



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ:

«Цифровизация некоммерческого сектора Тюменской области: текущее состояние, барьеры и потенциал»

Проект реализован
на средства гранта губернатора
Тюменской области

Февраль 2023 г.



СОДЕРЖАНИЕ

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ПОНЯТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ – ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ.....	5
ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ОПИСАНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ И ВЫБОРКИ ИССЛЕДОВАНИЯ	8
ПОРТРЕТ НКО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ (РЕСУРСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ).....	15
САЙТ, КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ НКО.....	15
НКО И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	24
ЗНАНИЕ О ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСАХ ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ НКО	27
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В РАБОТЕ НКО.....	29
ТОП-5 ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ	30
ТОП-5 НЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ	30
ОПЫТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СТОРОННИХ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ И РЕШЕНИЙ	33
ЦИФРОВИЗАЦИЯ НКО: СТИМУЛЫ И БАРЬЕРЫ	38
ВНУТРЕННИЕ РЕСУРСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ НКО	44
ВНЕШНИЕ РЕСУРСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ НКО	48
ЦИФРОВИЗАЦИЯ НКО: ОЖИДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ	52
ЭКСПЕРТНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЭТАПАМ И МЕРАМ, НЕОБХОДИМЫМ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИХ ИНТЕГРАЦИЮ В РАБОЧИЕ ПРОЦЕССЫ НКО РАЗНОГО УРОВНЯ.....	53
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДВУХ ДИСКУССИОННЫХ ПЛОЩАДОК:.....	53
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СЕССИИ:	56

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Результаты количественного опроса показали, что большая часть НКО Тюменской области достаточно адекватно воспринимают перспективы собственного цифрового потенциала, понимая, что цифровизация – это не наличие мощных компьютеров, современного программного обеспечения и доступ к высокоскоростному Интернету, а полноценное включение в цифровую экосистему и последующий переход на новые принципы управления и организации деятельности на основе искусственного интеллекта.

Однако, если период локдаунов и вынужденного перехода на дистанционную работу как с сотрудниками, так и со своей целевой аудиторией, заставил даже консервативные НКО ускоренно пройти этап оцифровки (перевод баз данных в электронный формат, внедрение мобильных технологий, освоение коммуникационных сервисов, создание своего сайта, активное позиционирование в социальных сетях и т.д.), то пройдя этот первый необходимый этап на пути цифровой трансформации многие НКО на этом и остановились.

Региональные НКО достаточно разнородны по аудитории, территории и направлениям деятельности и применение какого-то единого шаблона в их цифровизации невозможно. Есть НКО, которые самостоятельно и достаточно активно двигаются по пути цифровой трансформации, однако, есть НКО тотальная цифровизация которых малоэффективна (малые муниципальные НКО), а, в некоторых случаях, даже противопоказана (религиозно-просветительские и культурно-образовательные НКО).

Как на федеральном, так и на региональном уровне, как на уровне управления, так и во взаимодействии с обществом и отдельными гражданами, лидером цифровизации являются органы государственной власти. Существующие государственные цифровые сервисы уже однозначно доказали свою эффективность и работоспособность, поэтому очевидно, что именно органы власти могут стать драйвером, способным создать условия для продолжения цифрового преобразования тюменских НКО и формирования региональной цифровой платформы для «третьего» сектора.

Практически все эксперты на обеих дискуссионных площадках, а позже стратегической сессии обозначили необходимость появления цифровых платформенных решений для НКО, однако все участники видят их функционал

сугубо через призму своего опыта и сферы занятости: НКО ждут от них прикладных решений, упрощающих им текущую деятельность, оформление заявок и создание контента; бизнес хочет получить презентацию возможностей региональных НКО для выбора оптимальных для себя партнеров и предложения своих услуг; органы власти хотят получить площадку для наблюдения и контроля за НКО.

Вместе с тем, эксперты, как со стороны власти, бизнеса, так и самих НКО в ходе фокус-групп сошлись во мнении, что региональный цифровой интегратор не должен создаваться и контролироваться органами власти. Заставить региональные НКО цифровизоваться принудительно невозможно, так как это вызовет отторжение и формальный подход к процессу, однако власть может выступить инициатором встраивания НКО в существующие платформенные решения, развивая которые она вынудит развиваться, вслед за ними и НКО.

Еще одним мощнейшим мотиватором, который способен спровоцировать региональные НКО на более активное движение по пути цифровизации эксперты почти единогласно назвали формирование пула НКО-лидеров, уже имеющих определенную фору в цифровых решениях. Такие НКО есть и общественное признание или государственное стимулирование (не обязательно выраженное материально), популяризация их опыта и решений для других НКО может сформировать менторскую модель, при которой к таким НКО смогут обращаться их менее продвинутые коллеги.

Естественно, что для начала систематической работы по цифровизации регионального «третьего» сектора экономики необходим максимально подробный аудит имеющихся в распоряжении тюменских НКО аппаратных, программных и коммуникационных мощностей. Необходим также анализ «цифровой» грамотности кадров и руководителей НКО, без чего невозможно определение стартовых условий и построение сколько-нибудь обоснованных планов и «дорожных карт».

ВВЕДЕНИЕ

ПОНЯТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ – ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ

О необходимости цифровизации и цифровой трансформации всех отраслей отечественной экономики и даже повседневной жизни россиян регулярно говорят представители власти, бизнеса и социальной сферы на всех уровнях.

Ключевая проблема заключается в том, что сами понятия «цифровизация» и «цифровая трансформация», а также весь сопутствующий тезаурус понимаются далеко не всеми спикерами, либо понимаются сугубо в упрощенном смысле.

Более тонкий аспект проблемы цифровизации заключается в том, что цифровые технологии имеют совершенно разное значение, способы и специфику применения в разных отраслях. Диджитализация в ритейле – принципиально отличается от цифры, применяемой, например, в промышленности или государственном управлении, и шаблонное перенесение опыта, пусть даже успешного, здесь невозможно. Поэтому необходимо дать хотя бы минимальный набор понятий, без которых невозможно понять феномен цифровой трансформации.

Обратившись к открытым источникам, можно найти массу определений термина «цифровая трансформация»: Forrester - достижение операционной эффективности и гибкости с использованием цифровых технологий; Gartner - бизнес-модель, которая позволяет создавать ценности и получать доход; Deloitte - экспоненциальный рост связей; Altimeter Group - привлечение клиентов в любой точке соприкосновения. Со временем появляется все больше толкований этого популярного термина. Чем более полно авторы пытаются связать определение цифровой трансформации с конкретным набором технологий, тем более громоздкий перечень у них получается. Так, например, Детлеф Ла Гранд¹ в своем определении цифровой трансформации упоминает и социальные сети, и краудфандинг, и краудсорсинг, и облачные технологии, и мобильный интернет, и технологии больших данных, и искусственный интеллект (ИИ), и 3D-принтеры, и дополненную реальность, и носимые устройства, и продукты с открытым исходным кодом. Однако очевидно, что при таком подходе, по мере появления новых технологий, будет происходить уточнение понятия «цифровая трансформация». Вероятно,

¹ <https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/>

наполнение термина «цифровая трансформация» тоже меняется, трансформируется по мере развития ИКТ и бизнеса.

Во всем многообразии определений, приводимых различными авторами, можно остановиться на терминологии применяемой в отчете по результатам исследования «Цифровизация некоммерческого сектора: готовность, барьеры и эффекты»², проведенного Центром оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ при поддержке программы «Центр развития филантропии» Благотворительного фонда Владимира Потанина и в партнерстве с Благотворительным фондом поддержки и развития социальных программ «Социальный навигатор», который, в свою очередь, ссылается на Gartner Glossary³:

- **digitization**⁴ – **оцифровка** – «процесс перехода от аналоговой формы к цифровой» (например, переход от сбора данных «на бумаге» к работе в Excel)
- **digitalization**⁵ – **цифровизация** – «использование цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей для получения доходов и создания ценности; это процесс перехода к цифровому бизнесу»
- **digital transformation**⁶ – **цифровая трансформация** – «может относиться ко всему, от IT модернизации (например, облачных вычислений) до цифровой оптимизации и изобретения новых цифровых бизнес-моделей»

«Данными тремя понятиями принято обозначать три этапа в эволюции цифровой среды. Так, в исследовательских работах, посвященных осмыслению массового использования компьютеров в XX веке, говорится о первом этапе, «оцифровке», как о «процессе перевода аналоговой информации в цифровую форму». Позднее, с развитием отдельных цифровых технологий, исследователи стали предлагать другое определение. Оно предполагало переход от понятия «оцифровки» к более сложному процессу «цифровизации» как «социотехнического процесса применения цифровых технологий в более широком социальном и институциональном контексте». Масштабирование данных процессов и их глобальное проникновение во всех сферы жизни сделало необходимым поиск нового определения. Таковым стала «цифровая трансформация», понимаемая как «процесс реструктуризации экономики, институтов и

² <http://digitalnonprofit.ru>

³ <https://www.gartner.com/en/glossary>

⁴ <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitization>

⁵ <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitalization>

⁶ <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digital-transformation>

общества на системном уровне... и адаптация к требованиям цифровой экономики»⁷.

Значительная же часть представителей отечественных НКО зачастую подменяют понятие автоматизации цифровизацией, тогда как **«автоматизация – это всего лишь замена действий людей, направленных на сбор и обработку данных, работой системы. При этом сам результат и качество процесса остаются неизменными. Меняется только количество человеческих усилий. Наглядным примером является бухгалтерский учет. По форме отчетность одна и та же независимо от того, в каком режиме и кем она была сформирована – машиной за несколько минут при участии одного человека или группой людей за несколько дней».**⁸

Автоматизация, которая во многом предполагает оцифровку, как необходимое условие, позволяет снизить затраты на ежедневный ручной труд. Сэкономить на зарплате персонала за счет разовых инвестиций во внедрение системы на аппаратном и/или программном уровне. Сокращается количество людей (либо трудовой ресурс ими затраченный), необходимое для поддержания процесса, но сам процесс никак не меняется. В этом и заключается польза автоматизации. Автоматизация не требует менять логику и модель управления процессом, и, как следствие, картину мира специалистов и руководства. Квалификация специалистов и руководителей для работы в новом формате также может остаться неизменной.

Цифровизация же – это изменение модели управления процессом через работу с данными. С помощью цифровизации можно влиять как на качество, так и на стоимость результата процесса (не только за счет сокращения количества людей). Сам результат (продукт или услуга на выходе) при этом остается неизменным, однако меняется подход сотрудников к его достижению и реализации.

Сам факт подмены и упрощения понятия «цифровизация» в сознании представителей отечественного «третьего сектора» вполне естественен, так как аппаратно-программная автоматизация, реально облегчает работу персонала, волонтеров и упрощает управление организацией, тогда как цифровизация, а тем более цифровая трансформация, не только доступны далеко не всем НКО, но, как будет показано ниже, далеко не всем НКО, в силу разных причин, и объективно нужны.

Эксперт: *«Если она [НКО] не понимает, зачем ей это нужно, то это ей и не нужно. Если она справляется своими силами или там делает ручную*

⁷ <http://digitalnonprofit.ru>

⁸ <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/avtomatizatsiya-tsifrovizatsiya-i-tsifrovaya-transformatsiya-gde-granitsa-i-chem-zanimatsya-imenno-v/>

рассылку на 15 адресов, то, наверное, ей действительно не нужно... А когда появятся новые задачи, она будет вынуждена искать новые решения и, конечно, найдет». (Респондент 22, НКО, социальные услуги)⁹

Эксперт: «Например, группы скандинавской ходьбы для пожилых людей, которые ходят вокруг своего микрорайона, и прирастают только за счет сарафанного радио, и они не хотят в сетях ничего выставлять! Но тут же: чат у нас есть, мы там договариваемся, то есть элементы все равно используются»

Примерно к таким же выводам пришел и Центр оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ в своем исследовании: «НКО понимают цифровизацию чаще всего как применение конкретных цифровых решений, которые позволяют упростить и автоматизировать работу. При этом цифровизация воспринимается как признак развитости и конкурентоспособности НКО. В представлении НКО цифровизация является рабочей задачей, с которой при желании и необходимости может справиться любая организация в силу, как минимум, равной доступности различных бесплатных технологий. Однако это не означает, что НКО готовы отказаться от внешней поддержки при решении данной задачи, наоборот, они на нее традиционно рассчитывают.»

Эксперт: «Возможность высвобождения времени, когда рутинные процессы управления и контроля за сотрудниками, которые работают ежедневно постоянно, эти процессы упрощены, автоматизированы». (Респондент 8, НКО+, социальные услуги)¹⁰

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ОПИСАНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ И ВЫБОРКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

В таких условиях **целью** проведенного исследования стало выявление степени готовности региональных СО НКО Тюменской области к имплантации цифровых механизмов в свою операционную деятельность и повседневную логику, а также определение необходимых для этого ресурсов и институциональных подходов со стороны региональных властей.

Исходя из поставленной цели были поставлены следующие исследовательские **задачи**:

1. Определить степень и потребность в технической и технологической обеспеченности региональных СО НКО (аппаратно-программное

⁹ <http://digitalnonprofit.ru>

¹⁰ <http://digitalnonprofit.ru>

обеспечение, телекоммуникационная обеспеченность, наличие IT-специалистов, цифровая грамотность специалистов и руководителей НКО);

2. Выявить сдерживающие факторы и барьеры цифровизации СО НКО;
3. Определить максимально востребованные направления поддержки СО НКО в реализации цифровых практик;
4. Выработать рекомендации по реализации стратегии и тактики цифровизации региональных СО НКО.

В ходе исследования были проведены *предварительные дискуссионные площадки с участием экспертов*, для конкретизации предметной области, выявления специфики и определения потенциальных направлений анализа.

Анкетному опросу методом он-лайн интервью были подвергнуты 200 представителей НКО, локализованных на территории юга Тюменской области (122 – Тюмень, 78 – муниципальные образования юга Тюменской области).

На заключительной *стратегической сессии* результаты анкетного опроса были обсуждены с экспертами, которым предлагалось высказаться по поводу возможных рекомендаций, перспектив и актуальности полученных данных.

Характеристики опрошенных респондентов

Выборка анкетного опроса строилась случайным методом с обязательным ограничением официальной принадлежности респондента к организациям некоммерческого сектора Тюменской области по факту трудоустройства или договорных отношений.

Всего в соответствии с заданием было опрошено 200 представителей организаций некоммерческого сектора Тюменской области, 72,5% из которых – руководители организаций, 8,5% - рядовые сотрудники, 7,5% - учредители или члены высшего органа управления, 6,5% - руководители направления или проекта, 1,5% - волонтеры.

Какая ваша должность в организации?		
Руководитель организации	145	72,5%
Руководитель одного из направлений деятельности организации	13	6,5%
Рядовой сотрудник	17	8,5%
Учредитель, член высшего органа управления	15	7,5%

Волонтер	3	1,5%
Другое	5	2,5%
Затрудняюсь ответить	2	1,0%

65,5% респондентов имеют высшее образование, 29,5% - второе высшее образование, 4,5% имеют ученую степень, 3,5% - незаконченное высшее образование, 3,5% - среднее специальное, 0,5% (или 1 респондент) – среднее образование.

Какое у вас образование?		
Неполное среднее или ниже	0	0,0%
Среднее общее (школа)	1	0,5%
Начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей)	0	0,0%
Среднее специальное (ССУЗ, техникум, медицинское училище)	7	3,5%
Незаконченное высшее	7	3,5%
Высшее	131	65,5%
Второе (третье) высшее образование, аспирантура	41	20,5%
Ученая степень, звание	9	4,5%
Отказ от ответа	4	2,0%

Средний возраст опрошенных 44,2 года.

Характеристики обследованных организаций

44% обследованных организаций – АНО, 38,5% - общественные организации, 6,5% - благотворительные фонды, 3% - религиозные организации, 2% - некоммерческие партнерства, 1,5% - ассоциации или союзы, другую форму выбрали 4% респондентов, указав образовательные организации, потребительский кооператив, либо указали государственно-общественную форму.

Какая организационно-правовая форма вашей организации?		
Общественная организация	77	38,5%
Фонд, благотворительный фонд	13	6,5%
Некоммерческое партнерство	4	2,0%
Автономная некоммерческая организация	88	44,0%
Ассоциация, союз	3	1,5%
Религиозная организация	6	3,0%

Другое	8	4,0%
Затрудняюсь ответить	1	0,5%

Две трети организаций (68%), принявших участие в опросе можно отнести к малым, со штатной численностью не более 5 сотрудников, 15,5% - 5-10 человек, 8,5% - 10-20 человек и 8% крупных со штатом более 20 единиц.

Количество штатных сотрудников в Вашей организации?		
менее 5 человек	136	68,0%
5-10 человек	31	15,5%
10-20 человек	17	8,5%
более 20 человек	16	8,0%

61,5% сотрудников региональных НКО сегодня в возрасте 31-50 лет, по 18,5% молодежи от 18 до 30 лет и людей старшего возраста от 51 года.

Сотрудников какого возраста больше в вашей организации?		
18-30 лет	37	18,5%
31-50 лет	123	61,5%
51 год и старше	37	18,5%
Затрудняюсь ответить	3	1,5%

37,5% обследованных организаций работает более 10 лет, треть (33,5%) от 2 до 5 лет, 18% - 6-10 лет, 11% - менее 1 года.

Сколько лет работает Ваша организация?		
менее 1 года	22	11,0%
2-5 лет	67	33,5%
6-10 лет	36	18,0%
более 10 лет	75	37,5%

51% некоммерческих организаций работают преимущественно на территории Тюменской области, 39% в пределах своего города или района, 5,5% действуют в нескольких субъектах РФ, 3% - на федеральном, а 1,5% - на международном уровне.

На какой территории работает ваша организация?		
В пределах города, района	78	39,0%
На территории Тюменской области	102	51,0%
На территории нескольких субъектов РФ	11	5,5%
На уровне РФ в целом	6	3,0%
На международном уровне	3	1,5%
Затрудняюсь ответить	0	0,0%

21,5% НКО, попавших в исследование, заняты в сфере образования или дополнительного образования, 16% - социальных услуг и поддержки отдельных категорий граждан, 11,5% - в сфере спорта, туризма и досуга, 10,5% - культуры, искусства, охраны культурного и исторического наследия, 8,5% - патриотического воспитания, 6,5% - работы с молодежью, 3% - заняты духовно-религиозной деятельностью, 2,5% - деловые и профессиональные союзы, по 2% - заняты правозащитной деятельностью, правовым просвещением; поддержкой, продвижением и развитием НКО; здравоохранением, охраной здоровья граждан, 1,5% - защитой животных; территориальным развитием и жилищной сферы; поддержкой национальных диаспор и гармонизацией межнациональных отношений, 1% - охраной окружающей среды; волонтерская организация, поддержка и развитие волонтерства, добровольчества. 7,5% - указали другое (работа с семьями, консультационные услуги, зрелищно-развлекательная деятельность и др.)

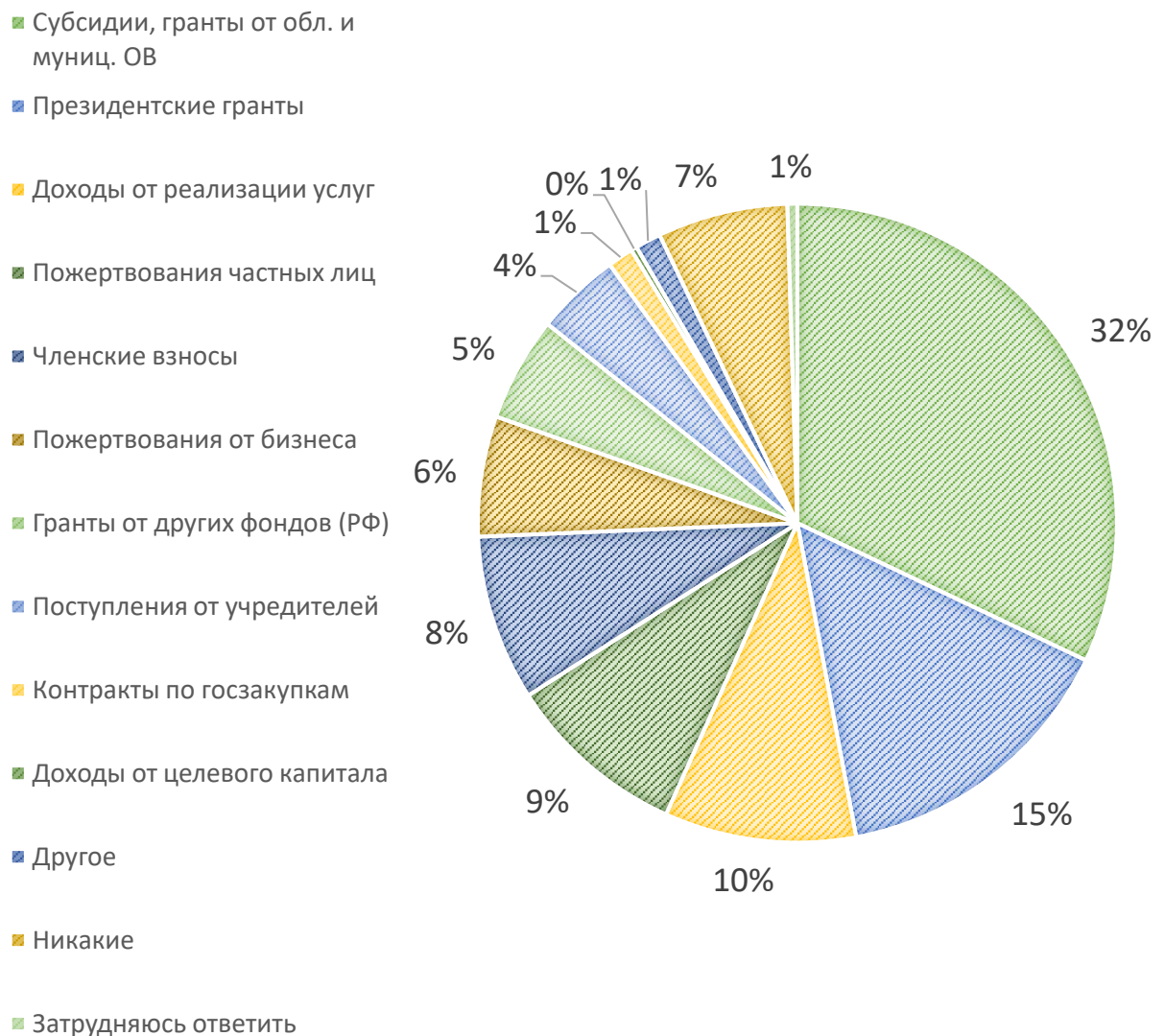
Какое основное направление деятельности вашей организации?		
Образование, дополнительное образование	43	21,5%
Социальные услуги и поддержка отдельных категорий граждан	32	16,0%
Спорт, туризм, досуг	23	11,5%
Культура, искусство, охрана культурного и исторического наследия	21	10,5%
Патриотическое воспитание	17	8,5%
Другое	15	7,5%
Молодежная организация, работа с молодежью	13	6,5%
Духовно-религиозная деятельность	6	3,0%
Деловые и профессиональные ассоциации, союзы	5	2,5%
Здравоохранение, охрана здоровья граждан	4	2,0%
Правозащитная деятельность, правовое просвещение	4	2,0%
Поддержка, продвижение и развитие НКО	4	2,0%
Защита животных	3	1,5%
Территориальное развитие и жилищная сфера	3	1,5%

Поддержка национальных диаспор и гармонизация межнациональных отношений	3	1,5%
Охрана окружающей среды	2	1,0%
Волонтерская организация, поддержка и развитие волонтерства, добровольчества	2	1,0%
Затрудняюсь ответить	0	0,0%

Основным источником финансирования для многих НКО является грантовая поддержка: 32,1% - субсидии, гранты от региональных и муниципальных органов власти, 15% - Президентские гранты, 5,3% - денежные поступления/гранты от других фондов (РФ). Фандрайзинг или пожертвования указывались гораздо реже: 9,7% - указали доходы от реализации услуг (товаров) организации, 9,2% - денежные пожертвования частных лиц (граждан РФ), 8,4% - членские взносы, 8,4% - членские взносы, 6,1% - денежные пожертвования от коммерческих компаний (резидентов РФ), 4,3% - регулярные или единовременные поступления от учредителей (участников, членов), не являющиеся членскими взносами, 1,3% - доходы от контрактов по госзакупкам. 1,3% указали другое (партнерская поддержка других НКО, личные средства, федеральные субсидии). 6,6% указали, что у их организаций в прошедшем году финансирования не было.

Из каких источников ваша организация получала финансирование за последний год?		
Субсидии, гранты от региональных и муниципальных органов власти	126	32,1%
Президентские гранты	59	15,0%
Доходы от реализации услуг (товаров) организации	38	9,7%
Денежные пожертвования частных лиц (РФ)	36	9,2%
Членские взносы	33	8,4%
Денежные пожертвования от коммерческих компаний (РФ)	24	6,1%
Денежные поступления/гранты от других фондов (РФ)	21	5,3%
Регулярные или единовременные поступления от учредителей (участников, членов), не являющиеся членскими взносами	17	4,3%
Доходы от контрактов по госзакупкам	5	1,3%
Доходы от целевого капитала	1	0,3%
Другое	5	1,3%
Никакие	26	6,6%
Затрудняюсь ответить	2	0,5%

ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД



Говоря о динамике изменения положения своих организаций за последние 2 года по разным направлениям их функционирования респонденты, чаще всего выбирали вариант ответа «Без изменений». Так, например, количество сотрудников в 86% обследованных НКО не изменилось или даже увеличилось. Самое заметное снижение респонденты отметили в финансировании организаций – 17,5%, количество источников финансирования – 11,5%, число доноров – 10%, 7,5% - число волонтеров, 6,5% - количество реализуемых проектов и количество сотрудников, 5,5% - число благополучателей.

Однако, практически по всем предложенным позициям общее число положительных оценок преобладает над негативными, то есть говорить о

критических последствиях коронавирусных ограничений и последовавшего экономического спада в случае НКО Тюменской области нельзя.

Оцените, пожалуйста, в какой мере изменились следующие показатели вашей организации за последние 2 года?	Объем привлеченных средств в целом	Количество источников финансирования	Число сотрудников	Число волонтеров	Число благополучателей	Число доноров	Количество проектов / направлений
Снижение	17,5%	11,5%	6,5%	7,5%	5,5%	10,0%	6,5%
Без изменений	39,0%	51,0%	66,5%	46,5%	33,0%	40,0%	36,5%
Увеличение	33,5%	28,0%	19,5%	34,5%	49,0%	8,5%	49,0%
Затрудняюсь ответить	10,0%	9,5%	7,5%	11,5%	12,5%	41,5%	8,0%

ПОРТРЕТ НКО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ (РЕСУРСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ)

САЙТ, КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ НКО

Более половины обследованных НКО не имеют собственного сайта.

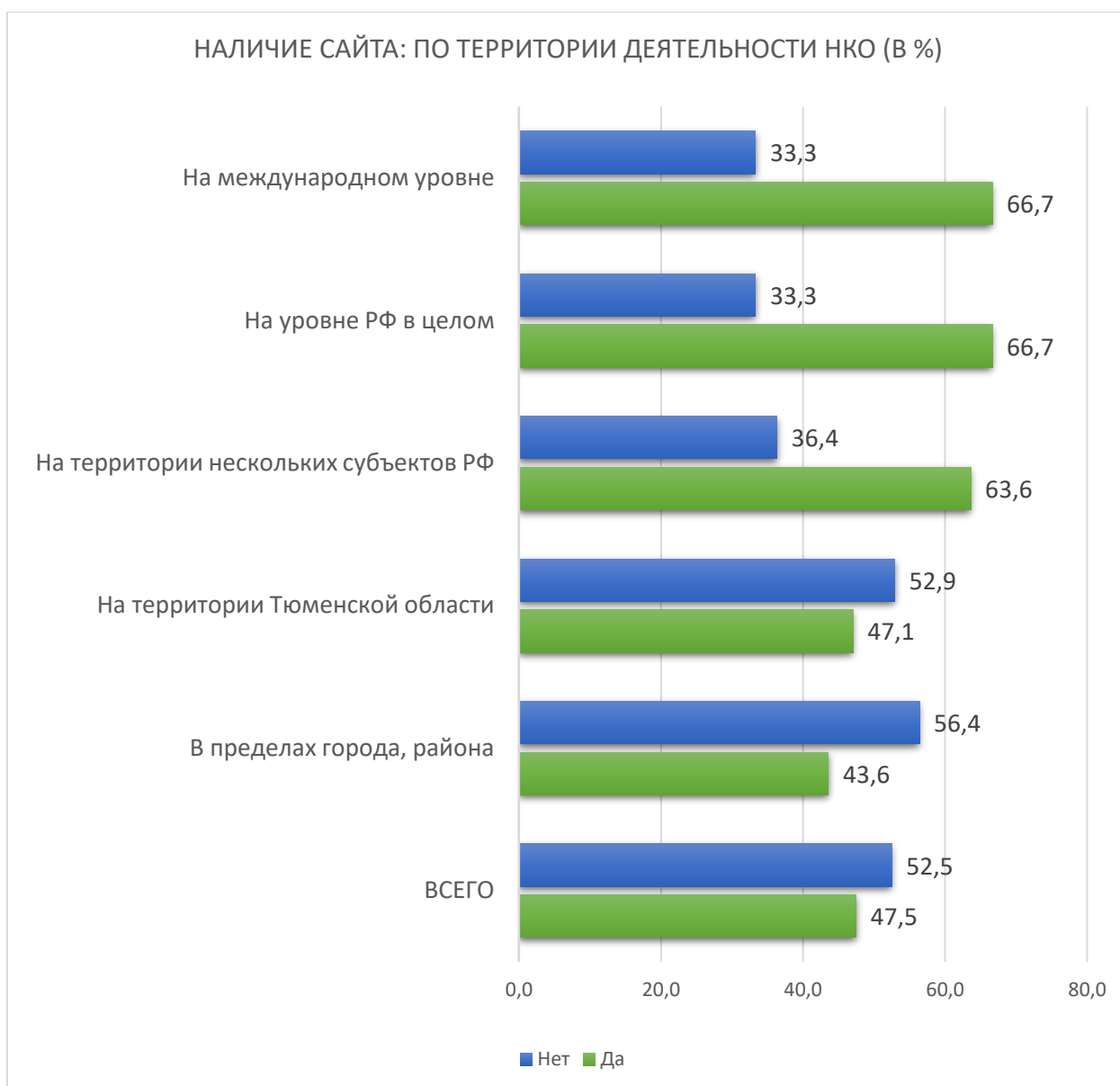
Есть ли у вашей организации сайт?		
Да	95	47,5%
Нет	105	52,5%

В тоже время в исследовании Центра оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ - 81% опрошенных представителей НКО сказали, что у их организации есть свой сайт.¹¹ В этом смысле Тюменские НКО существенно меньше уделяют внимания официальным сайтам, чем некоммерческие организации по стране в целом.

¹¹ <http://digitalnonprofit.ru>



Менее всего в Сети представлены религиозные организации (83,3%) и некоммерческие партнерства (75%).



Более половины НКО, действующих на уровне не шире Тюменской области (что логично), не имеют собственного сайта. Чем шире география деятельности НКО, тем чаще они создают свои сайты, однако, ровно у трети (33,3%) НКО, действующих на общероссийском или даже международном уровне, сайта тоже нет.

В принципе, сами опрошенные эксперты осознают, что сайт дает расширенные возможности коммуникации (некоторые понимают ее как маркетинг) как с благополучателями и волонтерской аудиторией, так и с донорами: *«Наша главная боль в том, что за пределами Тюмени нас знают лучше, чем здесь. Это работа соцсетей, медиапространства, того, как в интернет среде продвигать свой продукт»* (Респондент: МТЦ «Космос»).

Наличие сайта: Какое основное направление деятельности вашей организации?		
	Да	Нет
Социальные услуги и поддержка отдельных категорий граждан	50,0	50,0
Здравоохранение, охрана здоровья граждан	75,0	25,0
Культура, искусство, охрана культурного и исторического наследия	33,3	66,7
Спорт, туризм, досуг	43,5	56,5
Образование, дополнительное образование	65,1	34,9
Охрана окружающей среды	50,0	50,0
Защита животных	33,3	66,7
Территориальное развитие и жилищная сфера	33,3	66,7
Правозащитная деятельность, правовое просвещение	50,0	50,0
Поддержка, продвижение и развитие НКО	50,0	50,0
Волонтерская организация, поддержка и развитие волонтерства, добровольчества	0,0	100,0
Молодежная организация, работа с молодежью	53,8	46,2
Поддержка национальных диаспор и гармонизация межнациональных отношений	66,7	33,3
Духовно-религиозная деятельность	16,7	83,3
Патриотическое воспитание	35,3	64,7
Деловые и профессиональные ассоциации, союзы	60,0	40,0

Для трети организаций (31%) сайт является средством портирования пользователей в социальные сети, ведомые обследованными НКО.

Какие функции и инструменты есть на сайте вашей организации?		
	Абс	%
Ссылки на аккаунты в социальных сетях	62	31,0%
Мобильная версия сайта	35	17,5%
Подписка на новости	16	8,0%
Доступность для людей с ограниченными возможностями	16	8,0%
Онлайн-чат для личного общения с посетителями сайта	11	5,5%
Личный кабинет пользователя (донора, благополучателя, волонтера)	9	4,5%
Онлайн-опросы	9	4,5%
Кнопка "пожертвовать"	8	4,0%

Собственные онлайн платформы (краудфандинг, онлайн-курсы, онлайн-магазин)	7	3,5%
Чат-бот для ответов на типовые вопросы/ запросы	5	2,5%
SSL-сертификат	5	2,5%
Другое	5	2,5%
Затрудняюсь ответить	12	6,0%

Вместе с тем, из числа тех НКО, у которых есть собственный сайт – 17,5% наиболее продвинуты и создали его мобильную версию, остальные функции и возможности своих сайтов, НКО, их создавшие, также используют достаточно активно.

Интересно, но в общем рейтинг распределения функционала сайта, используемого обследованными НКО, в значительной мере совпал с данными ИППИ НИУ ВШЭ.¹²

То есть уже очевидно, что в плане цифровизации тюменские НКО принципиально не отличаются от своих коллег на общероссийском уровне, а это, в свою очередь, вселяет надежду на то, они не в числе отстающих и технологические перспективы у них не хуже, чем у остальных российских НКО.

¹² <http://digitalnonprofit.ru>



Таким образом, даже отсутствие сайта у той или иной НКО не может рассматриваться как недостаток, хотя отсутствие простого сайта-визитки, содержащего все возможные контактные данные, а также простейшие реквизиты и/или формы для пожертвований, не было бы обременительным даже для небольшой организации.

Кроме того, анализ контента, наполнения, дизайна и размещения сайтов НКО, указавших, что сайт у них есть также дал разнородные результаты. Так, например, около трети региональных НКО имеют не собственный сайт, а служебную страницу на сайте головной организации, подразделением которой они сами являются. Чаще всего контент на таких страницах размещается со значительным опозданием или крайне редко.

Некоторые НКО, даже имеющие сайт с самостоятельным доменным именем, не доводят до конца его наполнение или дизайн. Такие сайты содержат пустые разделы, либо неработающие гиперссылки и переходы, устаревшие или неактуальные данные о самой организации или контактах ее представителей.

Эксперт: «Бесмысленно всем выдавать компьютеры, если они ими пользоваться не умеют, но, если создать условия, когда они будут понимать зачем это, тогда это их будет мотивировать, переходить на новый уровень».

Есть и обратные примеры: НКО, работающая на уровне одного из муниципальных районов, смогла не только скоординировать активистов, занимающихся традиционными ремеслами и рукоделием, на базе собственного (вполне рабочего) сайта, соцсетей и группы в Telegram, но и создала собственный маркет-плейс, самостоятельно размещающий продукцию, производимую пользователями.

Вообще же большинство НКО Тюменской области (53,3%), имеющих свой сайт, не используют его как средство получения пожертвований.

Какие способы оплаты вы принимаете на сайте вашей организации для сбора пожертвований?		
Никакие из перечисленных	56	53,3%
На сайте указаны банковские реквизиты для перевода	16	15,2%
Банковские карты	14	13,3%
Затрудняюсь ответить	14	13,3%
Виртуальные кошельки	2	1,9%
Другое	2	1,9%
Криптовалюты	1	1,0%
На сайте указан короткий номер для смс	0	0,0%

Менее трети (31,4%) опрошенных рассматривают свой сайт, как ресурс фандрайзинга, предпочитая при этом наиболее традиционные средства транзакций (карты и прямые перечисления по реквизитам). Хотя именно сайт и соцсети стали главным ресурсом фандрайзинга по мнению экспертов специализированного исследования «Фандрайзеры о 2022»¹³

Эксперт: «Мы даже не представляли, что, оказывается, есть удобные сервисы – нужно просто расписаться, заключить договор и попросить программиста добавить на сайт кнопку, и все. То есть многие из них [НКО] о таких возможностях не знают, либо не имеют опять же ресурсов, чтобы это внедрить». (Респондент 23, НКО, социальные услуги)¹⁴



Описываемое исследование, в отличие от опроса ИППИ НИУ ВШЭ проводилось уже после ухода с российского рынка основных иностранных платежных систем, однако, как видно их доля не была критичной в структуре приема пожертвований российскими НКО.¹⁵

Очевидно, что для большинства обследованных НКО наличие сайта не является потребностью, учитывая адресность их аудитории и территорию работы, однако перспективы данного способа коммуникации и, как показывает практика, привлечения средств для региональных НКО все еще остаются в потенциале.

¹³ https://vk.com/wall-215827136_18

¹⁴ <http://digitalnonprofit.ru>

¹⁵ <http://digitalnonprofit.ru>

Эксперт: «Чем успешнее организация, тем больше она может себе позволить адаптировать под себя цифровые ресурсы. То есть вы делаете элитный продукт под себя и учитываете особенности своей организации. А все остальные пользуются масс-маркетом». (Респондент 13, эксперты, грантодающие фонды)

Эксперт: «Благотворительность для большинства – эмоциональный порыв: увидел сообщение, зацепило, захотел помочь. Если после "хочу помочь" возникают сложности, пожертвование не происходит. Поэтому цифровизация, для нас это очень правильная история». (Респондент 7, НКО+, фандрайзинговые фонды)

Какие способы Вы использовали в текущем 2022 году (Вы лично или от лица представляемой Вами организации/проекта)?



Эксперт: «Ключевое – это деньги. У нас лидеры – это крупные конкурентные НКО. Их отличает то, что они могут взять на работу конкурентных сотрудников, которые смотрят на все рабочие процессы, ориентируясь в тех тенденциях, которые есть сейчас на рынке.... Поэтому те организации, которые их могут нанять, они и испытывают все прелести хороших идей, решений и т.д. Те, кто не могут их нанять, им приходится ждать пока их люди с теми навыками, которые у них есть, к

этому придут, научатся, скопируют». (Респондент 3, эксперты, инфраструктурные организации)¹⁶

НКО И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Подавляющее большинство НКО Тюменской области присутствуют в социальных сетях (89,5%). Более того, некоторые НКО, имеющие свой сайт, часто используют его как портал в соцсети.

Использует ли ваша организация в работе социальные сети?		
Да	179	89,5%
Нет	21	10,5%

Наиболее популярной соцсетью является «ВКонтакте» (62,1%). Гораздо меньшей популярностью пользуется ведение своего канала на видеохостинге YouTube (14,5%). Страницу в «Одноклассниках» ведут 13,4%.

Среди «Другого» назывались: *Facebook, Tik-Tok, *Instagram, ЯндексДзен.

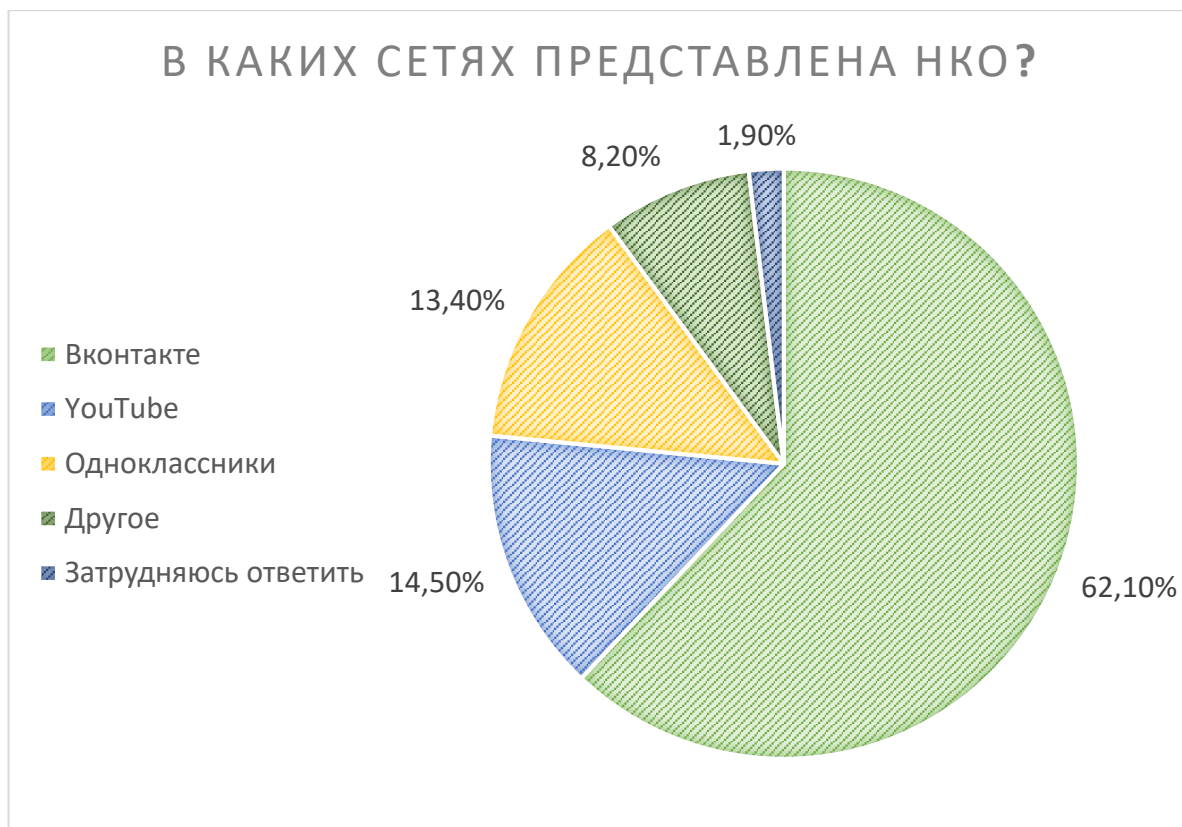
**Запрещённая в России экстремистская организация*

В каких социальных сетях представлена ваша организация?*		
ВКонтакте	167	62,1%
YouTube	39	14,5%
Одноклассники	36	13,4%
Другое	22	8,2%
Затрудняюсь ответить	5	1,9%

**Несколько вариантов ответа*

¹⁶ <http://digitalnonprofit.ru>

В КАКИХ СЕТЯХ ПРЕДСТАВЛЕНА НКО?



В исследовании ВШЭ рейтинг соцсетей составлялся до ограничений Роскомнадзора в отношении ряда иностранных соцсетей, поэтому не может считаться актуальным., однако в остальном рейтинги очень близки.

«Ведение социальных сетей стало нормой не только для людей, но и для организаций. 85% опрошенных НКО ведут социальные сети. Наиболее популярными социальными сетями являются ВКонтакте (80%), Facebook (71%) и Instagram (61%) (Рисунок 15). Кроме того, почти половина опрошенных НКО имеют страницу на YouTube (43%) и почти треть – на Одноклассниках (30%). Только 3% организаций следуют трендам и зарегистрированы в TikTok»¹⁷.

Структура пользования возможностями социальных сетей мало отличается у НКО и любого блогера, активно ведущего свою страничку.

Какими из перечисленных функций страниц организации в социальных сетях вы пользуетесь?

Страница организации	148	23,3%
Публикация своих постов	148	23,3%
Репосты публикаций других пользователей/ страниц	103	16,2%
Проведение опросов	58	9,1%

¹⁷ <http://digitalnonprofit.ru>

Сторис / Истории	57	9,0%
Рассылка сообщений подписчикам	47	7,4%
Прямые эфиры, трансляции	36	5,7%
Покупка рекламы	23	3,6%
Затрудняюсь ответить	5	0,8%
Создание своих стикеров	4	0,6%
Другое	4	0,6%
Чат-боты	3	0,5%

Чаще всего соцсети – это возможность постить собственные (23,3%) и репостить чужие публикации (16,2%), либо вести новостную страницу своей организации (23,3%).



Рейтинг функций соцсетей, используемых опрошенными представителями НКО, в проведенном исследовании мало отличается от результатов, полученных исследователями ИППИ НИУ ВШЭ.

«Помимо публикации собственных постов, опрошенные НКО также делают репосты публикаций других пользователей или страниц (57%), выкладывают сторис (45%), рассылают сообщения своим подписчикам (42%), проводят опросы (40%), прямые эфиры и трансляции (35%) (Рисунок 17). Однако такими продвинутыми функциями, как создание чат-ботов и собственных стикеров пользуются только по 7% НКО, участвовавших в

исследовании. При этом чат-боты являются эффективным каналом взаимодействия с целевыми аудиториями, позволяющим, например, автоматизировать коммуникацию по наиболее частым вопросам. В то же время стикеры в мессенджерах и социальных сетях могут служить не только для продвижения организации, но и быть инструментами фандрайзинга.»¹⁸

Таким образом, в обоих исследованиях социальные сети, как ресурс для фандрайзинга или средства для активного имиджевого продвижения НКО рассматриваются достаточно редко, хотя, как показано выше именно соцсети – один из главных каналов фандрайзинга по мнению профильных экспертов.¹⁹

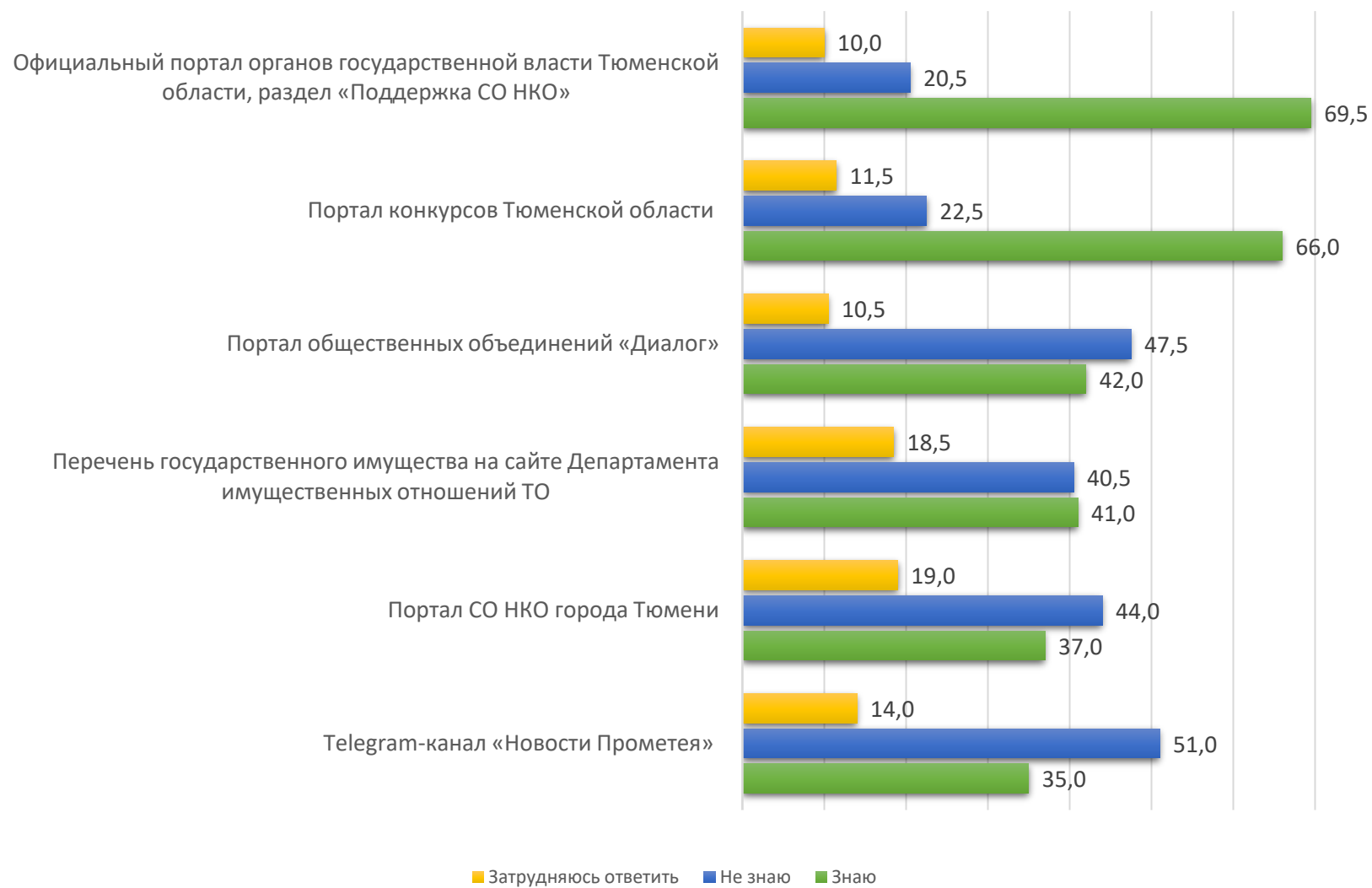
ЗНАНИЕ О ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСАХ ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ НКО

Какие из перечисленных сервисов Вы знаете?	Официальный портал органов государственной власти Тюменской области, раздел «Поддержка СО НКО»	Перечень гос. имущества, во владение и (или) пользование СОНКО, на сайте Департамента имущества Тюменской области	Портал конкурсов Тюменской области	Telegram-канал региональных НКО «Новости Прометея»	Портал социально ориентированных некоммерческих организаций	Портал общественных объединений Тюменской области «Диалог»
Знаю	69,5%	41,0%	66,0%	35,0%	37,0%	42,0%
Не знаю	20,5%	40,5%	22,5%	51,0%	44,0%	47,5%
Затрудняюсь ответить	10,0%	18,5%	11,5%	14,0%	19,0%	10,0%

¹⁸ <http://digitalnonprofit.ru>

¹⁹ <https://vk.com/wall-215827136> 18

ЗНАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ НКО



От трети (32%) до 40% опрошенных знают о неофициальных ресурсах, созданных для НКО.

Большая часть НКО знают об официальных ресурсах, ориентированных на их поддержку.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В РАБОТЕ НКО

В таблице перечислены различные цифровые решения. Какими из них вы пользуетесь, планируете или не пользуетесь вообще?	Используй- те в работе	Не пользуе- тся	Затрудн- яюсь ответит- ь
Мессенджеры для рабочих коммуникаций (WhatsApp, Viber, Telegram)	90,5%	7,5%	2,0%
Электронная цифровая подпись НКО	74,0%	19,0%	7,0%
Видеозвонки и трансляции (Zoom, Skype, Google Meet, Discord, Webinar)	69,0%	24,5%	6,5%
Компьютерная безопасность	69,0%	21,5%	9,5%
Облачные хранилища (Яндекс.Диск, Google Диск, OneDrive, Dropbox)	68,5%	25,0%	6,5%
Электронный документооборот и бухгалтерия (1С, Контур.Диадок)	63,0%	27,5%	9,5%
Ведение баз данных в Excel	59,0%	34,5%	6,5%
Совместная работа с документами	54,0%	37,0%	9,0%
QR-коды	48,0%	42,0%	10,0%
Сервисы по созданию опросов	38,5%	51,5%	10,0%
Календари	31,5%	56,5%	12,0%
Веб-аналитика (Google Аналитика, Яндекс.Метрика)	21,5%	69,5%	9,0%
Физические сервера	21,5%	52,5%	26,0%
Автоматизированная email-рассылка (UniSender, eSputnik)	15,0%	76,0%	9,0%
IP-телефония	13,5%	72,5%	14,0%
Системы планирования и постановки задач	13,0%	71,5%	15,5%
Дополненная реальность (AR), виртуальная реальность (VR)	11,5%	75,5%	13,0%
CRM (Битрикс, amoCRM, Flowlu, ПланФикс, LP-CRM, самописные)	11,0%	78,0%	11,0%
Фандрайзинговые, краудфандинговые или иные внешние онлайн платформы	10,5%	76,5%	13,0%
Сервисы для организации событий	8,0%	77,5%	14,5%

Визуализация данных	6,0%	78,5%	15,5%
---------------------	------	--------------	-------

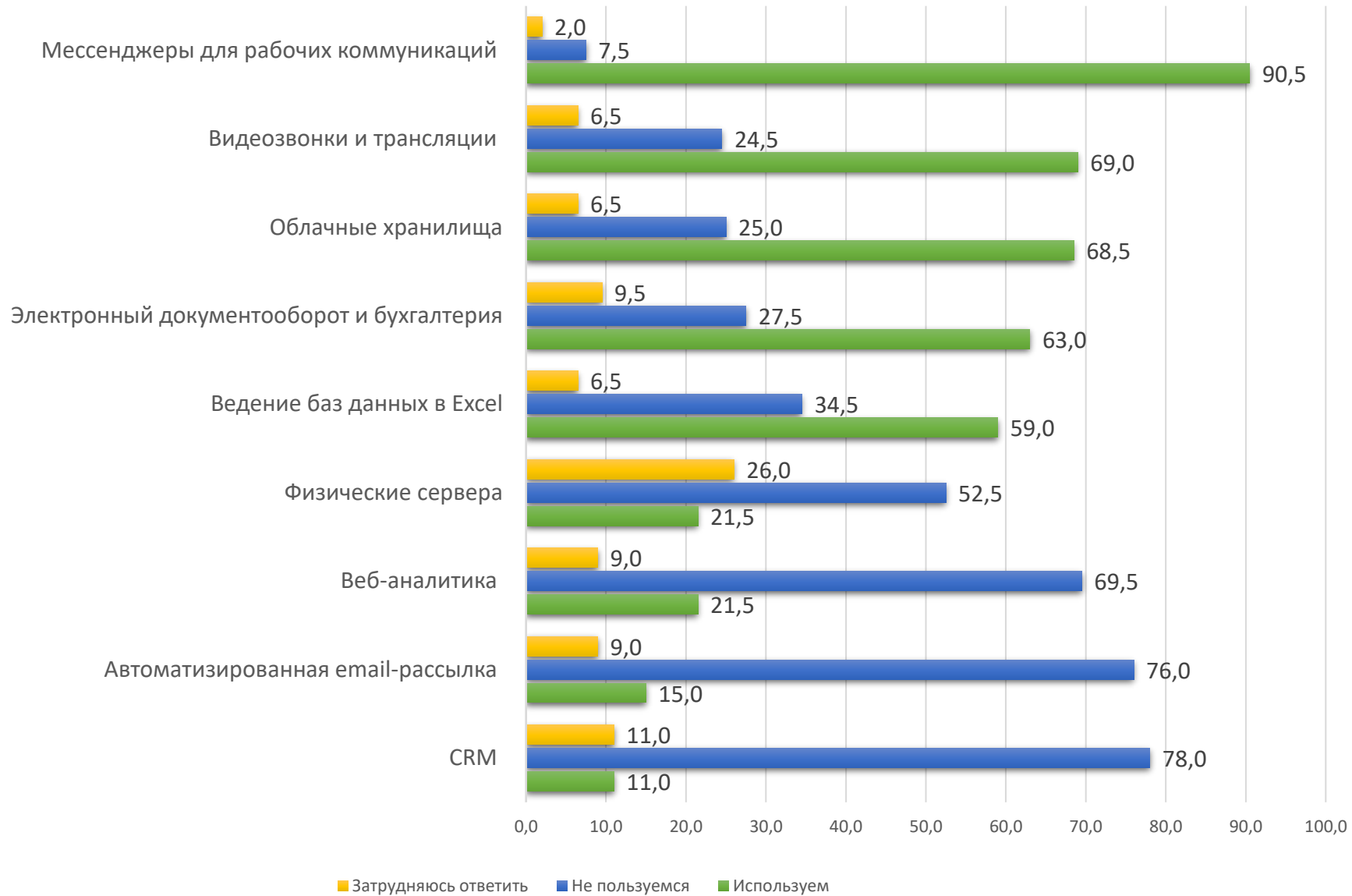
Многие цифровые решения уже активно используются обследованными НКО. Многие из них могли быть вынужденно внедрены в повседневность некоммерческого сектора Тюменской области во времена пандемических ограничений.

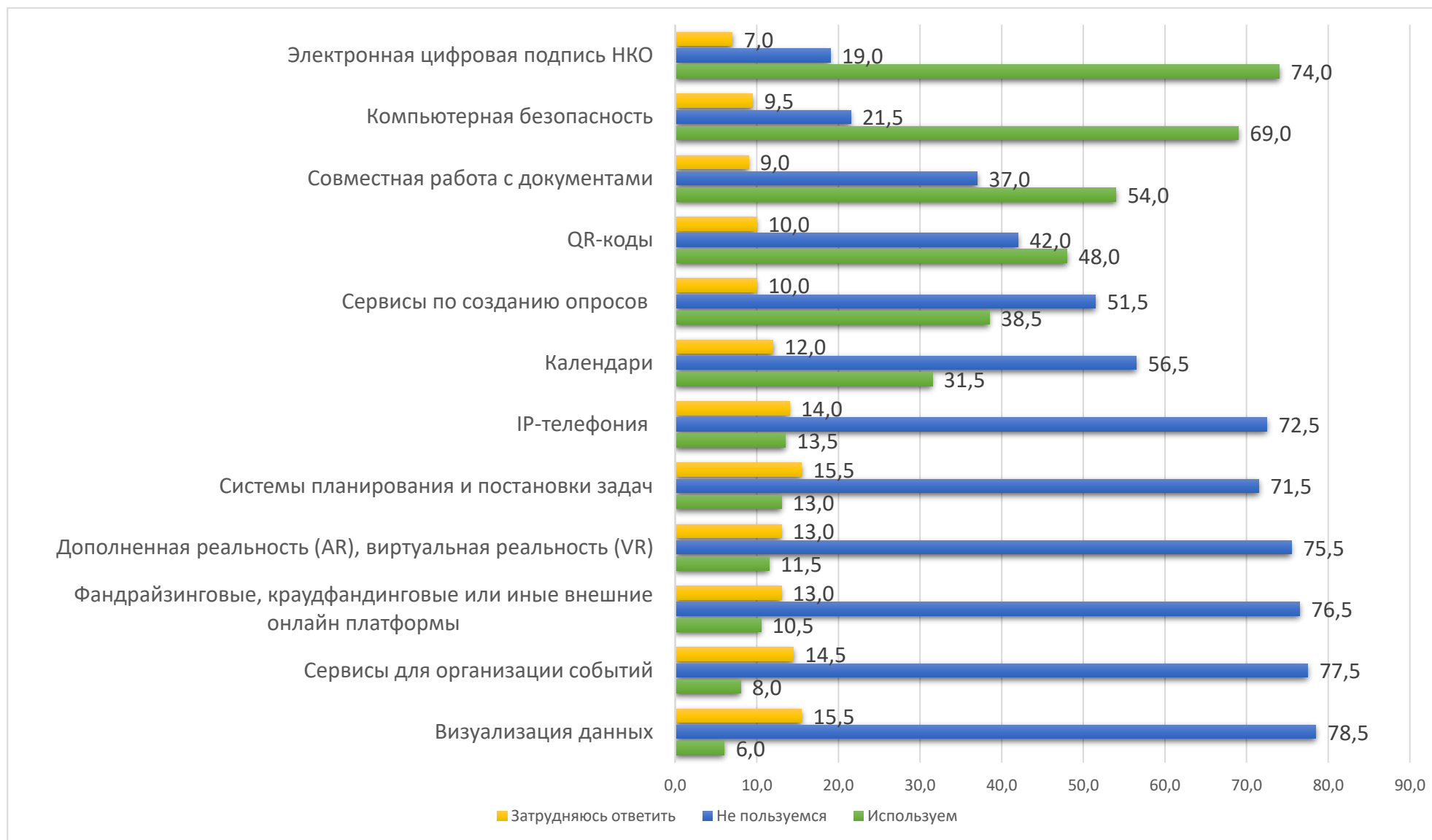
ТОП-5 ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ

- ✓ Мессенджеры для работы – **90,5%**
- ✓ Электронная цифровая подпись **74,5%**
- ✓ Видеозвонки и трансляции – **69%**
- ✓ Компьютерная безопасность – **69%**
- ✓ Облачные хранилища **68,5%**

ТОП-5 НЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ

- ✓ Визуализация данных **78,5%**
- ✓ CRM системы– **78%**
- ✓ Сервисы для организации событий **77,5%**
- ✓ Фандрайзинговые платформы **76,5%**
- ✓ Автоматизированная e-mail рассылка– **76%**





Мессенджеры (90,5%), ЭЦП (69%), видеозвонки и трансляции (69%), облачные хранилища (68,5%), СЭД (63%), Excel (59%), совместная работа с документами (54%), QR-коды (48%) для большинства представителей НКО знакомы и уже активно используются.

Вместе с тем значительную часть цифровых сервисов, в том числе способствующих фандрайзингу, пока еще только предстоит освоить.

Примечательно, что несмотря на расхождения в рейтинге наиболее активно используемых цифровых решений, исследование «Цифровизация некоммерческого сектора: готовность, барьеры и эффекты»²⁰, Центра оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ показало принципиально схожие результаты.

Фандрайзинговые и краудфайндинговые платформы, как, например, уже упомянутая Planeta.ru, на последних местах в наборе цифровых решений, применяемых НКО, как в данном, так и в исследовании ИППИ НИУ ВШЭ.

ОПЫТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СТОРОННИХ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ И РЕШЕНИЙ

Многие из обследованных НКО (41,5%) имели опыт привлечения специалистов или услуг сторонних организаций в сфере цифровых технологий.

Приходилось ли вам покупать какие-либо цифровые решения, обращаться к внешним подрядчикам и ИТ-специалистам на коммерческой основе?		
Да	83	41,5%
Нет	95	47,5%
Затрудняюсь ответить	22	11,0%

Не для всех НКО этот опыт был полностью позитивным.

Были ли какие-то трудности во взаимодействии с подрядчиками, ИТ-специалистами?		
Высокая стоимость оплаты труда ИТ-специалистов	44	16,1%
Сложно понять квалификацию ИТ-специалиста	29	10,6%
Сложно найти ИТ-специалистов	28	10,2%
Сложно сформулировать техническое задание	25	9,1%
Выполненную работу все равно приходится дорабатывать под себя	24	8,8%

²⁰ <http://digitalnonprofit.ru>

Другое	5	1,8%
Сделали не то, о чем договаривались	2	0,7%
Нет трудностей	60	21,9%
Затрудняюсь ответить	57	20,8%

20,8% респондентов затруднились назвать какие-то конкретные сложности, которые возникли у них при взаимодействии с подрядчиками по привлечению сторонних цифровых решений.



21,8% региональных НКО, прибегавших к платным услугам и продуктам в ИТ-сфере, вообще не испытали никаких трудностей, 16,1% смутила высокая ставка оплаты за привлеченные услуги, 10,6% затрудняются оценить квалификацию стороннего специалиста, 10,2% испытывают трудности с поиском подобных специалистов, 9,1% - затрудняются сформулировать конкретные технические требования к желаемому продукту и/или услуге, 8,8% считают, что любую выполненную сторонним ИТ-специалистом работу

придется в конечном итоге адаптировать под свои специфические требования.

Гипотетически НКО, работающие на федеральном уровне, имеют гораздо больше возможностей и опыта в привлечении сторонних подрядчиков и IT-специалистов, однако перечень проблем ими озвучиваемых мало отличается.

Условно проблемы в привлечении внешних цифровых решений и/или специалистов можно разделить на две группы: 1) дорого, 2) не до конца осознаем, что именно требуется, либо что именно нам могут предложить, так как слабо ориентируемся в уже имеющихся технологиях и решениях.

Эксперт: «Дело не в подталкивании! Мы просто не умели, не знали, что это надо! Не всегда понятно, что тебе это нужно! Иногда просто страшно. И если с тобой кто-то работает и показывает новый опыт, что это не страшно, все зависит от человеческих отношений»

ПРИОРИТЕТЫ НКО ПРИ ПРИВЛЕЧЕНИИ IT-ВОЛОНТЕРА

В целом, как показало исследование Центра оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ, НКО зачастую скептически относятся к возможности привлечения IT-волонтеров, так как-либо не знают о возможности их привлечения, либо сомневаются в их компетентности и добросовестности.

«Я понимаю, что фондам дорого нанимать айтишников. Я понимаю, что айтишники, которые хотят сволонтерить, придут на месяц-два в фонд поработать, но они ничего не напишут, либо напишут и бросят. И [представители НКО] будут бесконечно названивать по телефону и говорить: "Пожалуйста, Вася, приди. Уже ладно, мы согласны тебе денег дать, просто допиши. Потому что ты начал что-то писать, бросил, завязал на себя какие-то цифровые процессы, и все сломалось, и без тебя ничего не работает". И фонд начинает зависеть от Васи». (Респондент 4, эксперт, фандрайзинговые фонды)²¹

²¹ <http://digitalnonprofit.ru>

Согласно результатам опроса, чаще других IT-волонтеров привлекали:

- НКО с большим количеством сотрудников и волонтеров
- НКО под руководством человека моложе 40 лет
- НКО, являющиеся лидерами по уровню цифровизации

В связи с этим, опрошенным экспертам, представляющим тюменские НКО было предложено выбрать наиболее приоритетные направления цифрового развития их организации, которые они предпочли бы реализовать в первую очередь если бы им были предложены безвозмездные для них услуги IT-волонтера (сценарий «Золотой рыбки»). В результате можно сказать, что эксперты составили рейтинг наиболее эффективных и актуально востребованных среди них цифровых продуктов. Интересно, что несмотря на различия в методологии вопроса, средний рейтинг обоих исследований снова практически совпал.

Представим, что вашей организации предложена помощь IT-волонтера, что из этого списка является для вас приоритетным?		
Разработка сайта организации	91	19,0%
Продвижение в социальных сетях (SMM)	81	16,9%
Продвижение сайта в поисковиках для увеличения посещаемости сайта (SEO)	53	11,0%
Разработка мобильного приложения	46	9,6%
Помощь в обучении сотрудников	42	8,8%
Разработка чат-бота в мессенджере	38	7,9%
Разработка страницы для сбора пожертвований	32	6,7%
Кибербезопасность	30	6,3%
Веб-дизайн	21	4,4%
Настройка ИТ-систем внутри организации	17	3,5%
Внедрение и сопровождение цифровых решений, созданных сторонними организациями	10	2,1%
Затрудняюсь ответить	19	4,0%

19% хотели бы, чтобы им помогли с разработкой сайта их организации, что, учитывая ранее приведенные цифры об отсутствии собственного сайта у большинства региональных НКО, подтверждает востребованность данного продукта. 16,9% предпочли бы получить SMM-услуги, 11% - продвижение

сайта в поисковиках для увеличения посещаемости сайта (SEO), 9,6% - услуги по разработке мобильного приложения, для 8,8% в приоритете помощь в обучении цифровым технологиям собственных сотрудников, 7,9% - разработка чат-бота.

Таким образом, основным актуальным приоритетом для обследованных НКО являются коммуникативные и имиджевые возможности, предоставляемые сегодняшними цифровыми решениями, что подтверждает вывод о том, что большинство региональных НКО пока не вошли в стадию цифровизации, так как реально имеют пока только желание развивать цифровые способы коммуникации.

Эксперт: «И не всегда дело в том, что пугает, а в том, кто учит. Кто-то проходит длинный путь, пока найдет того, кто может объяснить и помочь. Вот сидит умный человек, у него хороший проект, у него здорово все написано, но у него вопросы в нюансах: как документ в PDF перевести, копировать - вставить, загрузить на платформу. Такие вопросы элементарные!»

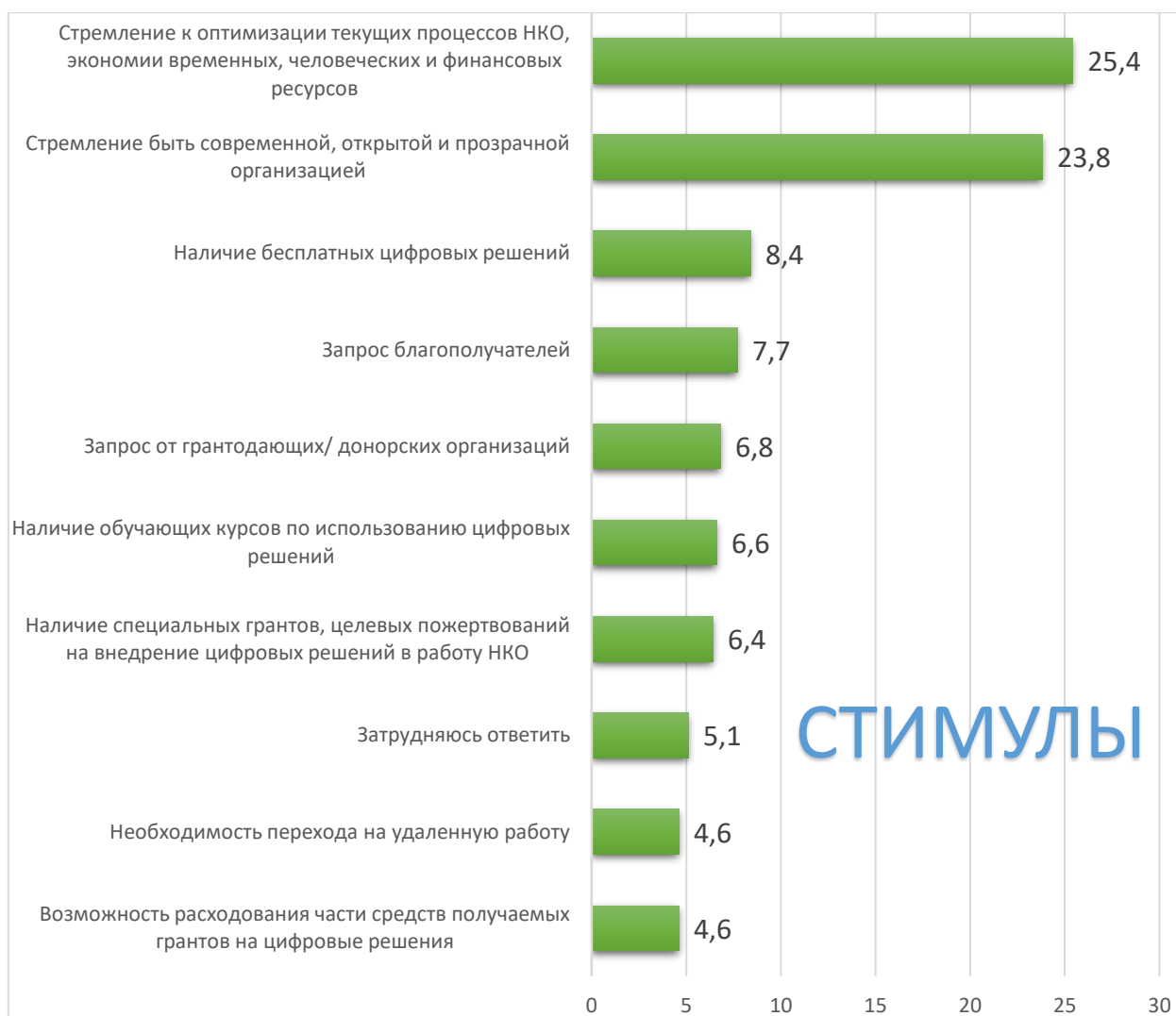


Настройка внутренней цифровой инфраструктуры (3,5%), веб-дизайн пока не существующего сайта (4,4%) или сетевой фандрайзинг (6,7%) и т.п. – дело будущего.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НКО: СТИМУЛЫ И БАРЬЕРЫ

Четверть опрошенных представителей тюменских НКО (25,4%) считают, что цифровизация позволит оптимизировать управленческие и технологические процессы внутри их организации, примерно четверть же (23,8%) готовы применять цифровые решения чтобы быть в общем тренде, 8,4% стимулирует возможность использования бесплатных цифровых решений, 6,6% - наличие обучающих программ в цифровой сфере.

Что для вашей организации является основными стимулами цифровизации?		
Стремление к оптимизации текущих процессов НКО, экономии временных, человеческих и финансовых ресурсов	115	25,4%
Стремление быть современной, открытой и прозрачной организацией	108	23,8%
Наличие бесплатных цифровых решений	38	8,4%
Запрос благополучателей	35	7,7%
Запрос от грантодающих/ донорских организаций	31	6,8%
Наличие обучающих курсов по использованию цифровых решений	30	6,6%
Наличие специальных грантов, целевых пожертвований на внедрение цифровых решений в работу НКО	29	6,4%
Необходимость перехода на удаленную работу	21	4,6%
Возможность расходования части средств получаемых грантов на цифровые решения	21	4,6%
Другое	2	0,4%
Затрудняюсь ответить	23	5,1%



Для многих же региональных экспертов стимулы внедрения цифровых решений носят внешний и иногда принудительный характер: 4,6% к внедрению цифровых решений принудила необходимость перехода на удаленную работу, 4,6% - наличие целевых грантов, 6,8% - требование со стороны доноров, 7,7% - благополучателей. То есть у этих организаций внутренний стимул для цифровой трансформации неочевиден, и они предпочитают реагировать на запросы внешней среды, а не действовать на опережение.

В исследовании Центра оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ при ответе на аналогичный вопрос использовалось большее число вариантов ответов, но выявленная тенденция совпала с результатами, полученными в описываемом исследовании. Имидж открытой, прозрачной и подотчетной организации в восприятии благополучателей, доноров, проверяющих органов, СМИ, по мнению федеральных экспертов, повышает доверие к НКО со стороны основных стейкхолдеров и снижает репутационные риски.

«Опять же репутация фонда, насколько хочется о себе заявлять, как о, так скажем, с абсолютно прозрачной деятельностью для того, чтобы было полное доверие со стороны не только благополучателей, не только доноров, а просто даже со стороны СМИ. Иметь хорошую репутацию в этом плане, это тоже может быть стимулом, чтобы внедрять какие-то такие технологии». (Респондент 14, НКО+, социальные услуги)²²

Интересен факт, что многие представители как федеральных, так и региональных НКО осознают и признают собственную инертность во внедрении цифровых решений в повседневную практику своих организаций. Многие считают цифровизацию слишком дорогим и, видимо, нерентабельным решением.

Эксперт: «Есть такое определенное потребительское отношение, я думаю, и ожидание. У НКО есть такое ожидание, что вот я НКО, поэтому я вот пойду и вот сейчас мне выделяют все бесплатно, потому что я же НКО». (Респондент 25, НКО, правозащитные организации)²³

А что, наоборот, для вашей НКО является основным барьером внедрения цифровых решений?		
Недостаточная компетенция сотрудников, сопротивление изменениям	79	21,7%
Цифровых продуктов и решений очень много, мы не знаем, сколько они стоят и что выбрать	65	17,9%
Цифровизация – это дорого	59	16,2%
Не понятно, что это даст, какую пользу принесет для деятельности организации	48	13,2%
Трудности обеспечения кибербезопасности, в т.ч. хранения персональных данных	36	9,9%
Наша целевая аудитория не нуждается в цифровом взаимодействии	16	4,4%
Другое	7	1,9%
Нет таких барьеров	27	7,4%
Затрудняюсь ответить	27	7,4%

Так, недостаточную компетенцию сотрудников, внутреннее сопротивление изменениям в качестве барьера к цифровизации назвали 21,7% экспертов, 17,9% считают, что цифровых продуктов и решений очень

²² <http://digitalnonprofit.ru>

²³ <http://digitalnonprofit.ru>

много и они не знают, сколько они стоят и что выбрать, 16,2% считают что цифровизация им не по карману, 13,2% вообще не видят прямой пользы от внедрения цифровых решений, 9,9% опасаются за кибербезопасность и сохранность персональных данных, 4,4% считают, что цифровые решения не востребованы у их целевой аудитории. Только 7,4% экспертов не видят препятствий для цифровизации своей организации.

Интересно что в этом случае мнения федеральных и региональных экспертов заметно разошлись.

Ниже картина барьеров цифровизации НКО, выявленная ИППИ НИУ ВШЭ²⁴.



Основным барьером цифровизации более половины опрошенных федеральных НКО (63%) назвали дефицит финансирования НКО. Это касается не только высокой стоимости цифровых решений и целевого характера финансирования, выделяемого на проекты НКО и оплату труда по ним, но и стоимости сопровождения и доработки, рисков, связанных с внедрением неудачных или неработающих решений. При этом большинство НКО не вполне понимают проблемы, связанные с функционированием цифровых систем и необходимостью дополнительных затрат на их работу, что снижает эффективность цифровизации этих организаций в долгосрочной перспективе.

²⁴ <http://digitalnonprofit.ru>

«Некоторые проекты целевые, то есть их деньги нельзя тратить. То есть можно потратить на тигров, а на серверы отдать нельзя». (Респондент 29, НКО+, экология)

«Это в бюджет надо закладывать. Не все, допустим, могут получить субсидию. То есть в субсидию это [цифровизацию] можно еще заложить, то есть определенную программу обеспечения, а кроме вот этого, к сожалению, довольно проблематично». (Респондент 37, НКО, ресурсный центр)²⁵

ОЖИДАЕМЫЕ И РЕАЛЬНЫЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ

Рейтинг «плюсов», которые может дать цифровизация регионального некоммерческого сектора выглядит следующим образом: 41,5% - рост охвата аудиторий, 29,3% - рост качества предоставляемых услуг, 26,7% - улучшение имиджа организаций, 22,6% - оптимизация внутреннего управления, 18,5% - улучшение качества работы через отладку обратной связи, 18,1% - рост компетенций персонала, 12,6% - снижение рутинной нагрузки, 8,5% - увеличение финансирования, 2,6% - оптимизация взаимодействия с волонтерами. Никаких «плюсов» от цифровизации не видят лишь 1,1% экспертов.

Как вы думаете, какие положительные эффекты может дать использование цифровых решений в работе НКО?		
Рост охвата целевых аудиторий	112	41,5%
Повышение качества услуг	79	29,3%
Улучшение имиджа и репутации НКО	72	26,7%
Более эффективное управление/ автоматизация управления	61	22,6%
Совершенствование работы благодаря регулярной обратной связи и анализу данных	50	18,5%
Развитие компетенций сотрудников	49	18,1%
Снижение нагрузки на сотрудников	33	12,2%
Рост объема финансирования	23	8,5%
Более эффективная координация волонтеров	7	2,6%
Другое	2	0,7%
Никаких	3	1,1%
Затрудняюсь ответить	19	7,0%

²⁵ <http://digitalnonprofit.ru>



Большинство региональных экспертов достаточно адекватно оценивают потенциальные преимущества, которые может дать внедрение цифровых решений в повседневную работу их НКО.

Федеральные эксперты, опрошенные Центром оценки общественных инициатив ИППИ НИУ ВШЭ в ходе исследования «Цифровизация некоммерческого сектора: готовность, барьеры и эффекты» дали несколько другие оценки положительных эффектов от внедрения цифровых технологий в повседневную работу НКО и эти оценки можно считать более объективными так как в этом случае опрошенные оценивали постэффект, то есть уже полученный, а не предполагаемый, результат цифровизации.

В принципе полученные положительные эффекты совпали со стимулами, которые, собственно, и сподвигли НКО на внедрение цифровых

решений: повышение открытости (42%), улучшение имиджа (41%), автоматизация и ускорение работы (34%), рост охватов аудиторий (31%).

Практика внедрения цифровых технологий в повседневную деятельность НКО приводит к осознанию, того что, во-первых, цифра – это удобно, а во-вторых – не обязательно цифровизироваться до уровня международной корпорации, а выбрать те решения и технологии, которые оптимальны для конкретной НКО в настоящий момент.

ВНУТРЕННИЕ РЕСУРСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ НКО

Анализируя цифры, что основным инициатором внедрения цифровых в обследованных НКО является ее руководитель необходимо учитывать, что 72,5% всех опрошенных экспертов – именно руководители данных организаций.

Кто является инициатором внедрения цифровых решений в работу вашей НКО?		
Руководитель организации	135	49,8%
Инициатива всех сотрудников понемногу	35	12,9%
Учредитель	20	7,4%
Член высшего коллегиального органа управления	13	4,8%
Сотрудник, не отвечающий за ИТ	10	3,7%
ИТ-волонтер	9	3,3%
ИТ-сотрудник в штате или по договору	8	3,0%
Донор	0	0,0%
Другое	3	1,1%
Никто	17	6,3%
Затрудняюсь ответить	21	7,7%



Вместе с тем, то, что в 49,8% случаев именно руководитель НКО может быть застрельщиком цифровых инициатив внутри организации – вполне реально, так как именно он является основным выгодоприобретателем этих процессов, видя общую картину цифровой трансформации и поведение коллег и партнеров более полно, чем любой рядовой сотрудник.

Кто занимается цифровыми решениями в вашей НКО – устанавливает, поддерживает, объясняет и помогает другим сотрудникам разобраться?

Руководитель организации	91	35,7%
Все сотрудники понемногу	44	17,3%
ИТ-волонтер	25	9,8%
ИТ-сотрудник в штате или по договору	24	9,4%
Сотрудник, не отвечающий за ИТ	13	5,1%
Другое	7	2,7%
Никто этим не занимается	34	13,3%
Затрудняюсь ответить	17	6,7%

Реализацией используемых цифровых решений внутри НКО в трети случаев (35,7%) также занимается их основной инициатор, а именно – руководитель, что кажется неправильным, но учитывая то, что 68% обследованных региональных НКО имеют штат не более 5 человек и они

нередко просто не могут себе позволить привлечение наемного IT-специалиста на постоянной основе – это нормально. IT-аутсорсинг или специалиста в штате могут себе позволить лишь 9,4% опрошенных НКО.

Эксперт: «Первое – это воля кого-то сверху. Руководителя, например. Потому что... Мы люди такие, мы привыкли, что нам сказали, мы делаем. Ну, мы должны сделать, если мы хотим дальше работать». (НКО, фандрайзинговые фонды)

Эксперт: «С руководителя все начинается... Заставить себя каждый день заходить, да даже не выключать ее, эту систему... То есть нельзя, чтобы кто-то там за тебя это сделал. Такого не бывает, чтобы что-то там настроилось само собой, все работают, все счастливы, а я только смотрю отчеты. Поэтому с командой очень сложно, начиная с себя». (Респондент 35, НКО, социальные услуги)²⁶

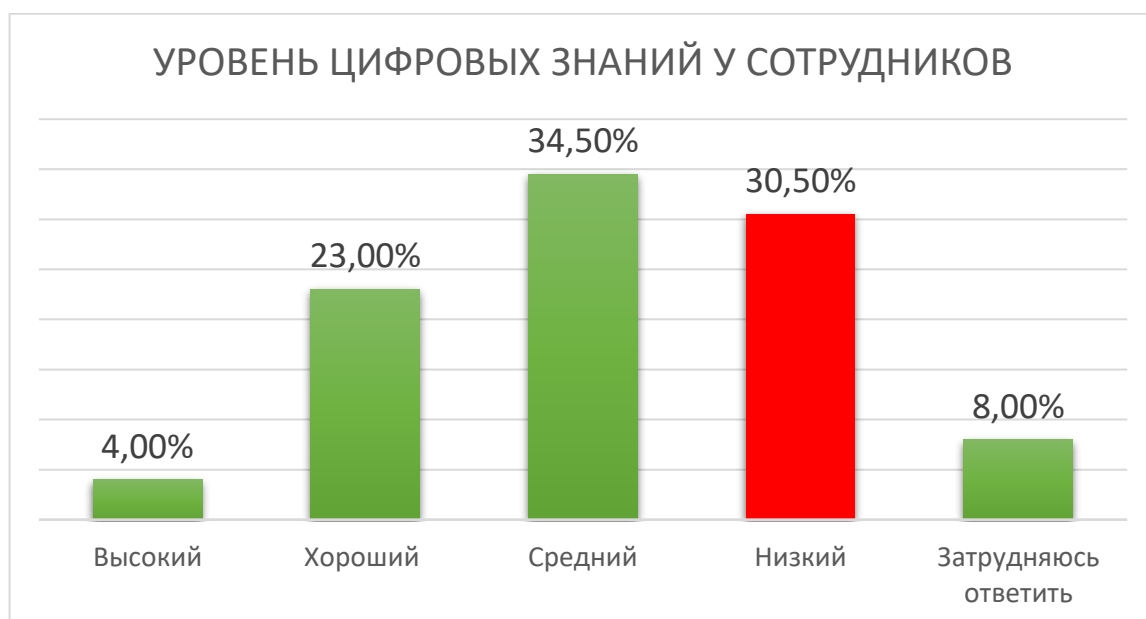


Полученные распределения мнений региональных экспертов мало отличаются от федеральных: руководитель НКО основной инициатор и, чаще всего, локомотив внедрения цифровых решений.

²⁶ <http://digitalnonprofit.ru>

Примечательно, что, оценивая уровень цифровой грамотности своего персонала эксперты тюменских НКО дали не самые оптимистичные оценки. Только 4% сотрудников имеют высокий, по мнению экспертов, уровень знаний в цифровой сфере, 23% - хороший, 34,5% - средний, 30,5% - низкий, 8% - затруднились дать какую-либо оценку цифровых знаний своих сотрудников.

Какой, на ваш взгляд, уровень знаний в цифровой сфере у основных сотрудников вашей организации?		
Высокий	8	4,0%
Хороший	46	23,0%
Средний	69	34,5%
Низкий	61	30,5%
Затрудняюсь ответить	16	8,0%



В данном случае можно говорить, что уровень оценки «средний» может иметь скорее негативную коннотацию, так как сложно представить «продвинутого юзера» со средним уровнем знаний в цифровой сфере. То есть примерно трем четвертям сотрудников региональных НКО (73%) еще предстоит повышать уровень своей цифровой грамотности и утверждение это одинаково верно, как для рядовых сотрудников, так и для руководителей.

В опросе НИУ ВШЭ федеральные эксперты оценили уровень компетенций персонала своих НКО ненамного выше тюменских – 65%

сотрудников имеют компетенцию среднюю и ниже средней. То есть снова подтвердился тезис о том, что принципиально ситуация в сфере цифровых компетенций, применении цифровых решений и продуктов, перспективах цифровизации региональный сегмент «третьего» сектора и общероссийский – более чем схожи.

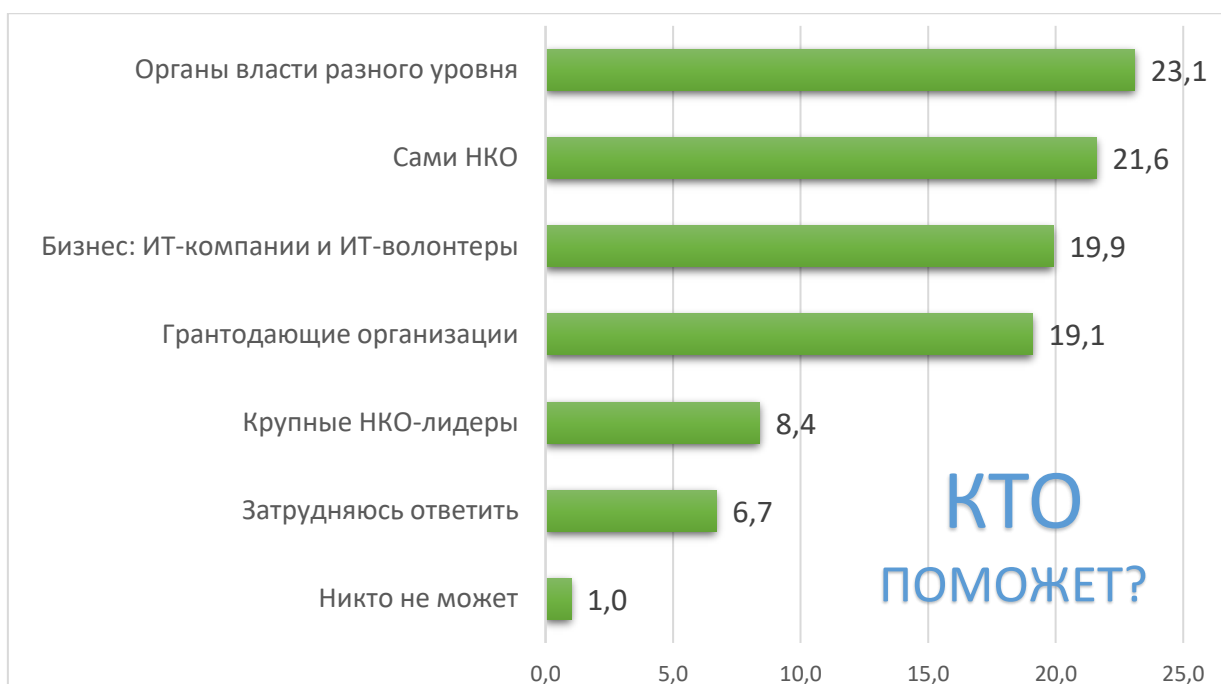
Эксперт: «Есть сотрудники, которые совершенствуются и знают все приемы и способы компьютерной техники, IT-технологий. Но таких, к сожалению, немного, но они есть. Есть так называемые середнячки, так скажем, которые и вроде бы и знают, и вроде бы и готовы учиться... Ну, процентов, наверное, я думаю так 40 – это как раз вот люди, которые ни шатко, ни валко работают в организации, что-то делают, в том числе и по различным IT-технологиям». (НКО, социальные услуги)²⁷

ВНЕШНИЕ РЕСУРСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ НКО

23,1% региональных экспертов считают, что основным локомотивом цифровизации некоммерческого сектора должны быть органы власти, 19,9% - Бизнес: ИТ-компании и ИТ-волонтеры, 19,1% - грантодатели, 8,4% - крупные НКО-лидеры.

На Ваш взгляд, КТО может поспособствовать развитию цифровизации некоммерческого сектора в целом?		
Органы власти разного уровня	93	23,1%
Сами НКО	87	21,6%
Бизнес: ИТ-компании и ИТ-волонтеры	80	19,9%
Грантодающие организации	77	19,1%
Крупные НКО-лидеры	34	8,4%
Другое	1	0,2%
Никто не может	4	1,0%
Затрудняюсь ответить	27	6,7%

²⁷ <http://digitalnonprofit.ru>



Примерно четверть опрошенных экспертов (суммарно 22,6%) считают, что путь цифровизации региональные НКО должны пройти самостоятельно (21,6%), так как им никто не поможет в этом (1%).

Отслеживается тренд, при котором многие тюменские НКО признают свою зависимость от государства, и, очевидно, что многих из них эта ситуация вполне устраивает. Это свидетельствует о низкой готовности регионального «третьего» сектора к самостоятельному фандрайзингу и краудфандингу, без регулярной субсидиарной поддержки от государства.

В исследовании НИУ ВШЭ распределение мнений федеральных экспертов заметно отличается от выявленного регионального: органы власти в качестве движителя цифровизации НКО занимают лишь четвертую строчку рейтинга, заметно уступая грантодающим организациям и самим НКО, что свидетельствует о гораздо большей финансовой самостоятельности организаций, действующих на федеральном уровне.²⁸

Интересно, то, что ни федеральные ни региональные эксперты не рассматривают крупные НКО-лидеры, как потенциальные драйверы цифровизации всей отрасли и организаций-коллег. Еще меньше федеральные эксперты рассчитывают на бизнес (последнее место федерального рейтинга), в отличие от региональных НКО (третья строка регионального рейтинга), хотя такое сравнение может быть не совсем корректно, так как в региональном рейтинге крупный бизнес, ИТ-компании и ИТ-волонтеры были объединены в одну позицию.

²⁸<http://digitalnonprofit.ru>

Наиболее востребованными внешними ресурсами цифровизации НКО с точки зрения опрошенных тюменских НКО могут стать: бесплатные или льготные ИТ-решения для НКО – 17,9%, обучение по использованию конкретных цифровых инструментов – 17%, открытый доступ к оборудованию и программным продуктам на базе ресурсных центров – 14,6%, возможность обратиться к ИТ-волонтерам – 10,2%, демонстрация лучших и худших примеров использования цифровых решений в работе НКО с конкретными результатами – 10%, целевые гранты для НКО на разработку и использование цифровых технологий – 9,1%, возможность включения в бюджет гранта расходов на цифровые решения – 8,3%, включение задач по цифровизации НКО в государственные программы развития и поддержки некоммерческого сектора – 7,7%.

ЧТО может способствовать цифровизации некоммерческого сектора в целом?		
Бесплатные или льготные ИТ-решения для НКО	86	17,9%
Обучение по использованию конкретных цифровых инструментов	82	17,0%
Открытый доступ к оборудованию и программным продуктам на базе ресурсных центров	70	14,6%
Возможность обратиться к ИТ-волонтерам	49	10,2%
Демонстрация лучших и худших примеров использования цифровых решений в работе НКО с конкретными результатами	48	10,0%
Целевые гранты для НКО на разработку и использование цифровых технологий	44	9,1%
Возможность включения в бюджет гранта расходов на цифровые решения	40	8,3%
Включение задач по цифровизации НКО в государственные программы развития и поддержки некоммерческого сектора	37	7,7%
Другое	0	0,0%
Ничего из перечисленного	1	0,2%
Затрудняюсь ответить	24	5,0%

Региональные НКО по большей части готовы рассматривать возможность движения по пути цифровой трансформации, однако без существенной ресурсной поддержки извне этот путь для них будет сложен. Вселяет определённый оптимизм то, что большинство экспертов в первую очередь называли внешние ресурсы нефинансового характера, правда и эти

ресурсы предпочтительно должны быть бесплатными или не требующими каких-либо материальных затрат или усилий со стороны самих НКО. Некоторые эксперты считают, что эффективными могут быть меры частичного принуждения НКО к цифровизации.



Двумя ключевыми инструментами, способными помочь цифровизации некоммерческого сектора в целом, по мнению федеральных экспертов, являются бесплатные или льготные ИТ-решения для НКО (71%) и целевые гранты для НКО на разработку и использование цифровых технологий (61%). От 50 до 55% общероссийских НКО считают, что цифровизации сектора в целом могут способствовать готовые пакетные ИТ-решения для НКО, возможность включения в бюджет грантов от органов власти разного уровня, коммерческих компаний и НКО, фондов расходов на цифровые решения, обучение по использованию конкретных цифровых инструментов, а также

включение задач по цифровизации НКО в государственные программы развития и поддержки некоммерческого сектора. Менее эффективными инструментами опрошенные считают демонстрацию лучших и худших примеров использования цифровых решений в работе НКО с конкретными результатами (35%) и экспертные обсуждения цифровизации с коллегами по сектору (22%).²⁹

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НКО: ОЖИДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Преимущественно осознавая неизбежность цифровых преобразований в некоммерческом секторе, часть опрошенных экспертов все же испытывает определенные опасения по поводу их перспектив.

Если говорить об НКО в целом, то в какой мере вы согласны или не согласны со следующими утверждениями			
Цифровизация сектора может привести к росту цифрового неравенства НКО – сильные организации станут еще сильнее, слабые – еще слабее	Согласен	69	34,5%
	Не согласен	69	34,5%
	Затрудняюсь ответить	62	31,0%
Цифровизация доступна только крупным НКО	Согласен	43	21,5%
	Не согласен	113	56,5%
	Затрудняюсь ответить	44	22,0%
Цифровизация НКО доступна только при внешней поддержке, своими силами НКО не справятся	Согласен	88	44,0%
	Не согласен	64	32,0%
	Затрудняюсь ответить	48	24,0%
Есть НКО, которым цифровые технологии не нужны	Согласен	62	31,0%
	Не согласен	85	42,5%
	Затрудняюсь ответить	53	26,5%
НКО, пренебрегающие развитием цифровых решений в своей работе, становятся менее конкурентоспособными	Согласен	117	58,5%
	Не согласен	33	16,5%
	Затрудняюсь ответить	50	25,0%

²⁹ <http://digitalnonprofit.ru>

Так, например, мнения разделились по поводу утверждения: «Цифровизация сектора может привести к росту цифрового неравенства НКО – сильные организации станут еще сильнее, слабые – еще слабее»: примерно по трети экспертов и согласны (34,5%), и не согласны (34,5%), и затруднились (31%) по этому поводу.

Эксперты преимущественно не согласны с утверждением: «Цифровизация доступна только крупным НКО» (56,5%), но для 44% «Цифровизация НКО доступна только при внешней поддержке, своими силами НКО не справятся».

При том, что 42,5% экспертов не считают, что «Есть НКО, которым цифровые технологии не нужны», почти две трети (58,5%) говорят о том, что «НКО, пренебрегающие развитием цифровых решений в своей работе, становятся менее конкурентоспособными», осознавая неизбежность цифровой эпохи.

ЭКСПЕРТНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЭТАПАМ И МЕРАМ, НЕОБХОДИМЫМ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИХ ИНТЕГРАЦИЮ В РАБОЧИЕ ПРОЦЕССЫ НКО РАЗНОГО УРОВНЯ

В ходе вводных групповых интервью и итоговой стратегической сессии с представителями региональных НКО перед экспертами ставился вопрос о наиболее действенных мерах стимулирования их организаций цифровизации.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ДВУХ ДИСКУССИОННЫХ ПЛОЩАДОК:

ЦИФРОВИЗАЦИЯ НЕ ДОЛЖНА БЫТЬ РАДИ ЦИФРОВИЗАЦИИ!

По общему мнению, участников цифровизация — это не только оборудование и программные продукты, а часть деятельности (услуг) НКО, переведенный в электронный формат, необходимый для встраивания в современную систему взаимоотношений между НКО, получателем услуг и донорами (грантодателями).

Сегодняшний уровень цифровизации некоммерческого сектора неоднороден, но большей частью находится на самом раннем этапе развития. При этом такое положение дел участники не считают проблемой, а скорее естественным процессом, связанным со спросом со стороны благополучателей в том числе.

RND НУЖНО И В НЕКОММЕРЧЕСКОМ СЕКТОРЕ!

Участники обеих дискуссионных площадок пришли к одинаковому мнению, о необходимости анализа и сегментирования НКО для поиска успешных кейсов применения цифровых решений. При этом в анализе не нужно ограничиваться только региональным рынком. Транслирование этих примеров внутри регионального сообщества станет лучшим стимулом цифровизации, без лишних принуждений, тем более это по мнению экспертов невозможно.

Логичным решением экспертам показалось поручить аналитическую и просветительскую деятельность существующим ресурсным центрам или даже создать специализированный в силу того, что действующие РЦ, представители которых участвовали в дискуссии, не уверены, что могут справиться с этой задачей самостоятельно. Речь идет как об обеспечении доступа к необходимому НКО оборудованию (использование техники в помещении РЦ, аренда на мероприятие), но также обучение и консультирование по всем возникающим вопросам

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕГРАТОР И ЕГО ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА

Обе группы в процессе обсуждения вышли на необходимость создания региональной платформы. Однако в силу разного состава участников, функциональное наполнение платформ эксперты видят по-разному. Так представители НКО и ресурсных центров считают, что платформа, должна быть простым и понятным помощником НКО прикладных вопросах: от создания контента для сайта, социальных сетей и т.д. (благодаря искусственному интеллекту), до подготовки к грантам. Представители бизнеса и власти, участники второй группы считают, что платформа – это своеобразный реестр «живых НКО». Для бизнеса – это возможность выбора партнера опираясь на объективные данные, а не личные обращения «по знакомству». Для власти – возможность отслеживать активность, проекты, партнерские связи и источники ресурсов НКО.

Главное, в чем согласны все участники, такая платформа не должна создаваться «сверху». Решение о ее создании и наполнении должно опираться на анализ потребностей НКО и инициативу (про-активную позицию), причем со стороны не только НКО, но и бизнеса.

В ПОИСКАХ «МИССИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ»

Одной из гипотез исследования было то, что бизнес, наравне с государством может стимулировать процесс цифровизации. Однако эксперты обеих групп большей частью ее опровергли. Так представители ресурсных центров считают, что не бизнес и не частные пожертвования в первую очередь будут подталкивать НКО к цифровизации, а именно государство. Поэтому именно государственные платформы, в том числе грантовые, должны быть примером простоты, нативности и доступности для пользователей разного уровня цифровой компетенции.

Однако именно представители власти, участвовавшие на второй дискуссионной площадке, опровергли всеильность помощи государства. По их мнению, региональные органы власти не уполномочены оказывать помощь в информатизации НКО в целом, только в рамках поддерживаемых проектов, для достижения необходимых целевых показателей.

А по мнению бизнеса, цифровизация может способствовать большей открытости существующих и большей легкости установления новых партнерских отношений, но при этом устанавливать свои «правила», подталкивающие НКО к внедрению цифровых решений, как это делает государство, бизнес не планирует. Исключением является крупный бизнес, имеющий собственные грантовые конкурсы и цифровые платформы для подачи заявок.

Для бизнеса важно видеть в работе с НКО рыночную нишу, обещающую взаимовыгодное партнерство. Со всей откровенностью бизнес заявил, что безвозмездная помощь детишкам НКО им не интереса. Некоммерческий сектор или органы власти, ответственные за развитие некоммерческой сферы могут предложить бизнес партнерам либо денежное вознаграждение, либо публичное одобрение, являющееся для бизнеса эквивалентом денег.

СТАВКА НА ЛИДЕРОВ

Своеобразным резюме дискуссии стало общее мнение, что ставки в развитии цифровизации некоммерческого сектора нужно делать на лидеров. Примеры их проектов и деятельности в целом с одной стороны, поддержки их лидерской и менторской инициативы со стороны государства с другой, может стать главным драйвером цифровизации некоммерческого сектора.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СЕССИИ:

Итогом заключительной стратсессии с экспертами из числа представителей самих НКО, ресурсных центров, бизнеса и власти стал набор рекомендаций, способных, по мнению участников облегчить переход региональных НКО от оцифровки к цифровизации:

1. Необходимо искать лидеров цифровизации среди региональных НКО. Встает задача разработки методики выявления, оценки и демонстрации лучших практик.
2. Эксперты считают, что для упрощения первого знакомства с цифровыми продуктами и формулирования корректного технического задания для исполнителей (бизнес, IT волонтеры) необходим кооперативный подход, когда вокруг лидеров объединяется несколько «подопечных НКО» (артель, ассоциация по схожести признаков (территориальному и функциональному принципу).
3. Необходимо организовать возможность прохождения практики в НКО студентами IT-шниками. Сейчас в этом есть ограничения (практика возможна только в профильных организациях).
4. Лидеры НКО так же нуждаются в постоянном обучении и менторстве
5. Необходимо широкое освещение и общественное признание (роли НКО и персон, их представляющих).
6. Необходимо разработать систему мотивации для цифровых лидеров НКО. Важную роль может сыграть премия профессионального (не путать с общественным!) признания, то есть премия внутри некоммерческого сообщества региона.
7. В идеале необходимо присоединиться к существующим льготам для IT-бизнеса (пример с Минцифрой, налоговыми преференциями, льготной ипотекой и т.д. для IT-компаний, локализованных в России), при оказании услуг НКО, а не изобретать новые преференции.