Стало известно о первых результатах опроса о присутствии НКО в цифровом пространстве

В течение двух недель некоммерческие организации всех субъектов РФ принимают участие в опросе, целью которого является изучение работы некоммерческого сектора в период пандемии и перехода этой работы в цифровое пространство.

Опрос проводится по инициативе Комиссии Общественной палаты РФ по развитию некоммерческого сектора и поддержке социально ориентированных (СО) НКО, активную информационную поддержку опросу оказывают региональные общественные палаты и ресурсные центры, эксперты Комиссии ОП РФ.

“Результаты проводимого Общественной палатой РФ опроса будут оглашены по его окончании, и мы совершенно точно уверены, они будут интересны всем, — говорит инициатор опроса первый заместитель председателя Комиссии ОП РФ по развитию некоммерческого сектора Наталья Кирюхина. — Однако уже сейчас, на „экваторе“ опроса, отмечая активность некоммерческого сектора в озвучивании предложений и

проблем, можно сказать, что у многих некоммерческих организаций для реализации цифровых стратегий не хватает сотрудников — иными словами, человеческих ресурсов”.

В небольших НКО вопросами привлечения ресурсов и коммуникации обычно занимаются члены основной команды, говорит Наталья Кирюхина. С одной стороны, перегруженные работой сотрудники некоммерческой организации, как правило, не располагают временем для подготовки контента и активности в социальных сетях, но, с другой стороны, они хорошо осведомлены обо всех событиях в жизни НКО и успешно координируют действия со своими коллегами.

“Таким образом, некоммерческие организации разного масштаба и опыта учатся друг у друга, используя успешные кейсы для дальнейшего роста, и привлекают сторонников, руководствуясь ожиданиями и возможностями пользователей интернета”, — говорит первый замглавы Комиссии по развитию некоммерческого сектора.

Тем не менее для многих НКО преимущества виртуального мира по-прежнему остаются неосвоенной возможностью, подчеркивает общественница: им не хватает времени на создание контента, а также не хватает средств на оплату прямых расходов и компетенций для оценки

каналов взаимодействия и собственной практики. При этом многие отмечают, что наиболее важными для НКО являются веб-сайты, электронные рассылки и социальные медиа. “Получается следующая картина: самые ценные каналы коммуникации известны, но средства на их освоение не выделяются”, — говорит Наталья Кирюхина.

“Основные результаты и предложения во многом зависят от вас, коллеги. Приглашаем к опросу некоммерческие организации — поделитесь вашим мнением с нами, ваши ответы будут использованы в обобщенном виде при разработке предложений Общественной палаты РФ по развитию некоммерческого сектора”, — призывает член ОП РФ.

Пройти опрос “НКО в цифровом пространстве. Уроки пандемии и точки роста” можно по ссылке.

Источник: пресс-служба ОП РФ