

# Маркетинговый анализ потенциальной целевой аудитории проекта "Коалиция "Забота рядом" БФ "Хорошие истории"

**Выполнено:** сборной студенческой командой «Айсберг» РЭУ им. Г. В. Плеханова в составе: Кирилл Кузьмин, Яна Мильгунова, Диана Хайретдинова и Виктория Чумакова



**Научный руководитель:** И. А. Корягина, к.и.н., доцент кафедры маркетинга Высшей школы креативных индустрий, руководитель международного отдела Высшей школы финансов РЭУ имени Г.В. Плеханова



**РЭУ.РФ**  
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

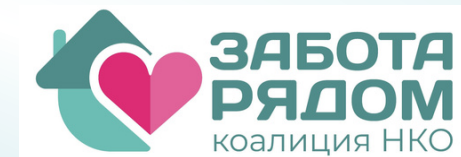
# Оглавление



1. Представление команды и НКО
2. Ценность полученных результатов для отрасли
3. Бриф и исходная задача (от НКО), постановка управленческой (операционной) задача на основе брифа (насколько решение соотносится с той задачей, что организация ставила)
4. Цели, исследовательские задачи и гипотезы (если были)
5. Описание методологии (метод исследования, выборка, ограничения, если были)
6. Партнеры
7. Результаты исследования
8. Рекомендации
9. На проекте мы научились

# 1. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КОМАНДЫ И НКО

СБОРНАЯ  
СТУДЕНЧЕСКАЯ  
КОМАНДА «АЙСБЕРГ»  
РЭУ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА



Коалиция «Забота рядом» — крупнейшее в России объединение НКО и местных сообществ, занимающихся заботой о пожилых людях.



Кирилл Кузьмин  
Капитан команды

Высшая школа креативных индустрий



**Научный руководитель:** Инга Анатольевна Корягина,  
к.и.н., доцент кафедры маркетинга Высшей школы  
креативных индустрий, руководитель международного  
отдела Высшей школы финансов РЭУ имени Г.В.  
Плеханова



Диана Хайретдинова  
Бренд-амбасадор  
Высшая школа  
креативных  
индустрий



Яна Мильгунова  
ИТ - специалист  
Высшая школа  
креативных  
индустрий



Виктория Чумакова  
Аналитик  
Высшая школа  
финансов

598

Организаций

73

Российский региона,  
Казахстан, Эстония,  
Кыргызстан

12

Территориальных  
ресурсных центра

10000

Волонтеров

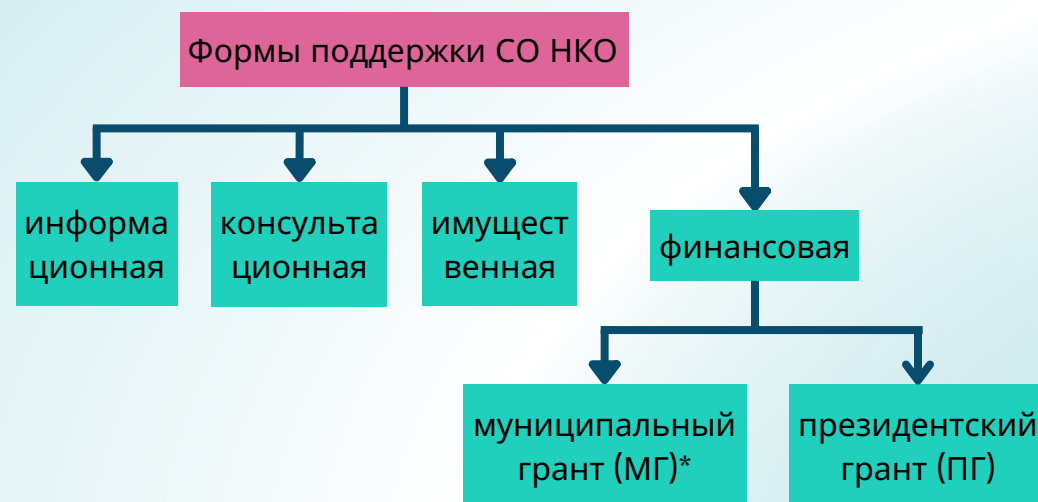
118 500

Пожилых получили  
помощь

7428

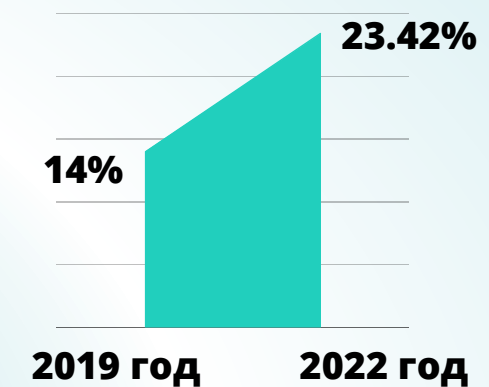
Одиноких пожилых  
выявлено

## 2. Ценность полученных результатов для отрасли

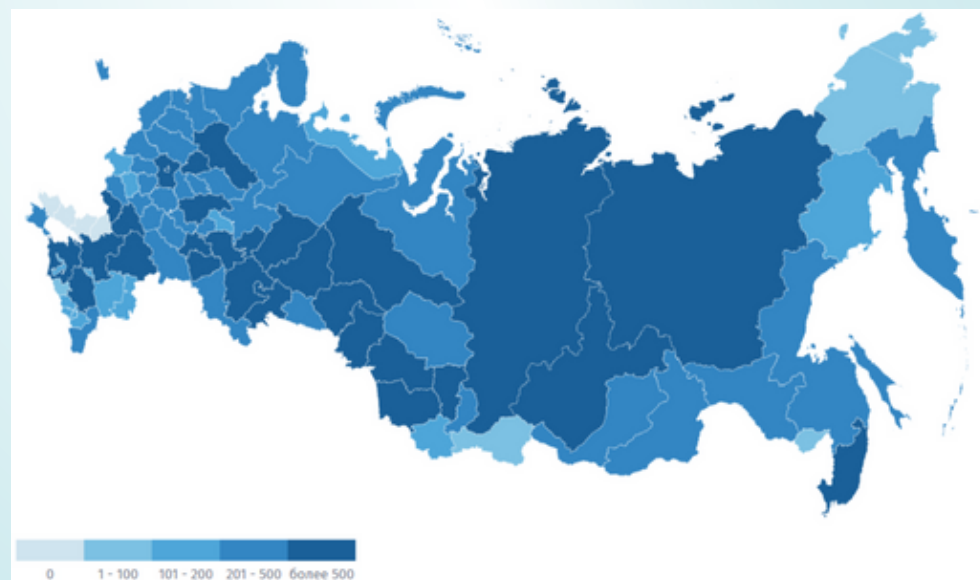


### Критерии выдачи субсидий согласно законодательству:

- 1) Социальная значимость деятельности СО НКО
- 2) Экономические критерии деятельности (экономия затрат и др.)
- 3) Наличие у менеджеров и работников СО НКО необходимых компетенций
- 4) Возможность СО НКО привлечь волонтеров
- 5) Отслеживание показателей результативности своей деятельности, социального воздействия
- 6) Возможность масштабирования деятельности
- 7) Инновационность принятых решений
- 8) Наличие информации о деятельности в электронных ресурсах и СМИ



Доля некоммерческих организаций (НКО) на рынке услуг соцобслуживания в России.



Общее количество НКО в РФ составляет 48682 по состоянию на 01.08.2023 г. <sup>1</sup>



Общий объем государственной финансовой поддержки в 2021 г., представленной 7 138 СОНКО составил 162 309 980,1 тыс. руб.<sup>2</sup>

МГ\* – средства муниципального бюджета в форме субсидии.

<sup>1</sup>- Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. N 1290: [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko>. (Дата обращения: 01.08.2023)

<sup>2</sup>-Доклад о деятельности и развитии социально ориентированных некоммерческих организаций в Российской Федерации за 2021 г. // Департамент развития социальной сферы и сектора некоммерческих организаций // [https://nko.economy.gov.ru/upload/docs/doklad-o-deyatelnosti-i-razvitii-soczialno-orientirovannyix-nekommercheskix-organizacij-\(2021-g.\).pdf](https://nko.economy.gov.ru/upload/docs/doklad-o-deyatelnosti-i-razvitii-soczialno-orientirovannyix-nekommercheskix-organizacij-(2021-g.).pdf)

## Основные проблемы рынка НКО в России<sup>3</sup>



### 1. Финансовые ограничения:

- Из-за того, что бюджет распisan на год вперёд при подаче документов получателей услуг со стороны государства может поступить задержка в оказании услуг.

### 2. Недостаток поддержки:

- Из-за большого кол-ва СОНКО находящихся в различных регионах России тяжело оказывать помощь в достаточном количестве.

### 3. Отсутствие эффективных механизмов взаимодействия с государственными органами:

- Представители власти не всегда готовы к диалогу и не всегда заинтересованы в вовлечении негосударственных поставщиков в оказание соцуслуг.

### 4. Законодательные ограничения:

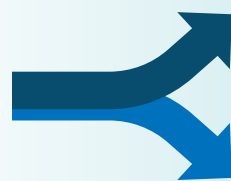
- Разрозненность законодательных актов, которые регулируют участие негосударственных организаций в оказании бюджетных услуг.

<sup>3</sup>-С какими проблемами сталкиваются негосударственные поставщики соцуслуг // Агентство социальной информации // <https://www.asi.org.ru/2022/09/27/s-kakimi-problemami-stalkivayutsya-negosudarstvennye-postavshhiki-soczuslug/?ysclid=lktpwrcv1740806013>

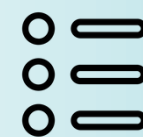
### 3. Бриф и исходная задача, постановка управленческой (операционной) задача на основе брифа

#### Цель исследования

Изучить аудиторию родственников, **ухаживающих за длительно/тяжело болеющими пожилыми близкими** (в первую очередь, родителями) на предмет выявления их **актуальных потребностей и ресурсов**, которые они используют для их удовлетворения.



#### Задачи исследования



Определить возможные **подкатегории** в рамках целевой аудитории.



Определить материальные, информационные, психологические, социальные и иные **потребности** ухаживающих родственников.



Определить **ресурсы**, которые ухаживающие родственники используют для удовлетворения своих потребностей; выделить среди них **платные и бесплатные**, а также **приоритетные** (наиболее распространенные) в использовании ресурсы.



Определить **оценку ситуации** со стороны ухаживающих родственников и их **самоощущение**.



Проверить гипотезы о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов (нет доступа, «к психологам ходят только психи» и т.п.).

# Управленческая (операционная) задача



**Цель исследования** - изучить аудиторию родственников, ухаживающих за длительно/ тяжело болеющими пожилыми близкими (в первую очередь - родителями) на предмет выявления их актуальных потребностей и ресурсов, которые они используют для их удовлетворения.

**Управленческая (операционная) задача** - проведение маркетингового анализа потенциальной целевой аудитории проекта "Коалиция "Забота рядом" БФ "Хорошие истории".

**В рамках маркетингового анализа были выполнены поэтапно следующие задачи:**

Этап 1: Знакомство с НКО
Обсуждение проблематики и задач проекта
Аудит БФ "Хорошие истории", подготовка ТЗ
Утверждение плана-графика исследования

Этап 2: ТЗ, сбор данных
Утверждение ТЗ
Сбор данных для составления методологии
Составление методологии
Утверждение методологии

Этап 3: Проведение исследования
Программирование опросника
Запуск опросника
Анализ данных опросника
Формирование финального отчёта по результатам исследования

Этап 4: Доработка и внесение комментариев
Предоставление финального отчёта по результатам исследования
Внесение комментариев в отчёт
Составление финальной презентации

# Цели, исследовательские задачи и гипотезы



**Задача 1:** Определить возможные подкатегории в рамках целевой аудитории



База: 1041 ( основная выборка)

Q2. Ваш пол:  
Q3. Ваш возраст:

База: 1041 ( основная выборка)

Q5. Ваш семейный статус:  
Q6. Есть ли у вас несовершеннолетние дети на попечении:

База: 400 ( основная выборка) / 246 (имеют на своем попечении одного ребенка)

Q7. Если вы ответили «Да» в предыдущем вопросе, то укажите, пожалуйста, количество несовершеннолетних детей, находящихся у вас на попечении:

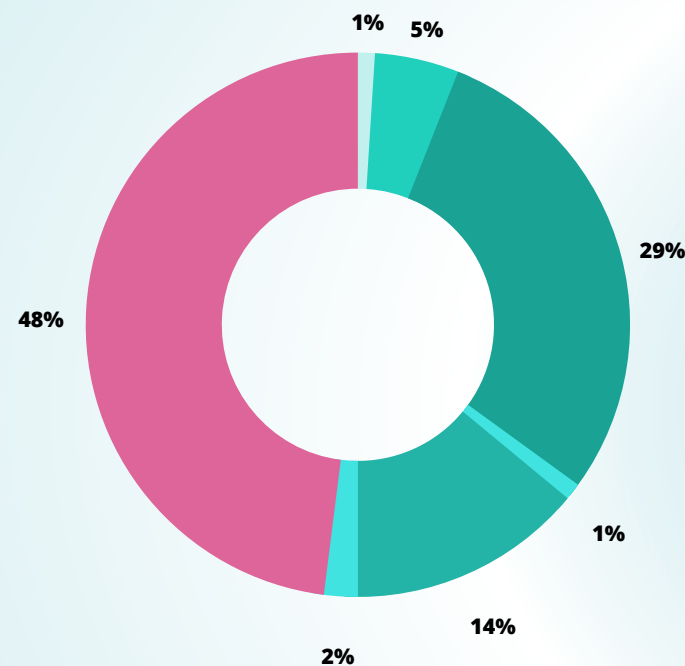
База: 1040 ( основная выборка) / 551 (имеют на своем попечении одного ребенка)

Q4. Какова ваша занятость на данный момент:

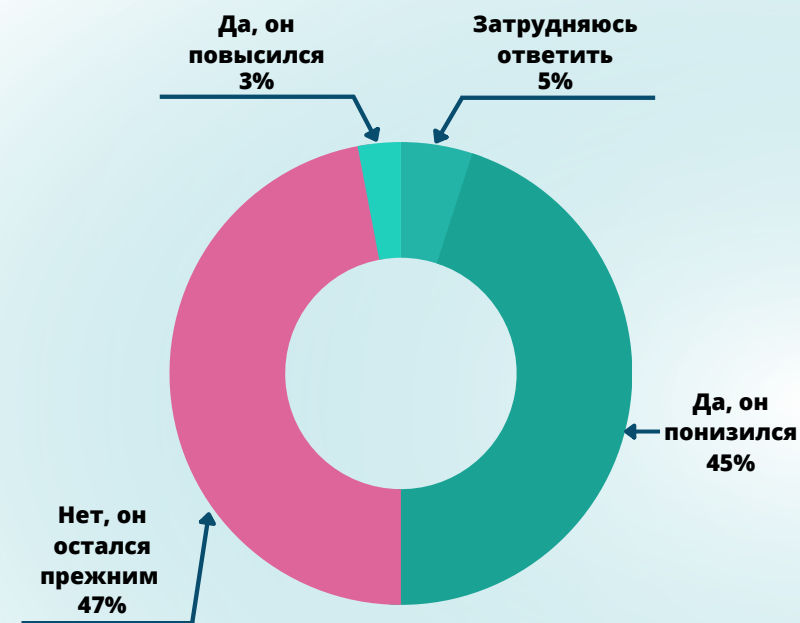
# Оценка ситуации со стороны ухаживающих родственников и их самоощущение



## Задача 2: Определить оценку ситуации со стороны ухаживающих родственников и их самоощущение



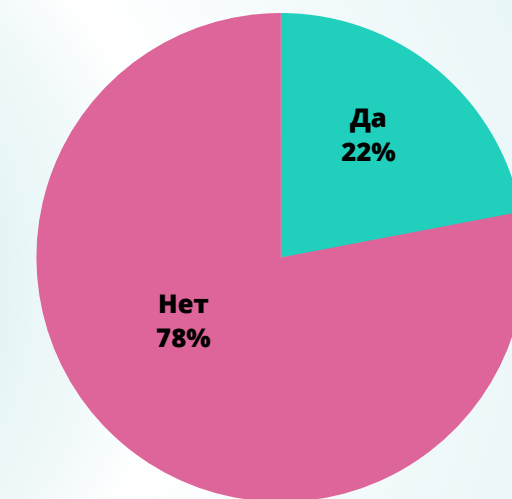
1. 29% ухаживающих родственников испытывают затруднения с покупкой дорогих товаров, таких как холодильники и телевизоры. Однако 48% из них могут позволить себе такие покупки. Это говорит о различии в максимальном уровне возможностей у одной и той же группы целевой аудитории.



2. У 45% ухаживающих родственников уровень благосостояния снизился из-за ухода за близкими, в то время как у 47% он остался прежним. Это указывает на финансовые и эмоциональные перегрузки, с которыми сталкиваются ухаживающие родственники.



3. Большинство ухаживающих родственников живут с пожилыми людьми, за которыми они ухаживают, и помогают себе расслабиться и сохранять оптимизм благодаря природе, путешествиям, семье и друзьям. Однако значительная часть из них испытывает напряжение и затрудняется в расслаблении.



4. Только 22% ухаживающих родственников используют услуги психологов, что может указывать на необходимость дополнительной поддержки для их эмоционального благополучия.

База: 1041 (основная выборка)

Q10. Как бы Вы охарактеризовали материальное положение своей семьи?

База: 1041 (основная выборка)

Q11. Повлияла ли необходимость ухода за родственником на уровень вашего благосостояния?

База: 1041 (основная выборка)

Q13. Живете ли вы в одном жилье с пожилым человеком, за которым ухаживаете?

База: 1041 (основная выборка)

Q21. Как часто Вы испытываете чувство напряженности или неспособности расслабиться?

База: 1041 (основная выборка)

Q24. Что вам помогает больше расслабиться и посмотреть на жизнь с большим оптимизмом?

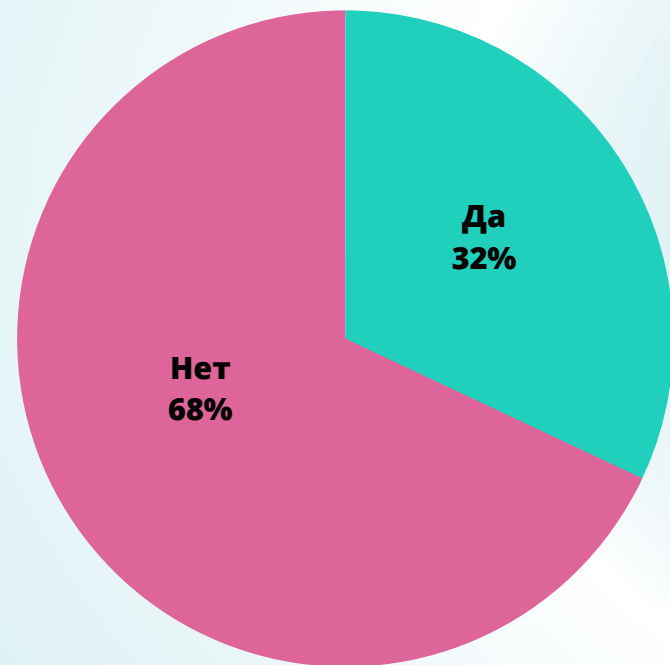
База: 1041 (основная выборка)

Q22. Пользовались ли вы когда-либо услугами психолога?

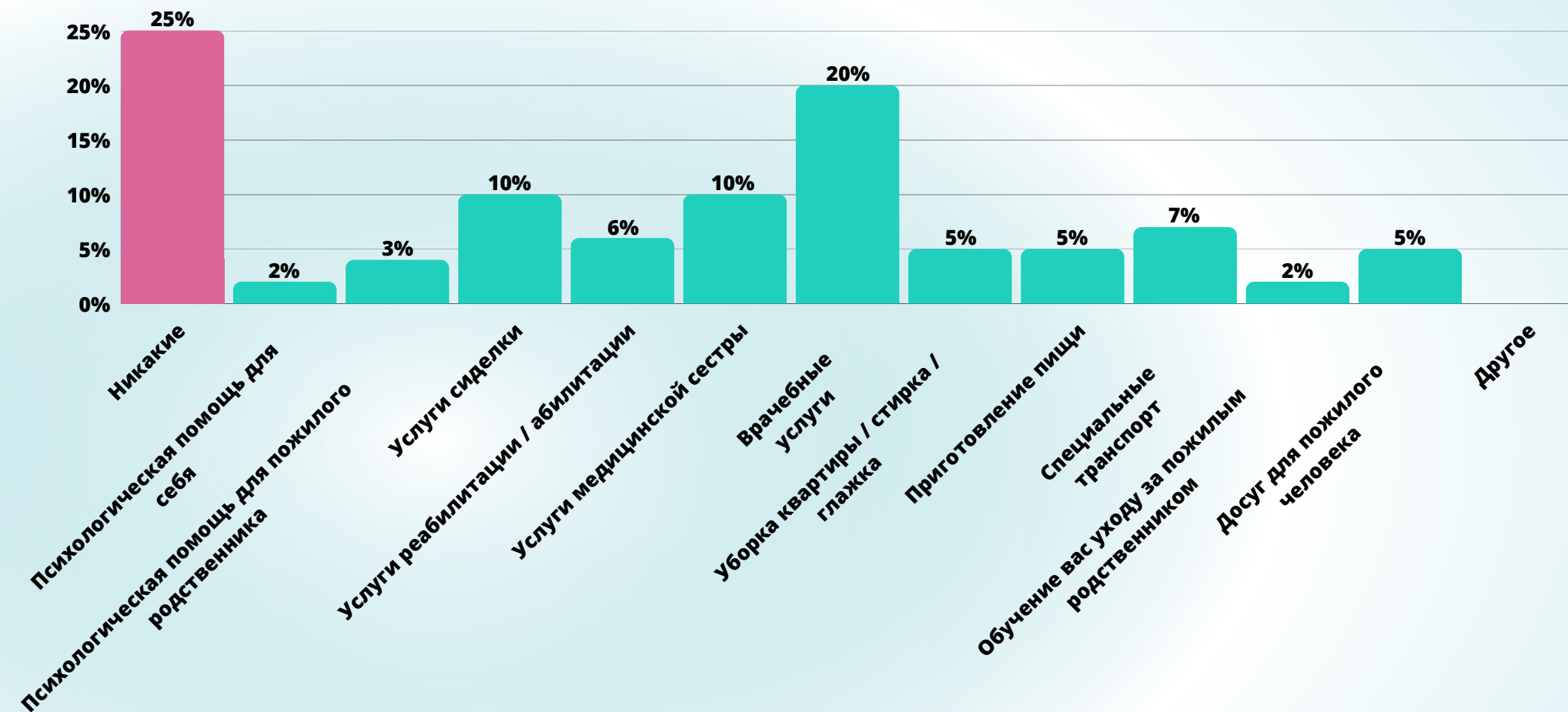
# Анализ потребностей ухаживающих родственников



## Задача 3: Материальные, информационные, психологические, социальные и иные потребности ухаживающих родственников



1. 68% ухаживающих родственников **не получают бесплатные услуги социальной службы**, а только 32% **получают поддержку**. Это указывает на недостаточное покрытие их социальных потребностей.



2. Около 25% ухаживающих родственников **не оплачивают никакие услуги коммерческих организаций или медицинских учреждений**. Это может говорить о их финансовых трудностях и ограниченном доступе к необходимым услугам.

3. Бесплатные услуги социальной службы, которые получают некоторые ухаживающие родственники, основаны в основном на **медицинской помощи (22%)** и **помощи в приобретении продуктов и лекарств (16%)**. Это подчеркивает важность этих аспектов для данной группы людей.

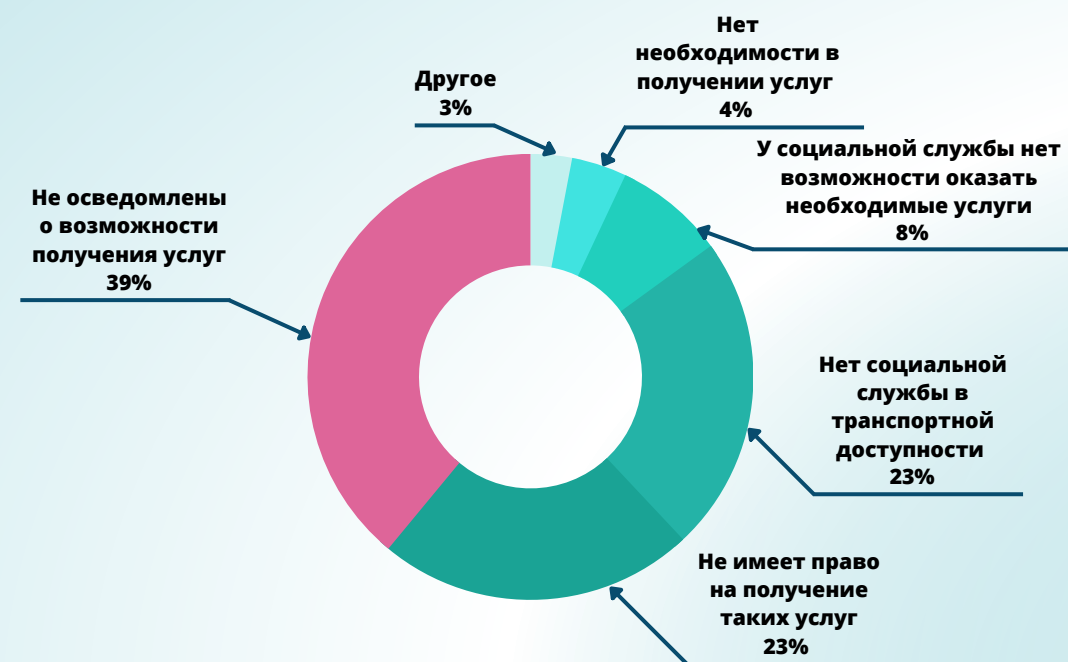
База: 1041 ( основная выборка) Q32. Получаете ли вы или ваш пожилой родственник какие-либо бесплатные услуги от социальной службы в связи с состоянием вашего пожилого родственника

База: 1041 ( основная выборка) Q9. Какие услуги коммерческих организаций, частных лиц, социальных и медицинских организаций вы оплачиваете в связи с уходом за пожилым родственником:

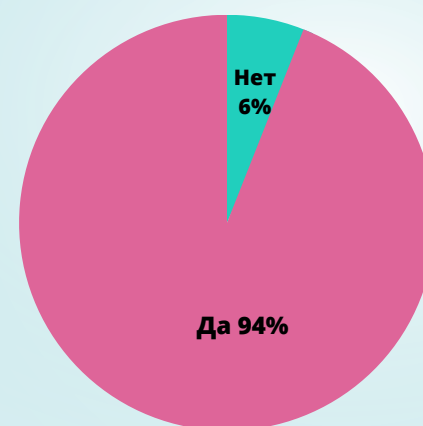
База: 1041 ( основная выборка) Q33. Если вы ответили “да” на предыдущий вопрос, то перечислите, пожалуйста, какие услуги оказывает социальная служба

# Анализ гипотез

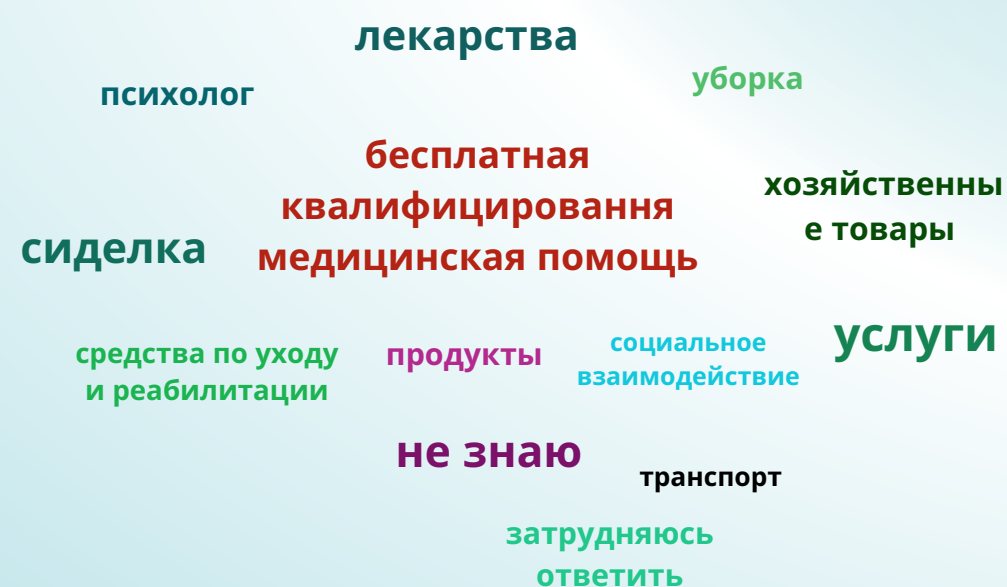
## Задача 4: Гипотезы о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов



1. Опрос подтвердил, что **существуют проблемы доступа к услугам для ухаживающих родственников**. 23% из них **не имеют права на получение соответствующих услуг**, а 39% **не осведомлены о возможности получения таких услуг**.



2. Некоммерческие организации (волонтеры) **оказывают услуги** только 6% ухаживающих родственников, что указывает на **недостаточность таких ресурсов и необходимость их расширения**.



3. Большинство ухаживающих родственников (74.09%) испытывают необходимость в услугах, которые они не могут найти ни в бесплатном, ни в платном виде, такие как **лекарства, психологическая помощь, уборка, медицинская помощь, сиделка, хозяйственные товары, средства по уходу и реабилитации, продукты, социальное взаимодействие и транспорт**.

База: 1041 ( основная выборка) Q34. Если вы ответили «нет» на предыдущий вопрос, пожалуйста, укажите причины:

База: 1041 ( основная выборка) Q35. Получаете ли вы или ваш пожилой родственник какую-либо помощь от некоммерческих организаций (волонтеров) в связи с состоянием вашего пожилого родственника

База: 1041 ( основная выборка) Q38. В каких услугах вы чувствуете необходимость, не смогли найти их ни в бесплатном, ни в платном виде (напишите своими словами через запятую)

# Анализ 5-ой задачи брифа



## Задача 5: Ресурсы, которые ухаживающие родственники используют для удовлетворения своих потребностей



1. Основной источник информации для большинства ухаживающих родственников являются **информационные материалы в Интернете (44%) и общение с людьми, находящимися в похожих обстоятельствах (36%)**. Это указывает на то, что они активно ищут информацию и поддержку в своей ситуации.

2. Большинство ухаживающих родственников считают, что **им предоставляется достаточно информации (76.27%)**. Однако 24% респондентов **выразили желание получить больше информации о возможных льготах и поддержке от государства**.

База: 1041 ( основная выборка)

Q41. Из каких источников вы черпаете информацию по особенностям ухода за пожилым родственником:

База: 1041 ( основная выборка)

Q42. Достаточно ли вам этой информации:

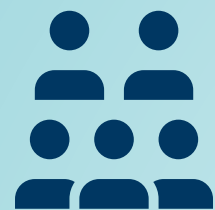
База: 1041 ( основная выборка)

Q43. Пожалуйста, дайте ссылку (напишите название) ключевого ресурса, из которого вы чаще всего черпаете информацию по особенностям ухода за пожилым

База: 1041 ( основная выборка)

Q44. Какой информации вам хотелось бы получать больше:

# 4. Описание методологии



## Целевая аудитория

Мужчины и женщины 17+,  
ухаживающие родственники



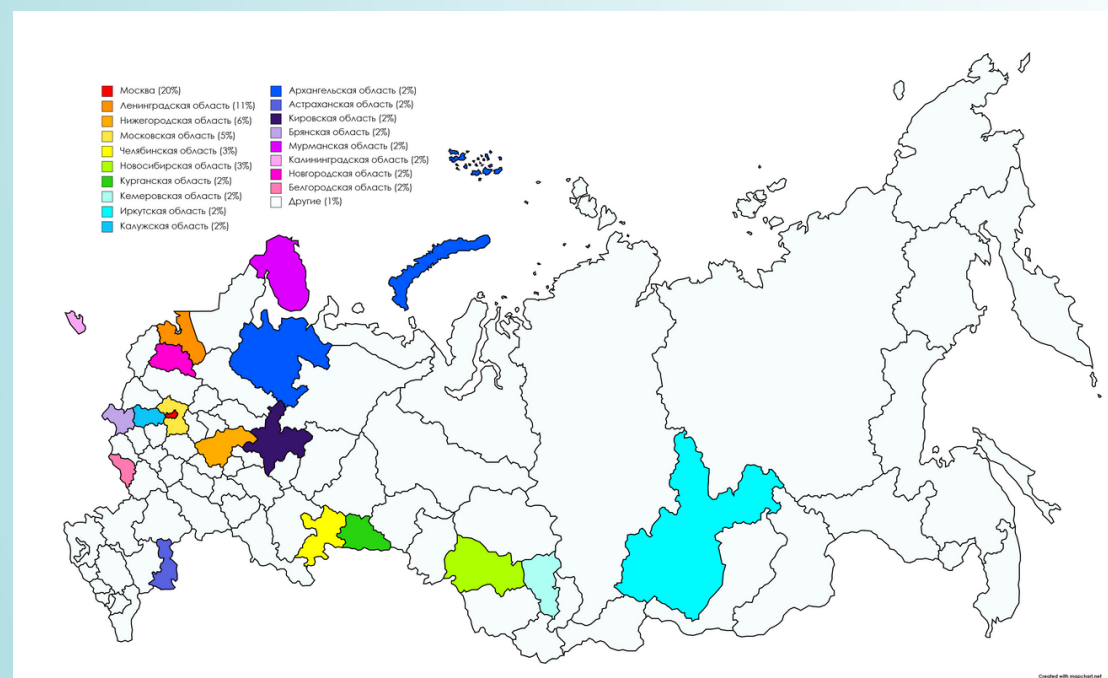
## Метод исследования

Онлайн-опрос по анкете самозаполнения по  
панели OMI, сайт НКО



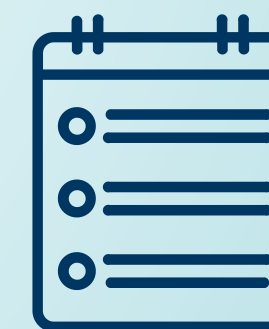
## Размер выборки

1041 онлайн интервью



## География проекта

Россия, края/республики, области,  
районы, включая крупные города и  
города с населением до 1 000 000,  
сельские поселения (по возможности)



## Сроки полевых работ

1-26 июня 2023 года

## 5. Партнёры сборной студенческой команды «Айсберг» РЭУ им. Г.В. Плеханова

Панель населения



ПО для опроса



## 6. Результаты исследования



1. Целевой аудиторией являются женщины от 45-55 лет, которые осуществляют уход в домашних условиях. Они женатые и воспитывают несовершеннолетних детей.
2. У нашей ЦА есть проблемы с финансами, так как покупка товаров длительного пользования затруднительна. Благосостояние понизилось после начала ухода за родственником.
3. Большинство утверждает, что у них получается наладить эффективное общение с родственником, за которым они ухаживают.
4. Опрос показал, что большинство ухаживающих родственников тратят на уход за пожилым человеком от 1 до 4 часов в сутки, что составляет 66% от общего числа респондентов.
5. Возраст людей, за которыми ухаживают составляет от 85 и больше, у большей части имеется инвалидность. Исследование показывает, что только 32% респондентов получают бесплатные услуги от социальной службы в связи с состоянием их пожилого родственника, в то время как 68% не получают таких услуг.
6. Опрос показал, что 23% ухаживающих родственников не имеет права на получение соответствующих услуг, и 39% не знают об услугах.
7. Опрос показал, что 24% ухаживающих родственников хотелось бы получать больше информации о возможных льготах и поддержке от государства

## НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТА "КОАЛИЦИЯ "ЗАБОТА РЯДОМ" БФ "ХОРОШИЕ ИСТОРИИ"



### Рекомендации по целевой аудитории

1. Разработать программы поддержки и консультаций для ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми:

- Создать специализированной категории на сайте в разделе „База знаний“ с информацией и ресурсами, необходимыми для ухода за болеющим родственником и воспитания детей одновременно. Добавление функции форума или чата для общения и обмена опытом между ухаживающими родственниками с несовершеннолетними детьми.

#### Конкретные результаты:

- Увеличение количества активных пользователей на сайте, а именно в разделе для ухаживающих родственников с несовершеннолетними детьми на 10% в течение первых 6 месяцев.

### Рекомендации по оценке ситуации со стороны ухаживающих родственников и их самоощущение

Организация групповых тренингов и консультаций по психологической поддержке:

- Новизна решения: организация групповых форматов психологической поддержки, чтобы ухаживающие родственники могли общаться с людьми, которые находятся в похожей ситуации;

**Количественные результаты:** участие 26% ухаживающих родственников в тренингах и консультациях;

**Качественные результаты:** уменьшение чувства напряжения и усталости, повышение оптимизма и лучшее самоощущение.

### Рекомендации по материальным, информационным, психологическим, социальным и иным потребностям ухаживающих родственников

1. Повысить осведомленность ухаживающих родственников о доступных ресурсах и услугах путем проведения информационно-просветительской кампании:

- Организовать встречи и семинары для ухаживающих родственников с целью предоставления полной и достоверной информации о доступных ресурсах и услугах.

**Количественные результаты:** Увеличение процента ухаживающих родственников, осведомленных о возможности бесплатного получения лекарственных препаратов и услуг социальной службы, с текущих 32% до 50%;

**Качественные результаты:** Уменьшение непроинформированной части целевой аудитории.

## НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТА "КОАЛИЦИЯ "ЗАБОТА РЯДОМ" БФ "ХОРОШИЕ ИСТОРИИ"



### **Рекомендации по поводу гипотез о возможных барьерах к использованию тех или иных ресурсов**

1. Провести информационно-просветительскую кампанию, направленную на устранение барьеров к использованию ресурсов и услуг:

- Организовать консультации и тренинги для ухаживающих родственников с участием психологов, чтобы развеять стереотипы и предубеждения о посещении психологов.

#### **Количественные результаты:**

- Увеличение процента ухаживающих родственников, осознающих необходимость получения услуг и преодолевающих психологические барьеры, с текущих 23% до 40%;

**Качественные результаты:** Уменьшение размера аудитории, которая не посещает психологов из-за стереотипов и барьеров.

### **Рекомендации по поводу ресурсов, которые ухаживающие родственники используют для удовлетворения своих потребностей**

Развитие партнерства с государственными организациями:

- Вступление в партнерство с государственными организациями (больницами/поликлиниками, «МУ КСЦОН») предоставляющими информацию и льготы для ухаживающих родственников.

**Новизна решения:** Создание механизма обратной связи с государственными организациями для передачи обратной связи от ухаживающих родственников о неудовлетворенных потребностях и предложениях по улучшению существующей поддержки.

**Количественные и качественные результаты:** Увеличение числа ухаживающих родственников, получающих льготы и поддержку от государства, на 20% и повышение уровня удовлетворенности оказываемой поддержкой на 30%.

## НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ БУДУЩИХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ:



**Кирилл Кузьмин**  
Капитан команды

Владеть взаимозаменяемыми навыками всех членов команды.



**Диана Хайретдинова**  
Аналитик

Уметь слышать и видеть, то что необходимо некоммерческой организации.



**Яна Мильгунова**  
ИТ - специалист

Владеть навыком тайм-менеджмента.



**Виктория Чумакова**  
Аналитик

Владеть навыком взаимодействия с научным руководителем.

## Барьеры:

- При проведении опроса респонденты не всегда давали корректный ответ
- При проведении опроса респонденты негативно относились к некоторым вопросам

# БЛАГОДАРНОСТЬ ОРГАНИЗАТОРАМ, СПОНСОРАМ И ЭКСПЕРТАМ



**ESOMAR**

**RESEARCH GOT TALENT 2023**  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Совместно с

**OIPROM**

to do good

Future Research FOUNDATION

Генеральный спонсор

**OPROSSO**

Спонсоры и партнеры

Информационные партнеры

НУЖНА ПОМОЩЬ

Агентство социальной информации

ТАКИЕ ДЕЛА

**OMi**

top of mind  
Marketing Research & Consultancy

**tiburon**  
RESEARCH

**Спасибо за внимание!**