO. Они не состоят в штате организации, а являются наемными служащими, работающими по контракту. Сотрудники рассредоточены по всей Европе, работают в Америке, в Центральной Азии. Взаимодействие между ними осуществляется в основном через Интернет.

Неправительственная организация «Pro NGO! e.V» работает над множеством проектов, разных по своей направленности. Проекты касаются демократии, прав человека, социальных услуг и т.д. В настоящий момент в Анголе реализуется проект по очищению земли от мин; ряд партнерских проектов осуществляется в России, Украине, Молдове, Словакии, Центральной Азии.

Концепция Pro NGO вытекает из существующей проблемы: многие проекты неправительственных организаций начинаются с хороших идей и большого энтузиазма сотрудников. Однако в процессе организации и реализации часто не достигают эффективности и профессиональных масштабов. Исходя из этого, цель Pro NGO - улучшение менеджмента

внутренних процессов развития и работы по проектам НПО посредством сочетания вовлеченности с ноу-хау профессиональных специалистов. Ключом к эффективной проектной работе является многопрофильная проектная команда, которая состоит из специалистов различных областей и, следовательно, может соответствовать индивидуальным требованиям проекта. Таким образом, Pro NGO гарантирует успешное осуществление проектов с оптимальными результатами для всех его участников.

Pro NGO предоставляют следующие профессиональные услуги:

- Консультации при разработке проектных инициатив;
- Содействие при подаче заявок на получение средств для развития;
- Знакомство с возможными партнерами по международным проектам;
- Профессиональное сопровождение текущих проектов опытными тренерами;
- Мероприятия по повышению квалификации сотрудников проекта;
- Мониторинг и оценку;
- Организацию проектных отчетов, включая финансовый отчет.



## **Межрегиональный Общественный Фонд «Сибирский Центр Поддержки Общественных Инициатив»**

Межрегиональный общественный фонд «Сибирский центр поддержки общественных инициатив» (МОФ СЦПОИ) работает в Сибири с 1995 года. С течением времени функции организации менялись и расширялись, и сегодня это:

- крупный российский фонд;
- информационно-аналитический центр и место рождения новых социальных технологий;
- экспертная организация в области общественного развития;
- организатор обучающих программ для муниципальных и государственных служащих, представителей некоммерческих организаций.

Эти составляющие позволяют называть «Сибирский центр» Центром общественного развития.

МОФ СЦПОИ входит в сеть центров общественного развития, расположенных в 11 регионах Сибири (Республики Алтай и Бурятия, Алтайский и Красноярский края, Иркутская, Кемеровская, Новосибирская, Омская, Томская, Тюменская, Читинская области).

Одним из основных направлений деятельности организации на протяжении 11 лет была грантовая программа. За эти годы распределено почти \$2 миллиона.

Среди социальных технологий, разработанных специалистами МОФ СЦПОИ, наиболее популярной стала ярмарка социально значимых проектов общественных организаций. Первая ярмарка прошла в Новосибирске в 1996 году. Сейчас такая форма работы используется во многих больших и малых городах России, а также в странах СНГ. Другие «растиражированные» технологии СЦПОИ - Благотворительные сезоны (одно из средств формирования культуры благотворительности в Сибири), конкурс «Социальная звезда» и др.

Программы социального развития и разработка системы оценки их эффективности сделали «Сибирский центр» одной из ведущих экспертных организаций России. Сегодня представители СЦПОИ входят в качестве экспертов в различные общественные советы и рабочие группы при Государственной Думе, Общественной палате РФ, Совете при Президенте Российской Федерации по содействию развитию институтов гражданского общества и правам человека, Правительственной комиссии по проведению административной реформы, а также являются членами федеральных и международных экспертных ассоциаций, различных общественных и консультативных советов на местном уровне. Так, в 2006-2007 гг., «Сибирский центр» участвовал в разработке стратегии развития Новосибирской области до 2025 года.

Образовательные программы воплощает в жизнь как непосредственно «Сибирский центр», так и специально созданная структура – «ИНА-Центр». Начиная с 1995 года, МОФ СЦПОИ готовил тренеров, специалистов по защите прав и интересов граждан, а также планомерно развивал направление оценки проектов и программ (проведены две международные Школы, десятки семинаров). Один из недавно реализованных проектов назывался «Улучшение социальных услуг в Сибири через укрепление социального партнерства» и был направлен на повышение эффективности реализации целевых программ в социальной сфере, осуществляемых государственными и муниципальными органами власти, через продвижение и развитие механизмов оценки.

В последние два года обучающие мероприятия направлены также на развитие гражданских инициатив и местных сообществ по заказу администраций территорий (например, Ханты-Мансийского, Ямало-Ненецкого автономных округов) и крупных бизнес-компаний (ОАО «СУАЛ-Холдинг», ООО «Тасеевское», «Салым Петролеум Девелопмент Н.В.»).

2006-2007 годы характеризуются важными качественными изменениями в работе фонда. Во-первых, фонд приступил к отработке новых социальных технологий в рамках проектов «Новая модель эффективного управления муниципальным образованием» (охватывает 6 «малых городов» различных территорий Сибири) и «Содействие комплексному социально-экономическому развитию Красноярского края». Оба проекта в перспективе позволят перейти на принципиально другой уровень вовлечения граждан в процессы управления.

Во-вторых, СЦПОИ получил новых заказчиков и заметно расширил географию своего присутствия (среди новых «мест работы», например, г. Артем Амурской области, г. Балей Читинской области, с. п. Салым Ханты-Мансийского автономного округа).

Третье значимое событие – грант Общественной Палаты РФ на работу ресурсного центра для некоммерческих организаций.

## **Участники проекта «Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти»**

### **Общественная организация «Кузбасский центр «Инициатива»**

Председатель Совета - Рондик Ирина Николаевна  
650000, г. Кемерово, ул. Ноградская, 3, к. 18, тел./факс: (384-2) 36-37-65  
<http://smkrsm.ru>, [smk@kemail.ru](mailto:smk@kemail.ru)

### **Неправительственная организация «Pro NGO! e.V.»**

Председатель - Борн Ханс  
Am Mutzbach, 20, D-51069, Köln, Germany  
<http://www.pro-ngo.org>, [hans.born@pro-ngo.org](mailto:hans.born@pro-ngo.org)

### **Межрегиональный общественный фонд**

#### **«Сибирский Центр Поддержки Общественных Инициатив»**

Президент - Малицкая Елена Павловна  
630102, Новосибирск, ул. Восход, 14/1, 3-й этаж, тел./факс: (383) 254-00-24, 254-00-25  
<http://www.cip.nsk.su>, [scisc@cip.nsk.su](mailto:scisc@cip.nsk.su)

### **Алтайская краевая общественная организация «Поддержка общественных инициатив»**

Председатель Правления - Чуракова Светлана Борисовна  
656063, г. Барнаул, ул. Гущина, 77а или а/я 1901, тел. (385-2) 22-70-94,  
[akoopoi@mail.ru](mailto:akoopoi@mail.ru)

### **Красноярская региональная общественная организация «Агентство общественных инициатив»**

Генеральный директор - Печковская Ирина Петровна  
660049, г. Красноярск, ул. К. Маркса, 93, к. 409-410, тел. (391-2)27-89-85,  
<http://kroo-aoi.ru>, [agency@krsn.ru](mailto:agency@krsn.ru)

### **Омская региональная общественная организация «Центр развития общественных инициатив»**

Председатель Правления - Тихунова Зинаида Васильевна  
644002, г. Омск, ул. Красный путь, 9, к.434, тел./факс (381-2) 23-23-20  
<http://www.omskngo.ru>, [info@omskngo.ru](mailto:info@omskngo.ru)

### **Региональная общественная организация Общество инвалидов с детства «Возрождение»**

Председатель Правления - Казанцева Алена Борисовна  
649000, Республика Алтай, г. Горно-Алтайск, ул. Комсомольская, 9, а/я 360,  
Тел./факс (388-22) 2-72-09, [vozt@mail.gornyu.ru](mailto:vozt@mail.gornyu.ru)

### **Томский областной общественный фонд «Центр Общественного Развития»**

Исполнительный директор - Филонов Святослав Викторович  
634021, г. Томск, пр. Фрунзе, 137/1, тел. (382-2) 24-30-02,  
[cdc@mail.tomsknet.ru](mailto:cdc@mail.tomsknet.ru)

### **Благотворительный Фонд развития города Тюмени**

Исполнительный директор - Барова Вера Владимировна  
625046, г. Тюмень, ул. Малыгина, 51, тел.: (345-2) 63-30-86, 63-30-81  
<http://cftyumen.ru>, [info@cftyumen.ru](mailto:info@cftyumen.ru)

## **Социальные услуги населению через партнерство НКО и власти**

**(по результатам социологического исследования среди населения,  
представителей общественных организаций и власти)**

Отпечатано в типографии «ИНТ»,  
г. Кемерово, б-р Строителей, 34, оф-101,  
тел.: (3842) 51-87-44, факс: (3842) 51-86-27,  
e-mail: [typoint@mail.ru](mailto:typoint@mail.ru)

Подписано к печати 15.06.2007 г. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Печать Офсетная. Бумага мелованная матовая 90 г/м<sup>2</sup>.  
Усл. печ. л. 2,8. Усл. изд. л. 1,8. Гарнитура Times.  
Заказ № 12067. Тираж 1000 экз.