

УДК 004.91:336.761

***АНАЛИЗ ОПЫТА ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В НЕКОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ В РОССИИ***

Марьянов Е.О.

магистр,

Национальный исследовательский ядерный

университет МИФИ,

Москва, Россия

Поклонский А. Ю.

аспирант,

Национальный исследовательский ядерный

университет МИФИ,

Москва, Россия

Аннотация

В статье описаны последние исследования в области применения информационных технологий некоммерческими организациями в России и за рубежом. Рассмотрены последние исследования обобщающие новейшие тенденции работы в цифровой среде НКО и перспективы дальнейшего использования информационных технологий в работе некоммерческих организаций. Рассмотрены подходы к созданию универсальной информационной системы для учёта пожертвований и взаимодействия с жертвователями.

Ключевые слова: CRM-система, информационная система, бизнес анализ, разработка требований, информационно-коммуникационные технологии

***ANALYSIS OF THE EXPERIENCE OF USING INFORMATION
TECHNOLOGIES IN THE NON-PROFIT SECTOR AND PROSPECTS FOR
THEIR USE AND DEVELOPMENT IN RUSSIA***

Maryanov E.O.

magister,

National research nuclear university MEPhI,

Moscow, Russia

Poklonskiy A.Y.

graduate student,

National research nuclear university MEPhI,

Moscow, Russia

Abstract

The article describes the latest research in the field of information technology application by non-profit organizations in Russia and abroad. Recent studies summarizing the latest trends in the digital environment of NGOs and prospects for further use of information technologies in the work of non-profit organizations are considered. Approaches to the creation of a universal information system for accounting donations and interaction with donors are considered.

Keywords: CRM-system, information system, business analysis, requirements development, information and communication technologies

Развитие интернета и растущее влияние информационных технологий сильно повлияли на сектор некоммерческих организаций. Цифровая трансформация позволяет некоммерческим организациям стать более оперативными, гибкими и близкими своей аудитории. Например, за последние десять лет произошел стремительный рост появления сайтов среди НКО. В 2009

году сайты были только у 22% опрошенных организаций, а в 2019-м на 30%, то есть больше чем у половины[2].

Выстраивание связей с общественностью и государством, расширение аудитории, числа потенциальных партнёров и доноров, автоматизация рутинных процессов, сбор и эффективное использование накопленных данных, ресурсов организации – являются сегодня важной повесткой дня для некоммерческих организаций[1]. Однако большинство малых и средних организаций сосредоточено на адресной быстрой помощи и операционной деятельности, в связи с чем на перестройку внутренних и внешних процессов у организации не хватает времени и средств.

Одним из популярных материалов об использовании ИКТ в НКО является отчёт о международном социологическом опросе, обобщившем новейшие тенденции работы в цифровой среде НКО более чем в 160 странах мира[4]. В том числе в нём представлены результаты исследования использования интернет-ресурсов российскими некоммерческими организациями. За основу отчёта взяты итоги опроса, в котором принимали участие более 5000 некоммерческих организаций. Их представители отвечали на вопросы касающиеся использования в своей работе сети интернет, мобильных технологий, коммуникаций в социальных сетях, инструментов сбора информации, программных средств.

В приведённых результатах опроса отмечено, что подавляющее большинство организаций пользуется своим официальным сайтом, а большинство из них располагает также его мобильной версией. Многие организации используют электронную почту в качестве основного средства связи и отправки благотворителям писем связанных со сбором средств. Среднее число получателей электронной почты: для крупных НКО - 63 048, средних - 28 932, малых – 7357.

Потенциал социальных сетей в качестве инструмента коммуникации признают во всем мире и с каждым годом их роль только увеличивается[3]. Для НКО социальные сети или, как еще их часто называют, «социальные медиа»,

представляют широкий спектр возможностей, начиная от поиска волонтеров и заканчивая сбором необходимых ресурсов для проектов.

Один из вопросов исследования касался эффективности использования информационно-коммуникационных инструментов. Респондентам было предложено оценить набор инструментов по критериям эффективности. Таким образом удалось выделить наиболее и наименее эффективные инструменты. К первым относятся подписки на получение информации по электронной почте (82%), официальные сайты (81%) и социальные сети (78%). Следует отметить, что представители НКО отмечают важность видеоконтента, к эффективному инструменту его причисляют 72% опрошенных. К группе наименее результативных представители НКО отнесли технологии, которые реализуются посредством мобильного телефона. Можно предположить, что осторожное отношение НКО к мобильным технологиям вызвано дороговизной создания мобильных приложений.

Вологодским научным центром РАН в 2017 г. проведен экспертный опрос представителей НКО, расположенных в городских округах, городских поселениях и иных муниципальных образованиях. В исследовании приняли участие респонденты из 35 НКО. В ходе опроса были изучены некоторые аспекты использования в их работе ИКТ.

Основной онлайн-инструмент, который содержит наиболее полную информацию об НКО для партнеров и населения, — официальный сайт организации[9]. Возможности сайта как канала коммуникации одни из самых обширных[5]. Данные по использованию сайта представлены на рисунке 1. Причиной, по которой некоторые организации, не заводят свой официальный сайт, может служить отсутствие специалиста, владеющего навыками создания содержательного, уникального сайта, со своевременно поступающей новостной информацией о деятельности НКО, с удобной навигацией и современным дизайном, либо отсутствие финансовой возможности отдать эту деятельность на аутсорсинг.

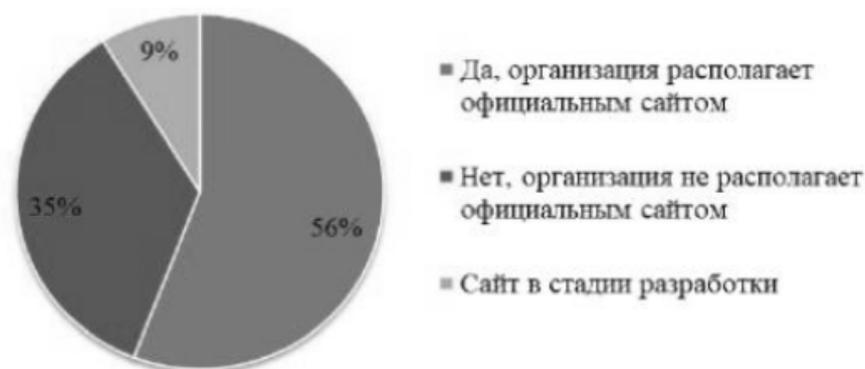


Рисунок 1 — Распределение ответов руководителей НКО на вопрос располагает ли организация сайтом (источник заимствования: Корнеева И.Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, 2016, No. 4, 48-66.)

Следует отметить, что при планировании информационной политики НКО руководству необходимо учитывать изменение тенденций в использовании социальных сетей, которые в современных условиях очень быстро меняются. К примеру, сегодня на первый план выходит видеоконтент. По данным американской транснациональной компании Cisco сегмент видеоконтента вырос в 15 раз с 2016 по 2021 г., и составляет 13% всего интернет-трафика.

Сегодня в России значительное количество НКО не обладают собственным веб-сайтом (особенно в регионах), что негативно сказывается на информационной открытости. Вследствие этого доверие к НКО населения, государства и других институтов растет медленными темпами. Поэтому организациям отечественного некоммерческого сектора следует более широко использовать интернет-ресурсы для создания положительного образа в сознании общественности.

Многие процессы, которые сейчас делаются вручную, можно автоматизировать. В России есть большой потенциал для роста третьего сектора, но без структурированных баз, удобных платформ и сервисов люди и организации просто не смогут узнать друг о друге. Нет информации – значит, нет понимания чем занимается третий сектор. Так снижается степень доверия к тому, что делает НКО.

В России сегодня существует мало примеров эффективных онлайн-решений для развития НКО и в первую очередь необходима платформа-листинг, которая возьмет на себя не только сбор данных об НКО, но и верификацию информации, ее ранжирование для осведомления благотворителей[6]. Эта платформа должна обладать понятной стратегией и прозрачной системой оценки НКО, быть удобной для всех категорий пользователей, позволять быстро найти нужную НКО и сделать ей пожертвование.

Из зарубежного опыта необходимо позаимствовать практику государственной поддержки таких проектов, их стратегию прозрачности, а также научиться международному партнерству, которое будет полезно и жертвователям, НКО России и соседних государств.

Предложим несколько шагов для российских НКО по использованию ИТ для профессионального развития и оптимизации работы:

1. Подготовка комплексной маркетинговой стратегии и плана ее выполнения с упором на социальные сети и веб-сайт для внешних коммуникаций.

2. Организация новых образовательных площадок по внедрению ИКТ в работу НКО. Положительные примеры таких площадок в России — «Теплица социальных технологий» (г. Санкт-Петербург) — образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между некоммерческим сектором и ИТ-специалистами.

3. Блог — один из эффективных инструментов для отражения деятельности НКО. Примеры популярных платформ для создания блогов: WordPress.com, WIX и др. Эти платформы имеют встроенные инструменты для мониторинга активности, посещений страниц. Мониторинг, выявление тенденций и последующее реагирование на них является перспективным направлением в развитии маркетинговых стратегий НКО.

Одной из ключевых повесток для благотворительных организаций является повышение эффективности работы НКО через внедрение системы управления взаимоотношениями с донорами (Donor Relationship management,

DRM-system), т.е. аналога повсеместно используемой системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM – системы). На рисунке 2 представлены необходимые функции для системы [10].



Рисунок 2 — функции CRM — системы в некоммерческой организации
(источник заимствования: CRM для НКО на базе Битрикс24 [Электронный ресурс]. URL:
<https://crm.amiveo.com/fund/#b2817>)

Проект «DRM» в 2018-ом году реализуется с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

В задачи проекта входит:

- Разработка отраслевого стандарта в области информатизации управления взаимоотношений с донорами (агентами);
- Автоматизация процессов фандрайзинга;
- Автоматизация взаимоотношений с агентами (донорами, благополучателями, волонтерами).

Система предполагает работу преимущественно по системе SaaS (Software as a Service) и не предполагает от НКО вложений в ИТ-инфраструктуру, что существенно снижает расходы на эксплуатацию системы[7]. Команда проекта обладает необходимыми компетенциями и опытом в области консалтинга, разработки, внедрения и сопровождения информационных систем, а также знаниями о специфических потребностях НКО в области управления взаимоотношениями с донорами и построении информационной структуры управления НКО.

В заключении стоит отметить, что программное средство не является «вещью в себе», а как бы продолжением самой организации в среде, информационно-коммуникационной или цифровой.

Важным фактором развития благотворительности, в целом, как области, является цифровая трансформация и автоматизации процессов организации. Данные процессы подразумевают пересмотр формата работы организации в принципе. Дело в том, что ни интеграция с социальными сетями, ни автоматизация, ни увеличение привлекаемых средств, не являются самоцелью внедрения ИС в организации. Сегодня основная задача при внедрении ИС в организацию коммерческого и некоммерческую — это повышение внутренней эффективности процессов всей организации. Отметим также, что настоящий момент на рынке отсутствуют информационные системы, полностью удовлетворяющие потребности НКО по функционалу, по легкости внедрения и поддержки, и по стоимости внедрения и последующей поддержки. Необходимо разработать отраслевой стандарт для НКО в области управления взаимоотношениями с донорами - инструмент, удовлетворяющий базовые потребности НКО и адаптируемый под специфические нужды конкретного НКО с минимальными затратами, на последующую доработку и эксплуатацию системы.

Библиографический список:

1. Брукс П. Проектирование процесса проектирования: монография. - М.: Вильямс, 2013. - 464 с.
2. Будко Л. С., Родин А. В. Межсекторное взаимодействие в условиях цифровизации экономики региона // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. Т. 1. № 7 (33). С. 58—62.
3. Володина О.И. Инструменты продвижения некоммерческих проектов в сети Интернет: современные тренды // Коммуникология. 2017. №1. 92-104.
4. Глобальные НКО [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://assets-global.website-files.com/5da60733afec9db1fb998273/5de6d45aee027c401be467e4_2018-Tech-Report-English.pdf (Дата обращения 21.11.2021)
5. Корнеева И.Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2016. № N4. 48-66.
6. Коцюба И.Ю., Чунаев А.В., Шиков А.Н. Основы проектирования информационных систем: Учебное пособие. - СПб.: Университет ИТМО, 2015. - 206 с.
7. Куликова М.М., Исабекова О.А. Актуальность внедрения CRM-систем // Московский экономический журнал. 2018. - 3 с.
8. Лещёв В. А. Эффективность применения CRM-системы // Молодой ученый. 2016. - №12. - С. 165.
9. Плюснина Л.К. Краудфандинг как социальный феномен информационного общества. Теория и практика общественного развития. 2017. №6. 18-21.
10. CRM для НКО на базе Битрикс24 [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://crm.amiveo.com/fund/#b2817> (Дата обращения 21.11.2021)

Оригинальность 80%