

## **ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ В НКО НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ПЛЕЗАНСА И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

**Зезюлин П.В.<sup>1</sup>**

**Научный руководитель – Канунникова К.И.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Университет ИТМО

plytonya@mail.ru

### **Введение**

Основная задача сотрудников, отвечающих за внешние коммуникации в НКО, это поддерживать на должном уровне отношения со всеми стейкхолдерами. При этом с каждой категорией стейкхолдеров необходимо найти общий язык и управлять их ожиданиями так, чтобы доноры вкладывали больше денег [4], а волонтеры как можно дольше работали с организацией. В 2023 году Гийом Плезанс [2] предложил модель, которая позволяет управлять группами стейкхолдеров через механизмы, к которым они наиболее чувствительны. Помимо этого, изучением отношений со стейкхолдерами занимались Keval Amin [4], Roger Marshall [5] и Jennifer Taylor [6] и другие исследователи, но в рамках конкретной группы.

Модель Плезанса подразумевает статичную группировку и не позволяет адаптировать её под контекст деятельности организации. С учетом ограниченности ресурсов организаций третьего сектора, модель не может применяться на практике в полной мере, хотя имеет научно-практический потенциал. Из-за смены поколения филантропов и экономической нестабильности, использование таких моделей становится актуальным, но имеет серьезные риски [8]. Целью исследования является поиск оптимальной формы реализации модели Плезанса при помощи технологий искусственного интеллекта, а также оценка применимости на практике.

### **Основная часть**

С помощью технологий искусственного интеллекта взаимодействие со стейкхолдерами может стать персонализированным. Решение позволяет использовать группировку стейкхолдеров и определять их чувствительность к механизмам взаимодействия с ними. Модель может использоваться как ответ на вызовы организаций третьего сектора, такие как:

1. Отсутствие ресурсов на масштабирование числа сотрудников, занятых внешними коммуникациями из-за ограниченности бюджетов на фонд оплаты труда;
2. Преодоление информационного разрыва между организацией и стейкхолдерами в условиях гипердинамичного новостного потока за счёт использования персонализированных механизмов общения.

Помимо ответа на описанные вызовы, модель также может использоваться командами НКО как инструмент отдельных видов деятельности. Например, она может использоваться как инструмент общения правления с учредителями и попечителями, для улучшения доверия и диалога [3]. В рамках фандрайзинга группировка корпоративных и частных доноров может позволить персонализировать коммуникацию по возрасту донора, по корпоративной культуре и даже по финансовым результатам за год или квартал.

В рамках исследования используются частично структурированное интервью с сотрудниками НКО, количественные опросы стейкхолдеров организаций (с валидацией шкалы доверия, вовлеченности и удовлетворенности по методу Гийома Плезанса [8]), а также разработка концептуальной модели для персонализации коммуникации.

## **Выводы**

Проведен анализ групп стейкхолдеров и их чувствительность к определенным механизмам взаимодействия в контексте деятельности НКО города Санкт-Петербург, занимающейся системной поддержкой сирот и кризисной молодежи.

## **Литература**

1. Boetto, H., Artificial Intelligence in Social Work: An EPIC Model for Practice. // – 2025 – Australian Social Work, 1–14.
2. Guillaume Plaisance, Increasing the perceived impact of non-profit organizations: the role of spontaneous and specific governance mechanisms // Gestion et management public. – 2023 – 11(3). – P. 97–120.
3. Singer, J. B., Báez, J. C., & Rios, J. A., AI Creates the Message: Integrating AI Language Learning Models into Social Work Education and Practice. // Journal of Social Work Education, – 2023 – 59(2), 294–302.
4. Amin K., Harris E. The Effect of Investor Sentiment on Nonprofit Donations // Journal of Business Ethics. – 2022. – Vol. 175, № 2. – P. 1–24.
5. Kim C., Kim J., Marshall R., Afzali H. Stakeholder influence, institutional duality, and CSR involvement of MNC subsidiaries // Journal of Business Research. – 2018. – Vol. 91, № 3. – P. 40–47.
6. Taylor J., Miller-Stevens K. Relational exchange in nonprofits: The role of identity saliency and relationship satisfaction // International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing. – 2018. – Vol. 24, № 1.
7. Jacobi, C. B., & Christensen, M., Functions, utilities and limitations: A scoping study of decision support algorithms in social work. // Journal of Evidence-Based Social Work, – 2023 – 20 (3), 323–341.
8. Reamer F.G. Ethical Standards for Social Workers' Use of Technology: Emerging Consensus // Journal of Social Work Values and Ethics. – 2018. – Vol. 15, № 2.