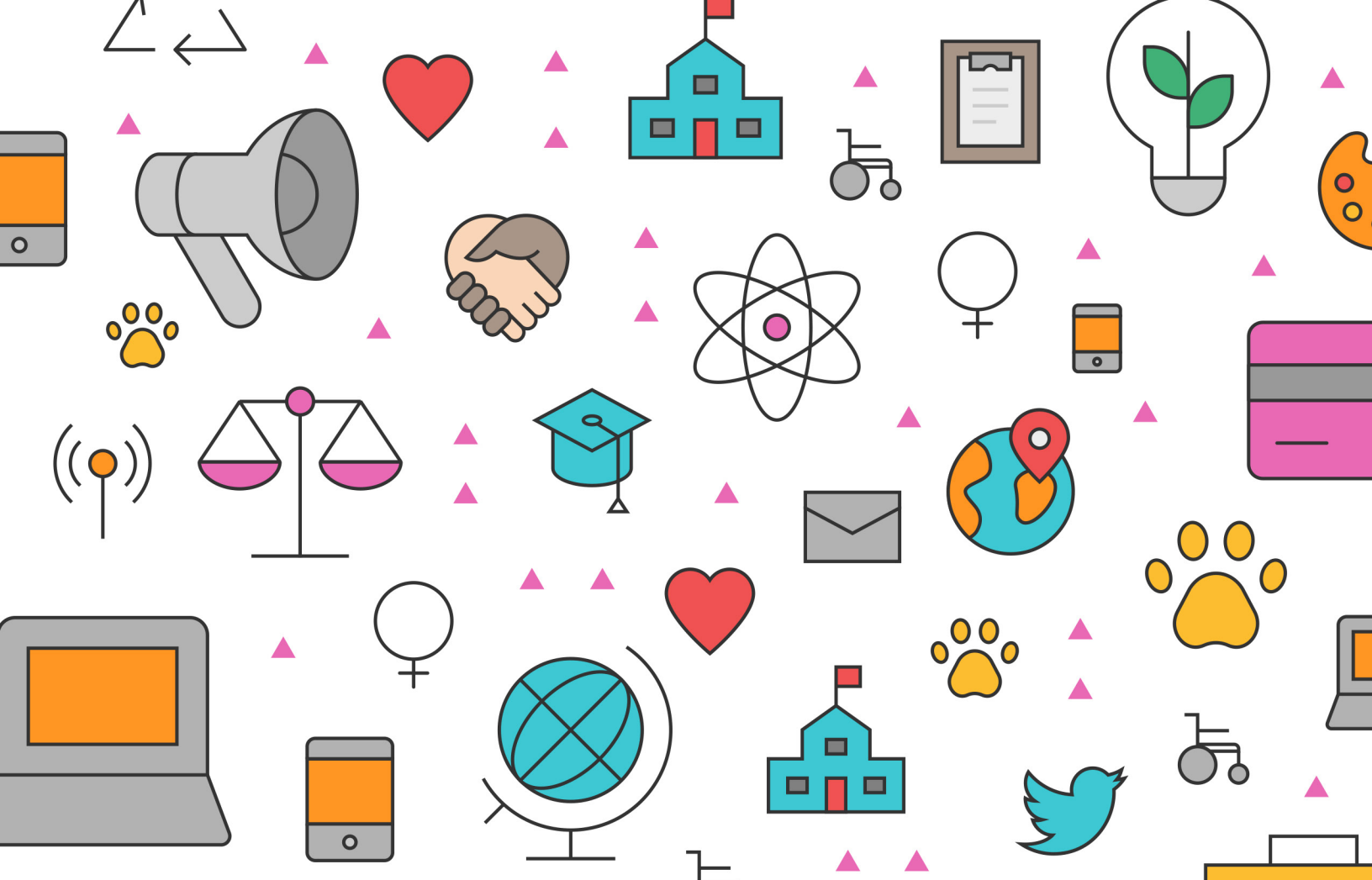




گزارش جهانی فناوری در سازمان‌های غیردولتی (NGOها) «سال ۲۰۱۸»

ترجمه شده توسط تیم اطلس خیر ایران

SPONSORED BY PIR.ORG



RESEARCH BY NPTECHFORGOOD.COM



#NGOTECH18

TECHREPORT.NGO

فهرست مطالب

3	گزارش درباره
5	درباره پاسخ‌دهندگان نظرسنجی
	NGOهای سراسر جهان
6	ارتباطات مبتنی بر وب و ایمیل
8	جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین
10	رسانه‌های اجتماعی
15	فناوری تلفن همراه
17	مدیریت و امنیت داده‌ها
19	درجه‌بندی اثربخشی فناوری در NGOها
	برگ آمار و اطلاعات
20	استفاده از فناوری در NGOهای آفریقا
21	استفاده از فناوری در NGOهای آسیا
22	استفاده از فناوری در NGOهای استرالیا و اقیانوسیه
23	استفاده از فناوری در NGOهای اروپا
24	استفاده از فناوری در NGOهای آمریکای شمالی
25	استفاده از فناوری در NGOهای آمریکای جنوبی
26	الگوهایی برای موفقیت فناوری در NGOها

درباره گزارش

۵۳۵۲ سازمان غیردولتی (NGO) ۱۶۴ کشور ۶ قاره

«گزارش جهانی فناوری در سازمان‌های غیردولتی» (techreport.ngo) یک طرح تحقیقاتی سالانه است که با هدف درک بهتر نحوه استفاده از فناوری در سازمان‌های غیردولتی (NGOها) انجام می‌شود. این گزارش که توسط وبلاگ فناوری «Nonprofit Tech for Good» و تحت حمایت مالی شرکت «Public Interest Registry» تهیه می‌شود، نحوه استفاده NGOها از ارتباطات مبتنی بر وب و ایمیل، ابزارهای جمع‌آوری کمک‌های آنلاین، رسانه‌های اجتماعی، فناوری تلفن همراه و نرم‌افزار مدیریت و امنیت داده‌ها را به طور خلاصه شرح می‌دهد.

هدف اصلی گزارش امسال (۲۰۱۸) که نسخه سوم این گزارش محسوب می‌شود، ارائه مجموعه‌ای به روز از الگوهای فناوری برای سازمان‌های غیردولتی در سراسر جهان است.

در ابتدای گزارش، میانگین جهانی داده‌های نظرسنجی ارائه می‌شود، اما به دلیل وجود تفاوت‌های منطقه‌ای از لحاظ دسترسی به اینترنت و زیرساخت‌ها، نتایج داده‌های نظرسنجی به تفکیک هر قاره متعاقباً ذکر خواهد شد.

گزارش جهانی فناوری در سازمان‌های غیردولتی، هم‌زاد گزارش دیگری با عنوان «گزارش جهانی روندهای نیکوکاری» (givingreport.ngo) است.

یافته‌های هر دو گزارش به NGOها کمک می‌کند تا متوجه شوند که آیا از فناوری به شکل مؤثر برای ترغیب فعالیت‌های بشردوستانه و تحقق مأموریت و برنامه‌های خود استفاده می‌کنند یا خیر.

روش تحقیق

گزارش حاضر مبتنی بر نتایج نظرسنجی از ۵۳۵۲ سازمان غیردولتی در سراسر جهان است. این نظرسنجی آنلاین از یکم اوت تا ۳۱ اکتبر ۲۰۱۷ صورت گرفت و برای دسترسی به طیف گسترده مخاطبان، نظرسنجی به زبان‌های عربی، انگلیسی، فرانسوی، پرتغالی و اسپانیایی منتشر شد.

لازم به ذکر است که با توجه به روش مورد استفاده، نتایج تنها دیدگاه پاسخ‌دهندگان است:

(۱) به زبان عربی، انگلیسی، فرانسوی، پرتغالی یا اسپانیایی مسلط هستند،

(۲) دسترسی به اینترنت دارند و؛

(۳) از ایمیل و/یا شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند،

را منعکس می‌کند.

از آنجا که هر سال تعداد بیشتری از NGOهای سراسر جهان در این نظرسنجی شرکت می‌کنند، یافته‌های گزارش دقیق‌تر و برای جامعه سازمان‌های غیردولتی مفیدتر می‌شود.

تحت حمایت مالی



Public Interest Registry

PIR.ORG

مؤسسه «Public Interest Registry» واقع در رستون ویرجینیا، یک سازمان غیرانتفاعی است که توسط «Internet Society» در سال ۲۰۰۳ برای اداره دامنه .ORG، بنیانگذاری شد. در سال ۲۰۱۵، این مؤسسه دامنه‌های NGO و ONG، را برای خدمت بهتر به مؤسسات غیردولتی راه‌اندازی کرد.

پژوهش توسط



Nonprofit Tech for Good

NPTECHFORGOOD.COM

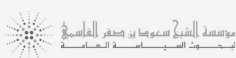
«Nonprofit Tech for Good» با نزدیک به ۱۰۰ هزار بازدیدکننده ماهانه و بیش از یک میلیون دنباله‌کننده در شبکه‌های اجتماعی، یک وبلاگ پیشرو رسانه اجتماعی و جمع‌آوری کمک‌های آنلاین برای کارشناسان غیرانتفاعی در سراسر جهان است.

مدل مشارکتی (Partnership Model)

مدل مشارکتی ما ساده و نوآورانه است: سازمان‌های شریک (شرکا) در ازای تبلیغ و ترویج نظرسنجی در NGOهای کشور یا منطقه مربوطه، امکان دریافت داده‌های ناشناس و یک اینفوگرافیک مربوط به کشور خود را پیدا می‌کنند. تاکنون بخش عمده تحقیقات فناوری در سازمان‌های غیردولتی براساس اطلاعات NGOهای مستقر در کشورهای توسعه‌یافته صورت گرفته است.

اما از طریق مدل مشارکتی می‌توانیم سطح مشارکت NGOهای واقع در کشورهای در حال توسعه و نوظهور را نیز افزایش داده و بنابراین به شناخت گسترده‌تر و متعادل‌تری از نحوه بکارگیری فناوری در سازمان‌های غیردولتی سراسر جهان دست پیدا کنیم.

لیست شرکای ۲۰۱۸

 Al Qasimi Foundation	 Arab Foundations Forum	 Blackbaud Institute	 CIVICUS
 CONCORD Europe	 Estudio de Impacto	 Greater Public	 Infoxchange
 iWith.org	 Museu da Pessoa	 Nigeria Network of NGOs	 Philanthropy Circuit
 Tech Trust	 TechSoup Canada	 TechSoup Kenya	

درباره پاسخ‌دهندگان نظرسنجی

حوزه‌های فعالیت

کودکان و جوانان ۱۴٫۲٪
توسعه جامعه ۱۱٫۴٪
آموزش و سواد ۱۱٫۲٪
سلامت و تندرستی ۹٫۸٪
خدمات انسانی و اجتماعی ۹٫۲٪
حقوق بشر و حقوق مدنی ۵٫۹٪
محیط زیست ۴٫۹٪
زنان و دختران ۴٫۹٪
امداد و توسعه بین‌المللی ۴٪
تحقیقات و سیاست عمومی ۳٫۹٪
هنر و فرهنگ ۳٫۸٪
حقوق معلولان ۳٫۱٪
مذهب و معنویت ۳٫۱٪
گرسنگی و بی‌خانمانی ۲٫۹٪
حیوانات و حیات وحش ۲٫۵٪
ارتباطات و رسانه‌های عمومی ۲٫۵٪
صلح و عدم خشونت ۱٫۷٪
پاسخگویی شرکتی ۱٪

اسامی مورد استفاده

سازمان غیرانتفاعی (NPO) ۴۳٫۴٪
سازمان غیردولتی (NGO) ۲۴٫۱٪
سازمان خیریه ۹٫۳٪
بنیاد ۶٫۳٪
سازمان جامعه مدنی (CSO) ۴٫۱٪
انجمن عضویتی ۴٫۱٪
تشکل مذهبی ۳٫۶٪
مؤسسه آموزش عالی ۱٫۹٪
سایر ۳٫۲٪

قاره‌ها

آمریکای شمالی ۴۶٫۷٪
اروپا ۱۹٫۲٪
آفریقا ۱۶٫۸٪
آسیا ۹٫۸٪
استرالیا و اقیانوسیه ۴٫۵٪
آمریکای جنوبی ۳٪

کشورها

آمریکا ۳۷٪
کانادا ۷٫۸٪
آفریقای جنوبی ۶٫۲٪
انگلیس ۴٫۵٪
هند ۴٫۳٪
نیجریه ۴٫۱٪
استرالیا ۳٫۵٪
اسپانیا ۲٫۷٪
پرتغال ۱٫۸٪
برزیل ۱٫۳٪
کنیا ۱٫۳٪
سوئیس ۱٫۳٪
آلمان ۱٫۲٪
سایر ۲۳٪

اندازه سازمان

کوچک ۵۵٫۹٪
متوسط ۳۳٫۹٪
بزرگ ۱۰٫۹٪

ارتباطات مبتنی بر وب و ایمیل

یافته‌های مهم

در اوایل دهه ۱۹۹۰ سازمان‌های غیردولتی (NGOها) دوران گذار از ارتباطات چاپی به ارتباطات آنلاین را آغاز کردند. سازمان‌هایی چون «عفو بین‌الملل» (Amnesty International) و «صندوق جهانی حیات وحش» (World Wildlife Fund) نخستین وب‌سایت‌های خود را در سال ۱۹۹۲ راه‌اندازی کردند و اندکی پس از آن شروع به استفاده از ایمیل به عنوان یک ابزار ارتباط جمعی برای جمع‌آوری کمک‌های آنلاین کردند.

در آن زمان، وب‌سایت‌ها با استفاده از زبان HTML ابتدایی ساخته شده و ایمیل‌های گروهی از طریق گزینه BCC یا سرورهای لیست (Listservs) ارسال می‌شدند.

اما نزدیک به سه دهه پس از آن، ارتباطات مبتنی بر وب و ایمیل به قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی آنلاین تبدیل شده‌اند و NGOها برای ترغیب امور بشردوستانه و اطلاع‌رسانی پیرامون مأموریت و برنامه‌های خود از آنها بهره می‌گیرند.

پایه و اساس ارتباطات مبتنی بر وب و ایمیل، پسوند دامنه «org.» است که طبق گزارش جهانی روندهای نیکوکاری (Global Trends in Giving Report)، قابل اعتمادترین پسوند دامنه در جهان محسوب می‌شود.

هر صفحه وب و ایمیلی که از پسوند org. استفاده می‌کند، بر اعتبار این برند صحنه گذاشته و همچنین اعتبار ۶۸ درصد از سازمان‌های غیردولتی، غیرانتفاعی و خیریه‌های سراسر جهان که از org. استفاده می‌کنند را تقویت می‌کند.

بنابراین نخستین گام برای ایجاد اعتبار آنلاین میلیون‌ها سازمان غیردولتی که انتظار می‌رود طی دهه‌های آینده پای به عرصه حیات بگذارند، این است که تصمیم بگیرند از کدام نام دامنه و پسوند برای ارتباطات وب و ایمیل خود استفاده کنند.

در اوایل دهه ۲۰۰۰، سازمان‌های غیردولتی برای طراحی وب‌سایت‌های خود به «سیستم‌های مدیریت محتوا» (CMSs) روی آوردند. برای مثال «وردپرس» (Wordpress) یک سیستم مدیریت محتواست که در سال ۲۰۰۳ شروع به کار کرد و در حال حاضر توسط ۴۴ درصد از NGOهای سراسر جهان استفاده می‌شود.

همچنین طی این مدت سازمان‌های غیردولتی شروع به استفاده از خدمات بازاریابی ایمیلی نظیر «Constant Contact» و «MailChimp» کردند.

در حال حاضر تنها ۸ درصد از NGOها همچنان به ارسال ایمیل‌های به روز و درخواست جذب کمک مالی از خیران و حامیان خود با استفاده از گزینه BCC ادامه می‌دهند.

امروزه، ۹۲ درصد سازمان‌های غیردولتی دارای وب‌سایت هستند که از این تعداد ۸۷ درصد با تلفن‌های همراه سازگار می‌باشند. وب‌سایت‌ها و ایمیل‌های اولیه جهت مشاهده در کامپیوترهای رومیزی و لپ‌تاپ طراحی شده بودند، اما امروزه وب‌سایت‌ها و ایمیل‌ها برای یک پایگاه گسترده از کاربران جهانی اینترنت که غالباً تلفن همراه است، طراحی می‌شوند.

پیشرفت‌های صورت‌گرفته در HTML و CSS منجر به پیدایش روش «طراحی واکنش‌گرا» (responsive design) در دهه ۲۰۱۰ شد و به سازمان‌های غیردولتی اجازه داد به راحتی به سمت ارتباطات اینترنتی و ایمیلی سازگار با تلفن‌های همراه تغییر جهت دهند.

«در سال ۱۹۸۵، پیشگامان شبکه جهانی وب، اختصاص فضایی در اینترنت برای سازمان‌های متعهد به منافع اجتماعی را در اولویت خود قرار دادند. با گذشت ۳۳ سال از آن زمان، پسوند org. به قابل اعتمادترین پسوند دامنه در جهان تبدیل شده است»

برایان کیوت (Brian Cute)؛ مدیرعامل Public Interest Registry

ارتباطات مبتنی بر وب و ایمیل در یک نگاه

92%

از NGOهای سراسر جهان دارای یک وبسایت هستند.



38%

به طور مرتب یک وبلاگ را روی وبسایت خود منتشر می کنند.



87%

دارای یک وبسایت و وبلاگ سازگار با تلفن همراه هستند.



نحوه ارسال ایمیل های به روز و درخواست جمع آوری کمک های مالی توسط NGOها

63%

به طور مرتب ایمیل های به روز و درخواست جمع آوری کمک های مالی را برای حامیان و خیران ارسال می کنند.



سرویس بازاریابی ایمیلی (ایمیل مارکتینگ)
15% از طریق سیستم CRM
8% با استفاده از BCC
9% روش های دیگر
5% عدم اطلاع از روش

میانگین تعداد مشترکان ایمیل

7,357

NGOهای کوچک

28,932

NGOهای متوسط

63,048

NGOهای بزرگ

دامنه مورد استفاده برای ارتباطات وب و ایمیل



68% .ORG
10% پسوندهای کشوری
8% .COM
2% .NET
2% .NGO
10% سایر پسوندها

سیستم مدیریت محتوای (CMS) مورد استفاده برای وبسایت



44% وردپرس
7% دروپال
3% جوملا
22% عدم اطلاع از CMS
24% سایر سیستم های

جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین

یافته‌های مهم

سازمان‌های غیردولتی اولیه علاوه بر آنکه پیشگام ارتباطات اینترنتی و ایمیلی بودند، جزو نخستین سازمان‌هایی بودند که دکمه «هم‌اکنون کمک‌هایتان را اهدا کنید» (Donate Now) را نیز اختیار کرده بودند.

«پی‌پال» (PayPal) و «بلک‌باد» (Blackbaud) نخستین ابزارهای جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین خود را در سال ۱۹۹۹ راه‌اندازی کردند و سرویس‌های جمع‌آوری کمک نظیر «JustGiving»، «CanadaHelps» و «Network for Good» نیز در سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۱ آغاز به کار کردند. در سال‌های اولیه، هزینه‌های ثبت نام و پردازش کمک‌های مالی بالا بود و به همان نسبت انتظارات پرسنل جمع‌آوری کمک که امیدوار بودند فناوری یک جریان درآمد جدید و قابل اعتماد برای سازمان‌هایشان ایجاد کند نیز بالا بود.

در طول دهه ۲۰۰۰، سازمان‌های غیردولتی با تبلیغ دکمه‌های «Donate Now» و صفحات آنلاین اهدای کمک در مسیر یک فرآیند آزمون و خطا قرار گرفتند و از طریق این فرآیند به یک استراتژی موفق دست یافتند که همچنان تا امروز راهگشای آنهاست.

سازمان‌های موفق در زمینه جمع‌آوری کمک‌های آنلاین به طور خاص آنهایی هستند که از یک استراتژی محتوایی برای انتشار منظم مقالات خبری و پست‌های وبلاگی با تمرکز بر موضوعات امید و همدلی (که شامل یک فراخوان کمک است که بعداً در به‌روزرسانی‌های ایمیل به اشتراک گذاشته می‌شود) استفاده می‌کنند.

ارسال مطالب مشابه در رسانه‌های اجتماعی نیز خیران را به ارائه کمک‌های آنلاین ترغیب می‌کند، اما باید توجه داشت که تا سال ۲۰۱۸ ایمیل همچنان قدرتمندترین ابزار برای جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین محسوب می‌شود.

امروزه، ۷۲ درصد از NGOهای سراسر جهان، کمک‌های مالی را در وب‌سایت خود قبول می‌کنند و ۶۳ درصد از آنها نیز به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری کمک مالی را برای خیران و حامیان خود ارسال می‌کنند.

کارت‌های اعتباری، پی‌پال و برداشت مستقیم (Direct debit) متداول‌ترین روش‌های پرداخت هستند اما کیف پول دیجیتال و ارزهای دیجیتال نظیر بیت‌کوین (Bitcoin) نیز احتمالاً در سال‌های آینده رواج خواهند یافت.

۳۳ درصد NGOها از سرویس‌های آنلاین همتا به همتا (peer-to-peer) برای جمع‌آوری کمک‌های مالی استفاده می‌کنند.

از آنجا که خیران و اهداکنندگان بیش از پیش ترجیح می‌دهند به پویش‌های آنلاین جمع‌آوری کمک که توسط خانواده و دوستان ایجاد شده است بپیوندند، بنابراین NGIهایی که در زمینه منابع لازم برای اجرای روش جمع‌آوری کمک‌های همتا به همتا سرمایه‌گذاری کرده‌اند طی سال‌های پیش رو کماکان به کسب عواید مالی ادامه خواهند داد.

داده‌های گزارش امسال همچنین نشان می‌دهد که ۴۷ درصد از سازمان‌های دولتی در مراسم «سه‌شنبه نیکوکاری» (GivingTuesday#) شرکت می‌کنند.

با افزایش اطلاع‌رسانی جهانی در خصوص این مراسم، جنبش GivingTuesday# همچنان به رشد خود ادامه خواهد داد.

«طی پنج سال گذشته نیکوکاری آنلاین در آمریکا هر سال به طور متوسط ۸ درصد رشد کرده است. روش‌های برتر آنلاین از طراحی مدرانه صفحات وب گرفته تا سرپرستی فعال رسانه‌های اجتماعی اکنون پایه و اساس مشارکت موفق خیران هستند.»

اشلی تامپسون (Ashley Thompson)، مدیرعامل مؤسسه خیریه بلک باد (Blackbaud Institute for Philanthropic)

جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین در یک نگاه

72%

از NGOهای سراسر جهان کمک‌های مالی آنلاین را در وبسایت خود می‌پذیرند.



روش‌های پرداخت مورد قبول سازمان‌های غیردولتی

کارت اعتباری ۸۰٪

پی‌پال ۴۷٪

کارت اعتباری ۴۰٪

کیف پول دیجیتال ۳٪

بیت‌کوین ۱٪

33%

از NGOها از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری کمک‌های خیریه هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کنند.



33%

از خیران سراسر جهان به یک پوش جمع‌آوری کمک‌های مالی هم‌تا به هم‌تا کمک کرده‌اند.

18%

از خیران یک پوش جمع‌آوری کمک هم‌تا به هم‌تا را طی ۱۲ ماه گذشته راه‌اندازی کرده‌اند.

47%

از NGOهای سراسر جهان در مراسم سه‌شنبه جم‌ش (#GivingTuesday) شرکت می‌کنند.



91%

خیران بر این عقیده‌اند که NGOها از کمک‌های آنها ابراز قدردانی می‌کنند.



بیشترین اعتماد خیران به آدرس وبسایت و ایمیل‌هایی که استفاده می‌کنند.



7% .EDU

6% .NGO

کمترین اعتماد خیران به آدرس وبسایت و ایمیل‌هایی که استفاده می‌کنند.



13%

13%

پسوند‌های کشوری

رسانه‌های اجتماعی

یافته‌های مهم

ظهور رسانه‌های اجتماعی مصادف با عصری از اینترنت بود که فن‌آوران «وب ۲٫۰» (Web ۲٫۰) را ابداع کردند. در حالی که وب ۱٫۰ با تجربه وب ایستا و غیرتعاملی دهه ۱۹۹۰ تعریف می‌شود، از جمله خصوصیات وب ۲٫۰ وجود یک تجربه وب پویا و تعاملی مانند انجام یک جستجوی شخصی در گوگل یا بروزرسانی وضعیت (استاتوس) روی فیس‌بوک است. وب ۲٫۰ به اندازه وب ۱٫۰ مهم و تأثیرگذار بوده و عبور از محتوای وب ایستا به وب پویا اساساً نحوه ارتباط سازمان‌های غیردولتی با خیران و حامیان آنها را تغییر داده است.

سازمان‌های غیردولتی نخستین بار حوالی سال ۲۰۰۳ از طریق وبلاگ‌نویسی و استفاده از بلاگرها کار با رسانه‌های اجتماعی را تجربه کردند. در آن زمان، وبلاگ‌نویسی یک تغییر اساسی و بنیادین در استراتژی محتوایی محسوب می‌شد و اینکه یک NGO خود را در معرض نظرات و کامنت‌های عمومی قرار دهد، امری پرمخاطره و توأم با ریسک به شمار می‌رفت.

عجیب اینکه اکنون و پس از گذشت ۱۵ سال، NGOها همچنان مشتاق نظرات کاربران و مشارکت در رسانه‌های اجتماعی هستند و امروزه ۳۸ درصد از آنها به طور مرتب وبلاگی را در وب‌سایت خود منتشر می‌کنند.

ظهور شبکه‌های اجتماعی نیز تأثیر مضاعفی بر سازمان‌های غیردولتی گذاشت. «مای اسپیس» (Myspace) در سال ۲۰۰۳، «فیس‌بوک» (Facebook) در سال ۲۰۰۴، «یوتیوب» (YouTube) و «توییتر» در سال ۲۰۰۶ (Twitter) متولد شدند.

NGOهای پیشگام در زمینه دریافت کمک‌های آنلاین نظیر «Humane Society» و «Greenpeace» در سال ۲۰۰۵ شروع به ایجاد صفحاتی در شبکه اجتماعی مای اسپیس و کانال‌های یوتیوب کردند و مدتی پس از آن در گروه‌های فیس‌بوک و توییتر فعال شدند. امروزه، شبکه‌های اجتماعی بخشی جدایی‌ناپذیر از ارتباطات و استراتژی جمع‌آوری کمک‌های مالی یک NGO هستند.

۹۳ درصد از سازمان‌های NGO در سراسر جهان دارای صفحه فیس‌بوک، ۷۷ درصد دارای پروفایل توییتر، ۵۶ درصد دارای صفحه لینکدین (LinkedIn) و ۵۰ درصد نیز دارای پروفایل اینستاگرام (Instagram) هستند.

نکته بارزتر اینکه ۷۱ درصد از سازمان‌های غیردولتی بر این باورند که رسانه‌های اجتماعی برای جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین مؤثر هستند و ۲۵ درصد از خیران و کمک‌کنندگان نیز معتقدند رسانه اجتماعی یک ابزار ارتباطی است که باعث تحریک بیشتر آنها به کمک کردن می‌شود.

«تقریباً یک دهه طول کشیده است تا سازمان‌های غیردولتی یاد بگیرند که چگونه از شبکه‌های اجتماعی به طور مؤثر برای برندسازی و کسب حمایت استفاده کنند. جمع‌آوری کمک‌های مالی همواره یک چالش بوده است، اما تغییرات جمعیتی و دیدگاه اهداکنندگان نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در مسیر تبدیل شدن به ابزارهای بسیار قدرتمند جمع‌آوری کمک قرار دارند.»

هیدر منسفیلد (Heather Mansfield)، مؤسس وبلاگ فناوری «Nonprofit Tech For Good»

فیس بوک در یک نگاه

93%
از NGOهای سراسر جهان دارای یک
صفحه فیس بوک هستند



30%
دارای یک گروه فیس بوک هستند

NGOها هر چند وقت یک بار مطالب را در صفحه فیس بوک ارسال می کنند



25% یک مطلب روزانه
23% یک مطلب یک روز در میان
19% یک مطلب هفتگی
18% دو یا چند مطلب روزانه
15% کمتر از یک مطلب هفتگی

میانگین تعداد دنبال کنندگان فیس بوک

8,722
NGOهای کوچک

32,092
NGOهای متوسط

109,158
NGOهای بزرگ

41%

NGOها از فیس بوک برای گزارش رنده از یک رویداد
خاص یا نمایش کار سازمان خود استفاده کرده اند.



25%

حیران می گویند که رسانه اجتماعی ابزار ارتباطی است که
اعطب باعث تحریک آنها به نیکوکاری می شود.

62%

حیران می گویند که فیس بوک انگیزاننده ترین
ابزار برای آنهاست.



توییتر در یک نگاه

NGO ها هر چند وقت یک بار تویییت می‌کنند

77%

از NGO های سراسر جهان دارای یک
پروفایل تویییت هستند



24%

دو تا پنج تویییت روزانه

21%

کمتر از یک تویییت هفتگی

18%

یک تویییت روزانه

18%

یک تویییت یک روز در میان

12%

یک تویییت هفتگی

7%

پنج تویییت روزانه یا بیشتر

میانگین تعداد دنبال‌کنندگان تویییت

4,241

NGO های کوچک

17,737

NGO های متوسط

39,496

NGO های بزرگ

17%

از NGO ها میزان یک چت توییتری بوده یا
در آن شرکت کرده‌اند.



34%

از NGO ها برای تبلیغات در رسانه‌های
اجتماعی هزینه کرده‌اند.



لینکدین در یک نگاه

56% از NGOهای سراسر جهان دارای یک صفحه لینکدین هستند

17% دارای یک گروه لینکدین هستند

NGOها هر چند وقت یک مطلب را در صفحه لینکدین خود ارسال می کنند



کثرتر از یک مطلب هفتگی

یک مطلب هفتگی

یک مطلب یک روز در میان

یک مطلب روزانه

دو یا چند مطلب روزانه

میانگین تعداد دنبال کنندگان لینکدین

785

NGOهای کوچک

2,837

NGOهای متوسط

10,107

NGOهای بزرگ

اینستاگرام در یک نگاه

NGOها هر چند وقت یک مطلب را در پروفایل اینستاگرام خود به اشتراک می گذارند

50% از NGOهای سراسر جهان دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند



کثرتر از یک اشتراک گذاری هفتگی

یک اشتراک گذاری هفتگی

یک اشتراک گذاری یک روز در میان

یک اشتراک گذاری روزانه

دو یا چند اشتراک گذاری روزانه

میانگین تعداد دنبال کنندگان اینستاگرام

1,837

NGOهای کوچک

7,675

NGOهای متوسط

19,365

NGOهای بزرگ

رسانه‌های اجتماعی در یک نگاه

32%

از ۱۸۰ NGO های سراسر جهان دارای یک استراتژی مکتوب رسانه اجتماعی هستند.



95%

بر این باورند که رسانه اجتماعی برای آگاهی از برند آنلاین مؤثر است.

71%

بر این باورند که رسانه اجتماعی برای جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین مؤثر است.

رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده توسط NGO ها



93%	صفحه فیس‌بوک	17%	گروه لینکدین
77%	پروفایل توییتر	13%	پروفایل بین‌ترست
57%	کانال یوتیوب	9%	کانال ویمو
56%	صفحه لینکدین	8%	پروفایل فلیکر
50%	پروفایل اینستاگرام	3%	ویانگ تمبلر
30%	گروه فیس‌بوک	1%	پروفایل ردیت
20%	صفحه گوگل پلاس		

80%

بر این باورند که رسانه اجتماعی برای جذب داوطلبان مؤثر است.



78%

بر این باورند که رسانه اجتماعی برای جذب شرکت‌کنندگان رویداد مؤثر است.



فناوری تلفن همراه

یافته‌های مهم

عرضه نخستین گوشی آیفون اپل در سال ۲۰۰۷ عصر جدیدی از ارتباطات و جمع‌آوری کمک‌های مالی را در NGOها رقم زد. طراحی نوآورانه و فناوری صفحه لمسی منحصر به فرد آیفون، این گوشی را به یکی از پرفروش‌ترین محصولات آن زمان تبدیل کرد و امروز نیز آیفون همچنان پرفروش‌ترین گوشی هوشمند دنیاست.

در سال ۲۰۰۹، سازمان‌های غیردولتی پیشگام، اپلیکیشن‌های اختصاصی خود را برای گوشی‌های آیفون راه‌اندازی کردند که عمده‌تاً شامل یک فید RSS وبلاگ و پیوندی (لینک) به صفحه دریافت کمک‌های مالی در وبسایت آنها بود.

با توجه به نبود خلاقیت، نسل اول اپلیکیشن‌های تلفن همراه که توسط سازمان‌های غیردولتی برای گوشی‌های هوشمند آیفون و اندرویدی نظیر گلکسی سامسونگ (Samsung Galaxy) ساخته شده بود، با ناکامی مواجه شد و تا همین امروز نیز ساخت برنامه‌ای که نظر خیران و حامیان را به خود جلب کند، کاری دشوار و چالش‌برانگیز است.

در اوایل دهه ۲۰۱۰، سازمان‌های NGO از ارسال پیامک‌های انبوه برای پخش پیام‌های فوری و دعوت به اقدام استفاده کردند. وقوع زلزله ویرانگر هائیتی در سال ۲۰۱۰ باعث پیدایش فناوری «text-to-give» (ارسال پیامک کدهای متنی به یک شماره خاص برای دریافت لینک پرداخت کمک مالی) شد و متعاقب آن برای چند سال سازمان‌های غیردولتی اشتیاق خود را به پویش‌های پیامکی نشان دادند.

اما در سال ۲۰۱۴ علاقه اکثر سازمان‌های غیردولتی به این روش‌ها فروکش پیدا کرد. علت شکست پویش‌های پیامکی همچون نسل اول اپلیکیشن‌های تلفن همراه ساخت NGOها این بود که سازمان‌های غیردولتی فاقد یک استراتژی جامع در زمینه تلفن همراه بودند.

در اپلیکیشن‌های تلفن همراه و همچنین پیام‌های متنی، NGOها به صفحات مخصوص کمک مالی در وب لینک می‌دادند، در حالی که این صفحات با گوشی همراه سازگار نبودند و بنابراین ثمری نداشتند.

در حال حاضر تنها ۱۵ درصد از سازمان‌های غیردولتی سراسر جهان مرتباً برای خیران و حامیان خود پیام متنی ارسال می‌کنند. باید منتظر ماند و دید که آیا در آینده نوآوری در فناوری پیامک و «text-to-give» می‌تواند علاقه NGOها به راه‌اندازی پویش‌های پیامکی را بار دیگر زنده کند یا خیر.

امروزه برترین اپلیکیشن‌های تلفن همراه دنیا، شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام‌رسان نظیر واتس‌آپ، فیس‌بوک، مسنجر و اینستاگرام هستند که همگی به فیس‌بوک تعلق دارند.

به علاوه پیام‌رسان «اسنپ‌چت» (Snapchat) در آمریکای شمالی، «وایبر» (Viber) در اروپا و «لاین» (LINE) در آسیا از محبوبیت برخوردار هستند.

بدون شک، اپلیکیشن‌های پیام‌رسان و پرداخت‌های پیام‌رسان در آینده پیش‌قراول ارتباطات تلفن همراه و جمع‌آوری کمک‌های مالی خواهند بود.

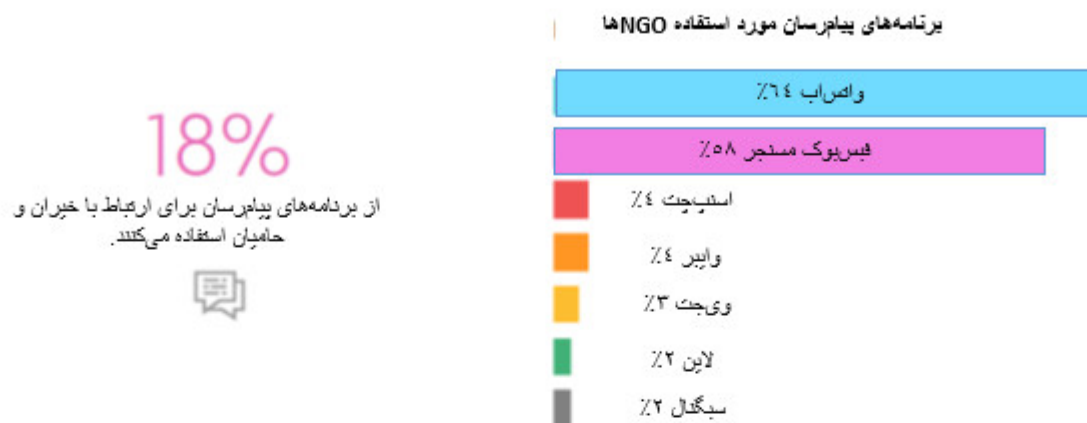
در حال حاضر ۱۸ درصد سازمان‌های غیردولتی از برنامه‌های پیام‌رسان جهت برقراری ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند، اما این تعداد احتمالاً در سال‌های آینده به طور چشمگیری افزایش خواهد یافت.

«واتس‌آپ نحوه ارتباط سازمان‌های غیردولتی در نیجریه را تغییر داده است. سازمان‌های غیردولتی در حال ایجاد گروه‌های واتس‌آپ برای کسب حمایت و اشتراک‌گذاری اطلاعات هستند که روشی ارزان‌تر از پیامک است. در سراسر آفریقا، واتس‌آپ جرقه موج دوم انقلاب موبایل را زده است.»

اوبیسی باباتونده اولوسئی (Oyebisi Babatunde Oluseyi)؛ مدیرعامل شبکه سازمان‌های دولتی نیجریه (Nigeria Network of NGOs) و

شریک ۲۰۱۸

فناوری تلفن همراه در یک نگاه



میانگین تعداد دنبال‌کنندگان واتس‌آپ



۱۵٪ از NGOهای سراسر جهان به طور مرتب پیام‌های متنی را برای خیران و حامیان ارسال می‌کنند.



۴۳٪ از یک سرویس Text-TO-Give برای جمع‌آوری کمک آنلاین استفاده می‌کنند.



میانگین تعداد مشتریان پیامکی



مدیریت و امنیت داده‌ها

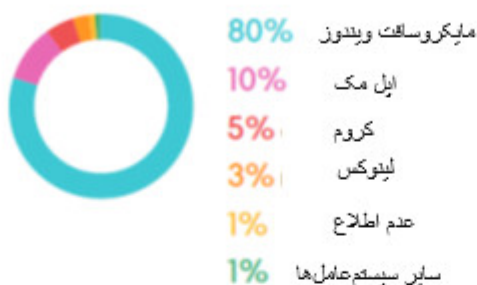
یافته‌های مهم

NGOهای سراسر جهان نیاز مبرم به اصلاح و نوسازی نحوه مدیریت و ایمن‌سازی داده‌های سازمان خود دارند. فرآیند منسوخ مدیریت اطلاعات تماس و تراکنش‌های اهداکنندگان از طریق «اکسل» (Excel) و نرم‌افزار قدیمی «مدیریت ارتباط با مشتری» (CRM) مانع از کارآمدی و داده‌محوری سازمان‌های غیردولتی می‌شود. گرچه ارتقا و بروزرسانی فناوری اطلاعات (IT) یک سازمان کاری دشوار و چالش‌زاست، اما در عصر افزایش تهدیدات امنیت سایبری، بهبود مدیریت و امنیت داده‌ها ضروری به نظر می‌رسد. خبر خوب اینکه سیستم‌های فناوری اطلاعات که امروزه در دسترس NGOها قرار دارند، نسبت به یک دهه قبل پیشرفت چشمگیری داشته‌اند. در حال حاضر امکان یکپارچه‌سازی بسیاری از CRMها با نرم‌افزارهای جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین و مدیریت رویداد و همچنین سرویس‌های بازاریابی ایمیلی وجود دارد و به دلایل امنیتی، نرم‌افزار CRM در حال انتقال به فضای ابری است. به زبان ساده، منظور از رایانش یا محاسبات ابری (cloud computing)، پشتیبان‌گیری و دسترسی به داده‌ها و نرم‌افزارها از طریق اینترنت به جای هارد دیسک کامپیوتر است. امروزه ۴۵ درصد سازمان‌های غیردولتی از یک نرم‌افزار CRM برای ردیابی کمک‌های اهدایی و مدیریت ارتباط با خیران و حامیان استفاده می‌کنند که از این تعداد ۶۴ درصد از یک نرم‌افزار CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند. سازمان‌های NGO همچنین برای ایمن‌سازی داده‌های CRM، فایل‌های دیجیتال و ارتباطات خود به فناوری رمزگذاری (encryption technology) متوسل شده‌اند. دسترسی به داده‌ها، فایل‌ها، ایمیل‌ها، متون یا پیام‌های رمزگذاری شده نیازمند وارد کردن یک پسورد یا رمز عبور است و طبق داده‌های گزارش امسال، ۴۱ درصد سازمان‌های غیردولتی از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات خود استفاده می‌کنند. در نهایت، داده‌های امسال مشخص کرد که NGOها از کدام سیستم عامل در محاسبات روزمره خود بهره می‌گیرند. ۸۰ درصد سازمان‌های غیردولتی سراسر جهان از مایکروسافت ویندوز (Microsoft Windows) برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند، در حالی که تنها ۸ درصد از ویندوز فون (Windows Phone) بهره می‌گیرند. در گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها، اندروید گوگل از iOS اپل پیشی گرفته است. از نگاه بسیاری از سازمان‌های غیردولتی، سخت‌افزار اپل بسیار گران‌قیمت است و تا زمانی که این وضعیت تغییر نکند، مایکروسافت ویندوز و گوگل اندروید همچنان در بخش NGO پیشتاز خواهند بود.

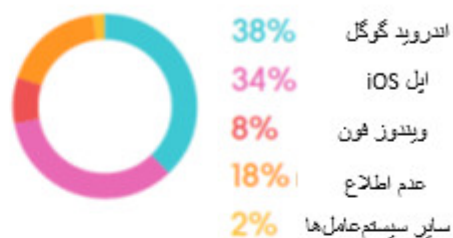
«انتقال داده‌های یک سازمان غیردولتی به فضای ابری می‌تواند دلهره‌آور باشد، اما مزایای بالقوه آن شامل کاهش هزینه، بهبود امنیت و توانایی دسترسی از راه دور به داده‌ها آنقدر ارزشمند است که تعلل در تصمیم‌گیری جایز نیست.»
مارکوس هاروی (Marcus Harvey)، مدیر خدمات مشاوره و فناوری اطلاعات در «INFOXCHANGE» و شریک ۲۰۱۸

مدیریت و امنیت داده‌ها در یک نگاه

سیستم عامل مورد استفاده NGOهای سراسر جهان روی رایانه رومیزی و لپ‌تاپ



سیستم عامل مورد استفاده NGOهای روی گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها



45%

از یک نرم‌افزار ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت روابط با خیران و حامیان استفاده می‌کنند.



64%

از یک نرم‌افزار CRM مبتنی بر ابر استفاده می‌کنند.



41%

از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات خود استفاده می‌کنند.



چرا NGOها از فناوری رمزگذاری استفاده می‌کنند



درجه‌بندی اثربخشی

۵۳۵۲ سازمان غیردولتی (NGO) ۱۶۴ کشور ۶ قاره

مؤثرترین ابزارهای ارتباطی و جمع‌آوری کمک‌های مالی در سازمان‌های غیردولتی (NGO) کدام هستند؟
از پاسخ‌دهندگان نظرسنجی خواسته شد تا ابزارهای مندرج در فهرست زیر را در یکی از دسته‌های (۱) بسیار مؤثر؛ (۲) تا حدی مؤثر (۳) نه چندان مؤثر و (۴) بی‌اثر درجه‌بندی کنند.
پاسخ آنها دیدگاه‌های ارزشمندی را در مورد ابزارهایی که سازمان‌های غیردولتی باید در استراتژی ارتباطات و جمع‌آوری کمک‌های مالی در اولویت قرار دهند، فراهم می‌کند.

	بسیار مؤثر	تا حدی مؤثر	نه چندان مؤثر	بی‌اثر
وبسایت	34%	47%	15%	4%
ایمیل‌های به روز	32%	50%	14%	4%
درخواست ایمیلی جمع‌آوری کمک	21%	43%	26%	10%
پیام‌های متنی	11%	21%	31%	37%
TEXT-TO-GIVE	7%	20%	31%	42%
جمع‌آوری کمک هم‌تا به هم‌تا	23%	33%	21%	23%
رسانه‌های اجتماعی	33%	45%	17%	5%
برنامه‌های پیام‌رسان	10%	25%	29%	36%
ویدیو	32%	40%	16%	12%
تبلیغات موتور جستجو	15%	34%	28%	24%
تبلیغات رسانه‌های اجتماعی	20%	41%	22%	17%
خبرنامه چاپی	16%	38%	25%	21%
درخواست جمع‌آوری کمک چاپی	24%	36%	21%	19%
گزارش‌های سالانه چاپی	20%	42%	25%	12%



استفاده از فناوری در NGOهای آفریقا

۸۹۸ سازمان غیردولتی ۴۵ کشور

۷۴٪ سازمان‌های غیردولتی در آفریقا دارای یک وب‌سایت هستند که از میان آنها ۸۷٪ سازگار با موبایل می‌باشند. ۶۷٪ از دامنه «ORG» استفاده می‌کنند، در حالی که ۱۱٪ از «COM»، ۷٪ از پسوندهای کشوری، ۲٪ از «NET»، ۱٪ از «NGO» و ۱۲٪ نیز از سایر پسوندها بهره می‌گیرند ۴۱٪ از «وردپرس» به عنوان سیستم مدیریت محتوا برای وب‌سایت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۴٪ از «جوملا» (Joomla)، ۲٪ از «دروپال» (Drupal) و ۱۷٪ نیز از سیستم‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۳۶٪ نیز نمی‌دانند. ۵۵٪ سازمان‌های غیردولتی در آفریقا دریافت کمک‌های مالی آنلاین را در وب‌سایت خود قبول می‌کنند که از میان آنها ۶۵٪ پرداخت‌های مستقیم، ۵۰٪ پرداخت‌های کارت اعتباری، ۳۵٪ پی‌پال، ۴٪ پرداخت‌های کیف پول و ۱٪ نیز ارز بیت‌کوین را می‌پذیرند. ۳۱٪ از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری پول هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کند. ۱۷٪ در مراسم سه‌شنبه بخشش (GivingTuesday) شرکت می‌کنند. ۵۵٪ سازمان‌های غیردولتی در آفریقا به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری پول را برای خیران و حامیان ارسال می‌کنند. از بین آنها، ۴۵٪ از یک سرویس بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنند. ۲۲٪ ایمیل را از طریق گزینه BCC ارسال می‌کنند. ۸٪ ایمیل را از طریق سیستم CRM خود و ۱۸٪ نیز از طریق روش‌های دیگر ارسال می‌کنند. اما ۷٪ نمی‌دانند. ۳۴٪ به طور مرتب پیام‌های متنی را به حامیان و خیران ارسال می‌کنند و از بین آنها ۳۴٪ از یک سرویس «text-to-give» نیز برای جمع‌آوری کمک پیامکی بهره می‌گیرند. ۸۵٪ سازمان‌های غیردولتی در آفریقا دارای یک صفحه فیس‌بوک و ۲۹٪ دارای یک گروه فیس‌بوکی هستند. ۶۲٪ نیز دارای یک پروفایل توئیتر هستند. ۳۹٪ دارای یک صفحه لینکدین و ۲۰٪ دارای یک گروه لینکدین هستند. ۳۰٪ دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند. سایر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده عبارت است از: ۳۸٪ یوتیوب، ۲۱٪ گوگل پلاس، ۵٪ پین‌ترست، ۳٪ ویمو، ۲٪ فلیکر و ۱٪ تمبلر. ۳۴٪ از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۸۷٪ از واتس‌اپ، ۵۲٪ از فیس‌بوک مسنجر، ۴٪ از وایبر، ۳٪ از لاین و وی‌چت و ۱٪ نیز از اسنپ‌چت بهره می‌گیرند. ۸۵٪ سازمان‌های غیردولتی در آفریقا از مایکروسافت ویندوز به عنوان سیستم عامل خود برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند در حالی که ۶٪ از سیستم عامل گوگل کروم، ۴٪ از اپل مک و ۱٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۴٪ نیز نمی‌دانند. ۶۶٪ از اندروید گوگل به عنوان سیستم عامل گوشی‌های هوشمند و تبلت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۱۴٪ از ویندوز فون، ۸٪ از اپل iOS و ۲٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۱۰٪ نیز نمی‌دانند. ۱۵٪ از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۶۷٪ از یک CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند. ۳۳٪ از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات استفاده می‌کنند که در میان آنها ۲۵٪ از این فناوری برای محافظت از اطلاعات سازمان، ۱۹٪ برای محافظت از محرمانگی ارتباطات ایمیلی، ۱۵٪ برای محافظت از اطلاعات اهداکنندگان و ۱۱٪ نیز برای محافظت از محرمانگی ارتباطات موبایلی بهره می‌گیرند.



درباره NGOهای آفریقا

۴۹٪ خود را به عنوان یک NGO کوچک تعریف می‌کنند، در حالی که ۳۸٪ خود را یک سازمان متوسط و ۱۳٪ نیز یک سازمان بزرگ می‌نامند.

۵ کشور برتر در این حوزه عبارتند از: آفریقای جنوبی (۳۷٪)، نیجریه (۲۴٪)، کنیا (۸٪)، اوگاندا (۵٪) و تانزانیا (۳٪). ۵ حوزه اصلی فعالیت NGOها عبارت است از: کودکان و جوانان (۲۰٪)، توسعه اجتماعی (۱۸٪)، آموزش (۱۰٪)، تندرستی و سلامتی (۹٪) و زنان و دختران (۹٪).

۴۴٪ خود را یک سازمان غیردولتی (NGO) می‌نامند، در حالی که ۳۵٪ خود را یک سازمان غیرانتفاعی (NPO)، ۸٪ یک سازمان جامعه مدنی (CSO)، ۴٪ یک بنیاد و ۳٪ نیز یک سازمان خیریه تعریف می‌کنند.

استفاده از فناوری در NGOهای آسیا

۵۲۷ سازمان غیردولتی ۳۹ کشور

۸۱٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا دارای یک وبسایت هستند که از میان آنها ۸۶٪ سازگار با موبایل می‌باشند.

۶۳٪ از دامنه «ORG» استفاده می‌کنند، در حالی که ۱۰٪ از «COM»، ۱۰٪ از پسوندهای کشوری، ۶٪ از «NGO»، ۲٪ از «NET» و ۹٪ نیز از سایر پسوندها بهره می‌گیرند ۴۲٪ از «وردپرس» به عنوان سیستم مدیریت محتوا برای وبسایت خود استفاده می‌کنند در حالی که از ۴٪ از «دروپال» (Drupal)، ۳٪ از «جوملا» (Joomla) و ۱۶٪ نیز از سیستم‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۳۵٪ نیز نمی‌دانند.

۵۶٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا دریافت کمک‌های مالی آنلاین را در وبسایت خود قبول می‌کنند که از میان آنها ۶۵٪ پرداخت‌های کارت اعتباری، ۶۱٪ پرداخت‌های مستقیم، ۳۶٪ پی‌پال، ۱۱٪ پرداخت‌های کیف پول و ۳٪ نیز ارز بیت‌کوین را می‌پذیرند.

۳۹٪ از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری پول هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کند.

۳۰٪ در مراسم سه‌شنبه بخشش (GivingTuesday#) شرکت می‌کنند.

۵۵٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری پول را برای خیران و حامیان ارسال می‌کنند. از بین آنها، ۴۸٪ از یک سرویس بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنند. ۲۰٪ ایمیل را از طریق گزینه BCC ارسال می‌کنند. ۱۱٪ ایمیل را از طریق سیستم CRM خود و ۱۳٪ نیز از طریق روش‌های دیگر ارسال می‌کنند. اما ۸٪ نمی‌دانند.

۲۸٪ به طور مرتب پیام‌های متنی را به حامیان و خیران ارسال می‌کنند و از بین آنها ۴۹٪ از یک سرویس «text-to-give» نیز برای جمع‌آوری کمک پیامکی بهره می‌گیرند.

۸۶٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا دارای یک صفحه فیس‌بوک و ۴۶٪ دارای یک گروه فیس‌بوکی هستند. ۶۲٪ نیز دارای یک پروفایل توئیتر هستند. ۴۷٪ دارای یک صفحه لینکدین و ۲۴٪ دارای یک گروه لینکدین هستند. ۳۹٪ دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند. سایر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده عبارت است از: ۴۹٪ یوتیوب، ۳۱٪ گوگل پلاس، ۶٪ پین ترست، ۵٪ فلیکر، ۴٪ ویمو و تمبلر، ۳٪ وی‌کی و ۱٪ ردیت. ۳۵٪ از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۶۹٪ از واتس‌آپ، ۵۲٪ از فیس‌بوک مسنجر، ۹٪ از وایبر، ۵٪ از وی‌چت، ۴٪ از لاین و ۳٪ نیز از سیگنال و اسنپ‌چت بهره می‌گیرند.

۸۴٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا از مایکروسافت ویندوز به عنوان سیستم عامل خود برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند در حالی که ۶٪ از اپل مک، ۴٪ از گوگل کروم، ۲٪ از لینوکس و ۱٪ نیز سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۳٪ نیز نمی‌دانند.

۶۲٪ از اندروید گوگل به عنوان سیستم عامل گوشی‌های هوشمند و تبلت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۱۶٪ از اپل iOS، ۱۳٪ از ویندوز فون و ۱٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۸٪ نیز نمی‌دانند.

۲۳٪ از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۶۷٪ از یک CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند.

۳۷٪ از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات استفاده می‌کنند که در میان آنها ۲۷٪ از این فناوری برای محافظت از اطلاعات سازمان، ۲۰٪ برای محافظت از محرمانگی ارتباطات ایمیلی، ۱۹٪ برای محافظت از اطلاعات اهداکنندگان، ۱۴٪ نیز برای محافظت از محرمانگی ارتباطات موبایلی بهره می‌گیرند.



درباره NGOهای آسیا

۵۰٪ خود را به عنوان یک NGO کوچک تعریف می‌کنند، در حالی که ۳۸٪ خود را یک سازمان متوسط و ۱۲٪ نیز یک سازمان بزرگ می‌نامند.

۵ کشور برتر در این حوزه عبارتند از: هند (۴۴٪)، پاکستان (۷٪)، فیلیپین (۶٪)، بنگلادش (۳٪) و عربستان (۳٪).

۵ حوزه اصلی فعالیت NGOها عبارت است از: توسعه اجتماعی (۱۷٪)، کودکان و جوانان (۱۶٪)، آموزش (۱۴٪)، زنان و دختران (۸٪) و تندرستی و سلامتی (۷٪).

۵۱٪ خود را یک سازمان غیردولتی (NGO) می‌نامند، در حالی که ۲۲٪ خود را یک سازمان غیرانتفاعی (NPO)، ۸٪ یک بنیاد، ۷٪ یک سازمان جامعه مدنی (CSO) و ۴٪ نیز یک سازمان خیریه تعریف می‌کنند.

استفاده از فناوری در NGOهای استرالیا و اقیانوسیه

۲۳۸ سازمان غیردولتی ۵ کشور

۹۹٪ سازمان‌های غیردولتی در استرالیا و اقیانوسیه دارای یک وبسایت هستند که از میان آنها ۸۶٪ سازگار با موبایل می‌باشند. ۵۵٪ از دامنه «ORG.» استفاده می‌کنند، در حالی که ۱۱٪ از «COM.»، ۹٪ از پسوندهای کشوری، ۲٪ از «NGO.»، ۱٪ از «NET.» و ۲۲٪ نیز از سایر پسوندها بهره می‌گیرند.

۳۲٪ از «وردپرس» به عنوان سیستم مدیریت محتوا برای وبسایت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۴٪ از «جوملا» و «دروپال» (Drupal) و ۳۶٪ نیز از سیستم‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۲۴٪ نیز نمی‌دانند.

۷۰٪ سازمان‌های غیردولتی در استرالیا و اقیانوسیه دریافت کمک‌های مالی آنلاین را در وبسایت خود قبول می‌کنند که از میان آنها ۸۴٪ پرداخت‌های کارت اعتباری، ۴۵٪ پرداخت‌های مستقیم، ۴۰٪ پی‌پال، ۲٪ پرداخت‌های کیف پول و ۱٪ نیز ارز بیت‌کوین را می‌پذیرند. ۴۶٪ از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری پول هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کند.

۱۱٪ در مراسم سه‌شنبه بخشش (#GivingTuesday) شرکت می‌کنند.

۶۵٪ سازمان‌های غیردولتی در استرالیا و اقیانوسیه به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری پول را برای حامیان ارسال می‌کنند. از بین آنها، ۶۲٪ از یک سرویس بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنند. ۲۴٪ ایمیل را از طریق سیستم CRM خود ارسال می‌کنند. ۶٪ ایمیل را از طریق گزینه BCC و ۴٪ نیز از طریق روش‌های دیگر ارسال می‌کنند. اما ۴٪ نمی‌دانند.

۱۳٪ به طور مرتب پیام‌های متنی را به حامیان و خیران ارسال می‌کنند و از بین آنها ۳۸٪ از یک سرویس «text-to-give» نیز برای جمع‌آوری کمک پیامکی بهره می‌گیرند.

۹۴٪ سازمان‌های غیردولتی در استرالیا و اقیانوسیه دارای یک صفحه فیس‌بوک و ۳۱٪ دارای یک گروه فیس‌بوکی هستند. ۷۳٪ نیز دارای یک پروفایل توئیتر هستند. ۵۷٪ دارای یک صفحه لینکدین و ۱۲٪ دارای یک گروه لینکدین هستند. ۴۹٪ دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند. سایر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده عبارت است از: ۵۴٪ یوتیوب، ۱۴٪ گوگل پلاس، ۱۱٪ ویمو، ۸٪ پین‌ترست، ۴٪ فلیکر و ۱٪ تمبلر. ۸٪ از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۸۸٪ از فیس‌بوک مسنجر، ۱۲٪ از واتس‌آپ و ۶٪ نیز از وی‌چت و بهره می‌گیرند.

۸۳٪ سازمان‌های غیردولتی در استرالیا و اقیانوسیه از مایکروسافت ویندوز به عنوان سیستم عامل خود برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند، در حالی که ۱۳٪ از اپل مک، ۱٪ از گوگل کروم و ۱٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۲٪ نیز نمی‌دانند.

۴۵٪ از اپل iOS به عنوان سیستم عامل گوشی‌های هوشمند و تبلت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۲۱٪ از اندروید گوگل، ۱۲٪ از ویندوز فون و ۴٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۱۸٪ نیز نمی‌دانند.

۵۷٪ از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۵۸٪ از یک CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند.

۳۸٪ از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات استفاده می‌کنند که در میان آنها ۳۲٪ از این فناوری برای محافظت از اطلاعات سازمان، ۲۵٪ برای محافظت از اطلاعات اهداکنندگان، ۲۱٪ برای محافظت از محرمانگی ارتباطات ایمیلی و ۱۱٪ نیز برای محافظت از محرمانگی ارتباطات موبایلی بهره می‌گیرند.



درباره NGOهای استرالیا و اقیانوسیه

۵۶٪ خود را به عنوان یک NGO کوچک تعریف می‌کنند، در حالی که ۳۶٪ خود را یک سازمان متوسط و ۸٪ نیز یک سازمان بزرگ می‌نامند.

۵ کشور برتر در این حوزه عبارتند از: استرالیا (۷۹٪)، نیوزیلند (۱۷٪)، گوام (۲٪)، جزایر کوک (۱٪) و فیجی (۱٪).

۵ حوزه اصلی فعالیت NGOها عبارت است از: تندرستی و سلامتی (۱۶٪)، کودکان و جوانان (۱۴٪)، خدمات انسانی و اجتماعی (۱۴٪) توسعه اجتماعی (۱۱٪) و آموزش (۸٪).

۴۵٪ خود را یک سازمان غیرانتفاعی (NPO) می‌نامند، در حالی که ۲۴٪ خود را یک خیریه، ۱۴٪ یک سازمان غیردولتی (NGO)، ۶٪ یک بنیاد و ۶٪ نیز یک انجمن عضویتی تعریف می‌کنند.

استفاده از فناوری در NGOهای اروپا

۱۰۲۱ سازمان غیردولتی ۴۱ کشور

۹۷٪ سازمان‌های غیردولتی در اروپا دارای یک وبسایت هستند که از میان آنها ۸۶٪ سازگار با موبایل می‌باشند. ۵۳٪ از دامنه «ORG.» استفاده می‌کنند، در حالی که ۲۱٪ از پسوندهای کشوری، ۶٪ از «COM.»، ۲٪ از «NET.» و ۱٪ از «NGO.» و ۱٪ از «ONG.» و ۱۵٪ نیز از سایر پسوندها بهره می‌گیرند. ۳۷٪ از «وردپرس» به عنوان سیستم مدیریت محتوا برای وبسایت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۱۲٪ از «دروپال» (Drupal)، ۴٪ از «جوملا» (Joomla) و ۲۹٪ نیز از سیستم‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۱۸٪ نیز نمی‌دانند. ۵۹٪ سازمان‌های غیردولتی در اروپا دریافت کمک‌های مالی آنلاین را در وبسایت خود قبول می‌کنند که از میان آنها ۷۴٪ پرداخت‌های کارت اعتباری، ۵۹٪ پی‌پال، ۵۷٪ پرداخت‌های مستقیم، ۵٪ پرداخت‌های کیف پول و ۱٪ نیز ارز بیت‌کوین را می‌پذیرند. ۳۵٪ از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری پول هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کند. ۲۶٪ در مراسم سه‌شنبه بخشش (#GivingTuesday) شرکت می‌کنند. ۵۷٪ سازمان‌های غیردولتی در اروپا به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری پول را برای خیران و حامیان ارسال می‌کنند. از بین آنها، ۵۹٪ از یک سرویس بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنند. ۱۶٪ ایمیل را از طریق سیستم CRM خود ارسال می‌کنند. ۸٪ ایمیل را از طریق گزینه BCC و ۹٪ نیز از طریق روش‌های دیگر ارسال می‌کنند. اما ۸٪ نمی‌دانند. ۱۱٪ به طور مرتب پیام‌های متنی را به حامیان و خیران ارسال می‌کنند و از بین آنها ۵۰٪ از یک سرویس «text-to-give» نیز برای جمع‌آوری کمک پیامکی بهره می‌گیرند. ۹۴٪ سازمان‌های غیردولتی در اروپا دارای یک صفحه فیس‌بوک و ۳۰٪ دارای یک گروه فیس‌بوکی هستند. ۸۰٪ نیز دارای یک پروفایل توئیتر هستند. ۵۸٪ دارای یک صفحه لینکدین و ۱۸٪ دارای یک گروه لینکدین هستند. ۴۵٪ دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند. سایر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده عبارت است از: ۶۴٪ یوتیوب، ۲۳٪ گوگل پلاس، ۱۱٪ فلیکر و ویمو، ۱۰٪ پین ترست، ۲٪ تمبلر، ۱٪ ردیت و ۱٪ ویبو. ۱۷٪ از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۶۵٪ از واتس‌آپ، ۵۷٪ از فیس‌بوک مسنجر، ۳٪ از اسنپ‌چت، وایبر و وی‌چت و ۲٪ از لاین و سیگنال بهره می‌گیرند. ۸۳٪ سازمان‌های غیردولتی در آفریقا از مایکروسافت ویندوز به عنوان سیستم عامل خود برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند، در حالی که ۹٪ از اپل مک، ۲٪ از گوگل کروم و لینوکس و ۱٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۳٪ نیز نمی‌دانند. ۴۷٪ از اندروید گوگل به عنوان سیستم عامل گوشی‌های هوشمند و تبلت خود استفاده می‌کنند، در حالی که ۲۵٪ از اپل iOS، ۸٪ از ویندوز فون و ۱٪ نیز از سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۱۹٪ نیز نمی‌دانند. ۳۹٪ از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۵۷٪ از یک CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند. ۴۰٪ از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات استفاده می‌کنند که در میان آنها ۳۱٪ از این فناوری برای محافظت از اطلاعات سازمان، ۲۶٪ برای محافظت از اطلاعات اهداکنندگان، ۲۳٪ برای محافظت از محرمانگی ارتباطات ایمیلی و ۱۱٪ نیز برای محافظت از محرمانگی ارتباطات موبایلی بهره می‌گیرند.



درباره NGOهای اروپا

۵۵٪ خود را به عنوان یک NGO کوچک تعریف می‌کنند، در حالی که ۳۳٪ خود را یک سازمان متوسط و ۱۲٪ نیز یک سازمان بزرگ می‌نامند.

۵ کشور برتر در این حوزه عبارتند از: انگلیس (۲۴٪)، اسپانیا (۱۴٪)، پرتغال (۹٪)، سوئیس (۷٪) و آلمان (۶٪).
۵ حوزه اصلی فعالیت NGOها عبارت است از: کودکان و جوانان (۲۰٪)، توسعه اجتماعی (۱۸٪)، آموزش (۱۰٪)، امداد و توسعه بین‌المللی (۱۰٪) و تندرستی و سلامتی (۹٪).

۳۱٪ خود را یک سازمان غیردولتی (NGO) می‌نامند، در حالی که ۲۱٪ خود را یک سازمان غیرانتفاعی (NPO)، ۱۸٪ یک خیریه، ۱۰٪ یک بنیاد و ۸٪ نیز یک انجمن عضویتی تعریف می‌کنند.

استفاده از فناوری در NGOهای آمریکای شمالی

۲۵۰۸ سازمان غیردولتی ۲۲ کشور

۹۸٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای شمالی دارای یک وبسایت هستند که از میان آنها ۸۸٪ سازگار با موبایل می‌باشند. ۷۷٪ از دامنه «ORG» استفاده می‌کنند، در حالی که ۸٪ از «COM»، ۶٪ از پسوندهای کشوری، ۲٪ از «NET»، ۱٪ از «NGO» و ۶٪ نیز از سایر پسوندها بهره می‌گیرند.

۴۷٪ از «وردپرس» به عنوان سیستم مدیریت محتوا برای وبسایت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۶٪ از «دروپال» (Drupal)، ۲٪ از «جوملا» (Joomla) و ۲۶٪ نیز از سیستم‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۱۹٪ نیز نمی‌دانند.

۸۶٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای شمالی دریافت کمک‌های مالی آنلاین را در وبسایت خود قبول می‌کنند که از میان آنها ۸۸٪ پرداخت‌های کارت اعتباری، ۴۷٪ پی‌پال، ۲۸٪ پرداخت‌های مستقیم و ۲٪ پرداخت‌های کیف پول را می‌پذیرند.

۳۱٪ از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری پول همتا به همتا استفاده می‌کند.

۶۲٪ در مراسم سه‌شنبه بخشش (GivingTuesday#) شرکت می‌کنند.

۷۷٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای شمالی به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری پول را برای حامیان ارسال می‌کنند. از بین آنها، ۷۱٪ از یک سرویس بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنند. ۱۶٪ ایمیل را از طریق سیستم CRM خود ارسال می‌کنند. ۳٪ ایمیل را از طریق گزینه BCC و ۶٪ نیز از طریق روش‌های دیگر ارسال می‌کنند. اما ۴٪ نمی‌دانند.

۷٪ به طور مرتب پیام‌های متنی را به حامیان و خیران ارسال می‌کنند و از بین آنها ۴۴٪ از یک سرویس «text-to-give» نیز برای جمع‌آوری کمک پیامکی بهره می‌گیرند.

۹۷٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا دارای یک صفحه فیس‌بوک و ۲۸٪ دارای یک گروه فیس‌بوکی هستند. ۸۵٪ نیز دارای یک پروفایل توئیتر هستند. ۶۳٪ دارای یک صفحه لینکدین و ۱۶٪ دارای یک گروه لینکدین هستند. ۶۱٪ دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند. سایر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده عبارت است از: ۶۱٪ یوتیوب، ۱۸٪ پین‌ترست، ۱۷٪ گوگل پلاس، ۱۲٪ ویمو، ۱۰٪ فلیکر، ۴٪ تمبلر و ۱٪ ردیت. ۱۰٪ از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۶۸٪ از فیس‌بوک مسنجر، ۳۲٪ از واتس‌اپ، ۱۰٪ از اسنپ‌چت، ۳٪ از وی‌چت، ۲٪ از لاین، سیگنال و وایبر و ۱٪ نیز از کیک (Kik) بهره می‌گیرند.

۷۷٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای شمالی از میکروسافت ویندوز به عنوان سیستم عامل خود برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند، در حالی که ۱۴٪ از اپل مک، ۵٪ از گوگل کروم و ۱٪ نیز سیستم عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۳٪ نیز نمی‌دانند.

۴۹٪ از اپل iOS به عنوان سیستم عامل گوشی‌های هوشمند و تبلت خود استفاده می‌کنند در حالی که ۲۰٪ از اندروید گوگل، ۶٪ از ویندوز فون و ۳٪ نیز از سیستم عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۲۲٪ نیز نمی‌دانند.

۶۱٪ از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۶۵٪ از یک CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند.

۴۶٪ از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات استفاده می‌کنند که در میان آنها ۳۸٪ از این فناوری برای محافظت از اطلاعات اهداکنندگان، ۳۸٪ برای محافظت از اطلاعات سازمان، ۲۶٪ برای محافظت از محرمانگی ارتباطات ایمیلی و ۱۶٪ نیز برای محافظت از محرمانگی ارتباطات موبایلی بهره می‌گیرند.



درباره NGOهای آمریکای شمالی

۶۰٪ خود را به عنوان یک NGO کوچک تعریف می‌کنند، در حالی که ۳۱٪ خود را یک سازمان متوسط و ۹٪ نیز یک سازمان بزرگ می‌نامند. ۵ کشور برتر در این حوزه عبارتند از: آمریکا (۷۹٪)، کانادا (۱۶٪)، مکزیک (۲٪)، کاستاریکا (۱٪) و گواتمالا (۱٪).

۵ حوزه اصلی فعالیت NGOها عبارت است از: خدمات انسانی و اجتماعی (۱۳٪)، کودکان و جوانان (۱۲٪)، آموزش (۱۲٪)، تندرستی و سلامتی (۱۱٪) و توسعه اجتماعی (۸٪).

۶۲٪ خود را یک سازمان غیرانتفاعی (NPO) می‌نامند، در حالی که ۸٪ خود را یک سازمان غیردولتی (NGO)، ۸٪ یک خیریه، ۶٪ یک بنیاد و ۵٪ نیز یک تشکل مذهبی تعریف می‌کنند.

استفاده از فناوری در NGOهای آمریکای جنوبی

۱۶۰ سازمان غیردولتی ۱۲ کشور

۸۸٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای جنوبی دارای یک وبسایت هستند که از میان آنها ۸۷٪ سازگار با موبایل می‌باشند. ۷۸٪ از دامنه «ORG» استفاده می‌کنند، در حالی که ۵٪ از «COM»، ۴٪ از پسوندهای کشوری، ۲٪ از «ONG» و ۱۱٪ نیز از سایر پسوندها بهره می‌گیرند. ۵۷٪ از «وردپرس» به عنوان سیستم مدیریت محتوا برای وبسایت خود استفاده می‌کنند، در حالی که ۳٪ از «دروپال» (Drupal) و «جوملا» (Joomla) و ۱۵٪ نیز از سیستم‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۲۲٪ نیز نمی‌دانند. ۵۶٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای جنوبی دریافت کمک‌های مالی آنلاین را در وبسایت خود قبول می‌کنند که از میان آنها ۷۶٪ پرداخت‌های کارت اعتباری، ۴۹٪ پرداخت‌های مستقیم، ۳۵٪ پی‌پال، ۴٪ پرداخت‌های کیف پول و ۴٪ نیز ارز بیت‌کوین را می‌پذیرند. ۲۸٪ از یک سرویس آنلاین جمع‌آوری پول هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کند. ۴۱٪ در مراسم سه‌شنبه بخشش (#GivingTuesday) شرکت می‌کنند. ۴۵٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای جنوبی به طور مرتب ایمیل‌های به روز و درخواست جمع‌آوری پول را برای خیران و حامیان ارسال می‌کنند. از بین آنها، ۵۶٪ از یک سرویس بازاریابی ایمیلی استفاده می‌کنند. ۱۶٪ ایمیل را از طریق سیستم CRM خود ارسال می‌کنند. ۱۳٪ ایمیل را از طریق گزینه BCC و ۱۱٪ نیز از طریق روش‌های دیگر ارسال می‌کنند. اما ۴٪ نمی‌دانند. ۱۳٪ به طور مرتب پیام‌های متنی را به حامیان و خیران ارسال می‌کنند و از بین آنها ۲۸٪ از یک سرویس «text-to-give» نیز برای جمع‌آوری کمک پیامکی بهره می‌گیرند. ۹۸٪ سازمان‌های غیردولتی در آسیا دارای یک صفحه فیس‌بوک و ۳۴٪ دارای یک گروه فیس‌بوکی هستند. ۷۱٪ نیز دارای یک پروفایل توئیتر هستند. ۴۱٪ دارای یک صفحه لینکدین و ۵٪ دارای یک گروه لینکدین هستند. ۵۵٪ دارای یک پروفایل اینستاگرام هستند. سایر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده عبارت است از: ۷۲٪ یوتیوب، ۲۲٪ گوگل پلاس، ۱۱٪ فلیکر، ۶٪ پین‌ترست و ویمو، ۳٪ تمبلر و ۱٪ ردیت. ۴۰٪ از برنامه‌های پیام‌رسان برای ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۹۰٪ از واتس‌آپ، ۵۶٪ از فیس‌بوک مسنجر، ۴٪ از سیگنال و اسنپ‌چت و ۲٪ از وایبر و وی‌چت بهره می‌گیرند. ۷۸٪ سازمان‌های غیردولتی در آمریکای جنوبی از مایکروسافت ویندوز به عنوان سیستم عامل خود برای رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ استفاده می‌کنند، در حالی که ۱۱٪ از گوگل کروم، ۴٪ از اپل مک و لینوکس و ۱٪ نیز سیستم‌عامل‌های دیگر بهره می‌گیرند. ۲٪ نیز نمی‌دانند. ۷۸٪ از اندروید گوگل به عنوان سیستم عامل گوشی‌های هوشمند و تبلت خود استفاده می‌کنند، در حالی که ۸٪ از اپل iOS و ۵٪ از ویندوز فون بهره می‌گیرند. ۹٪ نیز نمی‌دانند. ۲۸٪ از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای ردیابی کمک‌های مالی و مدیریت ارتباط با حامیان و خیران استفاده می‌کنند که از میان آنها ۷۸٪ از یک CRM مبتنی بر ابر بهره می‌گیرند. ۳۱٪ از فناوری رمزگذاری برای محافظت از داده‌ها و ارتباطات استفاده می‌کنند که در میان آنها ۲۳٪ از این فناوری برای محافظت از اطلاعات سازمان، ۱۹٪ برای محافظت از اطلاعات اهداکنندگان، ۱۱٪ برای محافظت از محرمانگی ارتباطات ایمیلی و ۷٪ نیز برای محافظت از محرمانگی ارتباطات موبایلی بهره می‌گیرند.



درباره NGOهای آمریکای جنوبی

۵۶٪ خود را به عنوان یک NGO کوچک تعریف می‌کنند، در حالی که ۳۱٪ خود را یک سازمان متوسط و ۱۳٪ نیز یک سازمان بزرگ می‌نامند. ۵ کشور برتر در این حوزه عبارتند از: برزیل (۴۴٪)، آرژانتین (۱۳٪)، کلمبیا (۱۱٪)، ترینیداد و توباگو (۷٪) و شیلی (۶٪). ۵ حوزه اصلی فعالیت NGOها عبارت است از: کودکان و جوانان (۱۸٪)، توسعه اجتماعی (۱۲٪)، آموزش (۱۲٪)، حقوق بشر و حقوق مدنی (۹٪) و محیط زیست (۸٪). ۳۴٪ خود را یک سازمان غیردولتی (NGO) می‌نامند، در حالی که ۲۰٪ خود را یک سازمان غیرانتفاعی (NPO)، ۱۹٪ یک سازمان جامعه مدنی (CSO)، ۱۲٪ یک بنیاد و ۶٪ نیز یک انجمن عضویتی تعریف می‌کنند.

۵۳۵۲ سازمان غیردولتی ۱۶۴ کشور ۶ قاره

از پاسخ‌دهندگان نظرسنجی خواسته شد تا تعداد مشترکین و دنبال‌کنندگانی که برای پویش‌های ایمیلی، پیامکی و در رسانه‌های اجتماعی و موبایلی خود دارند را وارد کنند.

پاسخ آنها که به تفکیک هر قاره میانگین‌گیری شد، به NGOها اجازه می‌دهد تا وضعیت خود را در قیاس با سایر سازمان‌های غیردولتی واقع در منطقه مربوطه خود بسنجند.

در این صورت NGOها می‌توانند متوجه شوند که بالاتر از حد میانگین قرار دارند یا پایین‌تر از آن.

آمریکای جنوبی	آمریکای شمالی	اروپا	استرالیا و اقیانوسیه	آسیا	آفریقا	
9,725	21,839	23,181	13,625	10,460	5,298	مشترکان ایمیلی
2,128	2,305	7,472	4,762	7,701	6,265	مشترکان پیامکی
13,360	26,766	27,204	14,079	33,824	8,404	دنبال‌کنندگان فیس‌بوک
5,593	15,172	9,077	3,021	9,703	5,630	دنبال‌کنندگان توئیتر
1,777	7,862	4,032	1,656	4,877	1,327	دنبال‌کنندگان اینستاگرام
573	2,676	2,118	987	931	1,261	دنبال‌کنندگان لینکدین
374	662	738	N/A *	1,471	1,300	تماس‌های واصله‌ای

از سهم شما کمال امتنان و قدردانی به عمل می‌آید

