

Уважаемый читатель!

Вы держите в руках уникальный документ – первый в своем роде и в новейшей истории России Доклад об институциональной благотворительности.

Мы постарались сделать его интересным – собрали разные точки зрения и провели исследования, составили оценки и прогнозы в отношении того, что является, на наш взгляд, движущей силой развития благотворительности. Речь идет о профессиональных институтах филантропии – фондах, которые специально создаются и действуют, чтобы сотни организаций и людей могли найти помощь, реализовать себя и сделать что-то доброе. Сколько таких организаций, где они расположены, что влияет на их работу и как их воспринимают в обществе – вот лишь некоторые вопросы, которые освещены в этом Докладе.

Этого документа не было бы, если бы над ним более полугода не трудилась команда единомышленников. Мы благодарны всем, кто участвовал в подготовке Доклада, и в первую очередь представителям фондов, которые сочли нужным и возможным ответить на вопросы наших исследователей. Мы глубоко признательны тем организациям, без которых мы не смогли бы осуществить этот проект: это компания Evolution & Philanthropy, Благотворительный фонд В. Потанина, Фонд просвещения «МЕТА», Общественная палата Российской Федерации, ИОО «Фонд содействия». Мы также выражаем искреннюю благодарность экспертам-исследователям, без творческой вовлеченности которых мы бы не достигли поставлен-

ных целей: Исследовательской группе ЦИРКОН и лично Людмиле Шубиной, группе исследователей Института социологии РАН и лично Ольге Дудченко, Анне Мытиль, Елене Первышевой; факультету журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова и лично Татьяне Фроловой.

К сожалению, незадолго до окончания этого проекта наш благотворительный сектор постигла большая утрата – умерла Ольга Алексеева. Ее энергия и жизнерадостность, ее вера в то, что благотворительность в нашей стране возможна так же, как и во всем мире, ее работа в течение 20 лет в России и международном донорском сообществе, безусловно, оказали влияние на становление институциональной благотворительности в России. Ольга никогда не боялась экспериментов, и потому наш во многом экспериментальный труд мы посвящаем ей. Ольга, спасибо тебе за все и светлая тебе память!

Мы приглашаем вас ознакомиться с Докладом и принять участие в его обсуждении. Меньше всего мы хотели бы, чтобы этот труд был поставлен на полку. Надеемся, он станет предметом споров и дополнений, новых трактовок и основой для исследований, которые, в свою очередь, позволят нам через год снова критически оглядеть поле институциональной благотворительности и составить Доклад-2012.

*Ольга Барковец,
председатель Совета Форума Доноров*



Содержание

ВВЕДЕНИЕ В ДОКЛАД	3
КРАТКОЕ РЕЗЮМЕ ДОКЛАДА	5
РАЗДЕЛ I. УСЛОВИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	7
РАЗДЕЛ II. СОСТОЯНИЕ И АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕКТОРА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ ...	23
РАЗДЕЛ III. ИТОГИ ГОДА	47
РАЗДЕЛ IV. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ	64
РАЗДЕЛ V. ТОЧКИ РОСТА	69
РАЗДЕЛ VI. ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ	77
РАЗДЕЛ VII. ПРОГНОЗ	86
РАЗДЕЛ VIII. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	90



ПОЧЕМУ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ?



Настоящий Доклад представляет собой сводный документ, описывающий состояние институциональной благотворительности. Это понятие пока не получило распространения даже в кругах профессионалов, поэтому мы просим читателей Доклада уделить время для прочтения этой вводной статьи.

Под институциональной благотворительностью мы понимаем совокупность профессиональных участников благотворительного сектора – организаций, которые существуют в виде фондов и распоряжаются собственными средствами для ведения различных долгосрочных благотворительных программ и проектов, направленных как на отдельные категории граждан и/или виды организаций, так и на все общество в целом.

Почему в качестве предмета Доклада мы выбрали институциональную благотворительность? Во-первых, до сегодняшнего дня в большинстве публикаций о благотворительности не делалось различий между отдельными участниками этого сектора. Фонды, благотворители и НКО – понятия, которые для большинства граждан являются синонимами. Более того, даже в профессиональном сообществе не всегда при разговоре о благотворительности разграничивают индивидуальную, частную деятельность граждан и деятельность профессиональных институтов.

Во-вторых, чтобы Доклад не был «обо всем», что включает в себя благотворительность, мы ограничились именно этим кругом организаций и решили выяснить про него все, что возможно. Из этого круга намеренно исключены компании, которые, по мнению экспертов, являются главной движущей силой в современной благотворительности. Если бы мы стали рассматривать работу компаний, Доклад был бы раз в шесть больше. Возможно, в будущем мы сможем включить и других участников сектора в поле зрения нашего Доклада.

В-третьих, в отличие от других типов благотворительных организаций, институциональные благотворители по сути своей призваны существовать долго и решать системные проблемы. Поэтому от понимания именно их устройства, потребностей и факторов, влияющих на их развитие, во многом зависит, на наш взгляд, будущее современной благотворительности.

И, наконец, в-четвертых, для самого Форума Доноров институциональная благотворительность является определяющим критерием членства и направленности наших усилий.

В тексте Доклада будут встречаться различные синонимы понятия «институциональная благотворительность». Мы будем говорить о *фондах, благотворительных фондах, донорских организациях и донорах* – все это определяет тех самых профессиональных участников, которые и составляют институциональную благотворительность.

Таким образом, Доклад посвящен описанию условий существования и развития разного вида институциональных благотворительных организаций: частных и корпоративных фондов, фондов местных сообществ и фондов целевого капитала, а также фондов помощи.

Частный фонд (ЧФ) – независимая, негосударственная организация, имеющая преимущественно один источник финансирования (частное лицо, может быть, семья), управляемая советом директоров и/или попечителей, раздающая гранты другим некоммерческим организациям и/или реализующая свои проекты в области поддержки благотворительных, образовательных и других социально значимых инициатив.

Корпоративный фонд (КФ) – некоммерческая организация, которую создает компания для ведения систематической благотворительной деятельности. КФ создаются на средства одной компании (значительно реже – нескольких дружественных) и фактически являются управляющими структурами для социальных благотворительных программ компании. Политика такого фонда связана с политикой, брендом и приоритетами компании.

Фонд местного сообщества (ФМС) – организация, созданная и действующая на ограниченной географической территории (город, область), занимающаяся сбором и распределением средств на благотворительные цели преимущественно в пределах данной территории. ФМС финансируются из различных источников, привлекают различных доноров для поддержания своего статуса, распределяют средства в виде грантов, а также реализуют свои собственные проекты.

Фонд целевого капитала (ФЦК) – организация, обладающая собранным посредством внесения пожертвований капиталом, который инвестируется, и лишь доход от него направляется на цели, которые определены при создании капитала.

Фонд помощи (ФП) – организация, получающая финансирование за счет разного рода пожертвований, часто опирающаяся в своей деятельности на широкое привлечение частных пожертвований от граждан. Деятельность ФП связана с оказанием адресной помощи определенной целевой группе (чаще всего тяжело больным людям на проведение срочных операций, жертвам катастроф, детям-сиротам и т.п.).

Выбор совокупности данных профессиональных участников не означает, что в Докладе никак не будут упоминаться другие участники благотворительного сектора. В той мере, в какой определение условий деятельности, выявление тенденций и точек роста институциональной благотворительности, составление прогнозов и оценка ситуации требовали включить в поле рассмотрения более широкую аудиторию или круг явлений, мы касались и деятельности других благотворительных организаций, и всего некоммерческого секто-

ра, и факторов, относящихся к развитию благотворительности как явления. Однако всегда целью такого расширенного рассмотрения является лишь помещение предмета нашего Доклада в определенный контекст, выявление связей с другими субъектами общественной жизни и явлениями для более четкого определения самого предмета.

Хотим обратить внимание еще на несколько важных моментов. Читая Доклад, вы убедитесь, что в нем представлены различные экспертные позиции, а не единая точка зрения Форума Доноров. Это сделано намеренно. Благотворительность – многомерное явление, не подразумевающее плоских оценок и подходов. Именно поэтому для создания Доклада был привлечен коллектив авторов и исследователей. Мнения некоторых из них, возможно, будут кардинальным образом отличаться от мнения большей части профессионального благотворительного сообщества. Однако, стремясь отразить всю полноту картины, мы не можем игнорировать эти точки зрения. Мы постарались собрать в Докладе максимум новой информации об институциональной благотворительности для того, чтобы не только зафиксировать уровень и состояние ее развития на текущий момент, но и дать основу для дискуссий и дальнейших исследований.

Часть собранных материалов не была включена в Доклад ввиду ограничения объема, который мы для себя выбрали. В дальнейшем мы предполагаем издать материалы всех проведенных исследований в полном объеме, а также провести обсуждения по ним.

Для кого предназначен Доклад? Прежде всего, для профессионального благотворительного сообщества, а также руководителей и сотрудников фондов, членов совета директоров, исследователей, экспертов. Для нас самих важно точно расставить все «вешки» и «флажки», которые очертят наше поле и покажут векторы его развития. Кроме того, Доклад предназначен для представителей власти – как законодательной, так и исполнительной, как федеральной, так и региональной. Именно они должны вместе с нами задавать «правила игры» и именно от них во многом зависит рост числа и диверсификация направлений деятельности фондов. И, наконец, наш Доклад для тех, кто сегодня рассматривает институциональную благотворительность как будущее место приложения своих усилий – для потенциальных основателей фондов разных типов.

Мы будем рады услышать ваше мнение о Докладе и о состоянии институциональной благотворительности. Для этого вы можете воспользоваться специальной формой обратной связи, размещенной в конце Доклада.

*Наталья Каминарская,
исполнительный секретарь Форума Доноров*



КРАТКОЕ РЕЗЮМЕ ДОКЛАДА



Представленный Доклад отражает состояние развития институциональной благотворительности в России в настоящий момент. Под институциональной благотворительностью авторы понимают совокупность профессиональных участников благотворительного сектора – организаций, которые существуют в виде фондов и распоряжаются собственными средствами для ведения различных долгосрочных благотворительных программ и проектов, направленных как на отдельные категории граждан и/или виды организаций, так и на все общество в целом. Таким образом, Доклад рассматривает деятельность, состояние и прогнозы той части благотворительности, которая представлена разного рода фондами – частными и корпоративными, фондами местного сообщества и фондами помощи, фондами целевого капитала.

Доклад состоит из восьми разделов (включая приложения), а также вводных статей и краткого резюме документа.

В первом разделе Доклада рассказывается об условиях, в которых развивается институциональная благотворительность. Эти условия включают законодательство, отношение населения, уровень использования технологий в данной сфере. Они дают достаточно точную оценку окружающей благотворительности среды, однако отсутствие политико-экономического контекста не позволяет оценить все факторы, влияющие на работу фондов. Экспертные статьи для раздела специально подготовлены по заказу Форума Доноров.

Второй раздел Доклада представляет оценку состояния развития институциональной благотворительности. Информации о том, сколько фондов каких типов работают, где они расположены, что финансируют и как, до настоящего момента в одном формате и месте не было. Существующая отчетность Росстата не позволяет четко выделить наши организации из всей массы НКО и других финансовых посредников. Интернет-ресурсы о грантовых конкурсах и региональные базы НКО не покрывают весь спектр фондов, а других источников информации до недавнего времени не существовало. Поэтому было подготовлено два специальных исследования, которые мы условно назвали количественное и качественное. Данные этих исследований и легли в основу раздела.

В основу количественного исследования, целью которого было определение общего числа фондов разных типов, работающих в нашей стране, была положена база электронных годовых отчетов, которые некоммерческие организации обязаны сдавать в Министерство юстиции. Для получения более подробной информации о состоянии и деятельности фондов была составлена специальная выборка из фондов пяти интересующих нас типов – частные, корпоративные, фонды помощи, фонды местных сообществ и фонды целевого капитала. Количественное исследование было прове-

дено Исследовательской группой ЦИРКОН, а качественное – группой социологов РАН под руководством О. Дудченко.

Результаты исследований показали, что число фондов все еще не велико (нам удалось выявить и исследовать 301 организацию), но при этом сам сектор является развивающейся, динамичной частью благотворительного сообщества. Общий объем средств, находившийся в 2010 году в распоряжении 107 опрошенных в ходе качественного исследования фондов, составил 23 430 064 тыс. рублей. Проблемы, с которыми сталкиваются представители фондов, мало изменились за последние годы – это по-прежнему влияние государства, недоверие населения и недостаточность информации о работе фондов как для них самих, так и для заинтересованных граждан.

В основу третьего раздела Доклада под названием «Итоги года» легли мнения представителей благотворительных фондов, а также органов власти, компаний, СМИ, собранные в ходе качественного исследования, специальных интервью и фокус-групп. Всего было опрошено 146 человек. Безусловным лидером мнений стало введение льгот для частных жертвователей, а также дискуссии в обществе, которые вызвали события вокруг фонда «Федерация». Среди проектов года отмечены «Меняющийся музей в меняющемся мире» Фонда В. Потанина, «Мировой рейтинг частной благотворительности» САФ и «Лидеры корпоративной благотворительности» деловой газеты «Ведомости», PWC и Форума Доноров. Персоной года единогласно названа Ольга Алексеева, основатель The Philanthropy Bridge Foundation, в течение 15 лет работавшая в САФ Россия и САФ Global Trustees. Публикациями года признаны книги: «Потенциал и пути развития филантропии в России», изданная Высшей школой экономики в 2010 году, и «Жить со смыслом. Как обретать помогая и получать отдавая», вышедшая в рамках Издательского проекта Форума Доноров. Титул «СМИ года» единодушно отдан электронному журналу «Филантроп».

Также в раздел вошел анализ медиапокрытия – результаты контент-анализа СМИ, проведенного по заказу Форума Доноров специально в рамках подготовки Доклада исследовательской группой факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. Изучались журналистские тексты (печатные и эфирные) в следующих типах СМИ: центральная и региональная печать (газеты, журналы), центральные и региональные интернет-издания, центральные каналы ТВ и радио. Контент-анализ проводился по базе «Интегрума», стартовая выборка – 4397 источников. Как показали результаты исследования, с 2008 года число публикаций о благотворительности возросло более чем на 60%, в среднем в месяц выходит около 3 тыс. публикаций, большая часть которых размещена на интернет-ресурсах и в прессе. Наиболее часто СМИ пишут о мероприятиях,

в которых принимают участие известные фонды и/или известные личности, значительно меньше материалов посвящено информации о деятельности организаций в целом. Преобладает нейтральный контекст публикаций (80%), большинство текстов содержит послание о важности и необходимости благотворительной деятельности (около 70%).

В *четвертом разделе* отражены тенденции развития. Мы попытались выделить те тенденции развития благотворительности, которые наглядно проявились в 2010–2011 годах. Понятно, что ответственно говорить о тенденциях развития можно лишь в долгосрочной перспективе. Поэтому в разделе также упомянуты события предыдущих лет, непосредственно связанные с тем, что можно назвать свидетельствами новейшего времени. Среди выделенных тенденций – рост числа благотворительных фондов, увеличение публичности благотворительности, одновременное усиление роли государства в регулировании сектора и ответная консолидация, рост активности со стороны благотворителей, а также профессионализация благотворительности и активизация процессов исследований сектора. Раздел подготовлен на основе результатов интервью с представителями фондов и собственной информации Форума Доноров.

В *пятом разделе* – «Точки роста» – мы решили сделать акцент на тех аспектах институциональной благотворительности, которые за прошедший год развивались и будут в ближайшем будущем развиваться наиболее активно. Под развитием в данном случае понимается рост числа организаций, позитивное отношение и поддержка со стороны граждан, а также влияние, которое эти организации оказывают на саму благотворительность. Такими сегментами признаны фонды целевого капитала и фонды помощи. Два авторских текста, отражающих их взгляд на развитие этих сфер, представлены Людмилой Пантелеевой из «Газпромбанк – Управление активами» и Львом Амбиндером из Российского фонда помощи газеты «Коммерсант».

Шестой раздел Доклада включил ряд интервью, объединенных общим названием «Взгляд со стороны». Мы побеседовали с представителями различных секторов общества – «внешними» по отношению к благотворительной сфере, но, тем не менее, так или иначе связанными с благотворительностью по роду своей деятельности. На наши вопросы ответили управляющий ди-

ректор газеты «Ведомости» Глеб Прозоров и председатель МТРК «Мир» Радик Батыршин, руководитель службы инициативных программ Финансовой корпорации «Уралсиб» Игорь Соболев и помощник министра здравоохранения София Малявина, председатель Комитета Совета Федерации по вопросам развития гражданского общества Борис Шпигель и начальник отдела по взаимодействию с институтами гражданского общества Комитета общественных связей города Москвы Светлана Гладкова. Все они прокомментировали результаты исследований, а также поделились своим взглядом на дальнейшее развитие институциональной благотворительности.

Седьмой раздел Доклада представляет прогнозы развития институциональной благотворительности на ближайший год. Для подготовки данного раздела были использованы как ответы, полученные в рамках качественного исследования, так и материалы специально организованной дискуссии. В дискуссии приняли участие члены рабочей группы по подготовке Доклада, члены Совета Форума Доноров, а также специально приглашенные представители фондов. Большинство сформулированных прогнозов позитивны. Так, участники дискуссии уверены, что активность и число разных типов фондов будут расти. Прежде всего, это коснется фондов помощи и фондов целевого капитала. Последние и вовсе рассматриваются как главная точка роста всего благотворительного сектора в будущем году. Также предполагается, что частные фонды продолжат расти и будут занимать те тематические ниши, которые пока мало освоены благотворителями. Значительное влияние на дальнейшее развитие благотворительности окажет применение информационных технологий, а также появление новых образовательных площадок. И, конечно, сектор нуждается в новых лидерах и новых проектах, которые смогут укрепить и расширить влияние сектора российской институциональной благотворительности как в России, так и за рубежом.

В приложениях к Докладу – *восьмой раздел* – размещена справочная информация к ряду статей, характеристики проведенных исследований.

В дальнейшем Форум Доноров планирует выпускать подобные доклады ежегодно. Свои мнения и пожелания относительно содержания Доклада можно направить в Форум Доноров, используя форму обратной связи, размещенную в конце документа.



УСЛОВИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Прежде чем говорить о состоянии институциональной благотворительности, необходимо описать условия, в которых она существует. Эти условия включают экономико-политический контекст, законодательство, отношение населения, уровень использования технологий в данной сфере. Мы предполагали, что в раздел войдет пять экспертных материалов по указанным вопросам, однако столкнулись с некоторыми трудностями при подборе авторов статей о влиянии политической и экономической ситуации в стране на развитие благотворительности. Это можно объяснить несколькими причинами – в частности, отсутствием экспертов политико-экономического профиля, способных сделать анализ и по теме благотворительности, ощущением политизированности темы, незначительностью ее экономической составляющей и рядом других.

В результате раздел содержит три материала – статью о законодательных условиях благотворительной деятельности, обзор социологических исследований благотворительности и описание современных технологий для благотворительности. Они дают достаточно точную оценку окружающей благотворительности среды, однако отсутствие политико-экономического контекста не позволяет оценить все факторы, влияющие на работу фондов.

Выбор в пользу обзора существующих социологических исследований вместо еще одного исследования отношения населения к деятельности благотворительных институтов, который мы могли бы провести для подготовки Доклада, сделан не случайно. Количество исследований сферы так велико, что мы посчитали необходимым представить именно их обзор и сравнительный (по мере возможности) анализ, а не проводить новое исследование.

Правовые условия осуществления благотворительной деятельности в России (по состоянию на 31 августа 2011 года)

Юлия Чекмарева, юрист

В любые времена важным фактором существования и развития благотворительности и в целом некоммерческого сектора являлись и остаются правовые условия, сложившиеся в государстве.

В России давно назрела и, к счастью, была осознана государством необходимость обновления устаревшего законодательства, приведения его в соответствие с международными практиками регулирования, признания государством важности благотворительной¹ и иной социально значимой деятельности.

Серьезным шагом на этом пути стало одобрение Правительством РФ Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации (далее – Концепция)², ставшей логическим продолжением Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года³. Последняя относит содействие развитию практики благотворительной деятельности граждан и организаций, а также распространению добровольческой деятельности (волонтерства) к числу приоритетных направлений социальной и молодежной политики.

Концепцией предусмотрен ряд основных направлений содействия государства развитию благотворительной и добровольческой деятельности: содействие развитию благотворительной и добровольческой деятельности физических лиц и организаций, то есть благотворителей; содействие развитию институтов благотворительности; содействие развитию института социальной рекламы.

Прошло два года с момента одобрения Концепции, настало время подвести законодательные итоги: что было сделано за эти два года? какие задачи так и остались нерешенными? каковы на сегодняшний день тенденции изменения законодательства о благотворительности?

Что было сделано

Благотворительность и добровольчество

В конце 2010 года были приняты долгожданные поправки в Федеральный закон о благотворительности, которые расширили перечень целей благотворительной деятельности. К ним, в частности, были отнесены: оказание бесплатной юридической помощи и правово-

...Нерешенные вопросы и существующие законодательные барьеры, а также ряд законопроектов репрессивного характера указывают на отсутствие системного подхода к формированию и изменению правовой среды для благотворительной деятельности.

¹ Для целей настоящей статьи под благотворительной деятельностью понимается деятельность, признаваемая благотворительной в соответствии со статьями 1 и 2 Федерального закона от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (далее – закон о благотворительности), а также иная некоммерческая социально значимая деятельность, если нет специальной оговорки или из смысла текста не следует иное.

² Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.07.2009 № 1054-р.

³ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1662-р.

го просвещения населения; содействие добровольческой деятельности. Почти все остальные «новые цели» по сути явились толкованием существовавших ранее благотворительных целей.

На сегодняшний день уточнено понятие «доброволец». Теперь добровольцами признаются физические лица, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг (добровольческой деятельности). Раньше это был безвозмездный *труд*.

Поправками также регулируются правовые условия осуществления добровольцами благотворительной деятельности. Начиная с 1 января 2012 года добровольцам предоставляются налоговые льготы по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) на возмещение расходов, связанных с исполнением добровольческих договоров, на наем жилого помещения, на проезд к месту осуществления благотворительной деятельности и обратно, на питание, на оплату средств индивидуальной защиты, на уплату страховых взносов на добровольное медицинское страхование, связанное с рисками для здоровья добровольцев при осуществлении ими добровольческой деятельности (п. 3.1. ст. 217 НК РФ).

Основной проблемой есть и будет произвольная практика правоприменения законодательства регистрирующими, контролирующими, надзирающими и распределяющими государственными и муниципальными органами, а также судами.

Однако так и остались на бумаге предложения Концепции по расширению перечня правовых форм, в которых могут создаваться благотворительные организации. Напомним, что в настоящий момент это фонды, общественные объединения и учреждения. Планировалось дополнить названный список как минимум еще автономными некоммерческими организациями. Но в свете реформы гражданского права, одним из направлений которой является сокращение организационно-правовых форм НКО, расширение перечня возможных форм благотворительных организаций было признано нецелесообразным.

Нельзя оставить без внимания внутреннее противоречие норм закона о благотворительности. Так, согласно п. 1 ст. 3 закона «законодательство о благотворительной деятельности не распространяется на отношения, возникающие при формировании целевого капитала, доверительном управлении имуществом, составляющим целевой капитал, использовании доходов, полученных от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал». Идея законодателя очевидна: выделить в отдельный законодательный акт регулирование особенностей создания и использования целевых капиталов. Однако буквальное толкование данного положения означает, что передача пожертвования на формирование или пополнение целевого

капитала или формирование благотворительной организацией собственного капитала, хотя и полностью соответствует целям благотворительной деятельности, перечисленным в ст. 2 названного закона, однако не признается благотворительностью в силу неточности правовых формулировок.

Следовательно, такое пожертвование, сделанное благотворительной организацией, может быть признано налоговыми органами как нецелевое расходование средств, а создание, например, благотворительным фондом собственного капитала – деятельностью за пределами его правоспособности, поскольку и то, и другое формально не связаны с благотворительностью.

Социальная реклама

Важнейшей из задач Концепции является развитие массовой благотворительности, то есть повсеместное вовлечение населения России в благотворительную деятельность. Однако существенными препятствиями к появлению массовой благотворительности являются неприятные для представителей НКО факты – низкий уровень доверия населения, отсутствие качественной и доступной информации о некоммерческих социально значимых инициативах НКО и частных благотворителей и, что самое главное, о их результатах, преобладание негативной информации о НКО и отсутствие широкого освещения их достижений и значимого вклада.

Один из механизмов эффективного решения названных проблем – институт социальной рекламы. 17 июня 2011 года вступили в силу поправки в законодательство о рекламе⁴, расширившие понятие социальной рекламы путем разрешения упоминания в ней физических и юридических лиц. Так, допускается упоминание социально ориентированных некоммерческих организаций в случаях, если содержание социальной рекламы непосредственно связано с описанием деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей. Разрешение упоминания в социальной рекламе о физических лицах – получателях благотворительной помощи позволяет расширить возможности привлечения СМИ для проведения адресного сбора пожертвований в пользу лиц, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении.

Деятельность благотворителей по безвозмездному производству и распространению социальной рекламы с 1 января 2012 года освобождается от НДС (пп. 32 п. 3 ст. 149 НК РФ), с этого же момента им предоставляется налоговая льгота по налогу на прибыль организаций, а именно: право включать расходы по безвозмездному изготовлению или распространению социальной рекламы в разряд прочих расходов, связанных с производством и (или) реализацией, а главное – учитываемых при определении прибыли и расчете налога (пп. 48.1 п. 1 ст. 264 НК РФ).

⁴ Федеральный закон от 03.06.2011 № 115-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе».

Налоговые льготы для благополучателей

Для благотворительных и иных некоммерческих организаций (НКО)

- В середине июля 2011 года были приняты много-страдальные поправки⁵ в Налоговый кодекс РФ, наконец-то устранившие многолетний парадокс. Еще совсем недавно, а именно до 22 июля 2011 года, взносы учредителей в имущество созданной ими некоммерческой организации, например, благотворительного фонда, облагались налогом на прибыль, в то время как вклады в уставный капитал коммерческой компании – нет.
- Еще одним долгожданным новшеством стало расширение видов целевых поступлений в НКО, освобождаемых от налога на прибыль. Теперь целевыми поступлениями признаются доходы в виде безвозмездно полученных некоммерческими организациями работ (услуг) (пп. 1 п. 2. ст. 251 НК РФ).
- Важным изменением стало отнесение к целевым поступлениям безвозмездно полученных НКО имущественных прав. Напомним, что налоговое законодательство (по сравнению с гражданским) искусственно сузило понятие «имущество», исключив из него имущественные права (пп. 2 и 4 п. 2 ст. 251 НК РФ).
- Также значимым изменением является расширение перечня программ, гранты на поддержку которых теперь не облагаются налогом на прибыль. Отныне нет ограничений по видам заболеваний в отношении программ по охране здоровья, а также предоставляется возможность не облагать налогом на прибыль гранты на конкретные программы в области физической культуры и спорта (за исключением профессионального спорта) (пп. 14 п. 1 ст. 251 НК РФ).

Остается неразрешенной проблема расширения списка иностранных и международных грантодающих организаций, гранты которых не облагаются налогом на прибыль. На сегодняшний день в перечень входит

Среди ряда важных налоговых льгот для граждан наиболее долгожданным стало исключение критерия одновременности благотворительной помощи в пользу физических лиц.

только 13 организаций, порядок и основания включения в данный список новых доноров до сих пор не определены, равно как и для перечня российских и иностранных грантодающих организаций, выдающих необлагаемые НДФЛ гранты физическим лицам.

- Теперь НКО будут вправе создавать резерв предстоящих расходов, связанных с ведением предпринимательской деятельности и учитываемых при определении налоговой базы. При этом организации вправе учитывать расходы на формирование таких резервов в качестве внереализационных расходов, уменьшающих налоговую базу по налогу на прибыль

в порядке, установленном законодательством (ст. 267.3 НК РФ).

Для физических лиц

Среди ряда важных налоговых льгот для граждан наиболее долгожданным стало исключение критерия одновременности благотворительной помощи в пользу физических лиц (с 1 января 2012 года, п. 8.2 ст. 217 НК

В конце 2010 года были приняты долгожданные поправки в Федеральный закон о благотворительности, которые расширили перечень целей благотворительной деятельности. К ним, в частности, были отнесены: оказание бесплатной юридической помощи и правового просвещения населения; содействие добровольческой деятельности.

РФ). Старая норма, согласно которой не облагаются НДФЛ суммы единовременных выплат (в том числе в натуральной форме) в виде благотворительной помощи, оказываемой зарегистрированными в установленном порядке российскими и иностранными благотворительными организациями (фондами, объединениями), произвольно толковалась налоговыми органами, которые под единовременностью (указывающей на отсутствие регулярности или этапности в предоставлении помощи) понимали однократность («одноразовость») такой помощи в течение налогового периода. Такая позиция в первую очередь ударяла по гражданам, нуждающимся в постоянном лечении и получающим поддержку от благотворительных фондов.

Налоговые льготы для доноров (благотворителей)

Еще одним механизмом увеличения рядов благотворителей является предоставление им налоговых льгот. И хотя история благотворительности ставит под сомнение безусловную значимость данного фактора для мотивации доноров, введение таких льгот показывает потенциальным донорам, что государство придает благотворительности большое значение.

С 1 января 2012 года расширяется перечень организаций, частные жертвователи которых могут получить налоговый вычет по НДФЛ (п. 1 ст. 219 НК РФ). Теперь к ним относятся не только бюджетные, физкультурно-спортивные, образовательные и религиозные организации, но и благотворительные организации; социально ориентированные НКО; некоммерческие организации, получившие пожертвования на формирование и (или) пополнение целевого капитала.

Льготы по НДС и налогу на прибыль были предоставлены производителям и распространителям социальной рекламы (см. подраздел «Социальная реклама»).

Нерешенные вопросы

- Остается нерешенным вопрос о введении особого порядка налогообложения некоммерческих организаций,

⁵ Пп.(а) п. 5 ст. 1 Федерального закона от 18.07.2011 № 235-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части совершенствования налогообложения некоммерческих организаций и благотворительной деятельности».

в том числе благотворительных, налогом на прибыль, предполагающего освобождение всех доходов, и в первую очередь получаемых в связи с осуществлением предпринимательской деятельности, от указанного налога. Концепцией предполагается, что данная льгота применима только при соблюдении условий, касающихся связи осуществляемой предпринимательской деятельности с основной деятельностью НКО.

Первой попыткой стало установление налоговой ставки 0% по налогу на прибыль исключительно в отношении доходов образовательных и медицинских организаций (ст. 284.1 НК РФ).

Общественность ошибочно полагала, что введение весной 2010 года института социально ориентированных НКО (по сути – аналога организаций об-

Большинство электронных способов осуществления пожертвований (посредством платежных терминалов-стоек, веб-кошельков, SMS-сообщений) с января 2010 года оказались под запретом, в то время как электронная благотворительность считается основным инструментом формирования массовой благотворительности.

щественной пользы за рубежом) вызвано желанием Правительства РФ создать специальный налоговый статус для НКО с четкими и прозрачными критериями его применения. Однако декларативные нормы закона о НКО⁶ и принятые в его исполнение подзаконные акты нацелены на искусственное выделение группы организаций, которым будет отдаваться предпочтение при оказании государственной поддержки. Отсутствие четких критериев статуса и механизма его получения и подтверждения дает государственным органам безграничные возможности для произвольного толкования. Однако во исполнение закона о НКО 23 августа 2011 года Правительство РФ приняло постановление № 713 «О предоставлении поддержки социально ориентированным НКО», определяющее порядок предоставления субсидий из федерального бюджета региональным бюджетам для поддержки деятельности социально ориентированных НКО, порядок поддержки таких НКО непосредственно из федерального бюджета, а также дающее распоряжение направить сотни миллионов рублей на реализацию мероприятий по поддержке социально ориентированных НКО.

- Неизвестна судьба законопроекта № 306882-5 «О внесении изменений в Федеральный закон «О порядке формирования и использования целевого

капитала некоммерческих организаций» и в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации», принятого в первом чтении. Основная идея документа – расширить перечень объектов, передаваемых в целевой капитал, и предоставить налоговые льготы жертвователям в целевой капитал. Документ все еще ожидает второго чтения, однако дата его проведения неизвестна.

Законодательные барьеры

Развитие благотворительности в современной России сдерживается несовершенством законодательной базы.

Электронные пожертвования

Немногие знают, что большинство электронных способов осуществления пожертвований (в частности, посредством платежных терминалов-стоек, веб-кошельков, SMS-сообщений) с января 2010 года (после вступления в силу поправок в закон о банках⁷ и нового закона о платежных агентах⁸) оказались под запретом, в то время как электронная благотворительность считается основным инструментом формирования массовой благотворительности.

В предыдущей редакции статьи 13.1 закона о банках коммерческие нелицензированные организации (то есть не банки, а, например, магазины) могли без лицензии осуществлять банковские операции по принятию от физических лиц наличных денежных средств в качестве платы за услуги электросвязи, жилое помещение и коммунальные услуги. Причем до 1 января 2010 года закон предусматривал такую возможность исключительно в отношении перечисленного выше закрытого перечня услуг (необходимо отметить, что в нем не были названы пожертвования, равно как и подписка на журналы, оплата авиабилетов, кредитов, денежные переводы и иные варианты, так активно предлагаемые платежными терминалами). В законе о противодействии финансированию терроризма⁹ перечень по сути банковских операций, осуществляемых нелицензированными организациями без идентификации плательщика (а именно это и происходит при оплате чего-либо через платежный терминал или кассу магазина), хотя и несколько шире, чем в законе о банках, но также не включал и не включает пожертвования.

В новой редакции ст. 13.1 закона о банках, а также в специальном законе о платежных агентах сложившаяся практика оплаты различного рода товаров и услуг через посредников была узаконена, но в перечень допустимых для оказания нелицензированными организациями банковских операций с наличными средствами *пожертвования* опять не вошли.

В 2009 году еще до вступления новых законов в силу Комиссия Общественной палаты РФ по развитию благо-

⁶ Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (ст. 31–31.3).

⁷ Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности».

⁸ Федеральный Закон от 03.06.2009 № 103-ФЗ «О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными агентами».

⁹ Федеральный закон от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

творительности и совершенствованию законодательства об НКО подготовила предложения по изменению законов о банках и о платежных агентах. Поправки были направлены в Государственную Думу Российской Федерации, оттуда – в Минфин России и Росфинмониторинг. Из профильных ведомств пришли неоднозначные ответы. С одной стороны, упомянутые новые законы разрабатывались с учетом обязательных для России рекомендаций FATF¹⁰. А в соответствии с этими рекомендациями сбор пожертвований через посредников, не обеспечивающих достоверную идентификацию плательщика и благополучателя (например, платежные терминалы), является операцией повышенного риска, а следовательно, такая схема может использоваться для финансирования терроризма и отмывания преступных доходов. С другой стороны, в профильных ведомствах полагают, что в будущем часть ограничений можно снять, если будут разработаны механизмы контроля за жертвователем и благополучателем.

Страховые взносы во внебюджетные фонды

В свете реализации и широкой государственной пропаганды Концепции особенно абсурдна ситуация со ставками страховых взносов для НКО во внебюджетные фонды (ПФР, ФСС, ОМС). Еще летом 2009 года был принят закон¹¹, вводящий с 1 января 2011 года новые ставки, совокупный размер которых должен был составить 34% от фонда оплаты труда для всех НКО без исключений, независимо от вида налогового режима. В связи с этим в конце 2010 года силы третьего сектора были брошены на введение льготы для НКО. В результате чего на НКО, применяющие упрощенную систему налогообложения (УСН), были распространены пониженные тарифы переходного периода (2011–2019 годы). Так, в 2011–2012 годах совокупный тариф составит 24% вместо 34%. Однако не все НКО с УСН могут воспользоваться названной льготой, а только те, которые отвечают следующим условиям:

- основным видом экономической деятельности НКО (в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности) являются научные исследования и разработки; образование; здравоохранение и предоставление социальных услуг; деятельность спортивных объектов; прочая деятельность в области спорта; деятельность библиотек, архивов, учреждений клубного типа; деятельность музеев и охрана исторических мест и зданий; деятельность ботанических садов, зоопарков и заповедников;
- доля доходов от реализации продукции и (или) оказанных услуг по основному виду деятельности составляет не менее 70% в общем объеме доходов.

Если учитывать, что большинство НКО (не имеются в виду государственные и муниципальные учреждения) в рамках основного вида экономической деятельности не получают доход от реализации вообще или в указанном размере, то становится понятной неприменимость названной льготы.

Излишне говорить, что преимущественное большинство НКО в России, чудом уцелевших в период финансового кризиса, с трудом выдерживают такую нагрузку. Новые тарифы стали большим и жирным крестом на результатах многолетней борьбы государства с серыми зарплатами и уклонением работодателей от уплаты ЕСН и пенсионных взносов.

Защита персональных данных

1 июля 2011 года истек срок, установленный законодательством¹² для приведения всеми операторами персональных данных, и в частности НКО, своих информационных систем в соответствие с законодательными требованиями.

Прежде всего, закон о персональных данных накладывает на всех операторов трудновыполнимые и чрезвычайно затратные требования по обеспечению безопасности персональных данных. Так, НКО при обработке персональных данных своих штатных и внештатных сотрудников и благополучателей обязаны принимать необходимые организационные и технические меры для защиты сведений от неправомерного или случайного доступа к ним, уничтожения, изменения, блокирования, копирования, распространения персональных данных, а также от иных неправомерных действий, в частности, разработать и принять более десятка внутренних документов (положение об обработке персональных данных, приказы о назначении ответственных лиц, модель угроз и т.п.). Требования к обеспечению безопасности персональных данных при их обработке устанавливает Правительство РФ¹³.

Остается неразрешенной проблема расширения списка иностранных и международных грантодающих организаций, гранты которых не облагаются налогом на прибыль.

Достаточность принятых мер оценивается при проведении проверок ФСТЭК¹⁴ или ФСБ России, которые в свою очередь разрабатывают методы и способы защиты информации. Это означает, что НКО вынуждена использовать только те средства защиты информации, которые имеют сертификаты ФСТЭК или ФСБ России.

¹⁰ Международная организация по борьбе с легализацией доходов, полученных преступным путем, и финансированием терроризма (<http://www.fatf-gafi.org>).

¹¹ Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования».

¹² Федеральным законом от 27.07.06 № 152-ФЗ «О персональных данных».

¹³ Постановление Правительства РФ от 17.11.07 № 781 «Об утверждении Положения об обеспечении безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных».

¹⁴ Федеральная служба по техническому и экспортному контролю Российской Федерации.

Поэтому, чтобы выполнить в полной мере требования закона в части обеспечения безопасности персональных данных, НКО приходится за соответствующую плату обращаться к организациям, специализирующимся на защите информации, имеющим необходимые лицензии ФСТЭК и ФСБ, и закупать у них же сертифицированные средства защиты информации.

14 июня 2011 года Госдума во втором чтении приняла поправки¹⁵ к рассматриваемому закону, однако они едва ли существенно облегчат жизнь благотворительных и иных некоммерческих организаций.

Целевой капитал VS благотворительность

Противоречие внутренних положений закона о благотворительности, связанное с формированием и использованием целевого капитала, было рассмотрено выше в подразделе «Благотворительность и добровольчество».

Отсутствие порядка изменения перечней иностранных и международных грантодающих организаций (утверждаемых Правительством РФ), гранты которых не облагаются налогом на прибыль и НДС (см. в подразделе «Налоговые льготы для благополучателей»).

Тенденции и выводы

За последние годы в России наметились положительные тенденции в изменении правовых условий для благотворительной и некоммерческой деятельности в целом. Об этом в первую очередь свидетельствует одобрение Правительством РФ Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации и принятие в ее исполнение ряда важнейших поправок в НК РФ, законы о благотворительности и рекламе.

Однако нерешенные вопросы и существующие законодательные барьеры, а также ряд законопроектов репрессивного характера (в частности, предусматривающие недопустимость уведомления НКО в случае внеплановых проверок Минюстом России¹⁶) указывают на отсутствие системного подхода к формированию и изменению правовой среды для благотворительной деятельности.

Одной из причин отсутствия у власти системного подхода является правильная по сути, но, увы, не по развитию тенденция гармонизации и унификации законодательного регулирования деятельности юридических лиц (коммерческих и некоммерческих организаций), устранение казуистических норм.

Результатами таких изменений становятся законопроекты и нормативные акты, которые устанавливают единые для всех организаций требования – без учета специфики деятельности НКО и того, что к юридическим лицам относятся не только коммерческие организации. Так было и есть с введением новых тарифов страховых взносов или проектами изменения Гражданского кодекса РФ, один из которых предусмотрел

введение для НКО аналога уставного капитала размером 500 тыс. рублей.

Но не только противоречивость законодательства, регулирующего деятельность НКО, влияет на правовые условия для благотворительности в России. Основной проблемой есть и будет произвольная практика правоприменения законодательства регистрирующими, контролирующими, надзирающими и распределяющими государственными и муниципальными органами, а также судами. Как показывает практика, любой, даже идеальный с правовой точки зрения, закон не устоит перед субъективным толкованием чиновника.

Обзор результатов исследований российской филантропии 2010–2011 годов

*Елена Петренко, директор по исследованиям
Фонда «Общественное мнение»*

Обзор посвящен результатам исследований благотворительности с сентября 2010 по август 2011 года, находящимся в открытом доступе.

Заказчиками исследований являлись такие НКО, как Агентство социальной информации, Некоммерческое партнерство грантодающих организаций «Форум Доноров», благотворительный фонд САФ Россия. Следует упомянуть и аудиторско-консалтинговую компанию PricewaterhouseCoopers, которая регулярно финансирует исследования, посвященные корпоративной благотворительности в России. Как и в прошлые годы, НИУ-ВШЭ продолжает финансирование фундаментальных исследований по рассматриваемой тематике.

Желание участвовать в благотворительной или общественно полезной деятельности, по данным ФОМ, декларирует каждый второй респондент (55%). Реально же, судя по результатам опроса Фонда «Общественное мнение», благотворительностью за последний год занимались 47% респондентов.

Исследования по заказам этих организаций выполняли такие исследовательские компании, как ФОМ, ЦИРКОН, Ромир, ВЦИОМ, Социологическая служба «Среда», Служба исследований HeadHunter, InResearch, Центр корпоративной социальной ответственности им. ПрайвотерхаусКуперс Высшей школы менеджмента СПбГУ. Следует упомянуть и регио-

¹⁵ Проект Федерального закона № 282499-5 «О внесении изменений в Федеральный закон «О персональных данных».

¹⁶ Проект федерального закона № 589405-5 «О внесении изменений в статью 32 Федерального закона «О некоммерческих организациях» (в части уточнения порядка осуществления федерального государственного надзора за деятельностью некоммерческих организаций).

нальные центры, которые чаще всего выступали как региональные субподрядчики столичных компаний. ФОМ по собственной инициативе в 2010–2011 годах регулярно включал блоки вопросов, касающиеся добровольчества и благотворительности, во всероссийские ФОМнибусы.

На сегодняшний день по тематике добровольчества и благотворительности опубликованы результаты нескольких крупномасштабных опросов Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ-ВШЭ, проведенных совместно с Фондом «Общественное мнение»¹⁷.

По данным ФОМ, летом 2011 года наиболее популярные виды благотворительной деятельности – это помощь вещами (23%), деньгами и участие в благотворительных акциях (по 17%), оказание помощи на дому или физической помощи (16%).

Для начала обратим внимание на одну из особенностей последних лет, которая связана с заметным ростом гражданской активности россиян. Вот далеко не полный перечень возникших инициатив: движение по защите архитектурных и исторических памятников (Кадаши), акции защитников Химкинского леса, «Синие ведерки» и т.д. Однако, согласно исследованию САФ Россия, проведенному в сентябре 2010 года, Россия занимает далеко не почетное 138-е место среди 153 стран в мировом рейтинге благотворительности¹⁸ со следующими показателями: 6% населения совершали за истекший месяц благотворительные пожертвования, 20% работали волонтерами, 29% помогали нуждающимся людям. Данные, полученные в других исследованиях этого года, рисуют более привлекательную картину.

Индивидуальная благотворительная деятельность

Изучением вовлеченности населения в благотворительную и добровольческую деятельность занималась Исследовательская группа ЦИРКОН в июле 2010 года по заказу Агентства социальной информации. В пяти городах (Москва, Барнаул, Калининград, Краснодар, Нижний Новгород) были проведены массовые опросы (500–600 человек в каждом городе) и дискуссионные фокус-группы с действующими и потенциальными участниками благотворительной деятельности. Выяснилось, что каждый второй респондент (49%) слышал что-либо о благотворительных и общественных организациях в своем городе (в 2008 году таких было всего 30%).

Желание участвовать в благотворительной или общественно полезной деятельности, по данным ФОМ, декларирует каждый второй респондент (55%). Реально же, судя по результатам опроса Фонда «Общественное мнение», проведенного 15 мая 2011 года, благотворительностью за последний год занимались 47% респондентов¹⁹.

Судя по результатам июльского опроса ФОМ, в современном российском социуме сложилось парадоксальное представление и о благотворительности, и о благотворителях. С одной стороны, 61% респондентов утверждают, что в их окружении нет никого, кто бы занимался благотворительностью, и в два раза меньше (27%) считают, что в их ближнем круге благотворители есть. А с другой – без малого половина россиян (47%) признаются, что занимались теми или иными видами благотворительности.

Согласно онлайн-исследованию InResearch, проведенному в сентябре 2010 года, 47,1% респондентов не знают ни одной благотворительной организации в своем городе, и только 36,7% респондентов занимались благотворительностью за последний год²⁰.

Что касается форм добровольческой активности, то по результатам опроса ВЦИОМ наиболее популярной добровольческой деятельностью является озеленение (18%), уборка территорий (16%), помощь бездомным животным и заповедникам (10%) (данные июня 2011 года)²¹.

Согласно исследованию InResearch, россияне подавали нищим на улице (24,3%), отдавали одежду (13,3%) или другие вещи (6,9%) благотворительным организациям. Денежные пожертвования благотворительным организациям в прошедшем году делали только 10,1% россиян.

Отвечая на вопрос о том, какую цель преследует их компания, занимаясь благотворительной деятельностью, большая часть (49%) представителей компаний ответили «помогать людям, обществу».

По данным ФОМ, летом 2011 года наиболее популярные виды благотворительной деятельности – это помощь вещами (23%), деньгами и участие в благотворительных акциях (по 17%), оказание помощи на дому или физической помощи (16%).

Денежным пожертвованиям россиян посвящена и статья И.В. Мерсияновой, подготовленная по результатам

¹⁷ Мерсиянова И. В., Якобсон Л. И. Потенциал и пути развития филантропии в России / Гос. ун-т – Высшая школа экономики: <http://grans.hse.ru/monograph>

¹⁸ Россия заняла 138-е место в мировом рейтинге благотворительности. – САФ Россия.: http://www.dp.ru/a/2010/09/22/Rossija_zanjala_138e_mesto

¹⁹ Солидарность. Опрос населения «ФОМнибус» // Фонд «Общественное мнение»: <http://bd.fom.ru/pdf/d20s11.pdf>

²⁰ Благотворительность // Онлайн маркетинговые исследования InResearch: <http://inrs.ru/news/39-1>

²¹ Добровольчество в России: потенциал участия молодежи // ВЦИОМ: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=111713>

исследования Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ-ВШЭ и Фонда «Общественное мнение»²². Размеры пожертвований варьируются следующим образом: пятая часть ответивших потратила на пожертвования до 100 руб., четверть – от 100 руб. до 1000 руб. и шестая часть респондентов пожертвовала свыше 1000 руб.

По данным Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ-ВШЭ, общий объем денежных пожертвований частных лиц (речь идет о массовой филантропии, пожертвования крупных доноров не учитываются) составил примерно 28 млрд руб. в 2009 году, 25 млрд руб. в 2008-м, 24 млрд руб. в 2007-м и 23 млрд руб. в 2006 году²³.

Исследования касаются не только уровня вовлеченности и форм участия в благотворительной деятельности, но и факторов, оказывающих на нее влияние. Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ-ВШЭ и Фонд «Общественное мнение» анализировали такие детерминанты добровольческой деятельности: пол, возраст, уровень образования, тип населенного пункта²⁴.

Те компании (55%), которые не вовлечены в благотворительную деятельность, считают, что корпоративная благотворительность осуществляется лишь для того, чтобы создать благоприятный имидж компании.

Значимой разницы между уровнем вовлеченности мужчин и женщин в добровольческую деятельность не обнаружено. Что касается возрастных особенностей, то здесь можно отметить, что наиболее часто в добровольческой деятельности участвуют люди среднего возраста: среди респондентов в возрасте 31–45 лет таких 37%, а в старшей возрастной группе (от 61 года) – только 24%. Судя по всему, чем старше человек, тем сложнее становится система его социальных ролей, вместе с тем возникают и новые ограничения на участие в добровольческой деятельности.

Меценатство, корпоративная благотворительность

Еще одной формой благотворительной деятельности, помимо индивидуальной, является меценатство, под которым, как и в XIX веке, исследователи понимают участие в благотворительности крупных бизнесменов (меценатов). Этому явлению был посвящен опрос исследовательского холдинга «Ромир», проведенный в марте 2011 года²⁵.

По мнению 43% респондентов, меценат – это успешный бизнесмен, считающий благотворительность хорошим средством улучшить имидж компании. С точки зрения 35% опрошенных, меценатом может быть любой бизнесмен, было бы желание, и только 18% считают мецената человеком высоких моральных принципов. На вопрос о том, какими качествами должен обладать меценат, большая часть респондентов (82%) ответили, что это, прежде всего, милосердие, доброта, ответственность перед обществом. И только 12% опрошенных отметили, что личные качества не важны, «*лишь бы деньги давал*».

Хотя благотворительная деятельность – это помощь нуждающимся и повышение качества жизни, она одновременно способствует созданию благоприятного социального климата в регионе, а также повышает уровень доверия и лояльности жителей к компании.

По данным «Ромир», 64% убеждены, что развитию меценатства мешает уверенность в том, что средства будут использованы не по назначению. Еще 62% подозревают бизнесменов в нежелании тратиться на социальные нужды. Часть россиян (29%) уверены, что развитие меценатства тормозится несовершенством законов²⁶.

Вовлеченности и мотивам благотворительной деятельности посвящен онлайн-опрос Службы исследований HeadHunter (18–25 мая 2011 года). Среди всех компаний, участвовавших в опросе, 57% занимаются благотворительностью; 12% не занимаются, но собираются заняться; а 31% не занимаются и не собираются заниматься. Отвечая на вопрос о том, какую цель преследует их компания, занимаясь благотворительной деятельностью, большая часть (49%) представителей компаний ответили «*помогать людям, обществу*». Основные программы, которые реализуются компаниями в рамках благотворительной деятельности, – это помощь социально незащищенным категориям населения (76%) и социальные программы для населения (35%). Каждая седьмая компания оказывает поддержку в улучшении инфраструктуры города²⁷. Однако те компании (55%), которые не вовлечены в благотворительную деятельность, считают, что корпоративная благотворительность осуществляется лишь для того, чтобы создать благоприятный имидж компании.

²² Мерсиянова И.В. Участие россиян в денежных пожертвованиях: факторы и уровень вовлеченности // Экономическая социология. Т. 11. № 5. Ноябрь, 2010.

²³ Там же.

²⁴ Мерсиянова И.В. Факторы вовлеченности россиян в добровольческую деятельность // Гражданское общество в России и за рубежом. – 2011. – № 2: http://www.hse.ru/data/2011/06/13/1212885693/GO-2_2011%20Мерсиянова.pdf

²⁵ Меценатство или благотворительность? // Исследовательский холдинг «Ромир», онлайн-Омнибус: http://www.romir.ru/news/res_results/767.html; Данные получены в ходе онлайн-опроса населения в марте 2011 года. В онлайн-Омнибусе «Ромир» приняли участие 1,5 тыс. респондентов из семи федеральных округов в возрасте от 18 лет и старше. Выборка репрезентирует взрослое население России.

²⁶ Там же.

²⁷ Благотворительность и бизнес // Служба исследований HeadHunter: <http://hh.ru/article.xml?articleId=2182>

Аналитическое исследование корпоративной благотворительности компаний в России, проведенное Центром корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвогтерхаусКуперс в мае 2011 года, также фиксирует получение конкурентного преимущества как одну из побудительных причин благотворительной деятельности²⁸. Иными словами, благотворительность оказывается частью стратегии развития компании.

Исследование также показало, что основными направлениями корпоративной благотворительности являются образование и просвещение (более 80%), социальная работа и социальная защита (76%), помощь и развитие местных сообществ (72%)²⁹. Основной же формой корпоративной благотворительности являются денежные выплаты и пожертвования сотрудников, и только затем следуют натуральные пожертвования и оказание услуг.

Главной причиной неучастия компаний в благотворительной деятельности является отсутствие средств (70%), а 10% отметили отсутствие инициатора в организации, который занимался бы организацией этой деятельности. И только 15% компаний не видят смысла в самой благотворительности.

Исследование САФ Россия было посвящено благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли в России (полевые работы были проведены в августе 2010 года)³⁰. Стоит отметить, что благотворительные программы компаний этой отрасли отличаются некоторой консервативностью и имеют свои специфические особенности и предпочтения. «Газпром» много внимания уделяет спорту и поддерживает различные связанные с ним международные и российские мероприятия. ТНК-ВР поддерживает благотворительный фонд содействия реализации социальных программ Министерства обороны «Защита». «Роснефть» значительную часть денег выделяет на поддержку и развитие образования и науки.

«Фактически благотворительная и филантропическая активность компаний нефтегазового сектора ориентируется в основном на сферу GR, то есть на сферу отношений компании и государственной власти различного уровня»³¹. Финансово участвуя в работе фондов, «одобренных» федеральными и региональными властями, компании демонстрируют и социальную ответственность, и лояльность государству, обеспечивая тем самым благоприятные и устойчивые отношения.

Стоит отметить и непрозрачность процедур отбора и финансирования благополучателей, а также отсутствие критериев оценки эффективности благотворительных программ.

Исследования корпоративной благотворительности в рассматриваемом году проводились и на региональном уровне. В качестве примера можно назвать исследование аналитического центра «Эксперт-Урал» совместно с PricewaterhouseCoopers и САФ Россия, проведенное в апреле – мае этого 2011 года. Данное исследование было сфокусировано на целях участия корпораций в благотворительной деятельности. И хотя благотворительная деятельность – это помощь нуждающимся и повышение качества жизни, она одновременно способствует созданию благоприятного социального климата в регионе, а также повышает уровень доверия и лояльности жителей к компании.

Подавляющее большинство компаний придерживаются политики постоянной поддержки однажды определенных благополучателей.

Самая распространенная форма управления благотворительной деятельностью – это организация специального подразделения, либо введение в штат уполномоченного сотрудника. «Только треть компаний в совокупности управляют благотворительной деятельностью через корпоративный фонд и передачу администрирования в некоммерческие организации (НО)»³². Невелика и доля компаний (20%), выбирающих адресатов помощи с помощью некоммерческих организаций. Подавляющее большинство компаний придерживается политики постоянной поддержки однажды определенных благополучателей.

Если говорить об объемах средств, выделенных на благотворительность, в зависимости от отраслевой принадлежности компании, то выделяются предприятия добывающей промышленности – их вклад в общей сумме расходов на благотворительность составляет до 31%. А среди регионов аналогичным образом выделяются предприятия Тюменской области и Башкортостана.

Другой сферой, также направленной на решение социальных проблем, является социальное предпринимательство. Как показало исследование, проведенное Исследовательской группой ЦИРКОН в июне 2011 года³³, большинство респондентов (68%) не знают, что такое социальное предпринимательство, и только 4% уверенно заявили о своей информированности.

²⁸ Аналитическое исследование корпоративной благотворительности компаний в России // Центр корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвогтерхаусКуперс, ВШМ, СПбГУ: http://www.gsom.spbu.ru/all_news/2011_05_17_corporate_philanthropy/

²⁹ Аналитическое исследование корпоративной благотворительности компаний в России // Центр корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвогтерхаусКуперс, ВШМ, СПбГУ: http://www.gsom.spbu.ru/all_news/2011_05_17_corporate_philanthropy/

³⁰ Особенности благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли // САФ Россия: http://www.cafrussia.ru/files/blocks/blagotvoritelnost_neftegaza.pdf

³¹ Особенности благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли // САФ Россия. Стр. 3: http://www.cafrussia.ru/files/blocks/blagotvoritelnost_neftegaza.pdf

³² И себе, и людям // Аналитический центр «Эксперт-Урал» совместно с PWC и САФ Россия: <http://www.expert-ural.com/1-493-9977/>

³³ Россияне по-прежнему не знают, что такое социальное предпринимательство // Исследовательская группа ЦИРКОН. Всероссийский омнибус «Кварта»: http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/4/Socialnoe_predprinimatelstvo_PR_13-07-11.pdf

Благотворительные фонды, фонды местных сообществ

Благотворительные фонды, которые являются основными заказчиками исследований благотворительной и добровольческой деятельности, сами также иногда выступают и объектом изучения.

Называя функции ФМС, большая часть респондентов отметила, что это, во-первых, грантодающая организация, действующая на определенной территории. Во-вторых, это ресурсный центр для НКО. И, в-третьих, ФМС часто выполняет функции агентства развития.

Согласно исследованию ФОМ, проведенному 23–24 июля 2011 года, россияне знают или слышали о Фонде «Подари жизнь» Чулпан Хаматовой, о благотворительности различных творческих деятелей и крупных компаний (Альфа-Банк, Макдоналдс и т.д.). При этом 44% респондентов считают, что компании и известные люди занимаются благотворительностью, чтобы *завоевать популярность и прорекламировать себя*.

Более системными структурами по сравнению с благотворительными фондами являются фонды местных сообществ, работающие на конкретной территории и аккумулирующие средства, полученные от предпринимателей, частных жертвователей, административных и финансовых ресурсов муниципалитетов. Фондам местных сообществ посвящено исследование Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ-ВШЭ, в процессе которого было опрошено 28 руководителей таких фондов и представителей власти³⁴. Называя функции фондов местных сообществ, большая часть респондентов отметила, что это, во-первых, грантодающая организация, действующая на определенной территории. Во-вторых, это ресурсный центр для НКО. И, в-третьих, ФМС часто выполняет функции агентства развития. Кроме того, ФМС также реализует и собственные программы.

Существуют две модели распределения средств ФМС. В первой модели основной статьей расходов является выделение грантов (в некоторых случаях на это «уходит» 95% бюджета). Так работают в основном небольшие фонды, ориентированные на организацию курсов. Вторая модель более характерна для крупных развитых фондов, которые стремятся к диверсификации реализуемых программ и проектов. На гранты здесь отводится менее половины всего бюджета.

Количество грантополучателей во многом зависит от типа реципиентов: государственные, негосударственные либо муниципальные некоммерческие организации, частные лица. «Средний размер гранта достаточно унифицирован по всем регионам и составляет

30 000 руб. Размер мини-гранта приравнивается к 5000 или 10 000 руб. В случае выделения целевого финансирования от донора под конкретный проект размер гранта может достигать 300 000 руб. и более»³⁵.

Комплексному анализу всего разнообразия благотворительной деятельности, начиная от индивидуальной деятельности и заканчивая фондами местных сообществ, посвящена изданная в 2010 году монография под редакцией И.В. Мерсияновой и Л.И. Якобсона «Потенциал и пути развития филантропии в России», в которой использованы данные, полученные совместно с Фондом «Общественное мнение».

Что показали исследования

Подводя итоги, можно отметить, что с сентября 2010 по август 2011 года было проведено достаточно много исследований, посвященных благотворительной деятельности, которые были нацелены на изучение акторов и сфер филантропии, что само по себе является индикатором развития институтов такого рода в нашей стране.

Благотворительная деятельность в оказании поддержки незащищенным слоям населения, в развитии спорта, защите окружающей среды, профилактике различных заболеваний **создает благоприятную среду для функционирования малого бизнеса**. При этом не так уж и существенно, чем благотворители руководствуются – состраданием, альтруизмом, осознанием личной ответственности – или стремлением создать комфортную среду обитания для своей семьи, своих сотрудников, неким расчетом на благосклонность власть предержащих. Важно то, что именно **отношения дарения (благотворительности) создают благоприятную среду для ведения и развития бизнеса**.

Согласно исследованию ФОМ, проведенному 23–24 июля 2011 года, россияне знают или слышали о Фонде «Подари жизнь» Чулпан Хаматовой, о благотворительности различных творческих деятелей и крупных компаний (Альфа-Банк, Макдоналдс и т.д.). При этом 44% респондентов считают, что компании и известные люди занимаются благотворительностью, чтобы завоевать популярность и прорекламировать себя.

Обратим внимание, что сегодня в российском социуме **не существует четко сформированного представления о социальном предпринимательстве**: одни олицетворяют социальное предпринимательство с благотворительной деятельностью, другие определяют это явление как социально ответственный бизнес, третьи считают, что такой предприниматель занимается предоставлением социальных услуг на коммерческой основе. Лишь небольшая часть россиян понимает под социальным предпринимательством вставших на ком-

³⁴ Мерсиянова И.В., Солодова И.И. Фонды местных сообществ как технология решения социальных проблем на местном уровне // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2010. – № 1 // Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ-ВШЭ: <http://www.hse.ru/data/2011/03/28/1211767898/Мерсиянова%20160-179.pdf>

³⁵ Там же.

мерческие рельсы благотворительные организации либо представителей бизнеса, чья цель – постоянное решение проблем социально незащищенных категорий граждан. Отношение же к таким организациям в целом положительное или нейтральное, и только малая часть респондентов считает, что социальное предпринимательство – это «афера, направленная на то, чтобы нажиться на людях».

Разной и даже противоречивость результатов массовых опросов свидетельствуют о том, что **в современном российском обществе не сложился (или, вернее, оказался забытым) язык адекватного описания филантропической деятельности. Меценатство, попечительство остались в словаре XIX века.** Сегодня в российских СМИ практически отсутствуют (за исключением упоминаний о тех или иных протестных акциях) информация, социальная реклама и сюжеты о **незаорганизованных властями гражданских действиях вообще и благотворительности в частности.** (Если, конечно, не считать такой рекламой призывы коллективно «пойти за пивом»).

Результаты проведенных за истекший год исследований благотворительности убедительно свидетельствуют, что для понимания механизмов и моделей филантропии в нынешней России необходимо принимать во внимание такие факторы, как качество жизни населения в целом, структура общества и его институциональная среда. Однако изучению влияния этих факторов внимания в исследованиях 2010–2011 годов практически не уделялось, следствием чего явилась неконструктивность, описательность значительной части полученных результатов.

«Технические условия» для благотворительного сектора

Дмитрий Даушев, координатор программы «Сторонники WWF России»

Часто приходится слышать, что уровень готовности жителей России к благотворительности крайне низок. Если речь идет именно о финансовой поддержке благотворительных организаций, то с этим трудно спорить. Но даже если допустить, что наши сограждане все как один только и ждут обращения за помощью от фондов и даже отложили небольшую часть зарплаты на это, все равно радоваться рано. Ведь существуют еще объективные, назовем их «технические», условия, без соблюдения которых никакие намерения граждан не будут реализованы.

При всей стремительности развития Интернета коммуникация офлайн по-прежнему имеет большое значение. К примеру, откликов на письма, отправленные фондом обычной почтой, в разы больше, чем на электронные.

В первую очередь это механизмы персональной коммуникации с донорами (как достучаться до них и как потом поддерживать отношения) и механизмы платежа (как обеспечить собственно перевод пожертвования).

Несколько важных тезисов, которые нужно учитывать, читая статью.

1. В статье почти не затрагиваются маркетинговые аспекты, речь идет в основном о технологических и отчасти – юридических.
2. Основной контекст, в котором написана статья, – привлечение поддержки от частных доноров. В первую очередь это финансовая поддержка, в меньшей степени – помощь «голосами» (влияние на принятие решений путем подписания петиций, обращений и т.п.).
3. Автор – не юрист, а потому утверждения относительно юридических особенностей в основном дают лишь поверхностное представление о проблемах и нуждаются в детализации юристами.
4. Основная целевая аудитория (потенциальные доноры) для НКО – это так называемый средний класс. В России он представлен пока очень слабо, если смотреть объективные критерии его выделения (уровень достатка), но при этом значительно большее количество людей причисляют себя к среднему классу. Они-то и являются нашими потенциальными донорами. Именно такие люди имеются в виду прежде всего, когда описываются способы коммуникации или платежные инструменты.
5. Объем статьи не позволяет рассмотреть все детали, а потому некоторые особенности российского благотворительного рынка описаны лишь тезисно.

Коммуникации с донорами состоявшимися и потенциальными

Огромный объем массовой обезличенной рекламы давно приучил людей не замечать ее. Поэтому в современном мире все большее значение имеют персональные коммуникации: личное общение, электронная и почтовая переписка, таргетинг и контекст в случае Интернета и пр. Какие же возможности и препятствия есть в этой области для благотворительных организаций в России?

С одной стороны, все большее значение приобретают электронные способы общения. Это означает, что для большинства наших потенциальных доноров справедливо следующее:

- у донора имеется собственный адрес электронной почты (нередко более чем один, в том числе есть и личный, и рабочий);
- для уточнения любой информации донор скорее воспользуется поисковой системой в Интернете, чем другими способами;
- отсутствие у фонда собственного структурированного сайта, соответствующего требованиям Web 2.0, равносильно отсутствию этого фонда для большинства доноров.

Абсолютное большинство НКО, в том числе фондов, понимают это и создают свои сайты. Более того, боль-

шинство благотворительных организаций даже покупают для этого домены – таким образом, сайты, например, на parod.ru практически ушли в прошлое. Пока большая часть таких сайтов лишь рассказывает о работе организации и не более того. В то же время стремительно растет число организаций, понимающих, что у сайтов есть и задачи привлечения поддержки и влияния на поведение людей. Некоторые фонды заказывают разработку сайта специализированным агентствам, однако основная часть сайтов делается силами сотрудников или волонтеров на базе популярных CMS типа Joomla.

В России нет особых условий для отправки корреспонденции благотворительных организаций, которые существуют во многих странах.

Важным элементом выстраивания коммуникации является база данных доноров. И вот тут появляются сложности. Все известные мне крупные НКО, работающие с частными донорами, создают свои собственные базы данных. Я лично не знаю такие программные решения, которые можно было бы сразу взять и начать использовать для работы с донорами благотворительных организаций. Однако перспективы есть. Некоторые компании начинают работу над адаптацией своих CRM-систем под нужды НКО. Так, в этом направлении начала работу 1С (на базе «1С: Предприятие»), а также Microsoft (на базе Microsoft Dynamics). Будем надеяться, что в ближайшем будущем на рынке появятся готовые оболочки баз данных для НКО. Тогда такой софт можно будет просто приобрести.

Следующий элемент – так называемые программы-мейлеры. Современный человек все больше привыкает к тому, что электронное письмо красиво оформлено, содержит картинки, мультимедийный контент, персональное обращение, и благотворительные фонды, где связи с общественностью хорошо развиты, стремятся не обманывать его ожиданий.

С другой стороны, при всей стремительности развития Интернета коммуникация офлайн по-прежнему имеет большое значение. К примеру, откликов на письма, отправленные фондом обычной почтой, в разы больше, чем на электронные. Это и не удивительно. Нередко человек принимает эмоциональное решение о пожертвовании именно в момент чтения письма. Однако реализовать это решение (заплатить в Сбербанке или через платежный терминал) он сможет только позже. Электронное письмо забывается, а бумажное еще долго будет служить напоминанием. А потому придется сказать несколько, увы, нелестных слов о Почте России...

Почта России была и остается монополистом по доставке почтовой корреспонденции по стране. Конечно, существуют курьерские службы, но они несравнимо дороже. Существует также огромное количество агентств, но все они – лишь надстройки над Почтой России, использующие ее ресурсы и старающиеся предоставить

клиентам более качественный сервис, чем сама Почта. Что же не так с почтой? Во-первых, цена. Цены довольно высокие и постоянно растут. Почтовый тариф за последние 10 лет вырос в 5–7 раз. Сегодня при средней цене почтового отправления в 18–20 рублей 14–15 из них будет составлять почтовый тариф, а остальное – цена конверта, буклета, письма, упаковки и пр. Следующий момент: до 10% (а порой и больше) простой корреспонденции просто не доходит до адресата, создавая риски потери доноров для фондов. В России нет особых условий для отправки корреспонденции благотворительных организаций, которые существуют во многих странах. Оставляет желать лучшего и качество работы сотрудников почтовых отделений. Нередко приходится специально прилагать усилия, чтобы подружиться с начальником отделения, – только ради того, чтобы сотрудники качественно выполняли свою работу.

И еще одно очень важное отличие российского благотворительного рынка от европейских или американского. У нас в стране практически невозможно отдать часть фандрайзинговых работ на так называемый аутсорсинг – то есть поручить выполнение этой работы специализированному агентству. Потому что таких агентств просто нет. Конечно, есть компании, специализирующиеся на коммерческих продуктах, но они пока не понимают специфики работы НКО. Уже появились первые фандрайзинговые агентства. Но они пока очень слабые, и уровень их квалификации нередко ниже, чем у фандрайзеров внутри самих НКО.

Платежные механизмы

Ниже я постараюсь перечислить и кратко проанализировать основные платежные механизмы, доступные российским гражданам и НКО сегодня, а также попробую заглянуть в завтрашний день.

И еще одно очень важное отличие российского благотворительного рынка от европейских или американского. У нас в стране практически невозможно отдать часть фандрайзинговых работ на так называемый аутсорсинг – то есть поручить выполнение этой работы специализированному агентству.

Но прежде чем начать подробно разбирать отдельные механизмы, хочу сделать еще несколько комментариев.

1. Большинство методов тесно связаны друг с другом, и порой трудно провести грань между ними. Например, можно сформировать платеж через РВК Мoney, но реальные деньги внести через терминал по приему наличных. Или пройти всю процедуру платежа на сайте, а в конце распечатать квитанцию и отправиться с ней в Сбербанк.
2. Очень важно понимать, что несмотря на то что методов платежа существует уже много, далеко не все они популярны. Так, платеж кредитной картой – это очень удобно, но доступно пока довольно небольшой аудитории. А вот терминалы по приему наличных уже прочно вошли в нашу жизнь.

3. У всех безналичных платежей есть большое преимущество перед платежом наличными. Психологически гораздо проще расстаться с деньгами, если их не видишь. Очень легко снять 1000 рублей со счета, «прокатать» банковскую карточку, и гораздо сложнее отдать ту же тысячу наличными.
4. Практически все описанные ниже механизмы уже используются различными благотворительными организациями. Наиболее яркие примеры – сайты WWF, Гринпис, Фонда «Подари жизнь».
5. Все, что описано ниже, актуально на момент написания этой статьи. Однако ситуация на рынке платежных механизмов меняется очень быстро. Так, 29 сентября 2011 года вступил в силу закон «О национальной платежной системе», из-за которого были перезаключены десятки тысяч договоров между различными поставщиками услуг и агентами по приему платежей.

Как это ни удивительно, но основным способом перевода пожертвований по-прежнему остается Сбербанк. Люди приходят в отделение, стоят в очереди, заполняют квитанцию, протягивают наличные операционисту. Большинство людей ненавидит этот способ платежей, но десятилетиями выработанная привычка меняется крайне медленно. Поэтому при всей любви к современным системам приема платежей пока благотворительные фонды по-прежнему дают людям в руки бумажную форму ПД-4, ибо это работает.

К традиционным («старым») способам можно отнести еще оформление длительного поручения вкладчика. В этом случае донор в своем банке пишет заявление (например, по форме 190 для Сбербанка), на основании которого с его счета будут регулярно делаться перечисления на указанные реквизиты. Это не очень привычно людям, но зато очень удобно фондам. Несколько сотен доноров, оформивших длительные поручения, могут обеспечить гарантированное финансирование ряда программ на несколько лет вперед.

Есть еще почтовый перевод, но этот способ крайне редко используется для пожертвований.

А теперь разберем основные современные методы перевода пожертвований, сравним их достоинства и недостатки. В этой статье приведен краткий обзор, подробнее о платежных системах, представленных на российском рынке сегодня, можно узнать на сайте: <http://pay2.ru/>.

Платеж банковской картой

Можно встретить статистические данные о том, что в России уже много миллионов пользователей банковских карт. Так вот, есть две новости – плохая и хорошая. Плохая: это неправда. Вернее, не вся правда. Дело в том, что значительная часть владельцев карт – это пользователи так называемых зарплатных счетов (можно к ним приравнять и студентов с пенсионерами, которые получают свои стипендии и пенсии на карточки). Эти люди действительно имеют карты, но пользуются ими один раз в месяц для снятия наличных. То есть по сути это пользователи не карт, а банкоматов.

А хорошая новость в том, что стремительно растет количество клиентов в банках, которые сами открывают счета и сознательно заводят себе банковские карты именно как платежный инструмент.

Возможны следующие основные механизмы приема пожертвований с помощью банковских карт.

Платеж на сайте. Этот механизм уже прижился у многих благотворительных фондов. На сайтах организаций размещается кнопка «Сделайте пожертвование», куда жертвователю предлагается ввести данные своей банковской карты: с карты мгновенно снимаются деньги, а в фонд тут же поступает электронка с данными о платеже. А через небольшой срок (от одного дня до недели, в зависимости от договора) на счет поступит и само пожертвование. Такую услугу (интернет-эквайринг) сегодня предоставляют десятки компаний: Chronopay, Cyberplat, Assist, PayOnLine и другие. Многие банки также оказывают эти услуги. Условия подключения у этих компаний довольно сильно отличаются: по размеру комиссии, настройкам безопасности платежей, возможностям кастомизации платежных страниц и пр.

Как это ни удивительно, но основным способом перевода пожертвований по-прежнему остается Сбербанк.

Платеж в банкомате. Сейчас большинство банкоматов позволяют не только снимать наличные с карточного счета, но и оплачивать (часто без комиссии) различные услуги. В любом банкомате Сбербанка в разделе «другое» уже есть кнопка «благотворительность», а внутри – возможность сделать пожертвование в Фонд «Подари жизнь». Думаю, со временем в этом разделе появятся и другие благотворительные фонды, да и другие банки введут аналогичные опции.

«Прокатка» карточки на так называемом POS-терминале. Это на данный момент наименее популярный механизм среди благотворительных организаций. Существует довольно много моделей таких терминалов. Что особенно приятно, многие из них имеют встроенный модем и могут подключаться через GPRS. Таким образом, их можно использовать не только в офисе, но и на мероприятиях. Основные преимущества этого механизма в том, что: а) люди уже привыкли платить с помощью таких устройств в магазинах; б) люди не видят живых денег, то есть легче «расстаются» с ними.

Преимущества

Банковские карты стремительно входят в нашу жизнь как основной платежный инструмент. Для многих тысяч людей пользование ими уже вошло в привычку. И очень важно, что это люди в среднем более образованные, более состоятельные и т.п., то есть это зарождающийся средний класс, а именно он составляет основную целевую аудиторию для фандрайзеров.

Средний платеж по кредитной карте обычно выше, чем при пользовании другими платежными системами.

При платеже банковской картой люди заполняют различные формы, поэтому в момент платежа можно легко получить контактную информацию донора. Это позволяет благотворительным организациям не только точно идентифицировать плательщика, но и продолжить коммуникацию с ним.

Недостатки, ограничения

Далеко не каждой картой можно совершить платеж через Интернет. Для этих операций не годятся так называемые электронные карты (Visa Electron и Maestro, именно они обычно выдаются в качестве зарплатных). Банки, борясь с мошенничеством, вводят немало ограничений на использование карт в Интернете: одноразовые пароли, 3DS авторизация и пр. Доноры нередко жалуются на то, что платеж «не проходит». А причин тому могут быть десятки, даже если отбросить ошибки самого донора (отсутствие денег на счете или ввод данных с опечатками): от слишком жестких требований системы к безопасности операции до полного запрета на совершение операций в Интернете, установленного банком по умолчанию.

При платеже банковской картой люди заполняют различные формы, поэтому в момент платежа можно легко получить контактную информацию донора. Это позволяет благотворительным организациям не только точно идентифицировать плательщика, но и продолжить коммуникацию с ним.

Платежные системы в Интернете (электронные деньги)

Сюда я бы отнес сразу несколько систем, которые предоставляют пользователям возможность расплачиваться «виртуальными» деньгами. WebMoney и Яндекс.Деньги – одни из самых старых и популярных из них. Остальные – моложе, но быстро завоевывают популярность за счет того, что являются посредниками между многими платежными системами.

Некоторые системы требуют от пользователей лишь авторизации на своем сайте (логин, пароль), другие (WebMoney) требуют установки специального программного обеспечения с несколькими степенями защиты.

Чтобы подключить эти системы, нужно связываться напрямую с компаниями, предоставляющими эти сервисы. В некоторых случаях придется иметь дело с компанией-посредником. Например, вокруг WebMoney есть несколько различных компаний («Гарантийное агентство», «НЕТТО Процессинг» и другие), которые обеспечивают обслуживание в этой системе.

Преимущества

Системы довольно популярные, ими пользуются сотни тысяч человек. В ряде случаев с помощью этих

систем можно получить доступ к другим. Для примера, вот как работает RBK Money. Жертвователю выбирает на сайте благотворительного фонда способ внесения пожертвования «через RBK Money». Переходит в свой кошелек в этой системе и видит выставленный «счет» на оплату пожертвования. Если в виртуальном кошельке есть деньги, он просто дает разрешение перевести их в фонд. Если нет, можно выбрать любой из нескольких десятков способов оплаты этого счета (или пополнения своего виртуального кошелька). Например, через терминалы по приему наличных. То есть в любой момент в течение нескольких дней жертвователю может просто подойти к терминалу, найти там кнопку «RBK Money», ввести номер счета и произвести оплату. Это хорошо тем, что даже если у благотворительной организации нет договора с компаниями – владельцами терминалов, людям все-таки предоставляется возможность вносить пожертвования именно через них благодаря «посредничеству» RBK Money. Аналогично доноры могут пополнять свои кошельки и в других системах.

Недостатки

К сожалению, с некоторыми системами очень сложно договориться о заключении договора в нужной благотворительной организации форме (о приеме пожертвований). Многие из них предлагают просто открыть кошелек в системе на частное лицо и собирать на него деньги. А такая схема может вызвать вопросы у аудиторов, налоговых органов и т.п.

Интернет-банкинг

Пожалуй, этим способом пользуются сегодня только самые «продвинутые» доноры. Это те, кто не только имеют счета в банках, но и умеют пользоваться ими дистанционно, совершая через Интернет любые операции – от проверки баланса и получения выписок до конвертаций валют, открытия депозитов и совершения всевозможных платежей.

Системы отличаются у разных банков, но у них есть и много общего. Так, почти в любом интернет-банкинге можно завести и сохранить реквизиты любого получателя платежа, в том числе реквизиты для пожертвования в благотворительный фонд. Есть две основные формы работы с интернет-банкингом. В первом варианте фонд предлагает людям самим вводить свои реквизиты в их собственных интернет-банкингах. Эти реквизиты донор может сохранить в качестве шаблона платежа и в дальнейшем повторять платеж буквально парой кликов. Такой путь не требует от благотворительной организации оформления отношений с банком донора. Второй путь сложнее, но дает больше возможностей, так как сильно облегчает жизнь донору. Например, пользователи Альфа-клика могут делать платежи в WWF и «Линию жизни», просто выбирая уже готовый шаблон и вводя только сумму платежа. Совсем недавно благотворительные шаблоны появились в Ситибанк-онлайн. Комиссия при платеже через интернет-банкинг обычно небольшая – от 0 до 2,5%.

Платежи с помощью мобильного телефона

Именно с этим механизмом связано больше всего иллюзий и разочарований. Дело в том, что в реальности этого механизма почти не существует, так как юридически тут все непросто, да к тому же имеются большие моральные проблемы, связанные с размером комиссии.

Есть два основных способа использования мобильных платежей. Первый – перевод любой суммы со счета своего мобильного телефона, когда донор отправляет SMS со специальным кодом на определенный номер. В коде «защиты» – получатель платежа и сумма. Такой механизм реализован в системе МОВИ. Деньги. До недавнего времени это было доступно только абонентам «Билайн» с предоплатными тарифами. В последний год к этой системе подключились и другие операторы. Комиссия на данный момент составляет 5–7% (в зависимости от оператора). Компания «Моби.Деньги» планирует активное продвижение этого сервиса в ближайшее время.

Второй механизм намного более популярен, но именно к нему у меня основные «претензии». Речь идет об отправке SMS на условный короткий номер, при котором со счета снимается фиксированная сумма (от 10 до 300 рублей в зависимости от номера).

Основные проблемы следующие: во-первых, комиссия операторов сотовой связи составляет от 20% до 50%. Что-то еще дополнительно (от 0 до 10%) возьмет контент-провайдер (компания, обслуживающая всю схему). Согласитесь, о какой благотворительности может идти речь, если только на стадии платежа съедается больше половины от суммы пожертвования? Но это еще не все. Юридически абоненты сотовой связи могут с помощью таких SMS лишь оплачивать услуги, но не могут делать пожертвования. Это значит, что для конвертации полученных средств в пожертвование контент-провайдер вынужден будет оформлять пожертвование от своего имени и только после уплаты налогов на прибыль (приплюсуйте еще и эти расходы).

И вместе с тем рынок мобильных платежей быстро развивается. Все более популярными становятся специальные приложения для мобильных телефонов, с помощью которых люди могут оплачивать услуги как со своего мобильного счета, так и с авторизованной банковской карты. К таким приложениям относятся QIWI-кошелек от компании ОСМП (бренд QIWI), «Легкий платеж» от МТС и другие.

Терминалы по приему наличных

Россия – страна наличных. Возможно, именно поэтому в нашей стране несколько лет назад появились эти аппараты. Рынок терминалов по приему наличных стремительно развивался в последние годы именно в России, в то время как весь остальной мир шел по пути совершенствования банковских (безналичных) платежных механизмов.

Первые благотворительные организации появились на экранах терминалов всего года три назад – раньше существовали юридические ограничения, которые были устранены лишь недавно.

Сегодня на рынке терминалов есть несколько ключевых игроков. Среди лидеров – компании ОСМП (терминалы QIWI), Киберплат. Общее количество терминалов по России исчисляется уже сотнями тысяч (только терминалов QIWI уже около 110 тыс.). Это означает, что практически в любой точке страны можно найти терминал в пределах нескольких минут пешего хода. И что очень важно, у россиян уже выработалась привычка пользования этими автоматами.

Для подключения этой платежной системы благотворительная организация должна заключать договор с одной из компаний, предоставляющих эти услуги. Не всегда это просто. Во-первых, могут отказать. Количество получателей платежей не может быть бесконечным, поэтому «терминальщикам» приходится выбирать. Во-вторых, размер комиссии всегда является предметом торга. Кроме того, наверняка будет большое количество всяких формальностей: множество предоставляемых документов, сложные многостраничные договоры и приложения к ним, сверки, реестры и пр.

Еще один недостаток (по крайней мере, у терминалов QIWI) в том, что кнопка «Фонды помощи» (так называется у QIWI раздел о благотворительности) находится довольно глубоко и найти ее может лишь тот, кто заранее знает, что она там есть. Вероятность, что на нее наткнется случайный прохожий, почти нулевая. В терминалах QIWI путь такой: оплата услуг – другие услуги – фонды помощи. Мало кому придет в голову искать раздел «Фонды помощи» в «других услугах».

Пользователи Альфа-клика могут делать платежи в WWF и «Линию жизни», просто выбирая уже готовый шаблон и вводя только сумму платежа. Совсем недавно благотворительные шаблоны появились в Ситибанк-онлайн.

Но стоит побороться за подключение этого механизма. Ведь это десятки тысяч «агентов по приему наличных пожертвований», стоящие по всей стране. Кроме того, у плательщика есть возможность оставить номер своего мобильного телефона, то есть вы сможете связаться с донором после платежа, а это очень важно для построения долгосрочных отношений.

Таковы основные платежные механизмы, доступные российским благотворительным организациям сегодня. В заключение хочу лишь упомянуть некоторые тренды, замеченные за последний год.

1. В списке предлагаемых платежными системами услуг появились повторяющиеся (рекуррентные) платежи. Это большой шаг вперед.
2. Интернет-банкинг, а также платежами картой в Интернете пользуются все больше людей. А в

интернет-банкингах уже появились благотворительные шаблоны и настройки для регулярных платежей.

3. Мобильные платежи, похоже, переходят в фазу бурного роста (мобильные приложения, системы типа МОВИ.Деньги).
4. Впервые за многие годы у банков появился интерес к механизму Direct Debit. Во всем мире именно Direct Debit является наиболее популярным способом делать пожертвования. Этот способ – самый удобный для донора и самый эффективный для НКО. Суть метода такова: донор дает НКО разреше-

ние регулярно «забирать» с его счета определенную сумму. Не путайте этот механизм с длительным поручением. Разница огромна. В случае с директ-дебитом донору не нужно самому идти в банк, а достаточно подписать и отдать вам разрешение, указав там номер карты или счета, сумму и регулярность платежа. Остальное сделаете вы и ваш банк. К сожалению, в России этого механизма еще не существует. Но в 2011 году банки начали прорабатывать этот вопрос. И кто знает, может, уже через год мы будем изучать первые «кейсы» по использованию этого инструмента?



СОСТОЯНИЕ И АНАЛИЗ

ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕКТОРА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Наш Доклад был бы неполным, если бы наряду с экспертными оценками и анализом ситуации в него не были бы включены точные данные о деятельности институциональных доноров. Существующая отчетность Росстата не позволяет четко выделить наши организации из всей массы НКО и других финансовых посредников; интернет-ресурсы о грантовых конкурсах и региональные базы НКО не охватывают весь спектр фондов, а других источников информации до недавнего времени не существовало.

Поэтому мы подготовили и провели два специальных исследования, условно называемые количественное и качественное, которые и легли в основу данного раздела.

Количественное исследование, целью которого было определение общего числа фондов разных типов, работающих в нашей стране, и их основных характеристик, отталкивалось от базы электронных годовых отчетов, которые некоммерческие организации обязаны сдавать в Министерство юстиции. Министерство предоставило нам выборку названий и номеров ОГРН организаций в организационно-правовых формах «фонд», «общественный фонд», «некоммерческий фонд» – но только тех, кто сдал отчет в электронном виде, и без контактных данных. Даже на первый взгляд понятно, что данная выборка не включает все интересующие нас организации, поэтому в ходе работы исследователи дополняли и расширяли список за счет организаций, найденных по другим источникам. Для проведения исследования была привлечена Исследовательская группа ЦИРКОН, основными методами исследования стали телефонные интервью и заполнение анкет.

Для получения более подробной информации о состоянии и деятельности фондов было проведено качественное исследование. Для этого составлена специальная выборка из фондов пяти интересующих нас типов – частные, корпоративные, фонды помощи, фонды местных сообществ и фонды целевого капитала. Мы постарались включить в нее организации разного уровня развития и географии, но это не во всем удалось – число реально опрошенных оказалось значительно меньше включенных в первоначальный список, а большая часть опрошенных организаций сосредоточена в Москве. Для выполнения данного исследования была приглашена группа социологов Института социологии РАН. Основным методом исследования стали очные интервью (лишь в ряде случаев – телефонные), дополнительным – заполнение анкет и несколько фокус-групп.

Опрошенные в рамках двух исследований организации не пересекаются, а дополняют друг друга. Мы намеренно пошли на этот шаг, чтобы одни и те же организации не опрашивались дважды за короткий период времени. При этом мы унифицировали количественные вопросы анкет обоих исследований, чтобы сделать данные сопоставимыми.

Данный раздел состоит из двух частей: анализа полученных количественных данных о работе фондов и ин-

формации о состоянии развития сектора на основе данных качественного исследования. Для иллюстрации обозначаемых позиций мы приводим высказывания участников качественного исследования (по договоренности, мнения респондентов приводятся анонимно), указывая их принадлежность к определенному виду фонда. Также в раздел включены цитаты ряда персон, у которых мы брали интервью для Доклада, уже располагая данными исследований.

Количественные характеристики сектора институциональной благотворительности

До настоящего момента в России не существует точной статистики, отражающей деятельность благотворительных фондов. Сколько и каких именно фондов работает в стране, сколько они привлекают и распределяют средств, по каким тематическим направлениям, – все эти вопросы давно уже остаются без ответа. Отдельные экспертные оценки и приблизительные подсчеты на основе системы Росстата и базы электронной отчетности НКО, представляемой в Министерство юстиции, являются, скорее, предположительными, чем основанными на достоверных сведениях.

Два исследования, которые легли в основу этого раздела Доклада, были проведены в том числе с целью получить статистическую информацию о фондах, совокупность которых составляет, по нашему мнению, институциональную благотворительность.

Три сотни институциональных доноров Количество и типы исследованных фондов

В рамках двух исследований были проинтервьюированы представители 603 благотворительных фондов (по одному представителю от каждого фонда). Из них 495 – в ходе количественного исследования, 107 – качественного.

Из участвовавших в исследованиях фондов только половина оказалась принадлежащей к фондам искомым типов – **301 фонд**.

Стартовая выборка как количественного, так и качественного исследований включала в себя больше орга-

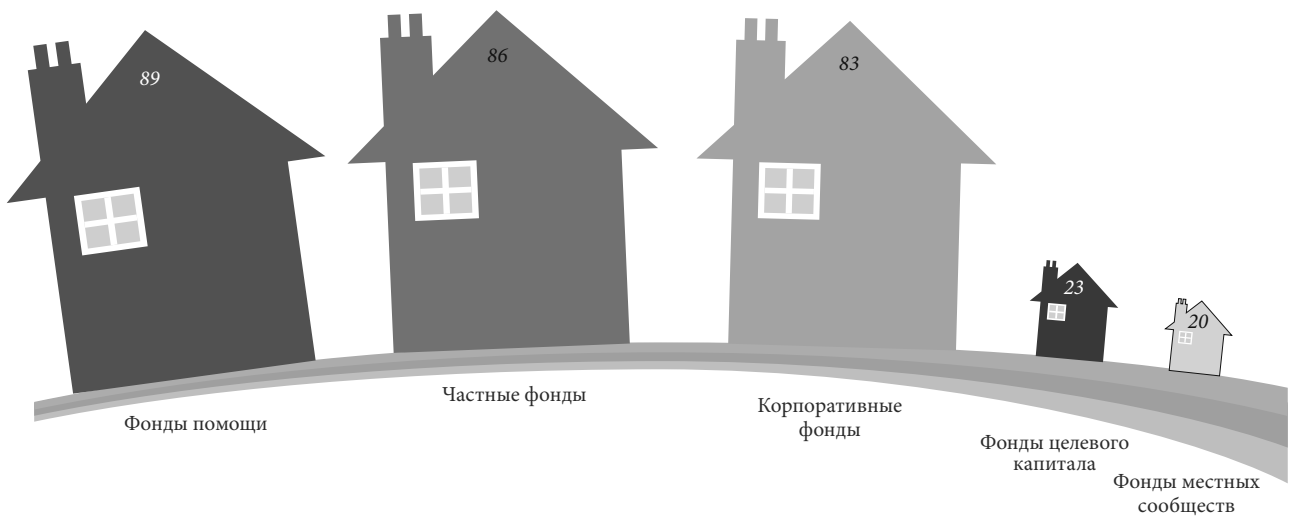


Рис.1. Распределение участвовавших в исследовании фондов искомых типов по типам фондов

низаций (901 фонд, из них 759 – количественного исследования, 142 – качественного). Однако как в первом, так и во втором случае не все организации, вошедшие в списки, были готовы принять участие в исследовании. Причины, по которым организации не были опрошены: невозможность связаться с организацией (указанная в отчетах Минюста контактная информация оказывалась не актуальной: исследователи не только писали письма и звонили в организации, но и посещали указанные адреса), отсутствие фактической деятельности, отсутствие благотворительной деятельности, а также формальный отказ от участия в работе.

В соответствии с обозначенным предметом Доклада (см. вводную статью), в количественном исследовании была поставлена задача выявить среди включенных в выборку благотворительных организаций (на основе базы данных электронных отчетов Минюста и дополнительно найденной исследователями информации непосредственно в регионах) фонды трех искомых типов: корпоративные, частные и фонды помощи. Все на настоящий момент действующие фонды двух других типов – местного сообщества и целевого капитала – вошли в выборку качественного исследования.

Распределение фондов в выборке количественного исследования (**495 организаций**) по типам фондов выглядит следующим образом:

ТИПЫ ФОНДОВ	Количество	% от всей выборки
Корпоративные фонды	63	12,7
Частные фонды	63	12,7
Фонды помощи	67	13,6
Фонды иных типов	302	61,0
Всего	495	100,0

Для выявления типа фонда в рамках исследования базы Минюста как ключевой в качестве критерия был взят источник финансирования. Корпоративные и частные фонды определялись положительным ответом на вопрос: «Является ли для вашего фонда основным источником финансирования, соответственно, компания/группа компаний либо частное лицо/семья». Фонды помощи определялись по совокупности ответов на три вопроса анкеты: фонд должен иметь

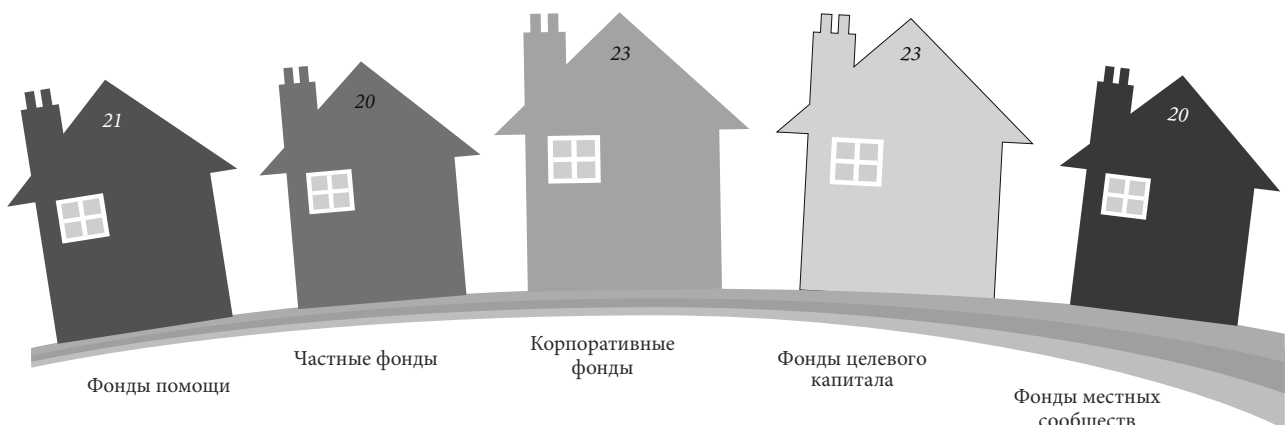


Рис.2. Распределение фондов по типам фондов в выборке качественного исследования

разные источники финансирования; предоставлять срочную адресную помощь конкретным людям, оказавшимся в тяжелой ситуации; эта деятельность должна являться для фонда основной (одной из основных).

Откуда фонды берут средства?

Анализ структуры источников финансирования

Анализ структуры источников финансирования благотворительных фондов, опрошенных в ходе количественного исследования, показывает, что их спектр достаточно широк (за исключением фондов, финансируемых компаниями и частными лицами), но **наибольший вклад по объему вносят пожертвования от частных лиц, коммерческих компаний и некоммерческих организаций**. В целом по выборке более 90% руководителей фондов отметили такие пожертвования в числе источников финансирования их фонда.

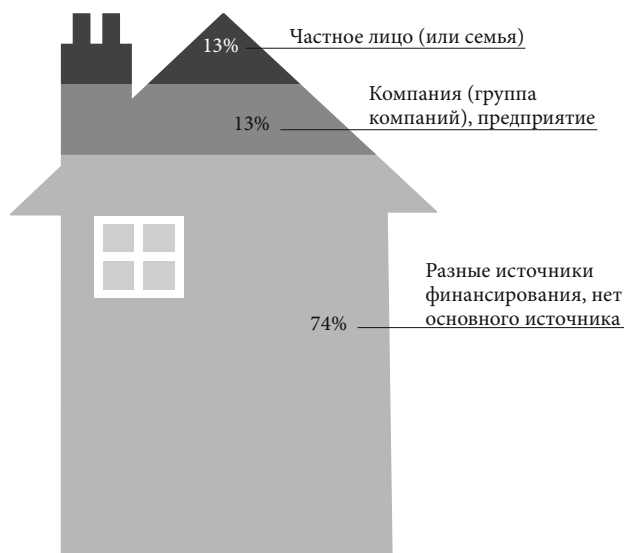


Рис. 3. Источники финансирования фондов (по результатам количественного исследования)

«Эта статистика является отражением того, что именно каналы фандрайзинга и денежных пожертвований стали все больше и больше развиваться. Мы видим разные формы, мы видим благотворительные мероприятия, которые стали более популярными, мы видим интернет-сайты, форумы, возможность пожертвований через них. Развитие этих каналов привело, видимо, к тому, что делать пожертвования стало более доступно как частным лицам, так и организациям». (Екатерина Шапочка, РWC)

С точки зрения доли пожертвований в совокупности источников финансирования фонды помощи и иные благотворительные фонды (за исключением частных и корпоративных) почти не различаются, около 93% руководителей фондов помощи и 90% руководителей фондов иных типов указали пожертвования от частных лиц, коммерческих и некоммерческих организаций в числе источников доходов.

«28% составляют взносы учредителей – думаю, что эта цифра, если ландшафт институциональной благотворительности изменится, существенно вырастет. Сейчас она действительно отражает ситуацию и говорит нам о том, что учредители фондов во многих случаях не способны содержать учрежденные ими фонды. И это проблема перекоса в форме регистрации НКО.

Гранты 27% – это неразвитость грантовой деятельности в России, потому что многие зарубежные игроки уходят или ушли из России, а российские, в том числе и коммерческие, организации не дозрели еще до того, чтобы поддерживать некоммерческий сектор в грантовой форме». (Игорь Соболев, ФК «УРАЛСИБ»)

Гораздо менее существенными, но все же значимыми являются доли поступлений от грантодающих организаций (отметили 27% руководителей всех опрошенных фондов, 16% руководителей искомых фондов), а также взносы учредителей (28% и 18% соответственно)¹.

«14% фондов, получающих средства из федерального и регионального бюджетов, – это немало по одной простой причине. Бюджеты (региональные, прежде всего) более внимательно стали относиться к инициативам некоммерческого сектора и, в частности, к деятельности организаций социальной сферы – но не фондов, а именно организаций, которые сами непосредственно оказывают социальные услуги. Фонды же не оказывают социальные услуги. Они выступают либо посредником в той части, которую они финансируют, либо осуществляют логистику проектов, то есть выступают одним из партнеров проекта. Поэтому я не исключаю, что та часть, которая идет из государственного бюджета, связана именно с тем, что фонды становятся частью партнерских проектов. Чем в большей степени они будут эту функцию выполнять, тем, наверное, этот источник будет больше нарастать». (Елена Феофанова, Центр корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСНП)

Бюджетные средства (поступления из федерального, регионального, местного бюджета) являются наименее распространенным источником доходов (14% от всей выборки, 10% от группы фондов искомых типов).

Как показало количественное исследование, на сегодняшний день 17% благотворительных фондов (15% фондов искомых типов) имеют доход от соб-

¹ Особенности классификации видов источников финансирования связаны с вариантами ответов, включенными в опрос. На практике средства от учредителей могут поступать также в виде пожертвований. В будущих исследованиях данный пункт будет уточнен.

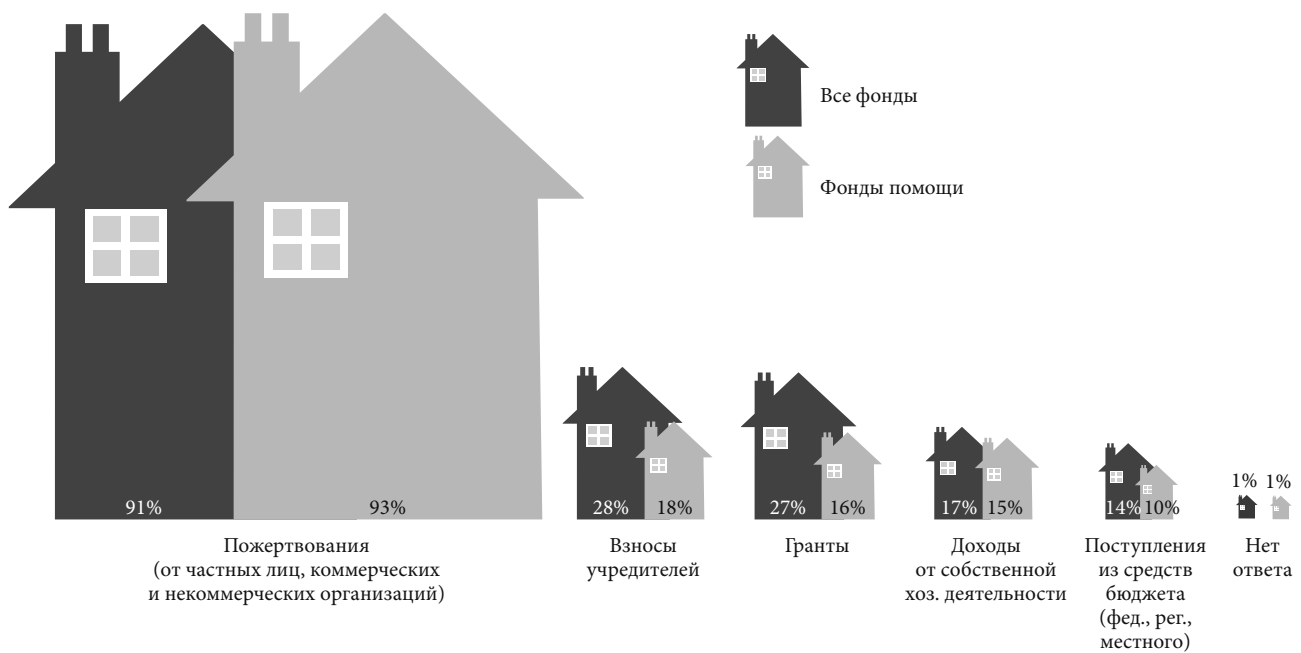


Рис. 4. Источники финансирования фондов, % от фондов с разными источниками финансирования (по результатам количественного исследования)

«На мой взгляд, доля бюджетных средств должна быть выше в целом в некоммерческом секторе (сейчас она очень низкая). Но в том, что касается непосредственно фондов, думаю, она такой и должна быть. Все-таки фонды должны аккумулировать внебюджетные средства, а бюджет может финансировать некоммерческие организации, осуществляющие свою постоянную деятельность в качестве операторов». (Игорь Соболев, ФК «УРАЛСИБ»)

ственной хозяйственной деятельности, что можно оценить как позитивную тенденцию. Заметим, что в ходе опроса руководителей благотворительных организаций Москвы в 2008 году (ЦИРКОН) лишь 7% руководителей отметили собственную хозяйственную деятельность в числе источников финансирования их организации.

Особенность фондов помощи состоит в том, что все иные источники финансирования (гранты, взносы учредителей, бюджетные средства, доходы от собственной хозяйственной деятельности) назывались довольно редко (10–18%), то есть их вклад не является существенным в общем объеме источников финансирования. У других фондов (не относящихся к числу корпоративных, частных и фондов помощи) довольно высока значимость таких каналов, как взносы учредителей и поступления от грантодающих организаций – их указали немногим менее трети участников опроса.

Где работают фонды?

Распределение донорских организаций по регионам Российской Федерации

Распределение благотворительных фондов по регионам РФ оказалось довольно неравномерным в обоих исследованиях.

Так, на основе данных Минюста, больше всего организаций было найдено и исследовано в Москве – 99 фондов, что составило 20% всей выборочной совокупности. Более чем вдвое меньше участников опроса – по 40 фондов – в Санкт-Петербурге и Красноярском крае. Можно выделить еще три региона, в которых число фондов оказалось значимым – Воронежская, Новосибирская и Кемеровская области. В подавляющем большинстве регионов страны в опросе приняли участие менее 10 благотворительных фондов.

В качественном исследовании приняли участие благотворительные фонды, действующие в 24 регионах России, но основная их часть – 58% (62 фонда) – также сосредоточена в Москве и Московской области, более или менее массово представлены Санкт-Петербург, Ленинградская область (10%), Самарская область (5%), Пермский край (4%). Не однократным было участие в исследовании фондов из Иркутской, Пензенской, Свердловской, Тюменской, Ростовской и Новосибирской областей.

Очевидно, что при таких объемах делать межрегиональные сравнения и выводы о закономерностях на уровне отдельных регионов некорректно. Можно отметить лишь некоторые особенности, в частности, взаимосвязь типа фонда и его географии.

Частные фонды. Подавляющее большинство опрошенных в ходе обоих исследований частных фондов находится в Москве (23) и Красноярском крае (21). В Москве на частные фонды пришлось 91% выборки ЧФ качественного исследования.

Фонды помощи. Большинство опрошенных ФП базируется в Москве (18). По данным количественного исследования, значимое для региона число фондов помощи является характерной особенностью Воронежской (10 из 29 исследованных) и Липецкой (четыре из пяти исследованных) областей. Также заметное число ФП было опрошено в Санкт-Петербурге (7).

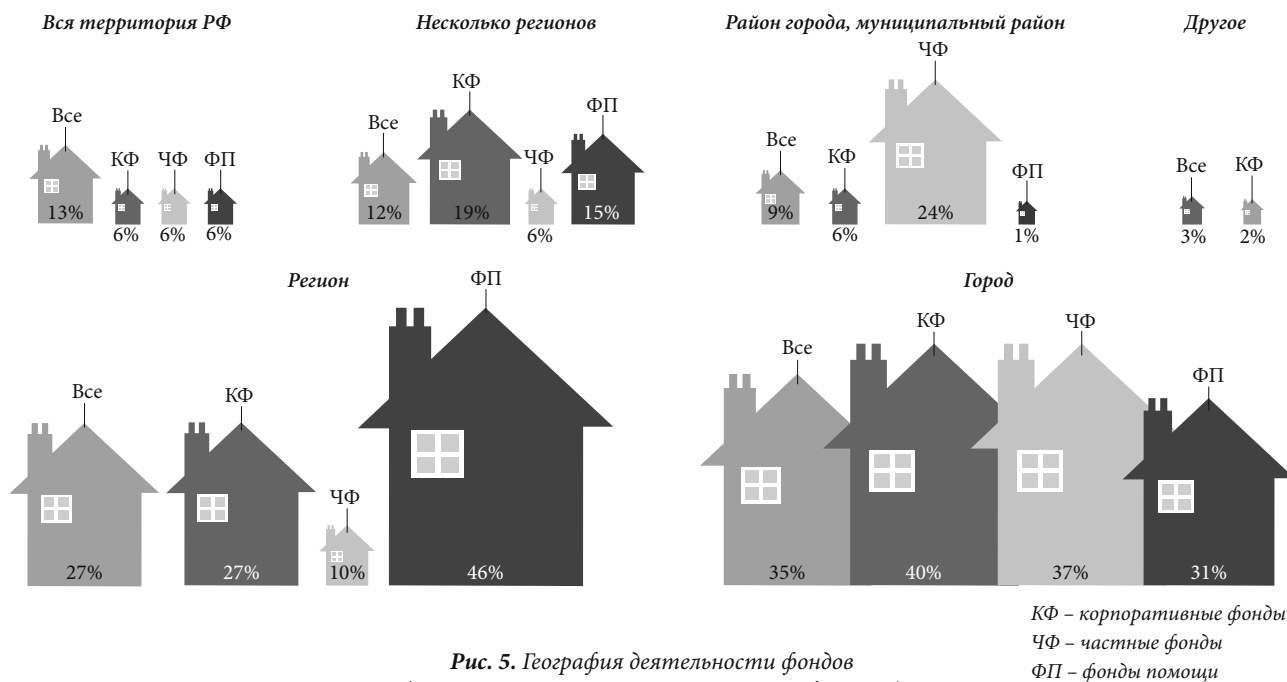


Рис. 5. География деятельности фондов
(по результатам количественного исследования)

Корпоративные фонды. Подавляющее большинство КФ также находится в Москве (24). Значимое количество корпоративных фондов (более шести) было опрошено в Санкт-Петербурге, Красноярском крае и Кемеровской области.

Фонды целевого капитала. Опрошенные ФЦК размещены в восьми регионах России. Большинство из них аккумулированы в столичных городах: Москве (39%) и Санкт-Петербурге (30%).

Фонды местных сообществ. Естественно, наиболее обширна география фондов местных сообществ – 15 регионов России. В большей степени представлен Пермский край (20%), а также Самарская и Иркутская области (по 10%).

По территориальному охвату деятельности разные типы фондов значительно различаются между собой. Так, по данным на основе отчетности Минюста, наиболее распространенными являются те фонды, которые действуют на уровне города (35%) или региона (27%). Существенно реже встречаются благотворительные фонды как с широким территориальным охватом (вся Россия или несколько регионов РФ), так и локальные (действующие в пределах городского или муниципального района).

Данные качественного исследования также подтверждают тезис о том, что географический охват деятельности прямо связан с типом организации. Так, деятельность корпоративных фондов, как правило, привязана к территориям, где есть их представительства, поэтому наиболее часто (в 68% случаев) они работают в нескольких регионах России. Фонды помощи чаще, чем другие, указывают на то, что работают по всей России (52%). А частные фонды опять-таки чаще, чем все остальные, осуществляют международную деятельность (35%).

Характеристика видов деятельности фондов

Одной из важнейших черт, отличающих фонды от других видов благотворительных организаций, является

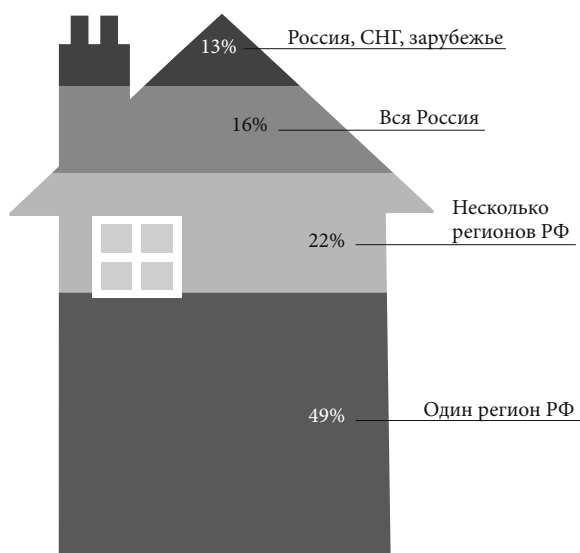


Рис. 6. География деятельности фондов
(по результатам качественного исследования)

характер их деятельности. Она может быть операциональной (организация сама разрабатывает и реализует собственные проекты), грантовой (организация финансирует деятельность других организаций и граждан) и смешанной.

Согласно полученным результатам количественного исследования, для фондов всех типов наиболее распространенным является операциональный характер деятельности (в целом по выборке 59% руководителей фондов сообщили, что их деятельность является операциональной, в группе искомым фондов этот показатель выше – 67%). В большей степени это характерно для частных фондов (73%) и фондов помощи (67%). Исключительно грантовая деятельность осуществляется менее чем десятой частью всех фондов (в группе

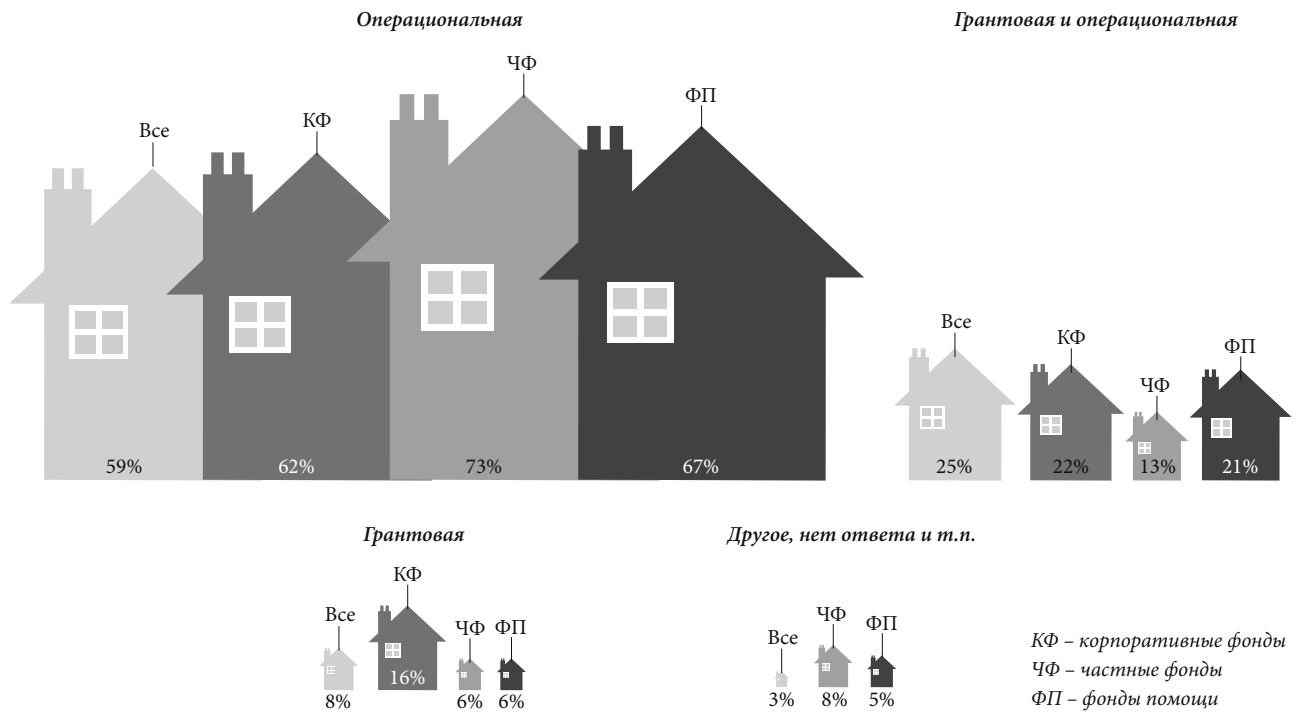


Рис. 7. Характер деятельности фондов (по результатам количественного исследования)

искомых фондов показатель составляет 9%). Несколько выделяются корпоративные фонды, которые являются грантовыми в 16% случаев. Около четверти всех опрошенных благотворительных фондов осуществляют как грантовую, так и операциональную деятельность (в группе искомых фондов 19%).

Данные качественного исследования (включающие данные о ФМС и ФЦК) показывают, что для **донорских организаций более характерно именно совмещение грантовой и операциональной деятельности**. Среди фондов местных сообществ этот вид деятельности вообще можно назвать преобладающим (95%). По сравнению с другими фондами, в корпоративных фондах существует больший разброс в отношении выбора характера деятельности. Так, чисто грантовой и чисто операциональной деятельностью среди них занимаются по 23%, а смешанной (грантовой и операциональной) – 50%.

Направления деятельности фондов, благополучатели и целевые аудитории

Насколько широкий круг социальных проблем готовы решать фонды, кому адресованы их усилия и кому они готовы передавать средства, позволяют определить полученные данные наших исследований.

Согласно результатам опроса, деятельность фондов не ограничивается каким-либо одним направлением. По данным количественного исследования, в среднем по выборке на один фонд приходится примерно три направления деятельности, а у корпоративных фондов – даже четыре.

Вполне ожидаемо, что наиболее распространенным направлением деятельности для благотворительных фондов является помощь социально незащищенным группам граждан, особенно детям (отметили около половины – 47% – руководителей фондов). Еще четыре

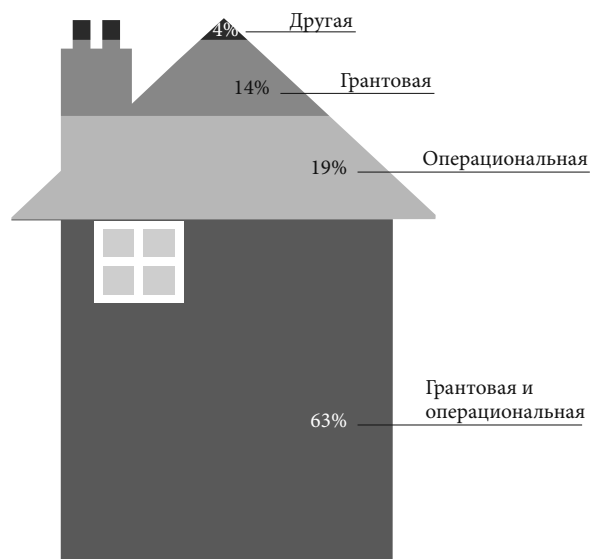


Рис. 8. Характер деятельности фондов (по результатам качественного исследования)

направления можно признать широко распространенными (их указали более 20% респондентов): развитие благотворительности, а также образование, культура и здравоохранение (эти сферы традиционно оказываются в числе приоритетных направлений деятельности в исследованиях некоммерческих организаций). К средним по степени распространенности среди благотворительных фондов относятся направления деятельности, отмеченные 10–15% участников опроса: развитие добровольчества, спорт, поддержка науки, вопросы религии и права человека.

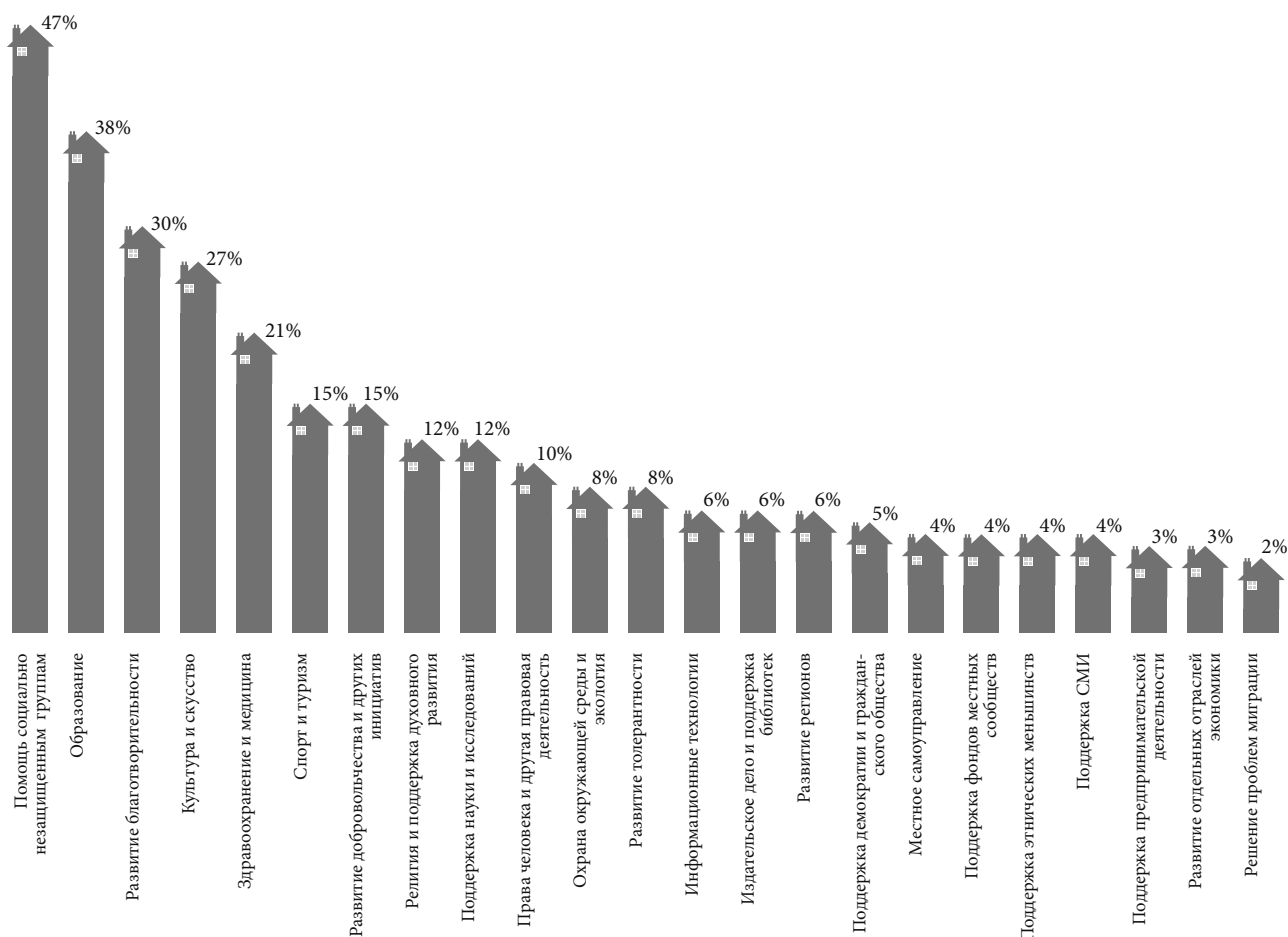


Рис. 9. Направления деятельности фондов (по результатам количественного исследования)

По данным качественного исследования, донорские организации отмечают как основное направление поддержку образования, а уже во вторую очередь – поддержку незащищенных слоев населения.

Оба исследования позволили сделать выводы об особенностях выбора направлений поддержки в зависимости от типа фонда.

«Вы же помните, еще в «12 стульях» было сказано, что «вот детям можно помочь»... Все-таки еще эмоциональная составляющая важна. Поэтому люди, конечно, больше склонны помогать детям. Они считают, что эти деньги дойдут до адресата и окажут реальную помощь. В сфере образования жертвователи явно заинтересованы, потому что часто деньги идут тем учебным заведениям, где учатся их собственные дети». (Иосиф Дискин, Общественная палата РФ)

Корпоративные фонды. Руководители КФ чаще других указывали в качестве основных для своих фондов такие направления деятельности, как экология, развитие регионов, поддержка местных сообществ и местное самоуправление. Скорее всего, речь идет о социальной политике предприятий в регионах своего присутствия. Еще одной специфической чертой корпоративных фондов является сравнительно высокая доля таких направ-

лений деятельности, как культура и искусство и спорт. В данном случае с большой долей вероятности можно предположить, что в указанных сферах фонды осуществляют скорее спонсорскую деятельность.

Частные фонды. В отличие от фондов других типов для частных фондов наиболее распространенным направлением деятельности является образование (а не помощь социально незащищенным группам), которое выбрали в ходе опроса более половины руководителей частных фондов. Кроме того, частные фонды сравнительно чаще осуществляют деятельность в области информационных технологий и издательского дела.

Фонды помощи. Особенности направлений деятельности фондов помощи определяются их спецификой. Большинство руководителей ФП (82%) в ходе количественного исследования сообщили, что основным направлением деятельности их фонда является помощь незащищенным группам, почти половина – развитие благотворительности (48%). На третьем месте по распространенности среди фондов помощи оказались здравоохранение и медицина.

Как правило, деятельность фондов направлена не на одну, а на несколько целевых групп (примерно три группы на один фонд в среднем по выборке количественного исследования).

Анализ целевых групп подтвердил некоторые известные (из других исследований и экспертных оценок) особенности их выбора. В число целевых групп благо-

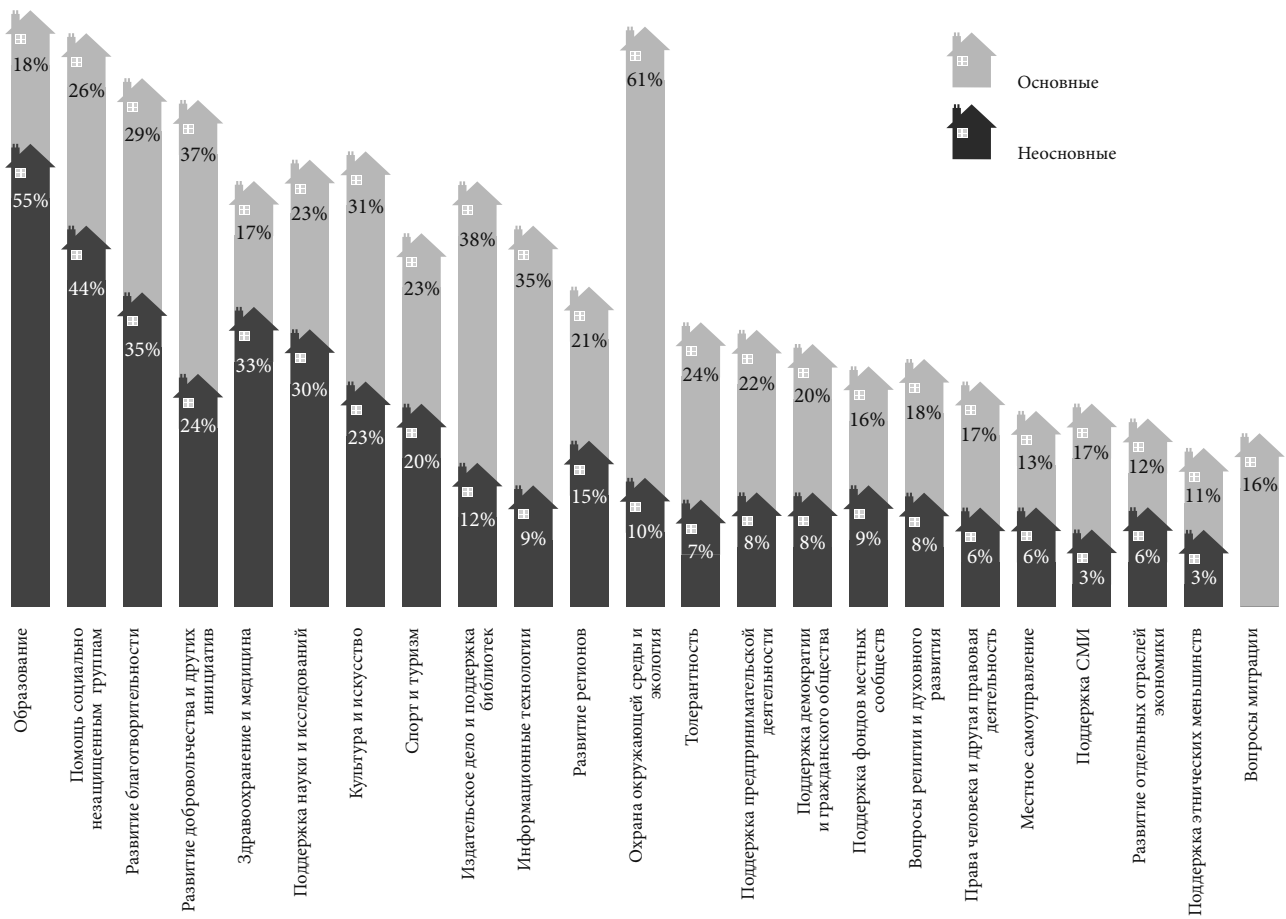


Рис. 10. Направления деятельности фондов (по результатам качественного исследования)

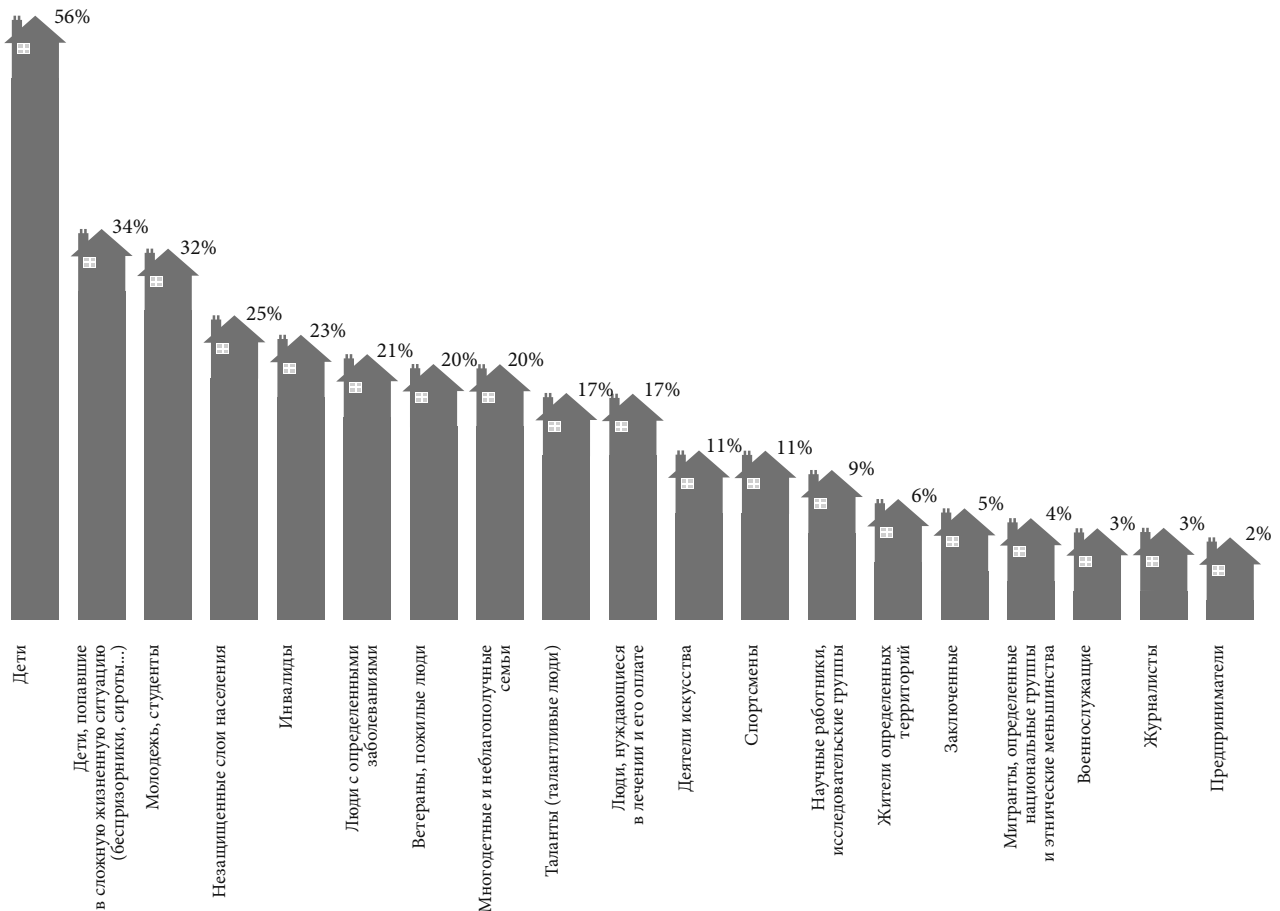


Рис. 11. Целевые группы фондов (по результатам количественного исследования)

творительных фондов в первую очередь попадают различные категории детей. Дети, в том числе дети в сложной жизненной ситуации, а также молодежь – традиционный объект филантропии.

Качественное исследование также позволило еще раз подтвердить тезис о том, что главной целевой аудиторией для современных благотворителей являются дети и

молодежь. Они на порядок опережают аутсайдеров рейтинга – мигрантов, заключенных и военнослужащих.

Мы считаем важным отметить, что предложенная структура деления целевых групп не совсем корректна, что привело к затруднениям в ответах представителей фондов. Так, например, понятие «незащищенные слои населения» может включать в себя также людей, находящихся в трудной жизненной ситуации, мигрантов и ветеранов.

Основываясь на выбранных направлениях поддержки и описанных целевых аудиториях, фонды определяют для себя и конкретных благополучателей. И здесь данные двух исследований расходятся по части ответов. Так, в соответствии с исследованием по общей выборке фондов, основными благополучателями выступают отдельные граждане (их указали почти три четверти руководителей фондов, в группе искомых фондов – 78%), вдвое реже – научные и образовательные учреждения (37% по общей выборке, 39% – группа искомых фондов). Далее со значительным отрывом следуют НКО, государственные организации и другие типы получателей помощи. А по данным качественного исследования, основными благополучателями институциональных доноров являются именно научные и образовательные учреждения – видимо, за счет благополучателей ФМС и ФЦК. При этом оба исследования сходятся в том, что аутсайдерами в возможности получить средства от фонда сегодня являются СМИ, малый бизнес и органы местного самоуправления.

«Некоторое время назад, когда мы смотрели на детей, которым помогают, акцент, безусловно, был на детях в трудной жизненной ситуации. Сейчас все больше внимания к детству вообще как важному этапу жизни человека, который формирует и будущих граждан, и будущих клиентов, и будущих потребителей, и будущих работников. Внимание к детству усиливается с точки зрения формирования современных навыков, мышления и т.д. Конечно, нельзя оставлять без внимания тех детей, которые оказались в трудной жизненной ситуации; но очень важно понимание того, что дети действительно – будущее страны. От того, как они растут, какая система ценностей прививается, зависит очень многое. Мне кажется, что здесь компании в своей политике социальных инвестиций могут многое сделать». (Елена Феохтистова, Центр корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСПП)

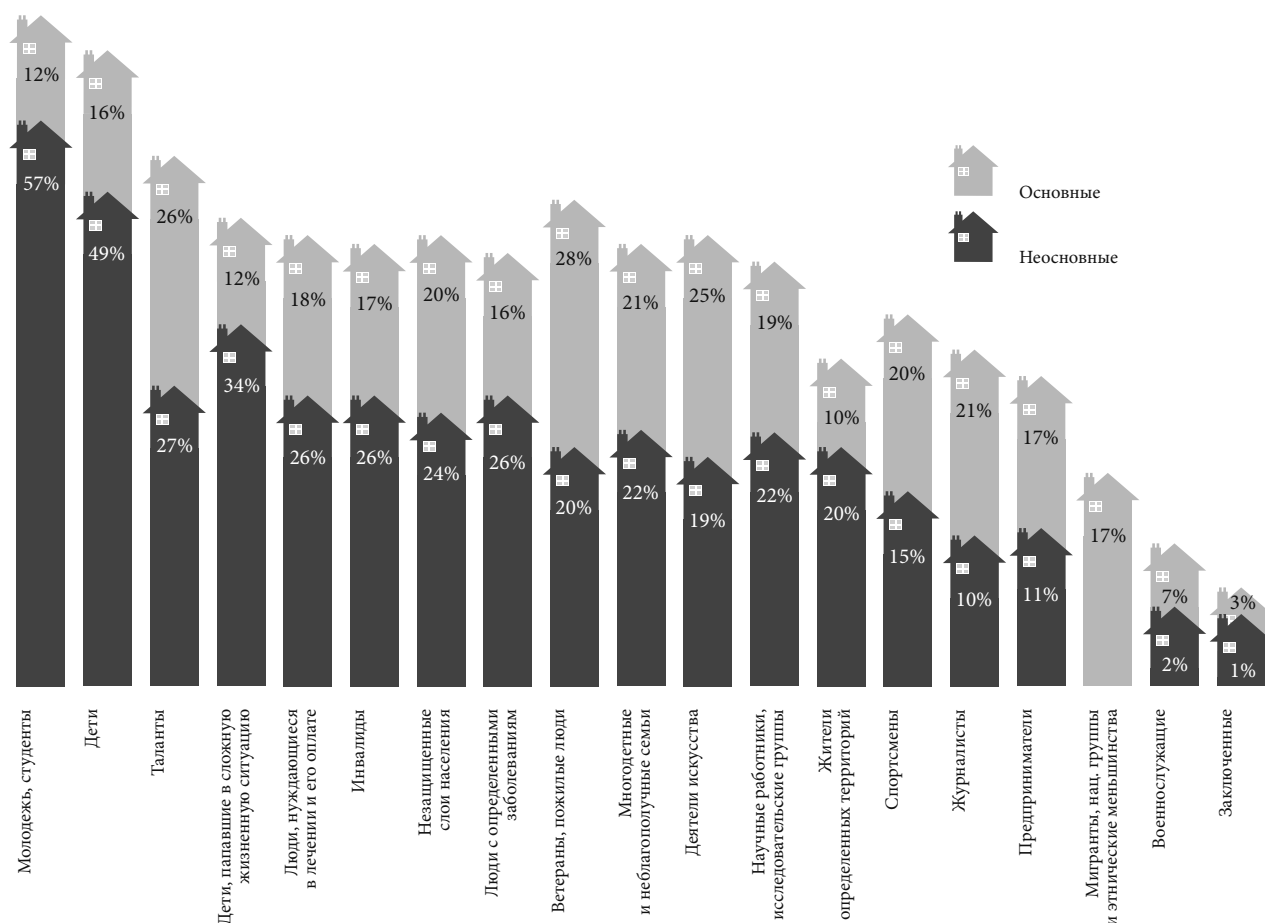


Рис. 12. Целевые группы фондов (по результатам качественного исследования)

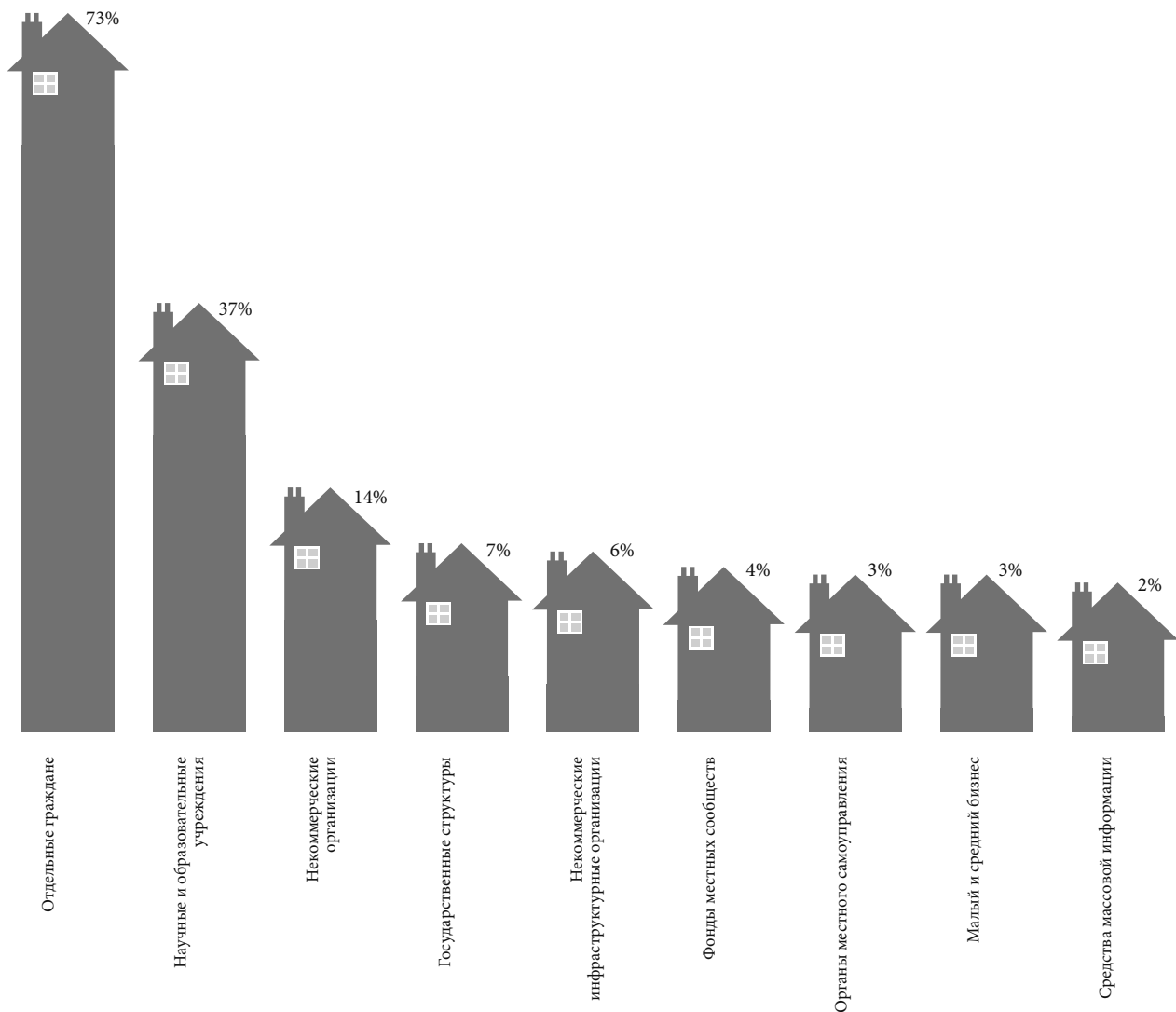


Рис. 13. Основные благополучатели фондов (по результатам количественного исследования)

Тип организации во многом определяет ее основных благополучателей. Так, корпоративные фонды и ФМС на первое место среди реципиентов ставят НКО, частные фонды и фонды целевого капитала – научные и образовательные учреждения, а фонды помощи – отдельных граждан. Данные расхождений, возможно, исчезнут с течением времени, и все категории потенциальных благополучателей смогут претендовать на поддержку, но это требует как работы самого благотворительного сообщества, так и изменения отношения в обществе к благотворительности и ее объектам в целом.

«Изменение, или восстановление баланса, наверное, может произойти за счет большей зрелости рынка или за счет того, что институции, такие как Форум Доноров или государство будут больше обращать внимание на какие-то болезненные точки и объяснять, почему помощь необходима именно со стороны сектора НКО, каким образом эта помощь могла бы быть оказана». (Екатерина Шапочка, PWC)

На сотню фондов – 23 миллиарда

Бюджеты и распределенные средства институциональных доноров

Количественное исследование фондов на основе базы электронных отчетов НКО Министерства юстиции, к сожалению, не предоставило нам достаточных сведений для того, чтобы делать выводы о финансовых показателях их деятельности. Несмотря на то, что форма электронного отчета содержит графы о бюджетах, распределенных и привлеченных средствах, далеко не все организации указывали эти данные. Но самая большая проблема заключается в невозможности достоверно посчитать даже указанные данные. Причина в том, что в форме предлагается указывать суммы в тыс. рублей. С уверенностью можно сказать, что большое количество отчитавшихся не обратили внимания на это указание (об этом свидетельствуют крупные миллионные, стотысячные суммы, указанные с точностью до единицы). Но если с крупными суммами (как и с мелкими, которые с большей долей вероятности приводились как раз в тыс. рублей) более-менее ясно, то определить достоверность средних сумм не представляется возможным.

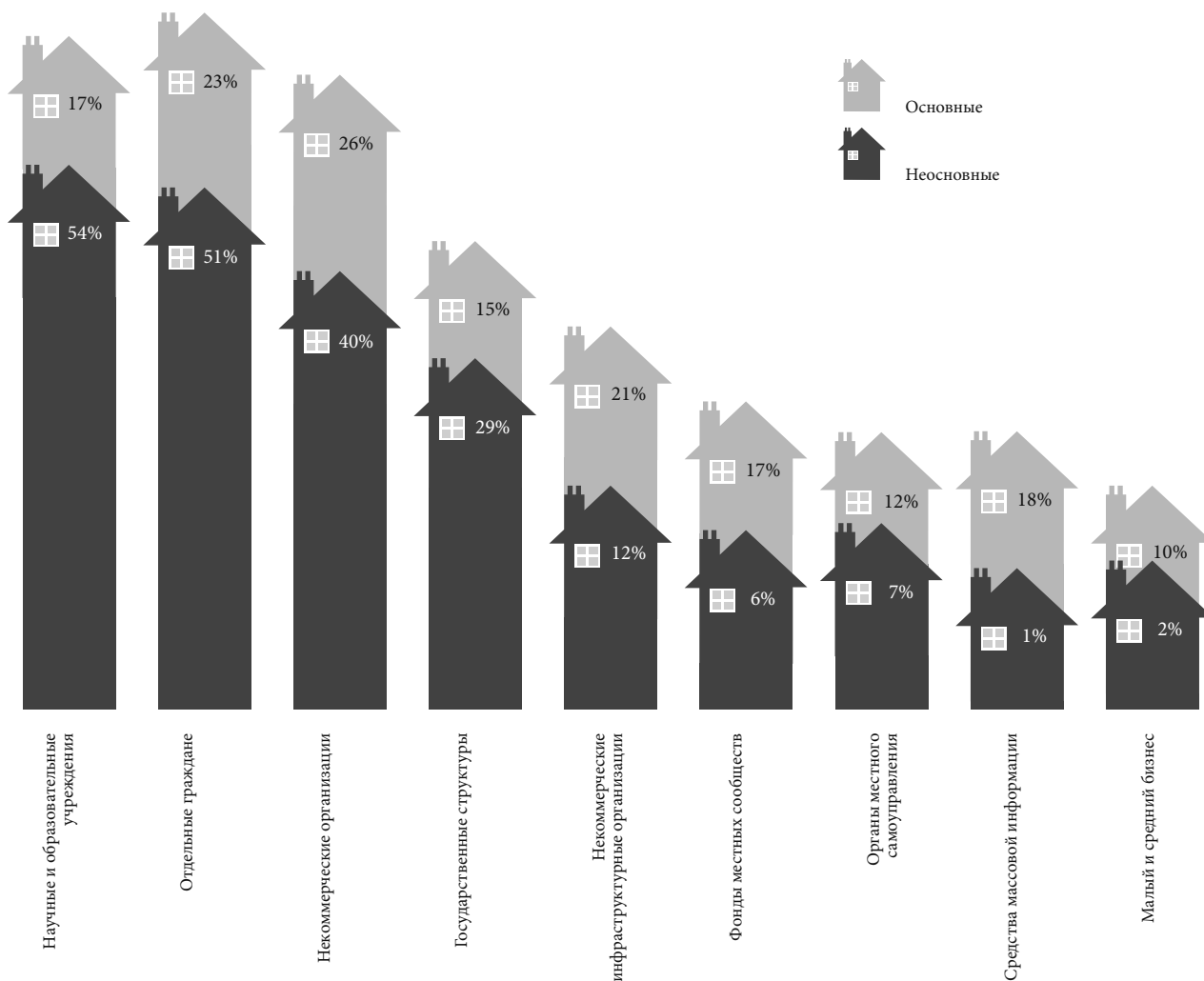


Рис. 14. Основные благополучатели фондов (по результатам качественного исследования)

Поэтому здесь мы приводим только данные, собранные в ходе качественного исследования, которые удалось получить из первых рук.

Общий объем средств, находившихся в 2010 году в распоряжении 107 опрошенных в ходе качественного исследования фондов, составил **23 430 064 тыс. рублей**.

В целом сбор точных данных по финансовой деятельности фондов в едином виде для всех вызвал много вопросов. Так, в ходе исследования было предложено озвучить, каков общий бюджет организации в год, а также сколько средств было непосредственно передано благополучателям. Лишь 50% респондентов смогли дать ответ на оба эти вопроса, а около трети не смогли вообще указать никакой цифры.

Общий размер бюджетов опрошенных фондов составил **9 055 881 тыс. рублей**; объем финансовых средств, переданных благополучателям – **19 374 892 тыс. рублей**. Несоответствие между этими цифрами как раз указывает на то, что одни фонды были готовы предоставить информацию одного плана, другие – другого.

Наиболее открытыми в финансовом отношении оказались представители ФП: 95% из них дали ответ на оба вопроса. Далее идут работники ФМС (75%), за ними – ЧФ



Рис. 15. Объем средств, находившихся в распоряжении благотворительных фондов в 2010 г. (тыс. руб.)

**Распределение средств фондов
по направлениям деятельности, тыс. рублей**

Направления деятельности	Всего, тыс. рублей
Охрана окружающей среды и экология	3 624 515
Здравоохранение и медицина	1 348 835
Образование	524 107,2
Помощь социально незащищенным группам	510 517,8
Культура и искусство	270 821,6
Права человека и другая правовая деятельность	200 195
Поддержка науки и исследований	151 814,7
Поддержка предпринимательской деятельности	96 150
Развитие благотворительности	91 737
Спорт и туризм	83 691,3
Развитие добровольчества и других инициатив	62 679,5
Вопросы религии и духовного развития	58 001
Поддержка демократии и гражданского общества	47 370,75
Издательское дело и поддержка библиотек	20 434
Развитие регионов	17 612,5
Поддержка фондов местных сообществ	7 148,5
Местное самоуправление	2 391
Информационные технологии	869,6
Развитие отдельных отраслей экономики	606
Поддержка СМИ	291
Толерантность	0
Поддержка этнических меньшинств	0
Вопросы миграции	0

(52%). Наиболее закрыты в отношении финансов и их расходования представители КФ (27% из них дали информацию по обоим показателям) и ФЦК – 9%.

Если выделение целевых аудиторий и направлений деятельности уже стало привычной процедурой для деятельности самих фондов и, соответственно, не представляет значительных сложностей для тех, кто проводит анализ их деятельности, то выяснение того, сколько средств фонды тратят на каждое из направлений, оказалась нетривиальной задачей.

Среди всего огромного списка направлений только два финансируются всеми видами фондов. Это образование и издательское дело, поддержка библиотек.

В тройку приоритетных, с точки зрения финансирования, направлений у ЧФ попадают: образование, помощь социально незащищенным группам, культура и искусство. У ФП и ФМС выделяется по одному ключевому направлению. В первом случае это здравоохранение, во втором – помощь социально незащищенным группам. ФЦК, среди которых преобладали вузовские эндаументы, предсказуемо больше всего средств направляют на развитие образования и поддержку науки и исследований. Явные же экологические приоритеты КФ сместили всю выборку. Попадание экологической темы во главу

списка наглядно демонстрирует закон малых чисел: тематика, которая вообще не финансируется тремя из пяти видов благотворительных фондов и еще одним – ФМС – в весьма скромном размере, попадает на первое место за счет огромного субсидирования со стороны двух корпоративных фондов.

Качественные характеристики сектора институциональной благотворительности

Наряду с потребностью в точных количественных данных по деятельности фондов разных типов в нашей стране существует насущная необходимость собрать разносторонние качественные оценки развития сектора. Так, несмотря на большое число исследований отношения населения, отдельных целевых групп и даже отдельных типов фондов к различным аспектам благотворительной деятельности, информации о самооценке институциональной благотворительности, факторах, которые влияют на ее развитие и направлениях будущего развития сектора в целом в одном месте и в агрегированном виде отсутствуют.

Мы включили эти вопросы в опрос руководителей фондов и представляем результаты. Полученные данные говорят, с одной стороны, о довольно-таки взвешенной самооценке и хорошем понимании происходящих процессов, с другой, – о сильном разрыве в отношении разных типов организаций к происходящему, связанному как с характером деятельности, так и с развитостью горизонтальных связей у данных типов организаций.

Представленный материал разделен на три блока: общая характеристика сектора, проблемы и пути их решения и факторы, влияющие на дальнейшее развитие благотворительности.

Общая характеристика сектора

Институциональная благотворительность – динамичный сегмент современной благотворительности

Если судить по частоте подобных ответов на вопрос об актуальном состоянии благотворительности в России, главной чертой российской институциональной благотворительности сегодня является динамизм. Весьма значительная часть опрошенных в первую очередь обратила внимание именно на движение, на то, что ситуация постоянно меняется в разных своих аспектах и, по большей части, к лучшему.

Динамизм, так или иначе, ощущают все: представители всех видов фондов, крупных и совсем небольших городов. Однако чаще на ней делают акцент москвичи, особенно те, кто представляет частные и корпоративные фонды.

« Я считаю, что динамика, безусловно, положительная. Отношение в целом положительное. Изменения очевидны». (КФ)

« Не знаю, могу показаться большой оптимисткой, но если сравнивать с тем, что было пять лет назад, мне кажется, есть позитивные изменения. Потому что все как-то структурируется, выкристаллизовывается, более-менее регламентируется. Люди наработывают опыт и пытаются на нем учиться. С другой стороны, наработывая опыт, мы понимаем, что далеко вперед еще идти надо, очень много делать». (ЧФ)

Прогресс ощущается не только внутри уже существующего благотворительного сообщества. Растет интерес к сотрудничеству у еще не включенных в него людей, инициативных групп, институций.

« Мне кажется, что уровень благотворительности немножко повышается и в этой связи постоянная работа таких организаций, как Форум Доноров и другие, уже видна. И если раньше к такому сообществу было отношение опасливое, то сейчас люди более раскрыты». (ФЦК)

« К нам на бесплатное обучение – как писать проект, как продвигать его, как искать деньги, тот же фандрайзинг – посмотреть, как все это делается, со всего стотысячного города приходило 6–8 человек. Просто не было людей! Они не понимали, что это такое. Сейчас, конечно, стало лучше с этим, организации появились, даже помимо наших...» (ФМС)

Столь значимое для сектора повышение внимания извне связывают прежде всего со сменой поколений, с взрослением молодых людей, избежавших прямого столкновения с советской моделью отношения к благотворительности.

« Во-первых, появляются новые поколения, и генерационный разрыв очень виден. Отношение людей более старших поколений – и людей молодых, система взаимоотношений. Как, например, складываются отношения грантополучателей с грантодателями? Здесь есть интересная проблема: как правило, люди более старшего поколения ведут себя (это очень любопытно) как советские баре: «Дай нам деньги, вали отсюда, и мы не обязаны говорить «спасибо», нам обязаны». Это – абсолютно советская калька: все нам обязаны на свете. Дескать, «Мы вас ошастливили тем, что снизили до вас взять у вас деньги». И это очень характерно. Мы столько с этим сталкивались, что уже перестали расстраиваться. Молодые люди, как правило, действуют совершенно по-другому. Значительно более рационально, спокойно, с пониманием. Видно, что все-таки ситуация довольно быстро меняется». (ЧФ)

Благотворительность есть и развивается, несмотря ни на что

Ответы опрошенных руководителей фондов на вопрос «А как именно вы оцениваете развитие благотворительности» можно разделить примерно на три части: «благотворительности в России фактически нет», «благотворительность находится на этапе становления»

и «благотворительность, несмотря ни на что, есть». Очевидно, что ответы зависели во многом от срока работы конкретного руководителя и организации, но также можно заметить корреляцию ответов и с типом организации. Так, первый ответ скорее давали представители корпоративных фондов и фондов целевого капитала. О том, что благотворительность находится на этапе становления и процесс идет в нужную сторону, тоже говорили представители корпоративных фондов, но их поддержали и фонды местных сообществ.

« Если сказать одной фразой, наверное, она находится на этапе становления, начала развития. Причем наблюдается именно развитие, расширение различных фандрайзинговых технологий, некое изменение менталитета». (ФЦК)

Часть респондентов, которые оценивают достижения сектора более оптимистично, заочно спорят со скептиками, подчеркивая, что период восстановления российской благотворительности в постсоветский период не столь велик, чтобы ожидать большего, чем есть на самом деле.

« Ну, во-первых, реально благотворительности как институту – чуть больше десяти лет. Не слишком ли многого хотим? Значит, надо работать, бороться за изменение законодательства и серьезно работать с людьми». (ЧФ)

Но благотворительность в России, несмотря ни на что, состоялась. Несмотря ни на что, потому что во многих ответах упоминается о том, каким непростым был, да и остается процесс становления сектора. Среди сторонников этой точки зрения преобладают представители частных фондов, которые и в других вопросах были большими оптимистами по сравнению с остальными.

« Знаете, ну не вешаться же! Пока мы можем это делать, мы делаем... Работая в этой области, правильно выстраивая отношения с местной властью, находя какие-то решения, можно работать вполне полноценно. И, я бы сказала, время работает на нас». (ЧФ)

Благотворителей граждане по-прежнему недолюбливают

Одним из значительных блоков исследования было получение того, как фонды сами оценивают отношение общества и его различных групп к своей работе.

Говоря об изменениях в секторе и вокруг него, многие респонденты отмечали, что отношение общества к благотворительности в целом постепенно меняется к лучшему. Однако из высказываний, характеризующих сегодняшнюю ситуацию, следует, что эта тенденция пока еще не достигла точки перегиба. Преобладающим, по мнению многих, остается настороженное, недоверчивое, в лучшем случае – противоречивое отношение к благотворительности, прежде всего к ее институционально оформленной части.

« Мне кажется, отношение к благотворительности в России неоднозначное. Все так же остается на-

стороженности: куда пойдут средства, дойдут они до адресата или нет». (КФ)

« Проблема, в общем-то, заключается в том, чтобы достигаться до людей. Многие люди все-таки не верят в работу фондов и считают, что осуществлять адресную помощь – это гораздо лучше». (ФМС)

« Вот это недоверие еще до сих пор сидит в населении, [но отношение улучшилось]». (ФМС)

Среди сторонников этой точки зрения есть представители всех видов фондов, но чаще других ее разделяют респонденты из фондов местных сообществ. Возможно, это не случайно. Некоторые респонденты спонтанно (в том смысле, что прямого вопроса о региональной специфике им не задавалось) отмечали непонятный для них самих парадокс: в регионах степень недоверия и негативного отношения не только к благотворителям, но и к благополучателям выше, чем в столице. Правда, артикулировали эту особенность уже представители фондов помощи, а не местных сообществ.

« [Региональные бизнесмены] помогают, но в меньшем размере, чем московские. Вы знаете, чем дальше от Москвы, тем более странно относятся к детям-сиротам. Иногда сталкиваешься с агрессией: «Ха! А вот от этих детей мать отвернулась», «Они родной матери не нужны. А чё это мы должны помогать? Да пусть они все сдохнут». (ФП)

Информация о секторе есть, но ее все еще хватает не всем

Одним из типичных представлений о том, что мешает развитию благотворительности, является нехватка информации о деятельности фондов и других благотворительных структур. Пожалуй, впервые представители фондов признали, что информационной недостаточности внутри сектора нет. Да и та информация, которая исходит вовне, если и не удовлетворяет респондентов, то, скорее, по характеру, чем по количеству. Однако и в данном случае есть типологические различия. Так, именно корпоративным фондам информации не хватает, и они же более склонны рассчитывать на данный ресурс как на важную точку для дальнейшего развития благотворительности в целом.

« Знаете, есть «Деньги и благотворительность», еще что-то... Но их читают только члены благотворительных организаций, а другие люди об этом не очень-то знают». (КФ)

« Например, есть закон... (в Московской области каждый год продлевают, не знаю, этот закон на следующий год продлили или не продлили), что предприятия, зарегистрированные на территории Московской области, сколько-то процентов налогов, которые они платят, могут, просто написав заявление, переводить в благотворительные организации. Таким образом область лишается какого-то процента своих доходов, но вот это финансируется. Об этом никто не знает в принципе. Все-таки у нас нет государственных программ, информирующих о благо-

творительности в целом, о возможностях, которые существуют у людей, у организаций. Какая-то поддержка нужна такая общая, федеральная». (КФ)

В завершение приведем два высказывания, которые наиболее точно выражают общее отношение к развитию сектора институциональной российской благотворительности. С одной стороны, перед ней колоссальное поле для приложения усилий, что и обнадеживает, и, отчасти, пугает. С другой стороны, есть ощущение, что «время работает на нас».

« Если говорят, что в Америке есть ниши, куда встраиваются благотворительные организации, то в России – это не ниши, это пустыни, как сказал один человек. Поэтому огромное поле деятельности и низкая эффективность». (ЧФ)

« Чем дольше фонды существуют и чем больше они работают, тем больше это работает на нас. Там будет видно. Что мы будем прогнозировать? В конце концов, мы все-таки спасаем людей. Не хочу какие-то, знаете, делать заключения геополитического характера». (ЧФ)

Проблемы развития институциональной благотворительности и пути их решения

Невнятное законодательство сдерживает развитие фондов

Несовершенство законодательной базы – наиболее общая проблема, сковывающая развитие фондов всех типов. Ключевые определения нынешней законодательной базы – «невнятность» и «нелояльность». При этом речь идет как о федеральном, так и о региональном законодательстве. Проблема это не нова, ситуация меняется, однако законодательство – все еще первое, что продолжает звучать в качестве необходимых изменений для развития благотворительности.

« Даже если есть законы, они несколько размыты. К ним нужны нормативные документы и подзаконные акты, которые позволили бы их использовать». (ФМС)

« Само законодательство очень несовершенно и противоречиво. Много зависит от толкования на региональном уровне тех или иных чиновников, и эти толкования могут приводить к совершенно разным результатам в разных регионах». (ЧФ)

Размытость и противоречивость правового поля, в котором действуют благотворительные организации, приводит к тому, что все они оказываются в зоне риска нарушения законодательства. Соответственно, контрольно-надзорные органы при желании могут выявить нарушения в работе каждого благотворительного фонда.

« Оно [законодательство] ужасное, негибкое, репрессивное, и, конечно, мы поражены в правах, потому что... практически вообще ничего нельзя. Как всегда в нашем законодательстве все прописано настолько нечетко, что мы все время в зоне риска. В зависимо-

сти от желания аудитора можно так толковать, а можно сяк толковать». (ЧФ)

Выделяются несколько уровней и типов затруднений, связанных с законодательной базой. Первый – это создание препятствий в общей деятельности благотворительных организаций, снижающих эффективность работы и ограничивающих возможность развития. Второй уровень проблем – это как раз затруднения, вызванные несовершенством, неразвитостью регионального регулирования благотворительной сферы и третьего сектора в целом. При этом некоторые представители региональных фондов акцентировали внимание на еще одном моменте – непредсказуемости развития регионального законодательства. К этому уровню мы также отнесли высказывания о недочетах в нормативно-правовой сфере отдельных министерств и ведомств, очевидность которых проявляется при реализации определенных направлений деятельности (как правило, в сфере здравоохранения, а также социального обеспечения). Очевидно, что проблемы второго уровня в наибольшей степени касаются фондов помощи и местных сообществ. Однако с ними сталкиваются и некоторые частные и корпоративные фонды. Для фондов целевого капитала они не существенны. Третий уровень – проблемы еще более частного характера, связанные с реализацией определенных операций. Как правило, речь шла о банковских и валютных операциях, а также об обременительном документообороте, отчетности.

Крайне редкими были высказывания о том, что можно сделать (и что реально делается) для того, чтобы иметь возможность влиять на процесс законотворчества на федеральном и региональном уровне. Все они сводились к тому, что нужно сотрудничать с властями, входить «в разные советы» и с помощью этого получать возможность «влиять на ситуацию», работать «над законом о благотворительной деятельности». Другое дело, что, по общему мнению, процесс взаимодействия с властями и их институциями крайне тяжелый, полный болезненных компромиссов. И даже тогда, когда взаимодействие налажено, не стоит надеяться на быстрое наступление позитивных изменений.

« Это огромная машина, которую, особенно в нашем государстве, столкнуть с места довольно сложно. Вот мы, сколько лоббируем уже? Сколько я помню себя, еще до меня. Всячески, как только можем. И письма пишем, и обсуждать обсуждаем, и что мы только ни делаем! И каждый новый министр здравоохранения нам говорит разные, новые какие-то вещи. Когда они приходят, меняются, то начинают все с начала». (ФП)

Однако благотворители продолжают искать пути работы с властями разных уровней и вносить изменения в законодательство.

Отношение власти к благотворителям: скорее нет, чем да

Вопрос об отношении власти и ее институтов к благотворительности, благотворительным организациям поднимался представителями частных фондов, фон-

дов помощи и местных сообществ. И всегда в контексте препятствий для развития благотворительности.

Общее место – характеристика отношения власти как «нежелание формировать диалог», «желание не согласовывать интересы, а просто руководить и указывать, куда нужно всем двигаться», «доминирование: власть вообще не замечает бизнес и НКО, мешает». Власть «с удовольствием приписывает себе» достижения благотворительных организаций, не испытывает интереса, «если речь идет не о прямых деньгах и финансировании, а о моделях, которые мы распространили».

В ходе исследования неоднократно высказывалось мнение о том, что причина неприязненного отношения к НКО и, в частности, к благотворительности кроется в ощущении угрозы властной вертикали со стороны третьего сектора. По словам некоторых представителей ФМС, на многих территориях благотворительные фонды являются опасностью для власти, воспринимаются ею как конкурент, который «оттягивает PR, информацию».

« Мне кажется, что наше государство в некоммерческом секторе, независимо от того, о каких организациях мы говорим – частные фонды или сервис-провайдеры, видит для себя угрозу. Потому что для них это – часть гражданского общества. Гражданское общество у нас ассоциируется с чем-то не всегда очень хорошим. И с какой-то определенной опасностью». (ЧФ)

« Организаций становится все больше, а государство – оно так у нас устроено, что любой активности не под своим контролем очень сильно боится». (ФП)

Несмотря на то, что первые лица государства в последнее время делают заявления о значимости благотворительной деятельности и демонстрируют сопричастность к работе благотворительного сообщества, по мнению многих участников исследования, это не влечет за собой признания сектора на государственном уровне. Иначе говоря, отсутствует главный элемент такого признания в виде «политической установки», посылы чиновникам поддерживать начинания и развитие благотворительного сектора на местах.

« Нас никто не рассматривает всерьез как рынок труда, нас не замечают, когда вводят, например, новые социальные налоги. Про всех все говорили, а про НКО никто не говорил. Нет у нас третьего сектора. Все есть, а нас нет. И это такая серьезная проблема, и как ее разрешить, я до конца и не знаю». (ЧФ)

К чему же приводит такое сочетание – отсутствие политической установки на признание сектора, осознание его реальных достижений и возможностей и прагматичное отношение к нему со стороны властей – помимо того, что в этой ситуации фондам просто сложно работать? Судя по высказываниям представителей фондов, власть – и федеральная, и региональная – осознала, что есть такой ресурс как благотворительность. По мнению представителей региональных фондов, местные власти в последнее время стали активно поль-

зоваться идеей создания благотворительных фондов, они «понимают, что можно иметь при себе фонд, который тоже может использоваться как ресурс». Эти фонды «растут, как грибы», оттягивают на себя внимание регионального бизнеса: «даже партнеры, которые все время сотрудничали с нами – они уже поддерживают такие организации, потому что где-то административный ресурс...» (ФМС)

Кроме того, зачастую происходит «присвоение» положительных результатов деятельности благотворительных фондов. Представитель одного из фондов местных сообществ, ссылаясь на данные исследования, проведенного его фондом, сказал, что обыватели считают, что власть – это самый главный благотворитель и власти очень нравится, что ее называют благотворителем.

«К нам пришла «Единая Россия», сказали: «Ой, так здорово, расскажите нам про вашу программу». Мы им про программу рассказываем, они говорят: «Мы будем заключать с вами договор», потом уходят и через месяц нам объявляют, что им это неинтересно, они заниматься этим не будут, а еще через месяц такую же программу открывают у себя. Понимаете, мы только рады, что пожилые люди получают больше помощи, но в этом есть немножечко такого... Пусть бы они открывали, мы готовы делиться своими методиками – берите, пользуйтесь...» (ФП)

С другой стороны, властные органы стремятся если не приписать себе заслуги фондов, то скрыть истинные размеры помощи, оказываемые ими. Здесь действует простая логика: если какие-то внешние структуры оказывают существенную помощь в том направлении, которое должно патронировать государство, и об этом становится известно широкой общественности, это нехорошо. Так, представители одного из фондов помощи рассказывали, что врачи отделения, которому они помогают, неофициально оценивают помощь фонда в 20% от общего объема финансирования, а официально (при представителях СМИ) называют ее незначительной. По словам представителей фонда, врачи – заложники системы, которая дала им такую установку.

Как считают участники исследования, прагматический подход к благотворительности (на примере Минздравсоцразвития РФ) заключается в том, что государство делает фонды активными участниками реализации государственных функций. В настоящее время это происходит через систему грантов, а в дальнейшем (имеется в виду проект нового закона об охране здоровья граждан РФ) планируется законодательно закрепить обязательность участия благотворительных фондов «в финансировании лечения редких заболеваний в России: наряду с федеральным бюджетом указать безвозмездные пожертвования физических и юридических лиц. Благотворительные фонды получают официальный статус и будут нести стопроцентную ответственность наряду с государством за лечение этих пациентов».

«Отношение государства к нашим благотворительным организациям настолько странное и нелогичное,

что, ну, я даже не знаю, как это сформулировать. Но вообще я всегда говорю, что государство не должно помогать благотворительным организациям деньгами. Вот я считаю, что система грантов – это спорно. Может, я чего-то не понимаю. То есть, государство, которое не обеспечивает больницу всем необходимым... Вот сейчас, например, у нас нет даже химиопрепаратов. Это вообще нонсенс. И не выполнив свою задачу и не вложив деньги достаточные в эту больницу, дают грант для того, чтобы мы купили те же лекарства... То есть это какой-то порочный круг, я считаю». (ФП)

Как показало исследование, вопрос о позиции третьего сектора по отношению к власти является дискуссионным. Было выделено три точки зрения. Первая заключалась в том, что целесообразно стремиться к партнерству с властью. Вторая – хранить нейтралитет, решать рабочие проблемы по мере их поступления. Третья – стараться дистанцироваться от власти, быть независимыми от нее: «зависимость от власти – топящий элемент».

«Мы говорим о частно-государственном партнерстве. Понятное дело, что некоторые вопросы не решить без участия властных структур, поэтому работать надо только во взаимодействии». (ЧФ)

«Я считаю, что не нужно бежать от этих отношений, такое сотрудничество хорошо и для государства, и для благотворительных организаций. Мы все понимаем, что очень много зависит от государственных структур, и даже если это сложно, требуют дополнительных усилий, нужно выстраивать отношения ради своих целевых групп». (ЧФ)

«Лучшая стратегия для фондов – это держать нейтралитет. Потому что как только ты начинаешь «прислоняться», у тебя банально становится меньше денег. Или к какой-то партии, или к власти – бизнес будет на тебя по-другому смотреть». (ФМС)

«К ним просто-напросто надо привыкнуть. Они специфические – как любая отрасль, так и чиновники. Сначала сложно, первый год, наверное, два. Потом я привыкла к их образу мыслей, что да, есть бюрократия... Мне легче, потому что я работаю в университете – у нас тоже бюрократия. И тоже есть проблемы с возрастной категорией профессорско-преподавательского состава». (ФЦК)

«Если можно обойтись [без взаимодействия с государством], то лучше обойтись... С государством в принципе вообще очень сложно говорить – и с местным, и с большим, которое в Москве сидит. Потому что они все время считают, что мы с ними боремся, хотя это неправда». (ФП)

«Мы очень мало с ними [органами власти] соприкасаемся, стараемся дальше держаться от них, у нас нет совместных программ. Для некоторых наших подрядчиков – да, есть. Но мы стараемся вместе с этими вопросами работать». (ЧФ)

Можно предположить, что фонды разных типов, которые демонстрируют отстраненность от взаимодействия с властью, находятся в неравных условиях. Легче всего приходится частным фондам, за которыми, как и за корпоративными, стоит имя учредителя, его бизнес. Труднее всего – фондам местных сообществ, поскольку им по определению (в силу организационной формы) приходится контактировать с властями. Именно для представителей ФМС вопрос о взаимодействии с властью оказался наиболее болезненным.

«Самое сложное – это удержать равновесие между бизнесом, представителями общественной ответственности, которая говорит «вы нам должны», и властью, которая хочет это использовать как какой-то политический шаг». (ФМС)

«Это не является самоцелью, но взаимодействие с органами государственной власти, скорее, всегда полезно. Есть консультативные советы органов государственной власти, в которые можно входить. Если есть какие-то проблемы, которые зависят от органов власти, начиная с налоговых льгот, которые находятся в компетенции региональных властей, и заканчивая информационной поддержкой, будет правильно, если фонды напишут соответствующие письма, на которые полагается в определенный срок ответить. Мы в рамках нашей программы поддержки некоммерческих организаций будем проводить обучение двух тысяч государственных чиновников. Я надеюсь, что программа сильно подтолкнет органы государственной власти к пониманию потенциала некоммерческих организаций». (Артём Шадрин, Министерство экономического развития РФ)

Патернализм и иждивенчество – постоянные спутники благотворителей

Упоминания представителей фондов о патернализме, иждивенчестве носили предметный характер – это те трудности, с которыми они сталкиваются при работе с получателями помощи.

«Иждивенческие ожидания и ожидание, что «вы должны». Ни заработать ничего для этого, ни приложить усилий не хотят. Причем, если ожидают большего, а получают меньше, то уже обиды. И это иждивенческое настроение характерно не только для жителей, но и для руководителей». (КФ)

В результате благотворительные фонды начали уделять большее внимание оформлению документов, внедрению процедур проверки просьб, с которыми к ним обращаются потенциальные благополучатели. Иначе говоря, работа фондов стала более структурированной и упорядоченной.

«У нас существует определенная процедура, пакет документов, который необходимо собрать и направить. Люди считают, что, позвонив или написав,

они уже сделали для себя достаточно и «пусть дальше моими проблемами занимается фонд». Когда им говоришь, что надо собрать документы, они разочарованно тянут: «А-а» и кладут трубку». (ФП)

Переход ФП от «выдачи денег на руки» к «оплате счетов» был вызван частым возникновением ситуации нецелевого расходования средств. Далеко не всегда оно вызвано рассматриваемыми в данном разделе иждивенческими настроениями (люди, изнуренные длительной болезнью родственника, могут просто сломаться), но и ими тоже.

Недоверие граждан к благотворительным фондам искоренимо?

По мнению представителей фондов, информированность населения о благотворительности, благотворительных фондах, специфике работы отдельных типов фондов остается крайне низкой. При этом непонимание проявляют не только обыватели, но и представители бизнеса, властных структур.

«Непонимание бизнеса, именно бизнеса, что такое благотворительность. То есть бизнес-сообщество считает, что благотворительность – это, скорее, из области имиджа, пиара и маркетинга, чем социальная ответственность. Неготовность населения к теме, которой мы занимаемся». (ФП)

Это вызвано тем, что, с одной стороны, благотворительные организации «не очень профессиональны, не умеют рассказывать, объяснять, чем заняты, что в их деятельности важно и нужно обществу». С другой стороны, «не очень-то много у них есть возможностей это говорить, потому что нет социального заказа, нет общественного интереса и нет, одновременно, импульса со стороны власти интересоваться этим как способом улучшения среды».

Представители фондов были единодушны во мнении, что бороться с непониманием населения и отдельных его групп можно только целенаправленной, кропотливой работой по распространению информации.

«Сделать бесплатным телефон горячей линии... Пока наше государство к людям поворачивается очень медленно и неохотно, фонды крайне нужны – для выживания, для спасения. Чтобы меньше было отчаяния, как одна моя коллега говорит. Это очень важно. Поэтому мы чувствуем, что вносим свою лепту. Даже если у нас нет денег всех спасти, по крайней мере, мы скажем, где им помогут». (ФП)

«Основная проблема сферы... неосведомленность общества о такой возможности, как создание фондов целевого капитала, об их смысле, их содержании, поэтому сейчас, пока первые годы, основной вопрос, которому мы посвящаем время, – это некий ликбез по данной теме, донесение, информирование широких масс о том, что такие возможности есть и что это работает, что это работает прозрачно, что этому можно доверять». (ФЦК)

Неосведомленность является питательной почвой для сохраняющегося недоверия, подозрительности. Не-

смотря на то, что, по мнению респондентов, за последние годы ситуация в этой сфере улучшилась, степень недоверия к благотворительным организациям все равно крайне высокая.

«*Сейчас уже недоверия к фондам меньше немножко. Но, конечно, недоверие вообще к фондам существует. Ну, тоже по понятным причинам. Тем более, что, к сожалению, столько компрометации этого благородного дела...*» (ЧФ)

Причины недоверия к благотворительным фондам, благотворителям, информации о благотворительности имеют комплексный характер. Играют роль и характеристики социально-культурной среды, и молодость самой благотворительной сферы в постсоветской России, и живучесть стереотипов, подпитывающихся разобщенностью, дифференцированностью российского общества.

Лучшее средство борьбы с недоверием – публичность, демонстрация достижений, позитивных примеров. При этом представители говорили о применении двух технологий для распространения информации. Первая – это создание социальных (грантовых, образовательных) сетей: превращение благополучателей в волонтеров, людей, способствующих продвижению идей фонда.

«*Есть уже наша сформированная группа поддержки из грантополучателей. Это люди, которые прошли у нас обучение, к которым мы обращаемся и которые работают в качестве волонтеров на наших программах.*» (ФМС)

«*Мы набрали ребят из этих селений, обучили, отравили обратно... И теперь это наши запасные люди, то есть у нас появились молодые ребята, которые на местах работают. Если мне надо, я обращаюсь к ним, и они мне по доброй памяти сделают.*» (ФМС)

Вторая технология – это установление обратной связи с жертвователями, участниками программ. Общий принцип, действующий в обеих технологиях, заключается в том, что человек, попавший в поле зрения фонда, из него не уходит – он обеспечивается информацией, вовлекается в работу фонда, становится сопричастен к его достижениям.

«*Мы стараемся реализовывать наши проекты таким образом, чтобы мы потом могли донести до тех, кого привлекали, результаты реализации проекта. Чтобы люди верили, что это не пустые призывы, что деньги действительно собраны в таком-то конкретном размере и что они пошли туда, куда мы говорили, что они пойдут. Ну, например, вот они, конкретные дети, на лечение которых собирались средства.*» (ФП)

Стереотипы: год 2011-й – стереотипы все те же

Сохраняющиеся в общественном сознании «стереотипы – это тоже одна из существенных проблем», затрудняющая работу не только тем фондам, которые не-

посредственно работают с населением, но и всему благотворительному сообществу в целом.

Стереотип 1. Все благотворительные фонды богатые, ломятся от денег

«*Вы же фонд, как, у вас должны быть деньги!*» То есть люди не понимают, что мы точно такая же общественная организация». (ФМС)

Стереотип 2. Благотворительность – это часть государственной поддержки. Главный благотворитель – государство

«*И еще сталкиваемся с тем, что многие считают, что благотворительный фонд – это как часть государства. Вот, например, собес им должен пособие, и мы должны, а это же не так. Многие обращаются в фонды, думая, что это часть государственной программы поддержки.*» (КФ)

«*Второй по значимости стереотип – лучшие государственных институтов и государства в целом никто не может решить общественно значимые проблемы. Ждать от государства каких-то благодатей, глобальных решений – это такая традиционная модель, которая, безусловно, существует. А благотворительность по своей природе – частная, не бывает государственной благотворительности, хотя такой термин у нас в последние годы тоже появился, потому что государство претендует и на эту область, оно хочет и ее огосударствить. Я даже не знаю, с чем это сравнить, это абракадабра какая-то – не бывает государственной благотворительности.*» (ЧФ)

Стереотип 3. Богатые люди обязаны помогать

«*Большие надежды возлагают многие социальные группы на благотворительные фонды, а точнее, на корпоративные благотворительные фонды, считается, что у них больше возможностей. Странные претензии, требования. Мы не можем помочь всем, в этом как раз и сложность, когда приходится отказывать. Люди обижаются, не понимают, говорят: «Как же так?!». Тогда мы им объясняем, что мы не работаем с такой категорией, мы сосредоточены в другой сфере, по-другому работаем. Отказываются понимать, считается, что мы обязаны просто оказывать помощь.*» (КФ)

Для преодоления стереотипов можно перевести общественное сознание в позитивное, конструктивное русло, что достижимо только при объединении усилий всех контрагентов благотворительной сферы.

«*Мы понимаем, насколько это важно. Но в обществе нам одним это не сломить. Здесь, мне кажется, только если будет осознанный выбор и властей, и НКО, и на то, чтобы пойти нам на встречу... [Только в результате этого] в обществе сформируется более положительный опыт.*» (КФ)

**Благотворительное сообщество:
разобщено и малочисленно**

Если ранжировать проблемы, существующие в благотворительной сфере по критериям важности и трудно-разрешимости, то состояние «аморфности», «разобщенности», «рыхлости» профессионального благотворительного сообщества по частоте упоминаний респондентами поделит первое место с проблемой отношения государства к благотворительности.

«*Сегодня самый нецивилизованный сектор – это третий. Уже проще стало работать с бизнесом – они поделили сферы влияния, территории, у них появилась стабильность... А третий сектор мечется, они ищут благотворителей, конкурируют, часто пытаются в том числе и дискредитировать оппонентов, чтобы поднять себя в своих глазах... Я говорю именно о всем секторе. В первую очередь их задача – поднять свою значимость, свою важность, подороже себя продать. Проблема третьего сектора в том, что они готовы хоть и под политику лечь, и это показывает и движение в поддержку Путина, и все остальное. Наверное, сегодня самый сложный сектор – третий. Он еще не готов к конструктивному диалогу. Нет единого языка понятийного в третьем секторе сегодня. Я много лет этому посвящал и периодически опять начинаю ощущать. Особенно в приближении периода раздачи конфет, как вот сейчас с выборами. Когда обострение снижается, они готовы к каким-то совместным действиям, PR-акциям, ярмаркам, форумам и так далее. А как только вот ужесточается возможность... кто ближе к телу подойдет, к тому или иному кандидату, кто станет доверенным лицом или еще что-то – конечно, начинается борьба. Какая организация является более влиятельной в городе. Поэтому все еще нет сильного консолидированного влияния. Такого же хотя бы, как у бизнеса. Бизнес хоть в какой-то мере научился консолидироваться, объединять усилия, приводить того или иного чиновника, мэра, губернатора. И какая-то часть бизнеса, которая в это вкладывалась, сидит спокойно до следующих выборов. Без метаний и дерганий из стороны в сторону, что очень сильно мешает...» (ФМС)*

Характерно, что хотя большинство «публичных» фондов декларируют готовность к объединению усилий, информационному обмену, ассоциации, на практике отмечается больше дифференцирующих, чем консолидирующих признаков («мы все по отдельности свой урожай собираем»). При этом максимальная степень индивидуализации (что, в принципе, не удивительно) присуща частным фондам.

О разрозненности благотворительного сообщества говорили представители различных типов фондов.

«*Мне кажется, что у каждого есть своя сфера интересов, четко очерченная, и ресурсы не хотелось бы распылять на что-то внешнее. И, я думаю, конку-*

ренция за информационные дивиденды тоже присутствует». (ЧФ)

«*Структур, занимающихся благотворительной деятельностью, много, и мы разные. Даже при организации встреч Форумом Доноров чувствуется, что у нас разные платформы и этические принципы по отношению к делу, которым мы занимаемся».* (КФ)

Результаты исследования показывают, что в современном благотворительном сообществе происходят процессы, отличающиеся и по своей направленности, и по своему характеру. Нарастают конфронтация, противостояние по различным параметрам жизнедеятельности фондов. Но это является проявлением роста самосознания и самоопределения фондов. Наряду с этим происходят стихийные и организованные объединения фондов по территориальному принципу или по направлениям деятельности. К тому же существует общее представление о факторах, задающих внешний контекст развития благотворительности.

В этой ситуации важно найти те точки соприкосновения, которые позволят объединить фонды, готовые к объединению, на основе общих интересов. Одной из таких точек является информация, информационные технологии, организация процесса обмена информацией, создание площадок для общения и внедрение принципов и стандартов информационного обмена.

«*Проблема в низкой эффективности за счет того, что мало информации, мало взаимодополняющей синергии, которая возникает при совместных действиях. У нас мало чего в этом отношении есть, мало обновленных, актуальных баз данных, мало аналитики и мало пока еще готовности сотрудничать. Я не знаю, с чем это связано, возможно, это некие амбиции, что мы делаем сами, нам никто не нужен, возможно, какие-то другие причины, слабая информированность, непонимание того, что гораздо эффективнее можно сделать то же самое совместными усилиями».* (ЧФ)

«*Важна еще философия третьего сектора. В коммерческой среде есть понятие «коммерческая тайна», и если я что-то изобрел, то это надо где-то зарегистрировать, чтобы платили все время. В некоммерческом секторе, где работа идет на общественное благо, ты должен радоваться, если твое изобретение берут и используют – вот философски так. Это счастье, потому что оно работает на твою цель, на твою миссию. Чем больше людей ее подхватят, тем лучше. И считать, что нет, вот это мое, я не дам это распространять, – это просто нонсенс. И это тоже существует в третьем секторе и благотворительности. Вот это, считаю, тоже одна из бед третьего сектора и благотворительности. Просто нет понимания миссии такого рода организации, она совсем противоположна: как можно больше делиться с другими, тем самым ты становишься богаче сам. В этом разница между коммерческим и некоммерческим сектором».* (ЧФ)

Административные расходы – платить или не платить за работу в фонде?

Как показало исследование, вопрос об административно-хозяйственных расходах (АХР) является актуальным для фондов, но они не стремятся вынести его на публичное обсуждение. Возможно, играет роль то, что эта тема находится на стыке нормативно-правовой регуляции, сферы PR (выигрышные ходы рекламной кампании, продвижения на рынок) и стратегии развития каждого конкретного фонда. В данном случае мы будем вести речь об административных расходах исключительно в контексте позиционирования благотворительных фондов, тем более что, как было сказано в одном из интервью, превращение законодательно разрешенных 20% на АХР в 80% – это достаточно простая задача для профессиональных экономистов. А вывод о стратегии развития фонда можно сделать по акцентам в его продвижении в благотворительной сфере.

В ходе исследования было выявлено три точки зрения на долю АХР как критерия оценки деятельности благотворительных фондов и «сильного» аргумента в их позиционировании на рынке.

Первая: чем ниже доля административных расходов, тем эффективнее работает фонд.

« Мы стараемся показать, что все 100% денег, которые мы собираем, идут на спасение детей. (ФП)

Вторая: для разных типов фондов, имеющих различный характер деятельности, необходимо предусмотреть отдельные пороги разумных, эффективных АХР.

« Если 5–7% от привлеченных средств тратятся на расходы фонда, мне кажется, что это абсолютно экономически эффективная организация. То есть стоимость привлечения средств – она должна быть, мне кажется, не больше. Но это для организаций, которые занимаются именно крупным фандрайзингом на медикаменты, на операции. Если, допустим, речь идет об организации, у которой школы для родителей – там очень много того, что стоит денег, но на это сложно собрать... Там уже, наверное, другая должна быть оценка». (ФП)

Третья: доля АХР не может быть показателем эффективности деятельности благотворительных фондов.

« Процент административных расходов – настолько неправильный показатель во всех отношениях... У нас есть отдельный проект, связанный с дискредитацией этого показателя. Понятно, что это просто умелые руки финансового директора: если надо 20, он покажет 20, если 60, то 60. Методики никакой нет, все пишут, как угодно. Культура общества такова, что, естественно, требуют минимальных цифр. Идет искажение отчетности. Это не способствует тому, чтобы НКО реально считали свою себестоимость. Мы не должны стремиться к нулю, иначе мы никогда не заставим человека работать, [не сделаем фонд] ни прозрачным, ни открытым, ни эффективным, если мы будем одной ру-

кой говорить о прозрачности, другой: «А что там АХРы?» (ЧФ)

«У нас еще нет устоявшегося мнения, мы еще сами этот вопрос дискутируем внутри себя. Были случаи, когда мы, например, хотели бы направить все деньги, которые определили для этого проекта, именно на проект. А фонд нам говорит: «Нет, 10% нам, потому что мы все это администрируем». И мы, с одной стороны, понимаем, что вроде бы это правильно, а с другой, из-за этого один ребенок, например, недополучит помощи. В таком случае мы говорим, что все-таки все деньги мы бы хотели направить на проект, а ваши административные расходы покрывайте из каких-то других источников». (Екатерина Шапочка, РВС)

В высказываниях респондентов присутствуют диаметрально противоположные позиции: низкий уровень АХР – «предмет гордости», АХР – вообще не предмет для оценки деятельности. Ниже приведены аргументы в поддержку АХР как индикатора эффективности и добросовестности работы благотворительных фондов (по сути дела – причины выбора этого показателя в качестве знакового) и аргументы против того, чтобы использовать этот показатель при анализе деятельности благотворительных фондов.

Основной аргумент «за» заключается в том, что «стыдно», «неудобно» говорить о деньгах при осуществлении благотворительности и «ситуация в стране такова, что люди не поймут». По мнению сторонников этой позиции, аскетизм людей, осуществляющих благотворительную деятельность – залог их добросовестности. Тем не менее, реалии таковы, что АХР все равно не избежать, но для них открываются отдельные счета.

« Есть люди, которые нас поддерживают именно на административные расходы, целевым образом. И это происходит не через счет фонда... Просто чтобы не смущать людей тем, что какие-то деньги... Ну, так уж устроены люди в России, что они уверены, что если человек за добрые дела получает зарплату, значит, он действует корыстно, и смысл его деятельности в зарплате, а не в добрых делах... Если какие-то деньги человек лично получает – все, это значит, что человеку нельзя верить. Лучшие мы не будем людей этим смущать. Мы не скрываем, что зарплату получаем, но стараемся транспарантов об этом не вешать». (ФП)

« Ограничен бюджет, да, и мы не можем взять больше сотрудников... И даже, если, в принципе, где-то можем себе позволить, то сразу начинаем мучиться, что уж лучше эти средства направить на целевое использование, на благотворительность». (КФ)

Суть высказываний противников включения доли АХР в систему оценки эффективности работы благотворительных фондов сводилась к тому, что работа профессионалов должна оплачиваться на должном

уровне. И важно не то, сколько будет израсходовано средств, а какая в результате будет отдача. Характерно, что об этом говорили не только руководители благотворительных фондов, но и представители корпораций, которые искали инфраструктуру (в лице благотворительных фондов), которая бы гарантировала им максимальную прозрачность и эффективность реализации благотворительных программ.

« Мы знаем, что много есть всяческих мошенников: «Дайте 20 тысяч рублей» – и деньги ушли куда-то. Какая будет отчетность? Действительно ли средства дойдут до того человека или той организации, которая их просит? Никаких гарантий нет, а отслеживать их специально, содержать людей в штате – это просто бессмысленно. Невозможно это делать». Выбор [фонда, администрирующего корпоративные благотворительные проекты] был обусловлен наличием в его штате профессионалов, которые могут снять эти вопросы. Безусловно, там целый штат работников, которые специально обучены и знают, как средства распределить». (КФ)

« Есть недоверие к тому, куда идут деньги. И недоверие тем, что деньги идут на административные расходы. Хотя как они могут не идти, я не представляю. Потому что есть зарплата, аренда офиса... Потому что если это будет просто на общественных началах организация, она развалится. Вот этого люди не хотят знать. Они хотят, чтобы все деньги, которые они собирали, шли на благотворительность. Но это нереально». (КФ)

«Истина, наверное, где-то посередине. Если взять наш благотворительный фонд, то, поскольку мы работаем в рамках крупной корпорации, мы можем опираться на административный ресурс. Везде, где мы работаем, есть подразделения, которые занимаются благотворительной деятельностью. А вообще, профессионализм в благотворительности, безусловно, нужен. Я думаю, мы уже перешли на более высокую стадию развития, и сейчас вопрос профессионализма и в нашей организации волнует всех. Соответственно, чтобы привлечь людей, необходимы определенные административные расходы. Если мы хотим повысить качество нашей работы, нужны и тренинги, и образовательные программы. Повторюсь, истина посередине – нужно исходить из тех условий, в которых работает тот или иной фонд». (Игорь Бекетов, Благотворительный фонд «ЛУКОЙЛ»)

Запрос на информацию – наконец, конкретика

Представители фондов говорили о дефиците информации, несформированности единого информационного поля скорее не как о проблеме, которая тормозит нынешнюю деятельность, а как о ресурсе, который даст мощный импульс для развития и отдельных фондов, и всего благотворительного сообщества в целом.

В тоже время никто не отрицал значимости информационного обеспечения для ведения эффективной деятельности.

« Если мы получаем информацию, значит, мы можем, основываясь на этой информации, представить себе некую общую картину. Это позволяет понять, какова ситуация, увидеть какие-то тренды и помогает лучше планировать нашу деятельность. Собственно, информация для этого и нужна, чтобы принимать оптимальные решения». (ФЦК)

Основные пожелания сводились к тому, чтобы информация была структурированной, достоверной и легко доступной.

В ходе исследования были сформулированы два запроса: первый – на конкретные темы, второй – на потребность в информационном обмене внутри благотворительного сообщества, на формы такого обмена. Среди конкретных тем большинство было связано с фандрайзингом, а также с доступом к материалам исследований и бенчмаркингу.

« Фандрайзинг – это дело новое. Фандрайзингу надо учиться. У нас он есть, только не в «научном состоянии». Можно выбрать людей, которые способны к фандрайзингу для фондов, но все равно это тонкая наука, у нас ее нет. И вот я бы хотел поучиться». (ФЦК)

« Мы сталкиваемся с недостатком информации о лучших практиках, может быть, о каком-то бренчмаркетинге. Чтобы было понятно то, насколько фонд эффективен, – вопрос, который очень часто задает совет директоров. Но мы на него либо находим ответ, потратив очень много времени, либо не находим. Здесь, наверное, надежда есть, потому что определенные движения в секторе в этом направлении тоже делаются, что приятно». (ЧФ)

Запрос на информационный обмен сводился к нехватке площадок общения:

« Нужна возможность общаться с такими же представителями. И свои проблемы узнать. Потому что, когда сталкиваешься с проблемой и думаешь: «А кто-то уже столкнулся с такой проблемой? Или это для нас она проблема, а может быть, она вообще не проблема?». И вот, пообщавшись, понимаешь, что кто-то уже столкнулся. И пообщались, и сообща приняли решение или пришли к какому-то мнению». (ФЦК)

Можно ожидать, что с развитием лучшего информационного обмена между самими институциональными благотворителями изменится и качество информации о секторе, представляемой вовне.

От чего зависит благополучие благотворительного сообщества

Как и любое профессиональное сообщество, представители фондов рассматривают те факторы, которые оказывают значительное влияние на их развитие. Мы в сво-

ем Докладе посвятили отдельный раздел условиям деятельности фондов, а вот какие факторы рассматривают в виде значимых сами благотворительные институты.

***Растет благосостояние граждан –
растет благотворительность***

Из всей совокупности внешних факторов, от которых, по мнению опрошенных, зависит дальнейшее развитие благотворительности, лишь один можно условно отнести к объективным. В том смысле, что он зависит не от отношения к благотворительности различных социальных субъектов, а от уровня экономического развития страны. Это повышение доходов населения. Об этом упоминали представители фондов, напрямую зависящих от пожертвований населения и малого и среднего бизнеса (успешность которого в некоторых высказываниях присутствует в одном ряду с ростом уровня жизни населения).

« Если ты зарабатываешь меньше 15 тыс. рублей в месяц – а таких 56%, то ты все время занят другими делами: купить подешевле или сделать то, за что другой заплатит. Времени остается не очень много». (ФП)

« Население сейчас не готово отдавать свои деньги на благотворительность. Ему не хватает на жизнь». (ФМС)

Конечно, как показывает опыт работы многих фондов, для того, чтобы стать жертвователем, вовсе не нужен огромный доход, тем более, что и размеры пожертвований могут быть (и бывают) самыми разными. И наконец, как неоднократно отмечалось руководителями фондов, часто оживление благотворительной деятельности и интереса к ней происходит при не самой благоприятной экономической ситуации.

« Конечно, экономический подъем – он всегда очень в плюс. Хотя благотворительность развивается именно тогда, когда все плохо». (ФП)

Развитие институциональной благотворительности без поддержки власти невозможно

По тому, как много было сказано о значении отношения государства к благотворительности при обсуждении проблем и реалий сегодняшнего дня, легко понять, что и в рассуждениях опрошенных о том, от чего зависит развитие сектора в будущем, этот сюжет был ключевым. По мнению большинства, и развитие благотворительности в принципе, и судьба отдельных фондов и проектов в тех условиях, которые сегодня сложились в России, зависит, прежде всего, от позиции власти.

« Благотворительность – не самостоятельная сфера, она в наших условиях всецело зависит от политической ситуации, которую очень трудно прогнозировать. И скорее всего, после марта 2012 года ситуация будет яснее». (ЧФ)

« Это [перспективы фонда] зависит от нашей работы очень сильно, но также зависит и от власти, которая сейчас намного ярче представляет сообще-

ство, чем само сообщество. И если власть говорит: «Нам фонд не нужен» и перестает с ним взаимодействовать, то и те, кто раньше работал с фондом, тоже говорят: «Нет, нам не надо!» (ФМС)

Один из показателей отношения государства к благотворительной деятельности – это законодательство. О необходимости изменений в законодательстве говорили многие. И многие не говорили только потому, что, как можно понять из контекста бесед с ними, считают это очевидным. В первую очередь речь идет о введении налоговых льгот для жертвователей. Принятие соответствующих законов, по мнению большей части респондентов, станет не только реальным экономическим стимулом для частной и корпоративной благотворительности, но и важным «сигналом» того, что власть одобрительно относится к благотворительности. Чаще других о необходимости введения налоговых льгот упоминали представители фондов целевого капитала.

« И законы должны быть, и организациям, может быть, они больше бы помогли, если бы были какие-то льготы для организаций, жертвователей». (ФП)

« Я когда-то письмо написал так, по наивности, через Интернет президенту. Ну, мне ответили что-то вроде: у благотворителей, которые участвуют в подобных мероприятиях, имидж растет, поэтому им не надо, пусть они на имидж работают». (ФЦК)

То, что сегодня нередко осложняет работу благотворительных фондов – это низкое качество работы ведомств, с которыми приходится сталкиваться при реализации благотворительных проектов: непрофессионализм чиновников, их незаинтересованность, бюрократические сложности и т.п. По мнению некоторых респондентов, если сдвигов к лучшему в этой сфере не произойдет, говорить о радужных перспективах благотворительности будет сложно. Несколько чаще о плохой работе чиновников, особенно в регионах, упоминали представители фондов местных сообществ. Но сталкиваются с такими проблемами и другие фонды.

« Ближе всего и эффективнее мы общаемся с областным министерством образования. С минздравом не получается, они ни на что не откликаются». (КФ)

« Стало меньше профессионалов среди органов власти, и они «заточены» под другие задачи». (ФМС)

« Местные чиновники зачастую бойкотируют инновации. Они привыкли жить в своей среде». (ФМС)

И изменения в законодательстве, и улучшение работы государственных органов, которых так ждут представители благотворительного сообщества, все же рассматриваются ими как вторичный момент, как показатель общего характера отношения государственной власти к благотворительности и, шире, к гражданскому обществу. По их мнению, по-настоящему позитивные перспективы могут ждать российскую благотворительность только в случае серьезных перемен именно на этом, более высоком уровне.

« Это, наверное, связано с развитием демократии в стране». (ФМС)

« Глобально у нас нет никаких государственных программ, информирующих о благотворительности в целом, о возможностях, которые существуют у людей и организаций для проведения [благотворительных акций]. Поддержка нужна общая – социальная, федеральная». (КФ)

Отношение общества к благотворительности надо изменить. Самому обществу

Несмотря на то, что ключевую роль в социальных изменениях, необходимых для более успешного развития благотворительности, опрошенные отводят государству, определенные надежды они связывают и с изменениями в самом обществе. Примечательно, что этого рода запросы на изменения носят обезличенный характер. Из них совершенно непонятно, какие институции могли бы инициировать и обеспечить необходимые перемены.

Как и в случае с государством, есть точка зрения, что для реального включения «зеленого света» благотворительности нужны не частные перемены, а изменение самой атмосферы в обществе, самосознания людей. Только в сформированном гражданском обществе можно всерьез говорить о развитии такого явления, как благотворительность. Среди тех, кто артикулировал эту точку зрения, есть представители разных видов фондов.

« В нашем гражданском обществе не хватает граждан. И поэтому надо с ними работать. Многие говорят, что с ними работать нельзя, они все пассивные, им ничего не надо, они пьют и т.д. На самом деле не так, практика показывает, что можно работать. Только надо уметь и хотеть». (ЧФ)

« [Что должно измениться, чтобы в России развивалась благотворительность] – это общественное мнение, а именно гражданского общества, о качестве благотворительности». (КФ)

Многие говорили уже о следующем шаге. Помимо формирования гражданского общества и самих граждан, осознающих необходимость и готовность участвовать в решении общественных проблем, нужно создать «моду на благотворительность», сделать ее «привычной». Для того чтобы это произошло, люди должны прежде всего узнать о реальных делах и возможностях благотворительных институций.

« Мне кажется важной информационная работа с населением. Людям не хватает информации об НКО вообще. Далеко не все знают, что они есть, чем они занимаются». (ФМС)

« Благотворительность должна войти в жизнь людей. Это должно стать привычным делом любого человека». (ФМС)

« Без правильной атмосферы в обществе, минимального доверия, сопричастности, участия нам трудно

но сейчас работать. И будет трудно в перспективе. [Необходимо] развитие культуры благотворительности... Такой постепенный процесс». (ФП)

Некоторые респонденты придерживаются мнения, что отношение к благотворительности будет постепенно меняться и без внешних усилий. Достаточно просто набраться терпения и ждать, когда это произойдет.

« Во-первых, должно пройти время. Потому что мы жили столько лет при такой власти, где проблем не было вообще. И, конечно, нужно, чтобы прошло какое-то время, прежде чем люди начнут понимать, о чем речь». (ФП)

Значительно больше распространена идея необходимости просветительства, разъяснительной работы, информирования людей о том, что представляет собой реальная благотворительность, что это дело не только героев и олигархов.

« Мне кажется, что это должно преподаваться, может быть, в школах, должно быть нормой жизни. Детям давать уроки доброты. Нужно от этого идти, от самого начала». (ФП)

« Я считаю, что, с одной стороны, нужно заниматься благотворительностью, говорить об этом, но с другой – воспитывать общество, чтобы оно правильно принимало эту помощь и ощущало благодарность к тем людям, которые ее оказали». (ФК)

Информационное продвижение идеи филантропии необходимо для активизации всех видов благотворительной деятельности людей и корпораций.

Консолидация – необходимое условие выживания и дальнейшего развития

Мысль о необходимости консолидировать усилия сообщества как о факторе успешного развития сектора респонденты проводили неоднократно – как в виде общих формулировок, так и в виде примеров реального сотрудничества фондов друг с другом и с внешней средой.

« Прежде всего, конечно, [от партнерства жду] консолидации усилий. Если бы мы смогли продемонстрировать свою силу, тогда, может быть, было бы проще в продвижении и региональных законов, да и российский закон нуждается в том, чтобы быть принятым в нормальном, современном виде. То есть жду нормальной профессиональной работы». (ФМС)

« Надо создавать ассоциацию профессиональных фандрайзеров, которая будет продвигать все это, обучать русским технологическим приемам. Западные надо ввозить сюда, но их надо адаптировать – другой народ, другая ментальность, все другое». (ФП)

« Будущее, как мне кажется, за симбиозом бизнеса и НКО. Некоммерческие организации как цель, а бизнес как инструмент, социальное партнерство – одно из самых перспективных для России». (ЧФ)

Информация и исследования – основа эффективной работы

Запрос на информацию, на регулярный информационный обмен в прямой форме чаще других артикулировали частные фонды. Подчеркивалось, что фонды не просто заинтересованы в обмене опытом. Чем развивается сектор, тем чаще возникают проекты, которые невозможно реализовать в одиночку. В связи с этим крайне необходима информация о деятельности, специфических возможностях и наработках потенциальных партнеров.

« Понимаете, многие вещи нельзя делать одному фонду, каким бы мощным он ни был. А объединение невозможно, потому что фонды сами не имеют информации, кто что делает. Просто нет карты благотворительности России». (ЧФ)

У ряда фондов сформирована отчетливая потребность в информации исследовательского характера. Некоторые респонденты отмечали, что никогда не начинают новый проект без исследования целевой аудитории и/или региональной специфики. Есть необходимость в мониторинге деятельности фондов.

« Актуальные темы в сообществе все время меняются. Чтобы определить приоритеты грантовых сезонов, мы проводим опросы, беря разные группы граждан: интеллигенцию, рабочих предприятий, медиков, вспомогательный персонал. И таким образом узнаем, что людей волнует». (ФМС)

Заключение

Представленные результаты исследований позволяют сделать несколько выводов, часть из которых является подтверждением экспертных оценок, а часть – новыми и интересными для осмысления факторами.

Во-первых, полученные данные позволяют с уверенностью сказать, что **сектор институциональных благо-**

творительных организаций в России за 20 лет жизни развился недостаточно. Даже с учетом возможных погрешностей и допущений 301 фонд на всю страну – недопустимо мало. Это число мало и в сравнении с оценками общего числа благотворительных организаций, и уж тем более в сравнении с общим числом некоммерческих организаций.

Во-вторых, **проблемы, которые влияют на развитие именно благотворительных фондов исследуемых типов, во многом не являются уникальными** по сравнению с общими проблемами некоммерческих организаций и фактически не претерпели значительных изменений за последние годы. Так, по-прежнему важными факторами остаются плохое экономическое состояние страны и недоверие граждан к благотворительным организациям, а ожидания изменений ситуации многие представители фондов связывают с изменением отношения власти и принятием новых законов.

В-третьих, хотя информации о деятельности фондов стало больше, в том числе в средствах массовой информации, самим **участникам благотворительного сектора по-прежнему не хватает площадок общения, информации о работе коллег и данных исследований.**

При этом как важное и позитивное для нас явление мы хотели бы отметить **самооценку институциональной благотворительности как развивающегося сегмента некоммерческого сектора.** Динамизм выражается и в цифрах: число новых организаций, в том числе не существовавших вовсе (фондов целевого капитала), растет, количество жертвователей и волонтеров говорит об интересе и привлекательности сектора для новых участников.

Еще одним важным выводом является **запрос на консолидацию сектора,** на развитие горизонтальных связей и объединение для дальнейшего развития. Отмеченное в высказываниях представителей разных типов благотворительных фондов желание общаться необходимо превратить в конкретные действия как на федеральном, так и на региональном уровнях.



ИТОГИ ГОДА

РЕЙТИНГ СОБЫТИЙ, ПРОЕКТОВ, ПЕРСОН

В основу данного раздела легли мнения представителей благотворительных организаций, а также органов государственной власти, бизнеса, СМИ, играющих заметную роль в благотворительном секторе. Мнения были собраны в ходе качественного исследования благотворительных фондов (см. раздел «Состояние развития...»), специальных интервью (ряд из которых опубликован в разделе «Взгляд со стороны») и фокус-групп. Всего было опрошено 146 человек.

События года

ВНЕСЕНИЕ ПОПРАВОК В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО, КАСАЮЩИХСЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Не только значимым событием прошедшего года, но и некой вехой в развитии благотворительности эксперты считают недавно принятые поправки к законам, прежде всего, касающиеся налоговых льгот. Это событие сектор воспринимает не как внешнее, поскольку за ним стоят многолетние усилия самих благотворителей.

О событии

Федеральный закон «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части совершенствования налогообложения некоммерческих организаций и благотворительной деятельности» принят Государственной Думой 5 июля 2011 года и одобрен Советом Федерации 13 июля 2011 года (подробнее см. в разделе Доклада «Условия деятельности»).

Проект поправок, подготовленный еще в 2009 году, неоднократно обсуждался с лидерами благотворительных организаций и дорабатывался на рабочих и дискуссионных площадках – в Комиссии Общественной палаты по развитию благотворительности, рабочей группе под председательством Владислава Суркова, на различных региональных конференциях.

Другие законодательные новшества – программа поддержки социально ориентированных (СО) НКО, отмена единого социального налога (ЕСН) – также являются значимыми для сектора. При этом представители благотворительного сектора отмечают неясную пока ситуацию с СО НКО и явные негативные последствия увеличения ставок социальных налогов.

«С одной стороны, очень здорово, что у нас правительство решило вообще как бы то ни было целенаправленно поддерживать НКО. Но ужас состоит в том, что закон, который регулирует, что такое социально ориентированные НКО, скажем прямо, плохой». (Лариса Зелькова, Благотворительный фонд В. Потанина)

О событии

Принят Федеральный закон № 288283-5 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской

Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций». Из госбюджета выделены 900 млн рублей на поддержку СО НКО.

О событии

ЕСН утратил свою силу с 1 января 2010 года. Налоговые выплаты, которые прежде направлялись на ЕСН, ныне направляются на страховые взносы в Пенсионный фонд России (ПФР), Фонд социального страхования, федеральные и территориальные фонды обязательного медицинского страхования (ФОМС). При этом ставки отчислений в ПФР и ФОМС увеличены.

«Увеличение социального налога со всех организаций, в том числе и некоммерческих, сразу же ставит под угрозу всю законопослушную деятельность благотворительных фондов. Особенно фондов помощи. Небольшим и средним фондам действовать в прежнем режиме становится невозможно, потому что фандрайзинг должен был автоматически увеличиться с 1-го января в два с половиной раза. Только чтобы сохранить прежний штат и обеспечить правильный фандрайзинг». (Ольга Рейман, Фонд «Кто, если не Я?»)

«Очень сильно, конечно, ударило в отрицательном плане введение нового страхового налога – 34,2%. Поскольку мы спонсируем и преподавателей... Мы платили по 50 000, но думали тысяч 65 заплатить в этом году. Но когда вышел этот самый закон об этом новом налоге... Максимум мы могли поднять, исходя из наших доходов, до 75 000 рублей на преподавателя. Но получили они меньше, чем те, которым мы платили по 50 000. Конечно, это очень неприятно. И для самих получателей: вот он получает сертификат на 75 000, а в итоге на руки совершенно другая сумма. Приходится долго объяснять, потому что они рассчитывают на эти деньги». (Представитель фонда целевого капитала – участник общественного опроса фондов)

СОБЫТИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ФОНДОМ «ФЕДЕРАЦИЯ»

О фонде «Федерация» говорили почти все – и участники опроса фондов, и участники интервью. Само появление подобного фонда и волна острых публичных дискуссий, связанных с его деятельностью, похоже, задела всех без исключения, так или иначе связанных со сферой благотворительности.

О событиях

В декабре 2010 года фонд «Федерация» организовал концерт в Санкт-Петербурге. В нем приняли участие не только десятки голливудских звезд (Шэрон Стоун, Жерар Депардьё, Микки Рурк и другие), но и премьер-министр Владимир Путин, который сыграл на рояле и спел. Однако в марте 2011 года мать одной из тяжелобольных девочек, которую накануне концерта посетила Шэрон Стоун, сообщила: деньги от фонда не поступили. Журналисты не могли найти официальный сайт фонда, отчета о полученных и перечисленных средствах. Прокадилась волна публикаций в СМИ, в которых журналисты писали о непрозрачности и недобросовестности «Федерации», покровительстве в высших государственных кругах.

Спустя некоторое время от имени фонда была оказана помощь нескольким больницам.

В июле 2011 года состоялся новый концерт в Москве с участием Вуди Аллена, Кевина Костнера и других. На правах социальной рекламы к концерту по городу были развешаны 200 билбордов, 40 перетяжек и 20 «сверхбольших конструкций», закрывающих фасады зданий. Разгорелся новый скандал: большинство медицинских учреждений – «получателей благотворительной помощи от фонда», указанных на официальном сайте «Федерации», денег опять не получили. Родители девочки, умершей в прошлом году, обратились в СМИ с жалобой на фонд. По их словам, для рекламы концерта организаторы без разрешения использовали старую фотографию их дочери.

Большинство опрошенных экспертов сходятся на том, что это событие для благотворительной сферы России, безусловно, отрицательное.

Также участники благотворительного сектора отмечают, что серьезные негативные последствия того, что делает «Федерация», еще впереди.

«То, что творится вокруг фонда «Федерация», требует самого пристального внимания сообщества. Этот грандиозный антипроект года способен отбросить на тройку лет назад ваши коллективные усилия». (Юрий Федутинов, генеральный директор радиостанции «Эхо Москвы»)

«Это ... сильно может всем испортить жизнь, потому что только-только сейчас люди начали немножечко втягиваться в это дело [благотворительные пожертвования], понимать, что это необходимо, что, в конце концов, кроме нас, нашим же детям никто и не поможет, и взрослым никто не поможет, и старикам никто не поможет. Государство тут ни при чем. Должно быть какое-то community, какие-то человеческие взаимоотношения, регулировать их должны именно фонды, профессионально. И вот – фонд «Федерация»!» (Представитель фонда помощи – участник качественного исследования фондов)

«Я думаю, что мы еще будем пожирать плоды от того ужаса, который показывали силовые структуры и правоохранительные органы, инициатором которого была «Федерация». Про то, что «не надо деньги тратить, которые собираются на благотворительность, на содержание фондов», и так далее... Их же главный аргумент состоял в чем? «Вы зачем нас спрашиваете, где деньги, которые мы собираем? Мы не собираем ничего! Они нам не нужны. Мы деньги напрямую направляем нуждающимся. И вот она, наша принципиально новая модель, в отличие от всех остальных». (Лариса Зелькова, Фонд В. Потанина)

Ряд экспертов при этом отметили, что, по их мнению, дискуссия, которая развернулась в связи с акциями «Федерации» и сопутствующими событиями, весьма способствовала развитию в секторе саморефлексии и самоопределения.

«А я бы не назвала это «антисобытием». Я считаю, что та дискуссия, которую это мероприятие инициировало, – это очень положительное событие в целом». (Мария Черток, САФ Россия)

«Вопрос с «Федерацией» – он связан с такими важными вещами положительными, как вопросы этики, вопросы саморегуляции, для нас очень важные. И самоопределения нас: наше сообщество – кто мы такие по отношению к таким случаям?» (Татьяна Задирако, БФ «Дорога вместе»)

ВСТРЕЧА ПРЕЗИДЕНТА ДМИТРИЯ МЕДВЕДЕВА С ЛИДЕРАМИ ФОНДОВ ПОМОЩИ, ПОМОГАЮЩИХ ТЯЖЕЛОБОЛЬНЫМ ДЕТЯМ

О событиях

20 мая 2011 года президент Дмитрий Медведев посетил в Санкт-Петербурге ассоциацию общественных объединений родителей детей-инвалидов – ГАООРДИ, где встретился с представителями общественных объединений и фондов, участвующих в оказании помощи больным детям. Состоялась беседа, в ходе которой фонды озвучили президенту главные проблемы, существующие в области оказания благотворительной помощи детям. Среди участников встречи были Лев Ам-

«Нас президент признал массовыми. Мы занимаемся созданием организаций массовой благотворительности, и он всячески готов это поддерживать. Насколько его хватит, я не знаю. Ну, говорят, маленький шанс еще есть. Есть версия – это все-таки он пробил изменения в налоговый кодекс по улучшению жизни НКО». (Представитель фонда помощи – участник качественного исследования фондов)

биндер (Российский фонд помощи ИД «Коммерсант»), Чулпан Хаматова (Фонд «Подари жизнь»), Ирина Меньшенина («Даунсайд Ап»), Фаина Захарова (Фонд «Линия жизни») и другие руководители центральных и региональных благотворительных фондов.

Среди других значимых событий года, набравших меньшее число голосов, но неоднократно отмечавшихся экспертами:

- «Газпром» и «Транснефть» раскрыли информацию о бюджетах и получателях своих благотворительных пожертвований;
- Потанин пожертвовал 5 млн долларов в фонд целевого капитала Государственного Эрмитажа;
- Путин встретился с представителями гражданского общества;
- впервые в истории проведения российских экономических форумов в рамках деловой программы IX Международного инвестиционного форума «Сочи 2010» в сентябре 2010 года состоялся круглый стол, посвященный проблеме целевых капиталов в России. Он был организован Клубом «Целевой капитал» Форума Доноров при поддержке Рабочей группы Общественной палаты Российской Федерации по развитию благотворительности;
- прокурорские проверки деятельности Фонда поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. По мнению представителей сектора, отчет о проверке и его выводы демонстрируют непонимание сотрудниками прокуратуры деятельности благотворительных организаций.

Проекты года

Конкурс «Меняющийся музей в меняющемся мире»
(Благотворительный фонд В. Потанина)

Конкурс ориентирован на поддержку инновационных подходов в музейном деле, которые способствуют активной адаптации музеев к меняющимся условиям социально-экономической и культурной жизни.

В этом году на конкурс было прислано 411 заявок из 74 регионов России. Разнообразие и творческий потенциал присланных на конкурс проектов поразил в этом году как жюри, так и внешних наблюдателей.

«Мировой рейтинг частной благотворительности»
(САФ)

Исследование, проведенное фондом САФ на основании данных всемирного опроса компании Gallup (Gallup's World Viewpoll), является крупнейшим среди всех когда-либо проводившихся исследований в сфере благотворительной деятельности и на сегодняшний день единственным, дающим ясное представление о предмете в глобальном масштабе. Исследование проводилось в 153 странах. Уникальность полученных данных состоит в том, что при обработке результатов учитывались не только денежные пожертвования, но и волонтерская работа, так как простое сравнение только сумм денежных пожерт-

вований приводит к тому, что жители более обеспеченных стран кажутся более склонными к участию в благотворительности.

На основе полученных данных был составлен Мировой рейтинг благотворительности, отражающий различные формы участия людей в благотворительной деятельности с учетом культурных особенностей и национальных традиций. Россия заняла в нем 138-е место.

Проект «Лидеры корпоративной благотворительности»
(Газета «Ведомости», Форум Доноров, Компания PWC)

Совместный проект Форума Доноров, деловой газеты «Ведомости» и сети аудиторско-консалтинговых фирм PWC. Проект стартовал в 2008 году. Цель проекта – выявить лучшие практики в создании и реализации благотворительных программ компаний и распространить информацию о них в бизнес среде и обществе в целом. Проект состоит из ренкинга в сфере создания и управления корпоративной благотворительностью и конкурса благотворительных программ компаний в ряде номинаций.

В 2011 году совместно с журналом «Эксперт-Урал» был составлен Первый региональный ренкинг корпоративной благотворительности на Урале.

«Я считаю проект ренкинга корпоративной филантропии, который проводят PWC, газета «Ведомости» и Форум Доноров, наиболее значимым системным проектом в области корпоративной филантропии. Особенно значимо то, что в этом году проект вышел в регионы: мы сделали первый ренкинг на Урале, в Екатеринбурге – совместно с журналом «Эксперт-Урал». В нем приняло участие 20 компаний. Мы собираемся продолжать эту практику и вовлекать все больше компаний в регионах в подобные проекты». (Екатерина Шапочка, PWC)

Школа фондов САФ
(САФ Россия)

Школа – уникальный образовательный курс, призванный восполнить дефицит информации и содействовать повышению квалификации сотрудников частных фондов, расширить их теоретические и практические знания о благотворительности как профессиональной сфере деятельности.

SocialCamp 2011

(Молодежное правозащитное движение)

SocialCamp – это ежегодная неформальная конференция, посвященная использованию Интернета в реализации проектов гражданского общества. В 2011 году конференция прошла в Твери и собрала около 300 участников: блогеры, медиаактивисты, правозащитники, журналисты, представители благотворительных организаций, IT-специалисты, политтехнологи и др. SocialCamp перенимает формат «неформальных конференций» BarCamp, пользующихся популярностью по всему миру. Особенность формата – в его демократичности: минимум официоза, максимум общения и креатива.

Радиоцикл «Азбука благотворительности» (Форум Доноров и Радио «МИР»)

Проект стартовал в ноябре 2010 года. Благодаря 90 5-минутным программам в доступной и увлекательной форме многомиллионная аудитория радиостанции «МИР» в России и странах СНГ узнала о различных аспектах благотворительной деятельности, о людях, которые ею занимаются, и о том, как, помогая другим, можно помочь себе. Слушатели узнали, о чем мечтают в области благотворительности многочисленные эксперты, принявшие участие в радиопередачах: директора крупнейших компаний, руководители благотворительных организаций, представители власти, представители различных ассоциаций, волонтеры и многие другие.

Благотворительная акция Первого канала «Добрый свет»

Первый канал ежегодно проводит благотворительные акции ко Дню защиты детей. В 2011 году акция «Первый – детям. Добрый свет» собирала средства для гематологических отделений областных детских больниц – калужской и нижегородской, маленькие пациенты которых нуждаются в дорогостоящих препаратах. Впервые в рамках акции был проведен благотворительный аукцион, в котором приняли участие И. Ургант, Е. Андреева, П. Толстой, М. Лемешева, Ю. Панкратова, Д. Борисов, Е. Стриженова и другие популярные ведущие. Звезды Первого расписали акриловыми красками светильники, которые стали лотами благотворительного аукциона. Купить эксклюзивный светильник от любимого ведущего и таким образом помочь пациентам детских больниц мог любой зарегистрировавшийся на сайте пользователь, победив в аукционе.

Конференции года

Ежегодная конференция газеты «Ведомости» «Благотворительность в России» (март 2011 года)

Впервые в рамках конференции была организована специальная секция по религиозной благотворительности. Ее участниками стали представители четырех основных мировых религий (христианские конфессии, ислам, иудаизм, буддизм), авторы книги «Жить со смыслом», представители органов власти и религиозных благотворительных организаций.

«Это на сегодняшний день, как мне кажется, самая профессиональная площадка по обучению практическому фандрайзингу. Не столько НКО, работающих в крупных городах, таких как Москва и Петербург, сколько для маленьких региональных организаций».
(Татьяна Задирако, Фонд «Дорога вместе»)

Конференция «Белые ночи фандрайзинга» (июнь 2011 года)

Впервые конференция прошла не в Санкт-Петербурге, а в Нижнем Новгороде и была посвящена нестоличному фандрайзингу.

VIII Ежегодная конференция Форума Доноров «Благотворительность в России: новые правила игры» (октябрь 2010 года)

Конференция впервые прошла в двухдневном формате и собрала рекордное количество участников. Чем должна заниматься благотворительность сегодня? Как она должна соотноситься с ролью и задачами государства и бизнеса? Кому нужно помогать в современных условиях? Какие новые технологии для этого надо применять? – эти темы звучали лейтмотивами конференции. Для обсуждения особой темы – создание и управление фондами целевых капиталов – был полностью выделен второй день конференции.

Всероссийский форум «Благотворительность в чрезвычайной ситуации: итоги и уроки» (ноябрь 2010 года)

Форум, организованный по инициативе Рабочей группы Общественной палаты РФ по развитию благотворительности, проходил в два этапа. На первом – региональном – этапе были проведены дискуссии в ряде регионов, пострадавших от чрезвычайной ситуации лета 2010 года. Цель данных дискуссий – обобщение и анализ опыта взаимодействия государства, бизнеса, некоммерческих организаций и волонтеров во время чрезвычайной ситуации и в процессе ликвидации ее последствий. На втором – федеральном – этапе состоялось обобщение результатов регионального этапа, обсуждение международного опыта взаимодействия, обсуждение предложений и рекомендаций по взаимодействию и координации деятельности государства, НКО, бизнеса и волонтеров во время чрезвычайных ситуаций.

XI Международная ежегодная конференция Партнерства фондов местных сообществ «Рецепты здоровья территорий» (октябрь 2010 года)

Цель конференции – представление и передача опыта, технологий и подходов фондов местных сообществ (ФМС) к диагностике, профилактике и лечению проблем территорий. Центральной темой обсуждения стало доверие – ФМС как индикаторы доверия общества. Кроме очного участия, предусматривалось и онлайн-участие – за всеми событиями и выступлениями можно было наблюдать по интернет-каналу.

Персона года в российской благотворительности

ОЛЬГА АЛЕКСЕЕВА

*Учредитель и директор The Philanthropy Bridge Foundation
(последняя должность)*

Ольга Алексеева стала безоговорочным лидером в номинации «Персона года» по результатам всех опросов. Безвременно ушедшая от нас в июле 2011 года, Ольга Петровна Алексеева всегда была движущей силой российского, а в последнее время – и международного благотворительного сообщества. Отмечая ее заслуги, эксперты говорили, что готовы были бы назвать ее «персоной года» в любом случае, а вовсе не потому, что случилась эта тра-

гедия. Ее выступления на основных публичных площадках в 2010–2011 годах, создание ею нового благотворительного фонда, экспертная деятельность безоговорочно позволили ей занять эту позицию.

Ольга Алексеева в интервью журналу «Деньги и благотворительность», № 74 (2011):

«Я ставлю себе безумные амбициозные задачи (все может надо мной смеяться, но кто не рискует, тот не пьет шампанского), я хочу через филантропию повлиять на стиль жизни богатых людей. На их отношение к своим работникам, к тем, кто живет на их земле, к их собственным слугам.

В ситуации, когда сдерживающим фактором является только мораль, как влиять-то? Как показывает наша историческая практика, даже революции не помогают: в этих странах нет гражданского общества. А филантропия – это один из интересных каналов влияния на ценности и на мораль. По большому счету, ничего другого не существует. Все остальное можно купить».

Биографическая справка

Ольга Алексеева окончила факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. В качестве журналиста писала о социальной сфере, о развитии общественного движения и некоммерческих организаций. В 1993 году пришла в САФ Россия (филиал британского благотворительного фонда Charities Aid Foundation), а в 1997 году его возглавила. С 2005 года работала в Лондоне, где возглавляла подразделение САФ. В августе 2010 года создала свой собственный проект – благотворительный фонд The Philanthropy Bridge Foundation.

«Она верила в трансформирующую силу филантропии. Верила, что не революции, а благотворительность уменьшат пропасть между богатыми и бедными, что даже самая бедная страна нуждается не в международной помощи, а в собственных Соросах и Ходорковских.

Она считала, что участие в филантропии – это шанс новых богатых примириться с богатством и заново стать гражданами своей страны, что именно им, а вовсе не сырым и убогим, больше всего нужна филантропия. Она убедила многих. Могла бы убедить и многих других – в Азии, Африке, Латинской Америке... Да хоть на Луне. Ольга не боялась спорить и умела убеждать. Теперь это придется делать нам. Без нее. Потому что ее больше нет. Мы понесли тяжелую утрату».

*Мария Черток, директор САФ Россия
Статья на смерть Ольги Алексеевой/Электронный журнал «Филантроп», 21.07.2011*

В ходе сбора мнений в качестве других персон года эксперты неоднократно называли следующих лиц:

Лариса Зелькова, директор Благотворительного фонда В. Потанина

Член Общественной палаты Российской Федерации, руководитель Рабочей группы по развитию благотворительности. Главные направления работы группы – продвижение инициатив в области совершенствования законодательства, регулирующего благотворительную и добровольческую деятельность, и создание в стране необходимых условий для развития филантропии.

Фонд возглавляет с 1999 года. Член Совета Форума Доноров. Лауреат премии «Лидеры российского бизнеса» в номинации «Лучший директор по общественным и корпоративным отношениям» за 2005 год. Член Совета директоров компании «Норильский никель».

Наталья Каминская, исполнительный секретарь Форума Доноров

Председатель Экспертно-консультативного совета при Временной комиссии Совета Федерации по международному техническому и гуманитарному сотрудничеству. Вице-председатель Ассоциации доноров Европы (DAFNE). Кавалер Золотого почетного знака «Общественное признание» за вклад в развитие благотворительности, отмечена благодарностью Президента Российской Федерации за вклад в развитие гражданского общества и деятельность Общественной палаты.

Более 10 лет работает в некоммерческом секторе, с 2001 года – исполнительный секретарь Некоммерческого партнерства грантодающих организаций «Форум Доноров».

Мария Черток, директор Charities Aid Foundation (CAF) Россия

Член Совета Форума Доноров, член попечительского совета Партнерства фондов местных сообществ, Управляющего совета фонда «Школа НКО», попечитель The Philanthropy Bridge Foundation. Отмечена благодарностью Президента РФ за большой вклад в развитие институтов гражданского общества и активное участие в работе Общественной палаты РФ.

Работает в САФ Россия с 1997 года, в 2005 году возглавила фонд.

Вера Миллионщикова, Благотворительный фонд помощи хосписам «Вера»

Врач, основатель и главный врач Первого московского хосписа. Одна из основательниц хосписного движения в России. Работая онкологом, навещала выписанных домой умирать пациентов, помогала родственникам, рассказывала, как облегчить последние дни умирающего. В начале 1990-х годов познакомилась с британским журналистом Виктором Зорзой, создателем хосписов в России и по всему миру. В 1994 году стала руководителем выездной хосписной службы в Москве, в 1997-м открыла хоспис в Москве.

В 2006 году для сбора пожертвований на нужды хосписов был создан фонд «Вера», его возглавила дочь Миллионщиковой Анна Федермессер.

Несмотря на болезнь, продолжала руководить хосписом, бороться за развитие хосписного движения. Скончалась 21 декабря 2010 года.

Чулпан Хаматова, соучредитель фонда «Подари жизнь»

Российская актриса театра и кино. Заслуженная артистка России, ведущая актриса театра «Современник», лауреат множества театральных премий. Является одним из учредителей благотворительного фонда «Подари жизнь». Была членом Общественной палаты Российской Федерации. Награждена орденом Дружбы. Одна из самых узнаваемых персон российской благотворительности.

Активно участвует в создании условий для деятельности благотворительных фондов, совершенствовании медицинского законодательства.

Публикации года

Книга «Потенциал и пути развития филантропии в России»

Государственный университет – Высшая школа экономики, 2010

Первая попытка описать на обширном эмпирическом материале социальные практики благотворительности в России. Книга адресована, прежде всего, специалистам гуманитарных наук и экспертному благотворительному сообществу.

«Из книг мне запомнилась та, которая является, пожалуй, первым фундаментальным исследованием филантропии на русском языке, выпущенная Высшей школой экономики, в финансировании этого проекта участвовала и компания Evolution Philanthropy, – «Потенциал и пути развития филантропии в России». Очень большой труд, который произвел хорошее сильное впечатление. Есть в нем и спорные моменты, обсуждаемые в сообществе, что только подчеркивает значение и актуальность книги и проведенного исследования, огромный объем обработанного статистического, фактического и научного материала».
(Игорь Соболев, руководитель Службы инициативных программ Финансовой корпорации «УРАЛСИБ»)

Книга «Жить со смыслом. Как обретать помогая и получать отдавая»

Издательский проект Форума Доноров, 2010

Первая современная книга в России, посвященная благотворительности в разных религиозных традициях, продолжает Издательский проект Форума Доноров, посвященный современной благотворительности. Издание было осуществлено при поддержке Фонда просвещения «МЕТА». Почему нужно помогать ближнему? Что дает человеку деятельное участие в жизни других? Какое место занимает благотворительность в раз-

личных религиях мира? Кто и как занимается сегодня в России благотворительностью, в основе которой лежит принцип веры? Это лишь некоторые вопросы, поднимаемые в новом издании Форума Доноров.

В книге на эти вопросы отвечают иудаизм, христианство, ислам и буддизм – оказывается, что именно благие дела придают нашей жизни подлинный смысл и помещают ее в совершенно иное измерение. Ради этой книги объединились известные специалисты по религии, представители наиболее эффективных светских благотворительных фондов и представители религиозных общин. Авторами книги стали писатель Владимир Шаров, востоковед Азиз Ниязи, раввин, педагог, ученый Адин Штейнзальц, этнограф и путешественник Константин Куксин.

«Это для нас какой-то новый этап, потому что мы с тех пор начали непростые построения взаимоотношений с религиозными организациями, которые активно занимаются благотворительной деятельностью. Для Форума Доноров это абсолютно новая деятельность, и, мне кажется, для большого числа наших участников открытое позиционирование во взаимодействии с религиозными структурами – это тоже достаточно непростой момент в жизни».
(Наталья Каминская, Форум Доноров)

«Хотя в этой книге исследуется, казалось бы, далекий от бизнеса вопрос – о том, как в различных религиях отражаются ценности благотворительности, – читая ее, понимаешь, насколько глубоки корни добра и милосердия в современном мире и насколько всегда, даже в самые трудные годы с экономической точки зрения, была сильна традиция филантропии и меценатства в России».
(Екатерина Шапочка, компания PWC)

СМИ года

Электронный журнал «Филантроп»

<http://philanthropy.ru/>

SAF Россия запустил новый онлайн-проект – электронный журнал о благотворительности «Филантроп». Цель – не только создать полноценное СМИ, но также собрать на одной площадке сообщество профессионалов и просто неравнодушных людей для обсуждения и продвижения идей филантропии.

Более 15 лет SAF Россия издает авторитетный печатный журнал «Деньги и благотворительность». «Онлайн-проект philanthropy.ru не дублирует его, а как минимум дополняет, – рассказывает Матвей Масальцев, главный редактор «Денег и благотворительности» и «Филантропа». – Если печатное издание ориентировано на профессиональное сообщество, то интернет-СМИ – на всех интересующихся темой благотворительности. Более того, мы надеемся, что «Филантроп» станет площадкой для открытой дискуссии и обмена идеями».

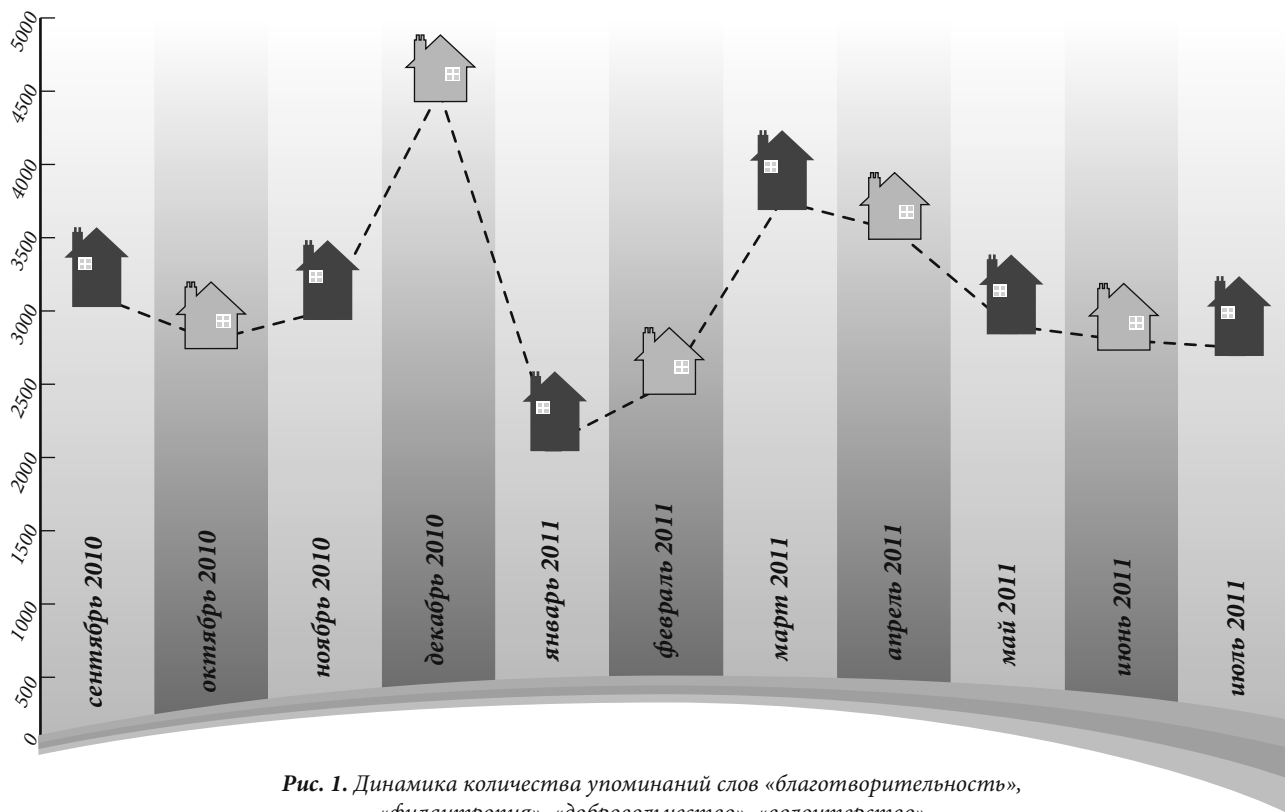


Рис. 1. Динамика количества упоминаний слов «благотворительность», «филантропия», «добровольчество», «волонтерство»

Медиапокрытие

В данном разделе будут использованы результаты контент-анализа СМИ, проведенного по заказу Форума Доноров специально в рамках подготовки Доклада исследовательской группой факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

Изучались журналистские тексты (печатные и эфирные) в следующих типах СМИ: центральная и региональная печать (газеты, журналы), центральные и региональные интернет-издания, центральные каналы ТВ и радио. Контент-анализ проводился по базе Интегрума, стартовая выборка – 4397 источников.

(Подробнее информацию о контент-анализе – см. Приложение 3 к Докладу.)

- С 2008 года количество материалов о благотворительности в СМИ выросло более чем на 60%.

За исследованный период в СМИ было опубликовано 30 765 текстов, в которых упоминались слова «благотворительность», «филантропия», «добровольчество», «волонтерство». В среднем в месяц в СМИ публиковалось более 3 тыс. журналистских текстов с упоминанием перечисленных слов.

Проследив динамику количества упоминаний за исследуемый период, можно выделить два ярко выраженных «пика», которые пришлись на декабрь (4553 упоминаний) и март – апрель 2011 года (3828 и 3634 упоминания соответственно), и один явный спад – январь 2011 года (2082).

Количественные характеристики

УПОМИНАНИЕ В СМИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И ВИДОВ ФОНДОВ

- За исследуемый период опубликовано 30 765 текстов с упоминанием слов «благотворительность», «филантропия», «добровольчество», «волонтерство».
- Опубликован 33 901 текст с упоминанием слов «благотворительный фонд» и конкретных видов благотворительных фондов: «частный фонд», «корпоративный фонд», «фонд местного сообщества», «фонд помощи», «фонд целевого капитала».
- Больше всего таких текстов (более трети) в прессе и Интернете, меньше в информационных агентствах, совсем мало в эфире ТВ и радио.

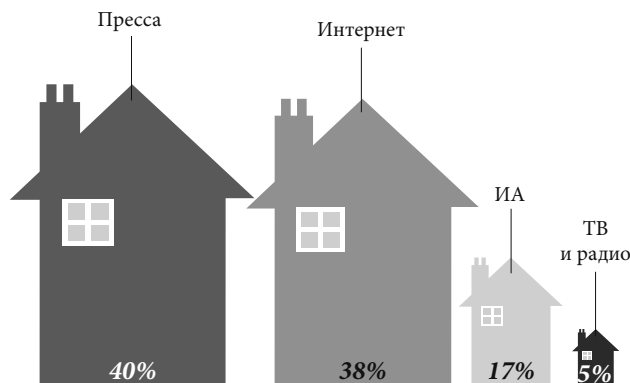


Рис. 2. Распределение журналистских текстов, в которых упоминались слова «благотворительность», «филантропия», «добровольчество», «волонтерство», по типам СМИ

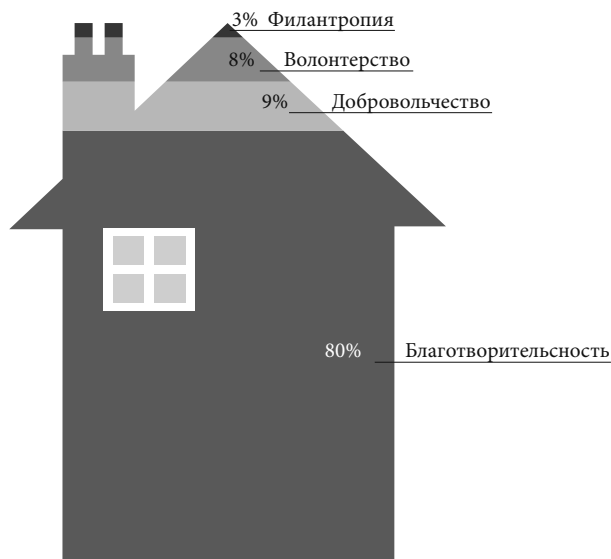


Рис. 3. Частота упоминания слов «благотворительность», «филантропия», «добровольчество», «волонтерство»

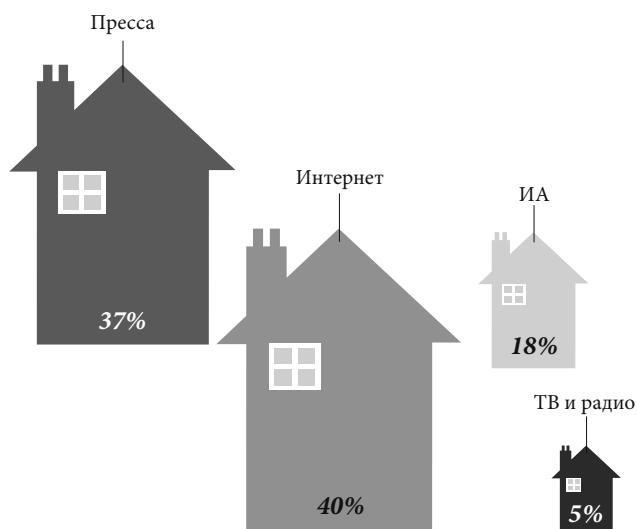


Рис. 4. Распределение журналистских текстов, в которых упоминались слова «благотворительный фонд», «частный фонд», «корпоративный фонд», «фонд местного сообщества», «фонд помощи», «фонд целевого капитала», по типам СМИ

Точки роста, скорее всего, можно объяснить:

1) сезонным интересом СМИ к теме благотворительности и волонтерства, соответствующим традиционной активности благотворительной деятельности в эти периоды:

- в канун Нового года, когда проводится очень много благотворительных мероприятий, приуроченных к празднику;
- весной, когда проводятся множество добровольческих, благотворительных акций, по старой традиции приуроченных к апрельским субботникам;

2) неординарным событием в сфере благотворительности, произошедшем в марте: в начале месяца мать тяжелобольного ребенка написала президенту России открытое письмо, в котором спрашивала, где деньги, которые обещал выделить фонд «Федерация» меди-

цинским учреждениям на помощь детям после проведенного им благотворительного концерта с участием мировых звезд эстрады и премьер-министра В. Путина. Разгоревшийся скандал вызвал волну публикаций о благотворительных фондах.

Распределение документов по типам СМИ выявило явное лидерство прессы и Интернета, отставание информационных агентств и буквально мизерный интерес к теме благотворительности и волонтерства со стороны эфирных СМИ.

Лидер по количеству упоминаний – пресса – делится на два неравных сегмента: в региональных печатных изданиях искомые слова упоминаются почти в два раза больше (69%), чем в центральных (31%).

Второе место занимает Интернет. При этом кроме непосредственно интернет-СМИ учитывались такие источники, как корпоративные СМИ в Интернете и блоги СМИ. Сравнение полученных данных с данными мониторинга 2008 года, проводившегося Инфоблаго.ру на основе базы Интегрума по заказу Форума Доноров, говорит о том, что последние несколько лет внимание к благотворительности со стороны Интернета неуклонно растет. В 2008 году его доля в общем объеме текстов составляла 29%, что почти на 10% меньше, чем в 2010–2011 годах.

«Когда ты делаешь передачу, посвященную благотворительности, если это не касается каких-то скандальных историй, то ты четко понимаешь, что ты очень сильно сужаешь аудиторию своего канала, что противоречит самой идее менеджмента СМИ. Твоя задача – захватить максимум целевой аудитории. Нужно понимать, что менеджмент компании не может действовать против интересов владельца, а интересы владельца – в получении максимальной аудитории». (Радик Батыршин, председатель МТРК «МИР»)

А вот 5%-ая доля репортажей на ТВ и радио в общем объеме журналистских текстов даже только с упоминанием слов «благотворительность», «филантропия», «волонтерство» и «добровольчество» подтверждает, что за последние несколько лет тема благотворительности так и не стала постоянной для эфирных СМИ. Мониторинг 2008 года фиксировал все те же 5%. Остался за эти годы неизменным и уровень интереса к теме со стороны информационных агентств – в 2008 году доля текстов информагентств также составляла 17%.

В большинстве найденных документов упоминалось слово «благотворительность». С большим отрывом от первой позиции на втором и третьем месте – «добровольчество» и «волонтерство», наименьшее же количество раз упоминалась «филантропия».

Надо отметить, что в смысловых парах «благотворительность – филантропия» и «добровольчество – волонтерство» слова славянских корней – «благотворительность» и «добровольчество» – опережают свои заимствованные из иностранных языков эквиваленты. Однако отличие

от пары «благотворительность – филантропия», в которой благотворительность пока одерживает безоговорочную победу, «волонтерство» буквально наступает на пятки «добровольчеству». Можно констатировать, что понятие «волонтерство» уже прижилось в нашем языке и общественном сознании, в отличие от «филантропии».

Сравнение полученных результатов с данными мониторинга 2008 года свидетельствует о значительном количественном росте информационного поля. За 2008 год в СМИ было найдено 16 633 текста с упоминанием слова «благотворительность», а по данным настоящего контент-анализа «благотворительность» упоминалась в 26 880 текстах. То есть за три с половиной года количество публикаций о благотворительности выросло на 61,6%!

За исследуемый период в СМИ был найден 33 901 текст с упоминанием слов «благотворительный фонд» и конкретных видов благотворительных фондов: «частный фонд», «корпоративный фонд», «фонд местного сообщества», «фонд помощи», «фонд целевого капитала».

«Более частое упоминание в прессе (в разных контекстах) самой темы благотворительности способствовало ее популяризации среди населения. В последнее время оно стало чаще рассматривать ее как проявление контрофициозной, антибюрократической гражданской активности. Пример тому – мобилизация волонтеров и спонсоров снизу во время массовых лесных пожаров в России летом 2010 года». (Георгий Бовт, политолог, журналист)

В распределении количества текстов по типам СМИ мы видим схожую картину с текстами предыдущей группы (упоминание слов «благотворительность» и др.). Существенным различием можно считать только тот факт, что Интернет в данном случае, хотя и не намного, опередил прессу по абсолютным показателям упоминаний. Доли же эфирных СМИ (5%) и информационных агентств (18%) практически остались неизменными.

Абсолютное большинство упоминаний содержат словосочетание «благотворительный фонд». На долю всех конкретных видов фондов приходится 27%.

Лидером среди видов фондов по количеству упоминаний является фонд помощи, второе место занимает частный фонд. Составляя в общем количестве 15% и 10% соответственно, они существенно превышают доли упоминаний таких видов фондов, как фонд местного сообщества, фонд целевого капитала и корпоративный фонд, совместная доля которых не превышает 2%. Наименьшее количество упоминаний при этом приходится на корпоративный фонд.

При рассмотрении распределения количества упоминаний каждого из видов фондов и словосочетания «благотворительный фонд» по разным типам СМИ можно выявить практически тот же порядок, что и при рассмотрении этих упоминаний в совокупности. «Благотворительный фонд» и почти каждый из видов фондов наибольшее количество раз упоминаются в Интер-

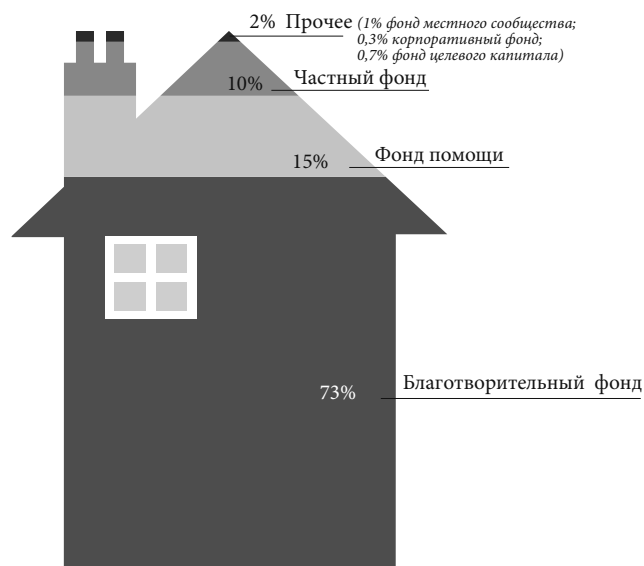


Рис. 5. Частота упоминания слов «благотворительный фонд», «частный фонд», «корпоративный фонд», «фонд местного сообщества», «фонд помощи», «фонд целевого капитала»

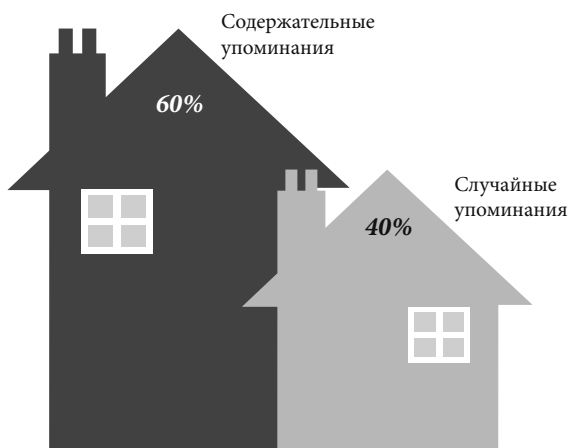


Рис. 6. Соотношение случайных и содержательных упоминаний в качественной выборке

нете, чуть меньше в прессе, в третью очередь со значительным отрывом – в лентах информационных агентств (ИА), и совсем мало – в эфире ТВ и радио.

Исключение составляет упоминание фондов местных сообществ, которые чаще всего упоминались в сообщениях ИА, а уже во вторую и третью очередь – в Интернете и прессе. Также обращает на себя внимание нулевой показатель упоминаемости за обозначенный период корпоративных фондов в эфирных СМИ.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПУБЛИКАЦИЙ О РАЗНЫХ ВИДАХ ФОНДОВ

- В первичной качественной выборке текстов о фондах 40% составили случайные упоминания.
- Более половины всех текстов (55%) опубликованы в лентах информационных агентств, 20% – в газетах,

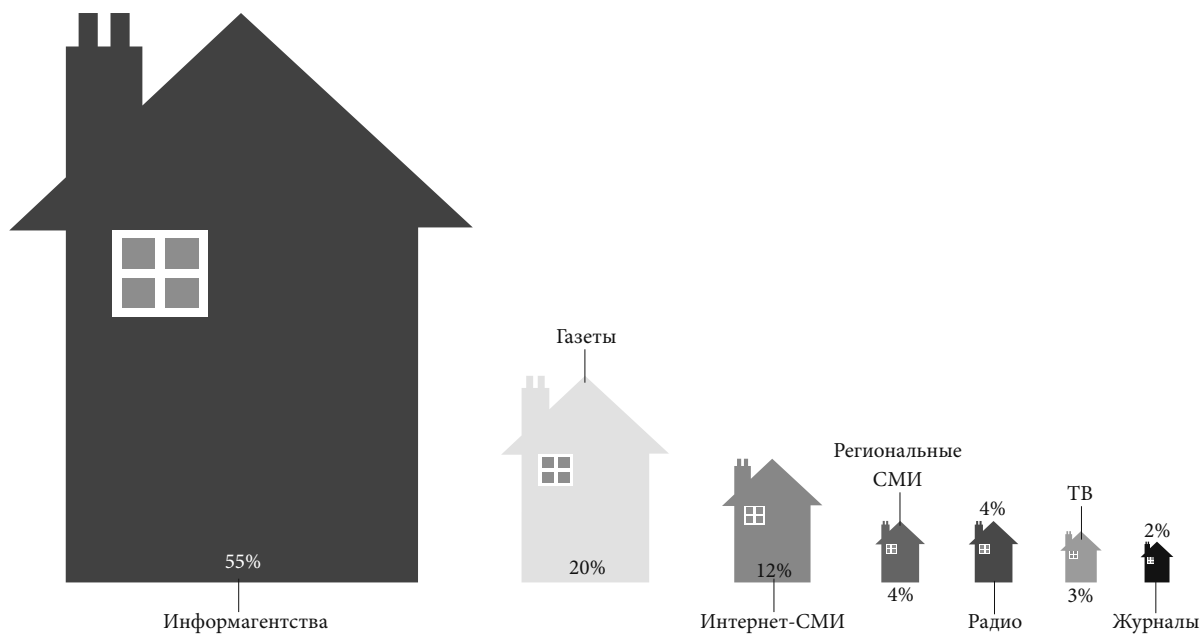


Рис. 7. Распределение материалов по типам СМИ

12% – в интернет-СМИ, на долю всех остальных типов СМИ приходится от 2% до 4%.

- В отобранных текстах было упомянуто 136 названий благотворительных фондов, чаще всего упоминались названия конкретных фондов помощи.

Для проведения качественного исследования публикаций о конкретных видах фондов из общего числа найденных документов с упоминанием фондов была выделена репрезентационная группа источников из 56 СМИ разных типов (см. Приложение, Программа иссле-

дования). Общее количество документов этой группы составило 835 текстов. После исключения из нее случайных упоминаний остался 501 текст.

Притом, что в качественной выборке на каждый из типов СМИ (газеты, журналы, информагентства, интернет-СМИ, радио, ТВ, региональные СМИ) приходилось одинаковое количество источников, количество найденных документов в типологических группах значительно различается.

Так, более половины всех документов (55%) составляют тексты информационных агентств, 20% – тексты в

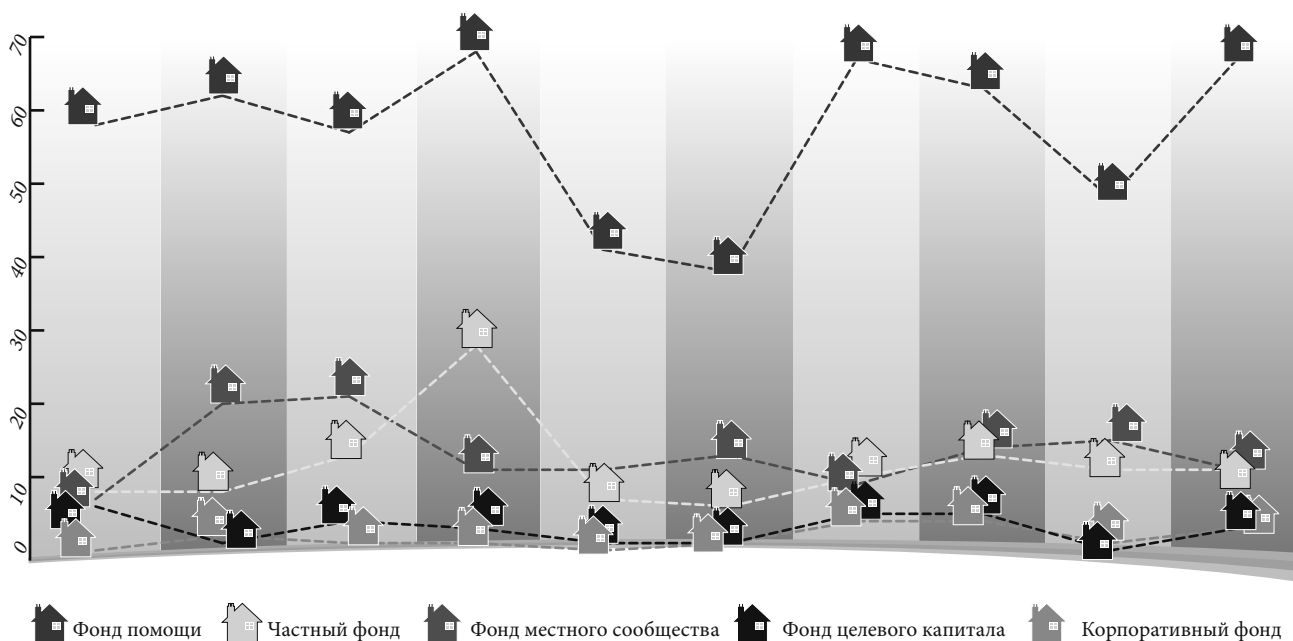


Рис. 8. Динамика появления материалов о разных видах фондов

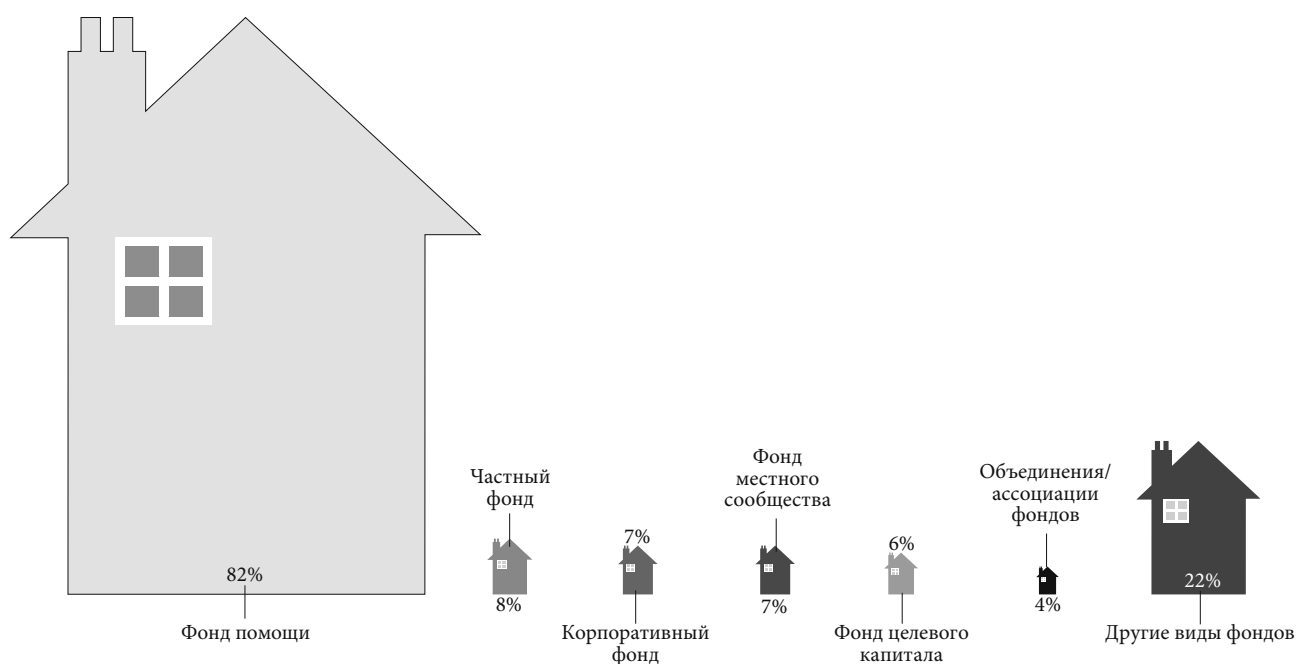


Рис. 9. Распределение упоминаний конкретных названий фондов по видам фондов

газетах и 12% – в интернет-СМИ, а доли всех остальных типов СМИ составляют от 2 до 4%.

Сравнивая динамику появления материалов о разных видах фондов за исследуемый период, можно отметить явный подъем интереса со стороны СМИ к фондам помощи и частным фондам в декабре – январе и марте – апреле, что соответствует динамике упоминаний слов «благотворительность» и др. из первичной выборки. То есть «сезонный интерес» СМИ к благотворительности в целом, а также яркое событие в марте нашли выражение, в частности, в появлении материалов о данных видах фондов. Практически идентичны «кривые» немногочисленных, по сравнению с другими видами, упоминаний фондов целевого капитала и корпоративных фондов. Всплеск интереса к фондам местного сообщества в октябре – ноябре логичнее всего объяснить конкретными мероприятиями ФМС, привлечшими внимание СМИ, и вряд ли можно расценивать как сезонный.

В выбранных для качественного анализа текстах было упомянуто 136 названий конкретных благотворительных фондов, деятельность еще 16 конкретных фондов упоминалась без точных названий этих фондов (например, просто «фонд местного сообщества» или «фонд помощи детям»). Также надо отметить, что в одном тексте могло быть упомянуто сразу несколько конкретных названий (в то же время были тексты, в которых конкретных названий не упоминалось вообще).

Чаще всего в СМИ упоминались названия конкретных фондов помощи. Среди них присутствуют как крупные, широко известные, так и маленькие фонды регионального охвата. Из 82 фондов помощи 14 являются адресными, «ситуативными», то есть фондами, открытыми для помощи конкретному человеку или группе лиц, пострадавших в одной тяжелой жизненной ситуации (жертвам пожара, землетрясения и т.п.).

Также достаточно часто в материалах, в которых упоминаются эти виды фондов, приводятся названия кон-

кретных фондов, не принадлежащих по сути деятельности к этим видам.

Лидерами среди упомянутых фондов (более 10 упоминаний в рассматриваемых текстах) являются:

- Фонд «Подари жизнь»;
- Российский фонд помощи ИД «Коммерсант»;
- Благотворительный фонд помощи хосписам «Вера»;
- Фонд помощи пострадавшим от землетрясения и цунами в Японии;
- Пензенский фонд местного сообщества «Гражданский союз».

Также неоднократно (от трех до 10 раз) упоминались следующие фонды:

- Региональный общественный фонд помощи престарелым «Доброе дело»;
- Благотворительный фонд помощи незрячим и слабовидящим детям «По зову сердца»;
- Межрегиональный благотворительный фонд помощи заключенным;
- Фонд целевого капитала Эрмитажа;
- Благотворительный фонд помощи юным пианистам.

Выводы по итогам количественных характеристик

Оценка объемов присутствия темы в медиaprостранстве

Проведенное исследование подтверждает, что за исследуемый период тема институциональной благотворительности присутствовала в публичном пространстве. Общие количественные данные говорят о том, что это присутствие устойчиво и распространяется на

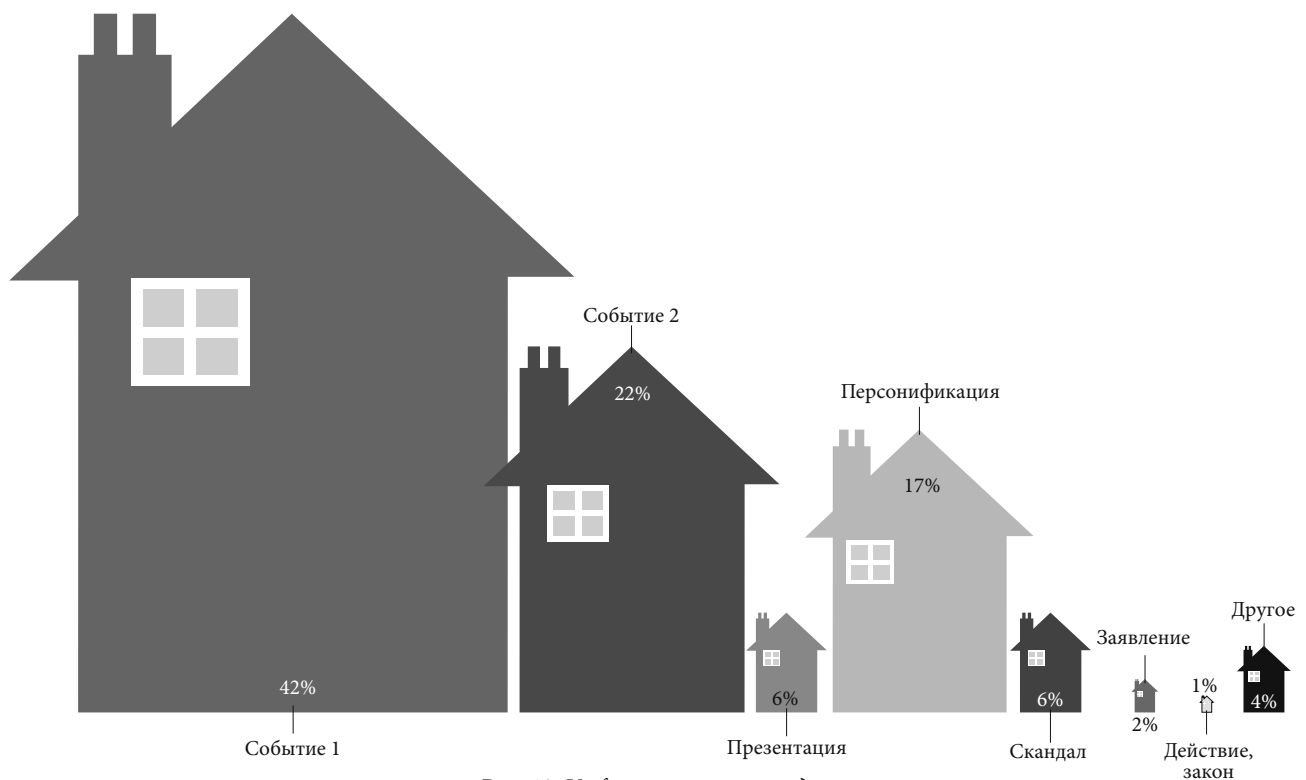


Рис. 10. Информационные поводы

все типологические группы СМИ. Российской аудитории транслированы названия более сотни благотворительных фондов. По времени присутствие текстов относительно равномерно и отмечено рядом информационных пиков, наличие которых имеет естественные причины.

Анализ количественных данных по упоминаемости благотворительной деятельности и видов благотворительных фондов в разных типах СМИ свидетельствует о том, **что контент, связанный с институциональной благотворительностью, лучше всего усваивают СМИ с преобладающей информативной функцией:** газеты, интернет-СМИ и информационные агентства.

За 3,5 года количество материалов о благотворительности в СМИ выросло более чем на 60%. При этом развитие этого сегмента медиарынка ведет к **увеличению доли материалов в интернет-СМИ за счет уменьшения доли прессы.** Данные исследования также подтверждают, что **за последние годы никакого количественного скачка в области освещения благотворительности эфирными СМИ не произошло:** их доля остается крайне малой в общем объеме материалов о благотворительности в СМИ.

Качественные характеристики

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ

- Чаще всего о благотворительных фондах писали в связи с разного рода мероприятиями: как инициированными самими фондами (42% публикаций), так и теми, в которых фонд лишь принимал участие (22%).

- Более всего СМИ интересны мероприятия, в которых задействованы известные фонды или известные люди.
- Выявленные инфоповоды, как правило, носят событийный характер и ведут к освещению внешней стороны деятельности фондов, без аналитики и углубления в ситуацию и проблемы.

Анализ информационных поводов показал, что в 501 проанализированном в исследовании тексте наибольшее количество инфоповодов распределяется между двумя позициями: «Событие 1» (мероприятия – акции, конференции, презентации, запуск конкурсов и пр., инициированные фондами) и «Событие 2» (мероприятия, в которых фонд выступал в качестве участника), соответственно 211 текстов и 110 текстов. Позиция «Персона» (активность известного лица в связи с благотворительной деятельностью фонда) на третьем месте – 83 текста.

При анализе распределения поводов по группам СМИ оказалось, что эти позиции внутри групп представлены следующим образом: **Событие 1:** газеты – 52,9%, агентства – 47,8%. Высокий процент данного инфоповода связан, прежде всего, с особым отношением к данной проблематике газеты «Коммерсант» и Агентства социальной информации (АСИ), которые сообщают об уже оказанной адресной помощи или о том, что планируется предпринять в ближайшее время в этом направлении (например, сбор средств для лечения тяжелобольных детей, помощь сиротам в получении жилья), тщательно мониторят сферу деятельности фондов и фактически создают летопись событий. Немало текстов в других источниках с призывом оказать адресную помощь через Русфонд, Фонд помощи «Подари жизнь».

Событие 2 существенно меньше представлено и в газетной группе (6,8 %), и в группе агентств (29,1%), то есть события, в которых фонд только принял участие, в качестве инфоповода менее привлекательны, хотя в общем массиве их доля все же значительна.

В 2010/11 году наибольшее количество упоминаний о фондах вызвали следующие события:

- скандал с фондом «Федерация»;
- история Бекетова;
- кончина Веры Миллионщиковой;
- заявления (включая vip-персон) и акции по сбору средств, организованные фондами в защиту бездомных животных;
- заявления и отклики учредителей и руководителей фондов в связи с изменением законодательства о смягчении условий содержания тяжелобольных заключенных;
- события (акции, действия, происшествия), связанные с помощью погорельцам.

Информация о деятельности фондов становилась достоянием общества почти исключительно в связи с мероприятиями и акциями, организованными известными фондами, а также в связи с участием в них известных лиц. Таким образом, именно фактор известности действующих лиц (как «раскрученных» фондов, так и стоящих за ними персон) определяет меру внимания СМИ к феномену институциональной благотворительности.

При этом выявленные инфоповоды, как правило, носят событийный характер и ведут к освещению внешней, «явленческой» стороны деятельности фондов. Вся «толща» информации, накопленная фондами в процессе их деятельности и нуждающаяся в публичном обсуждении, при таком подходе остается в информационной тени. Новому фонду пробиться в публичную сферу нелегко. Малая доля текстов вызвана решениями, заявлениями, действиями структур, внешних по отношению к фондам, ввиду реального отсутствия таких инфоповодов.

«В целом СМИ уделяют благотворительности мало внимания. Частные СМИ поставлены весьма специфической рыночной средой в жесткие условия, где благотворительности в теории нет места. Дотируемые государством СМИ эту весьма специфическую рыночную среду создают, но также не спешат заниматься благотворительностью либо ее стимулировать у других. И если под благотворительные проекты высвобождается место или время в эфире, его используют вовсе не для теоретических дискуссий». (Юрий Федутин, генеральный директор радиостанции «Эхо Москвы»)

Проведенный анализ свидетельствует о недостаточном интересе со стороны СМИ к активности благотворительных фондов в целом и невысокой конкурентоспособности данной проблемы в медиапространстве.

Для сравнения: не остались вне поля зрения российских СМИ действия зарубежных благотворительных фондов. Например, из 72 сообщений ИТАР-ТАСС о фондах 65 посвящено иностранным фондам. Очевидно, что при этом использовались вторичные источники информации, однако инфоповоды оказались настолько сильными, что сообщения о них достигли российской аудитории. Беглое знакомство с ними о многом говорит: фондам удается очень оперативно реагировать на важнейшие события и организовывать реальную помощь нуждающимся и пострадавшим – во многом потому, что общество благодаря СМИ хорошо осведомлено об их деятельности и охотно откликается на призывы. Благотворительные фонды владеют социальным капиталом, который дает возможность осуществлять различные акции помощи.

Материалы российских СМИ, освещающие события, в сообщениях о которых упоминалась деятельность зарубежных фондов:

- Великобритания, принц Гарри: экспедиция на полюс, благотворительные продажи своих вещей;
- помощь Японии: мировая помощь пострадавшим от землетрясения и цунами;
- Великобритания: сбор средств детям, больным раком;
- Австралия: наводнение, помощь пострадавшим;
- Ливия: сбор средств для оппозиции;
- Австралия: фонд помощи детям, больным раком;
- США: Фонд помощи жертвам 11 сентября в Америке;
- США: русская мафия обобрала фонд Холокоста;
- США: Обама написал детскую книгу и перечислил деньги в благотворительный фонд;
- Помпеи гибнут. Нужен фонд;
- Ким Чен Ир помогает Японии;
- Армения: в Ереване открылась выставка работ заключенных;
- Израиль: создается фонд помощи демократии на Ближнем Востоке;
- Франция: упоминание о фонде помощи мигрантам;
- упоминание фонда Марадоны;
- Бельгия: бельгийская католическая церковь хочет создать фонд;
- Япония: на аукционе продана скрипка Страдивари в помощь пострадавшим от землетрясения;
- сирийские оппозиционеры приняли решение о создании фонда;
- Гаити: Фонд Клинтон;
- Кувейт: ливийским повстанцам выделено 180 млн долларов.

ТЕМАТИКА ПУБЛИКАЦИЙ

- *Более всего текстов (32%) посвящены практике деятельности фондов: кому помогают, куда обратиться, кому жертвовать и пр., включая «названные упоминания».*

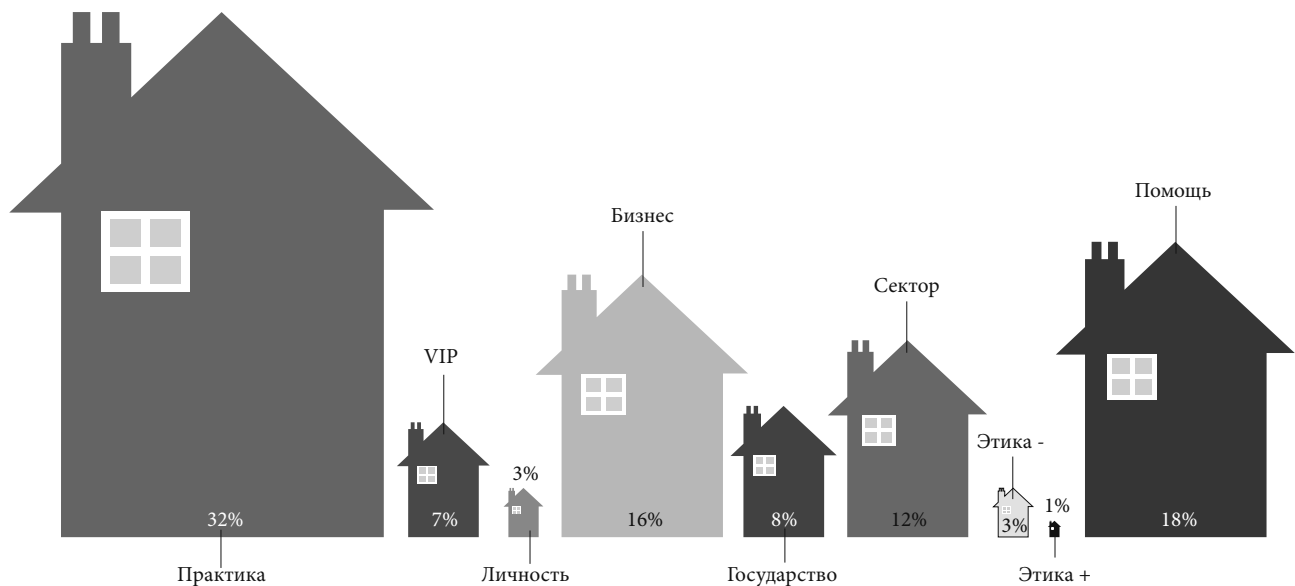


Рис. 11. Тематика публикаций

- Популярна тема срочной помощи нуждающимся (18%).
- В изученных текстах тема благотворительной деятельности бизнеса отчетливо звучит в региональной печати и информагентствах, тогда как в журналах и на радио не представлена совсем.
- Текстов, посвященных условиям деятельности фондов, связанных с действиями государства, взаимоотношениями благотворительных организаций и структур – 8%, посвященных благотворительной деятельности VIP-персон – 7%.
- Крайне мало текстов, посвященных мотивам участия в благотворительности отдельной личности, этике благотворительной деятельности.

Больше всего журналистских текстов во всех СМИ за исследуемый период было посвящено практике функционирования благотворительных фондов (кому помогают, куда обратиться, кому жертвовать и пр.), включая «назывные» тексты, где фонды только называются, «приводятся» (категория «Практика»). Во вторую очередь писали на тему необходимости предоставления срочной помощи нуждающимся.

«Многие телеканалы и федеральная пресса, которая не зарабатывает на проплаченных публикациях, остерегаются без надобности называть бренд, разве что в контексте некоего обзора, когда упоминается несколько брендов.

Мне кажется, это тоже преодолимо, но не сразу. Существуют уже средства массовой информации, которые пишут о компаниях, берут интервью с генеральными директорами, и понятно, что это не имиджевые проплаченные интервью, а честные материалы, и не боятся называть бренд. И это правильно». (Виталий Лейбин, главный редактор журнала «Русский репортер»)

Если же рассматривать типологические группы СМИ отдельно, то там ситуация может отличаться. К примеру, в газетах преобладали тексты о срочной помощи (подавляющее большинство в газете «Коммерсант»), а о практике – на втором месте (50% и 27,5% соответственно).

На третьем месте – освещение участия компаний в благотворительности (категория «Бизнес»), но это произошло за счет региональных изданий (49,9%) и информагентств (20,8%), в журналах и на радио таких текстов не было вовсе.

Гораздо меньше выявлено текстов, посвященных внешним условиям деятельности, связанным с действиями государства, государственной политикой, взаимоотношениями благотворительных организаций и структур (категория «Государство») и благотворительной деятельностью VIP-персон. Тем не менее, это заметные «кусочки» в «тематическом пироге».

Крайне скудно представлены тексты, посвященные мотивам участия в благотворительности отдельной личности (в основном это материалы о Вере Миллионщиковой). Можно сказать, что на страницах анализируемых изданий почти не уделяется внимание вопросам прозрачности, открытости благотворительных организаций (категория «Этика +»), хотя и критическим, скандальным моментам, связанным с недобросовестностью деятельностью фондов, внимания в общем количестве материалов уделено не намного больше (категория «Этика –»).

Исследование показывает, что доля таких аспектов, как условия деятельности благотворительных фондов, этика, факторы участия личности и социальных групп в благотворительности в тематике благотворительности невелика. Наблюдаются тематическое однообразие и тематический дисбаланс. Серьезной, глубокой аналитики, позволяющей определить точки роста, выявить ресурсы эффективности, обратить внимание общества и государства на проблемы сектора, в СМИ крайне мало, несмотря на

большую потребность в ней. Фактически информационно фонды «варятся в собственном соку»: названные проблемы хорошо известны и активно обсуждаются в самом секторе, но эта информация не достигает публичной сферы и не вовлекает общество в решение проблем, оставляя ему роль пассивного участника.

ЖАНРЫ

- Во всех видах СМИ преобладают тексты информационных моделей.
- В федеральных СМИ на статьи приходится 1,2%, в региональных изданиях – 18,2%.
- В ряде изданий сформированы свои жанровые модели, связанные с подачей темы срочной помощи.

Несбалансированность, выявленная в анализе первых двух категорий, еще резче представлена в жанровой палитре. Обнаружен ряд закономерностей. Во всех видах СМИ преобладают тексты информационных моделей (около 95% от общего объема), что свидетельствует о том, что тема благотворительности присутствует в медийном пространстве исключительно на фактографическом уровне, отражая событийную составляющую, текущую практику фондов.

«Это происходит по естественным причинам. Газета, например, что ближе мне лично, – это факт, газета – это новость. СМИ – газета, радио или телевидение – смотрит на благотворительность именно «новостными глазами». (Глеб Прозоров, управляющий директор газеты «Ведомости»)

СМИ тяготеют к жанровым моделям, которые наиболее востребованы массовой аудиторией: новости, расширенная информация, интервью; лишь история с Фондом «Федерация» вызвала ряд журналистских расследований. Чрезвычайно мало глубоких проблемно-аналитических статей. Просматривается интересная тенденция: в федеральных СМИ на статьи приходится 1,2%, в то же время в региональных изданиях процент статей достаточно высок и составляет 18,2.

«Федеральная пресса так устроена, что в ней не ощущается дефицит тем, они находятся в некоем информационном потоке, как мировом, так и столичном. В этом смысле у федеральной прессы есть новостное обременение. Потому что по разным причинам это неудобно или опасно. Темы мировые не интересны локальному читателю, поэтому они с большой радостью обращаются к темам локальной жизни, куда попадают и разного рода благотворительные проекты». (Виталий Лейбин, главный редактор журнала «Русский репортер»)

В ряде СМИ, где тема благотворительности постоянно присутствует в повестке дня («Коммерсант», «Новая газе-



Рис. 12. Жанры журналистских текстов

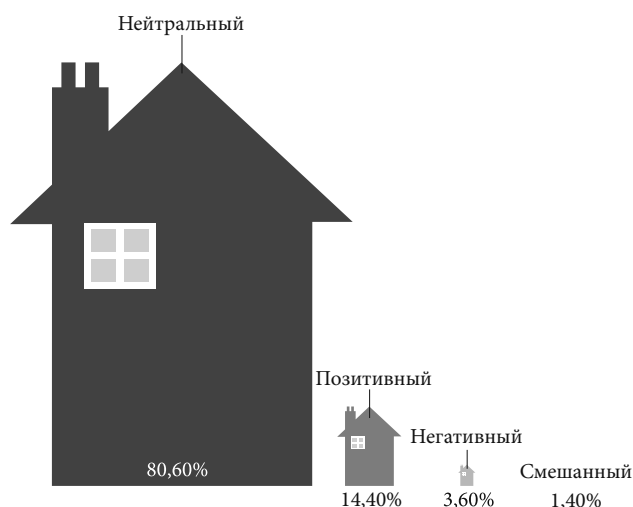


Рис. 13. Контекст упоминания видов фондов

та», «Эхо Москвы»), успешно практикуется отработанная модель текста, призывающего оказать срочную адресную помощь конкретному нуждающемуся (чаще всего – больным детям). Как правило, подобные тексты, кроме справочной информации, включают небольшую зарисовку, имеющую целью создать портрет ребенка, наделенного живыми человеческими чертами, и тем самым усилить психологическое воздействие на читателя, побуждая его к сочувствию и соучастию. Во всяком случае, в них представлена попытка выйти за пределы традиционного освещения и привести в тему личностные, эмоционально окрашенные элементы, что на фоне практически тотального информирования можно только приветствовать.

КОНТЕКСТ УПОМИНАНИЯ

- Преобладает нейтральный контекст.
- Негатива крайне мало.

Преобладающий оценочный контекст публикаций за исследуемый период – нейтральный (80,6%), в 3,6% текстов – негативный, в 15,8% текстов – позитивный или смешанный, что ожидаемо и объяснимо: информационные тексты изначально ориентированы на авторский нейтралитет. Часто это нейтрально-позитивный контекст, так как речь идет о фактах, несущих заведомо положительный заряд, однако прямо позитивная авторская оценка не вы-

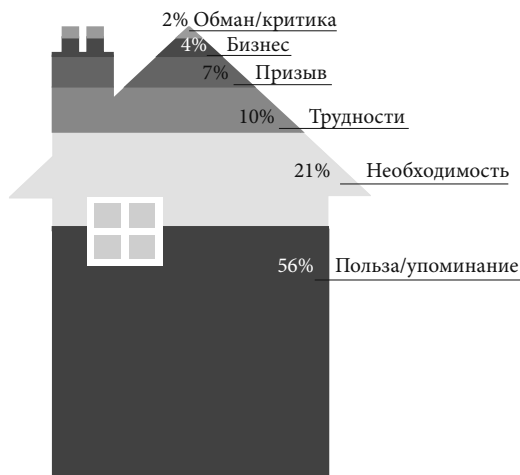


Рис. 14. Ключевые послания журналистских текстов

сказывается – таковы законы информационных жанров. Следовательно, можно говорить о преобладании позитивной информации в текстах. Негативный контекст содержался в тех материалах, которые рассказывали о скандалах, связанных с недобросовестностью благотворительных организаций и неэффективностью их работы. Яркое окрашенное позитивное и смешанное контексты встретились только на радио «Эхо Москвы», причем смешанный контекст, который представляет проблемы и с позитивной, и с негативной стороны одновременно, встретился только в общественно-политических программах (в частности, программе «В круге СВЕТА»), а также в «Новой газете» и ряде интервью.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОСЛАНИЯ

- Большинство текстов (56%) содержат ключевую мысль о несомненной пользе благотворительности обществу и сообщают об уже оказанной помощи или о том, что для помощи планируется предпринять.
- 21% текстов говорят о необходимости благотворительности для жизни общества.
- Ключевое послание о готовности и желании людей заниматься благотворительностью, о том, что каждый может участвовать в благотворительной деятельности, в изученных текстах почти не представлено.

Анализ ключевых посланий показал, что в исследован-

«У нас в журналистике пока нет языка, на котором можно это анализировать. Язык политологии федеральная журналистика взяла из западной прессы, экономики – из экономической науки, а работать с темой благотворительности учатся в третью очередь, и, похоже, пресса еще не очень научилась». (Виталий Лейбин, главный редактор журнала «Русский репортер»)

ных текстах наиболее часто проявляется идея «Пользы». Данные тексты содержат в себе ключевую мысль о несомненной пользе благотворительности обществу и сообщают об уже оказанной помощи или о том, что для помощи планируется предпринять в ближайшее

время. В большинстве случаев идея пользы не развивается (что обусловлено жанром текста – информационная заметка) и определяется предъявлением в тексте самого уже свершившегося факта помощи нуждающимся теми или иными благотворительными фондами или сообщением о благотворительных акциях.

На втором месте по частоте выявленных в текстах ключевых посланий находится «Необходимость». Здесь проводится идея о необходимости развития благотворительной деятельности как показателя нормальной жизни общества, о необходимости благотворительности обществу. Другими словами, помощь нуждающемуся нужна не только ему самому, но и обществу в целом. Эта идея иного, более высокого порядка, и ее присутствие в достаточно большом числе материалов говорит о наметившейся положительной тенденции.

В текстах, посвященных трудностям в деятельности фондов, прослеживается мысль о необходимости взаимодействия фондов и государства, поддержке со стороны не только государства, но и бизнеса, и общества в целом. Эта существенная сторона деятельности фондов адекватного отражения ни в одной из категорий анализа, включая послания, не нашла. Часть материалов публикуются с просьбой о помощи гражданам, оказавшимся в сложной ситуации (тяжелая болезнь, помощь детям), с указанием конкретных адресов/счетов, куда можно отправить необходимые вещи/средства.

Подчеркнем, что в изучаемых текстах крайне мала доля текстов, где присутствует такая категория, как «Мораль», ключевое послание которой говорит о готовности и желании людей заниматься благотворительностью, о том, что каждый человек может участвовать в благотворительности, а размер помощи не имеет значения. Разумеется, на эту идею косвенно работают все остальные, однако необходимо отметить, что пока авторы текстов не выделяют необходимость обращаться к отдельной личности потенциального участника благотворительной деятельности в качестве информационного приоритета. Морально-этическая, психологическая составляющая содержания темы остается в тени.

Выводы по итогам качественных характеристик

Оценка содержательной структуры текстов СМИ

Преобладание событийных инфоповодов (связанных с мероприятиями, проводимыми фондами с целью привлечения внимания к той или иной проблеме) связано с концентрацией внимания на текущей, повседневной стороне жизни фондов, констатацией фактов в нейтральном оценочном ключе, абсолютном преобладании информационных жанровых моделей, подчеркивании полезности конкретных действий как основного идейного послания. Такая информационная модель явления (медиаобраз) свидетельствует о том, что проблематика институциональной благотворительности продолжает утверждать себя в медиапространстве, «набирать вес», укрепляться в общественном созна-

нии. Она приумножается количественно, но пока не показывает кардинальных качественных изменений, не свидетельствует о движении вглубь.

Выделились явные лидеры темы, которые ведут ее качественно и планомерно: АСИ и «Коммерсант», опережая общие темпы развития; своя колея – у интернет-СМИ; значительна доля текстов, где поддерживается идея необходимости благотворительности для общества в целом; некоторые фонды благодаря СМИ прочно обосновались в информационной повестке; наконец, **общая позитивная тональность исследуемых текстов привлекательна на фоне всеобщего критицизма и бессодержательности сегодняшнего контента СМИ.**

Но в то же время для выявленного медиаобраза институциональной благотворительности характерны и такие черты, как **общая содержательная неполнота, выражающаяся в тематической односторонности, однообразии информационных поводов, чрезмерной объективации (эмоциональной сухости) информации, жанровой несбалансированности, неразвитости ключевых посланий.** Эти характеристики можно рассматривать как трудности роста.

Необходимо обратить внимание и **на различия между группами СМИ**, прежде всего, резкое несовпадение частотных характеристик: одни источники публикуют более 10 материалов в год, другие – один или вообще к теме не обращаются. Лидирующие позиции принадлежат газетам и интернет-СМИ: каждая по-своему, эти группы пытаются позиционировать себя внутри темы. Газеты больше, чем другие СМИ, обращаются к аналитике; интернет-СМИ добиваются успехов в социально-организаторской и проектной деятельности. **Группы-аутсайдеры темы – телевидение (негативный, но ожидаемый результат) и журналы: досадная неожиданность.** Завоевывать эти сообщества совершенно необходимо; по-видимому, подходы к ним еще не найдены. Промежуточное положение занимают региональные СМИ и радиостанции: содержательно они достаточно сбалансированы, но объемы темы совершенно недостаточны; их явно мало.

Общие выводы по результатам контент-анализа

Вышеизложенные результаты позволяют сделать вывод о том, что **освещение институциональной благотворительности на момент исследования заняло определенную информационную нишу, однако не является адекватным ее объективной интенсивности и содержанию.** Можно констатировать, что освещение

институциональной благотворительности, попав в публичную сферу, пока находится в фазе накопления информационного потенциала, оно только завоевывает необходимое ему информационное пространство, хотя и можно говорить о позитивной динамике.

«У нас появился новый запрос, адресованный СМИ. Мы хотим, чтобы СМИ писали не только про конкретные ситуативные вещи, но и рассматривали некоммерческий и благотворительный сектор в целом как институцию, как фактор, влияющий на жизнь в стране, как развивающиеся технологии. Не только ситуативно, а с точки зрения значимости. Вот этой значимости нет, к сожалению... Если несколько лет назад мы жаловались на то, что нас вообще не замечают, то сегодня ситуация другая. нас заметили, но нас заметили как отдельные информационные поводы, которые уже ложатся в их миропредставление, и они уже эту картину как-то рисуют вместе с нами». (Лариса Зелькова, Благотворительный фонд В. Потанина)

Сегодняшний медиаобраз институциональной благотворительности можно сравнивать как с идеальным образом (желаемым, соответствующим потребности), так и с образом вчерашним (результатом более ранних исследований). Соответственно, общая оценка в каждом из сравнений будет различной. Приходится констатировать, что сегодняшняя модель еще далеко не соответствует идеальной, и поэтому в целом практика СМИ вызывает критические оценки. **Конкурентоспособность институциональной благотворительности в информационной сфере еще не достигла требуемого уровня**, который бы позволил рассчитывать на желаемые и мощные социальные эффекты.

Если же посмотреть назад, сравнить освещение деятельности благотворительных фондов с днем вчерашним, **то позитивные изменения налицо, но пока они более количественные, чем качественные, а внутри качественных – более точечные, чем системные.** Нельзя не признать, что публикаций о деятельности фондов стало больше, и при всей их односторонности действия фондов все же становятся известны аудитории, что постепенно формирует в обществе филантропическое сознание и культуру действия. Проблема в том, что с использованием других информационных стратегий этот процесс мог бы быть более эффективным.



ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

В этом разделе мы попытаемся выделить тенденции развития благотворительности, которые наглядно проявились в 2010/2011 году. Понятно, что ответственно говорить о тенденциях развития можно лишь в долгосрочной перспективе. Поэтому придется упоминать события предыдущих лет, непосредственно связанные с тем, что можно назвать свидетельствами «новейшего времени».

Тем не менее, нам кажется важным зафиксировать акценты, обозначившиеся для благотворителей именно в период, который охватывает Доклад. Выводы основаны на информации, собранной в ходе качественного исследования фондов¹ и собственной информации Форума Доноров.

Тенденция 1. Число благотворительных фондов растет, несмотря на последствия кризиса

По мнению респондентов исследования, благотворительных фондов становится больше, несмотря на то что воздействие экономического кризиса 2008–2009 годов все еще ощущается². В основном же кризис преодолен – с этим согласны большинство участников исследования. Многие из них считают, что у благотворителей, выдержавших это серьезное испытание, есть все предпосылки к дальнейшему поступательному развитию.

Однако тенденция эта все же весьма неоднозначна. Организации, ориентированные на западное финансирование или государственные гранты, продолжали испытывать серьезные финансовые трудности в этом году³. Только в Петербурге около 500 социально ориентированных НКО находятся на грани закрытия⁴.

Интересно, что кризис, по мнению участников качественного исследования фондов, как будто бы почти не затронул частные фонды. Возможно, это связано с тем, что такие фонды создаются в основном очень успешными бизнесменами, но также можно предположить, что частные фонды, напротив, оказались наиболее уязвимыми, и в исследовании участвовали только те, кто выжил после кризиса.

В наибольшей степени, по мнению респондентов, от кризиса пострадал региональный бизнес, что сказалось на ФМС и региональных университетах. Некоторые же представители столичной корпоративной благотворительности утверждали, что они даже получили позитивный толчок: кризис вынудил их искать новые формы работы, но не заставил отказаться от большинства программ.

Как отдельную и очень важную тенденцию развития благотворительности многие эксперты выделяют возникновение нового кластера – **фондов целевого капитала (эндаументов)**. Хотя в России их пока немного и

создаются они в основном при университетах и музеях, именно с ними связаны ожидания новых прорывов в благотворительности.

Тенденция 2. Благотворительность становится более публичной

В 2011 году о благотворительности говорили и СМИ, и многие граждане страны, не связанные с этой сферой непосредственно, и президент, и крупнейшие представители бизнеса. Сегодняшняя ситуация характеризуется тем, что благотворительность развивается как публичная тема *сразу в нескольких отношениях*. Эта тенденция продолжает линию, наметившуюся еще в середине «нулевых»: уже в 2006 году была выдвинута идея объявить «Год благотворительности» и таким образом превратить благотворительность в тему для публичного обсуждения, чтобы она стала такой же нормой информационной жизни, «как, например, сведения о курсах валют»⁵.

Можно сказать, что определенные результаты достигнуты: благотворительность заняла в информационном пространстве заметное место.

Во-первых, благотворительность стала привлекать внимание СМИ.

СМИ по-прежнему требуют от благотворителей ярких новостных поводов и активной работы пресс-служб. Тем не менее, внимание к благотворительности усиливается, информационных сообщений на эту тему становится больше. При этом, несмотря на разгоревшийся в 2011 году скандал в связи с фондом «Федерация», сообщения «со знаком плюс» все же преобладают: анализ ключевых посланий, проведенный в исследовании Форума Доноров, показал, что большая часть содержательных текстов (55%) содержит в себе идею о несомненной пользе благотворительности для общества и сообщает об уже оказанной помощи или о том, что для помощи планируется предпринять в ближайшее время.

¹ См. раздел Доклада «Состояние развития и анализ деятельности благотворителей».

² Эти мнения мы считаем объективными: действительно, увеличивается количество фондов целевого капитала (с 36 в 2009 до 62 в 2011), фондов помощи (к сожалению, первые статистические данные об этом виде фондов можно получить только из этого Доклада, но многие представители благотворительного сектора отмечают, что им известны новые фонды помощи в их регионах).

³ http://www.dp.ru/a/2010/12/27/Blagotvoritelnost__Itog/

⁴ http://www.dp.ru/a/2011/04/07/Mnogie_peterburgskie_NKO/

⁵ <http://www.soc-otvet.ru/ASI3/main.nsf/0/7635CA7D19E586F1C32572A000424427>

Во-вторых, рост публичности выражается в том, что для общественного сознания благотворительность становится более привычной, известной, популярной и обсуждаемой. Можно сказать, что благотворительность превращается в «социальную норму». Эта тенденция развивается в рамках отношений благотворительного сообщества с населением страны. Однако она касается взаимодействия и с другими контрагентами – властью и бизнесом.

Несмотря на все еще существующие негативные стереотипы и мифы о благотворительности, осведомленность людей в этой области растет. Это подтверждают, например, результаты исследования, полученные в мае – июне 2010 года Социологической мастерской Задорина по заказу АСИ: за два года в городах, где проводилось исследование, доля россиян, информированных о деятельности благотворительных организаций, выросла на 20%⁶.

Медленно, но растет и доверие граждан к благотворительности. Респонденты исследования Форума Доноров выделяют три причины этого: повышение уровня жизни, успешность современных российских благотворительных фондов, а также личный вклад отдельных людей в рост доверия и интереса к благотворительности (чаще всего в этой связи упоминается Чулпан Хаматова). Некоторые говорят даже о возникновении «моды на благотворительность», подчеркивая, что главное достижение последнего времени – создание «позитивного информационного пространства».

Однако следует отметить, что эта тенденция не вполне однозначна: ситуация вокруг благотворительных акций фонда «Федерация» вызвала огромный общественный резонанс и активное обсуждение, в контексте чего было много «информационно негативного». Тем не менее, это тоже можно рассматривать как свидетельство вовлеченности многих людей в благотворительную тематику и их желания быть информированными в этой области.

В-третьих, благотворительность становится более прозрачной. Эта тенденция развивается и в рамках отношений с государством, и в рамках отношений с бизнесом и населением страны. Возможно, данный процесс отчасти вынужденный: с 1 января 2010 года вступил в силу п. 3.2 ст. 32 Закона № 7-ФЗ, в соответствии с которым некоммерческие организации обязаны каждый год размещать в Интернете или СМИ отчеты о своей деятельности в объеме сведений, которые представляются в Минюст России или его территориальный орган.

Внимание многих в 2011 году привлек такой знаковый факт, как публикация – впервые – благотворительной отчетности «Транснефти»⁷.

Тенденция 3. Активность государства в благотворительной сфере возросла

В 2011 году Президент России Д.А. Медведев счел нужным не один раз встретиться с лидерами ряда благотворительных организаций – от природоохранительных⁸ до операторов грантовых конкурсов⁹ и фондов помощи¹⁰. Говорил Д.А. Медведев о важности благотворительности и в последнем послании Федеральному Собранию. Вообще же внимание первого лица к благотворительной деятельности начало проявляться гораздо раньше – еще в 2009 году Д.А. Медведев принял активное участие в событиях, развернувшихся вокруг Ямского дома престарелых¹¹. Начал встречаться с благотворителями и премьер-министр В.В. Путин, который в свое время неоднократно высказывался¹² об НКО в негативном контексте. В октябре 2010 года он лично принял участие в благотворительном концерте фонда «Федерация».

Эксперты констатируют: в течение последнего года активность государства в сфере благотворительности заметно возросла. Благотворители очень чутко относятся к различным посланиям и знакам власти. Причем для того чтобы породить позитивные ожидания, представителям власти достаточно лишь обратить внимание на сферу благотворительности, не совершая при этом никаких реальных действий. Показательно, например, такое высказывание одного из участников исследования Форума Доноров: «За последние годы очень много говорил Медведев об этом, очень много говорил Путин об этом, Общественная палата. Это приятно, это означает, что нам работать не мешают».

Однако усиление внимания государства к третьему сектору многие воспринимают с настороженностью, а часть благотворителей не скрывает недовольства, опасаясь, например, попыток использовать их в предвыборных манипуляциях.

Так или иначе, тема благотворительности занимает все более прочное место в политической риторике. Отчасти это вызвано приближением выборов. Принят и ряд законов, во многих отношениях поддерживающих НКО. Показательно, что в 2011 году по инициативе государства для разработки стратегических документов, связанных с социальной сферой, были созданы различные группы, в которые были приглашены представители благотворительных организаций. Например, в пуле экспертов, занимающихся обновлением государственной «Стратегии 2020», работает и группа № 16 «Развитие общественных институтов»¹³, которая подготовила свои предложения по корректировке концепции. «Государство должно принять и осуществить своеобразный «план Маршалла» по отношению к неком-

⁶ <http://philanthropy.ru/analysis/2010/10/04/3639>

⁷ <http://lenta.ru/news/2011/07/27/nosecrets/>

⁸ «Российская газета» - Федеральный выпуск № 5499 (123) <http://www.rg.ru/2011/06/08/medvedev-site.html>

⁹ http://www.asi.org.ru/asi3/rws_asi.nsf/va_WebPages/9F6E439565A6CBCCEC3257870004AC575Rus

¹⁰ <http://philanthropy.ru/intervyu/2011/05/21/5666>

¹¹ <http://lenta.ru/news/2009/11/05/yamm/>

¹² <http://www.nkozakon.ru/publications/776/>

мерческому сектору», – так комментировал социолог и участник группы Игорь Задорин смысл разрабатываемых предложений¹⁴.

Но тенденция противоречива: разрабатывается и принимается Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества, вносятся изменения в законодательство, обеспечивающие государственную поддержку социально ориентированным НКО – и одновременно государство пытается усилить свой контроль над третьим сектором, используя и грантовую помощь «правильным» НКО, и увеличение налогов.

Тенденция 4. Возросла гражданская активность благотворительного сектора

Благотворительный сектор *становится граждански активным*, прежде всего, во взаимодействии с властью и государством. Наибольшую активность благотворительные организации проявили в области продвижения законодательства, создающего условия для благотворительной деятельности. В 2010–2011 годах по инициативе различных организаций проходили сбор и обсуждение поправок к законам, составлялись комментарии и обращения, которые затем передавались в законодательные органы.

Именно по инициативе представителей некоммерческих благотворительных организаций, входящих в Рабочую группу Общественной палаты по развитию благотворительности, был организован Всероссийский форум «Благотворительность в чрезвычайной ситуации: итоги и уроки» и последующее сотрудничество НКО с МЧС.

Российским сотрудникам филиалов и отделений иностранных благотворительных фондов удалось в определенной степени повлиять на подготовку законопроекта о деятельности таких представительств и филиалов. Первая его редакция появилась в ноябре прошлого года. Тогда эксперты Филиала КОО «Международный центр некоммерческого права» направили свои замечания в Общественную палату и Совет Федерации. Некоторые из них были учтены, правда, проблема гарантий для иностранных организаций осталась нерешенной¹⁵, и эксперты намерены добиваться принятия соответствующих поправок.

Особенно активные баталии вызвал закон о страховых взносах. Повышение налоговых выплат до 34% эксперты приравнивали к фактическому уничтожению некоммерческого сектора. Множество усилий было предпринято благотворителями, чтобы добиться льготных тарифов, однако победа и здесь частичная – удалось облегчить положение только НКО, признанных социально ориентированными.

Тенденция 5. Консолидация ради достижения целей

За последние два года в секторе наметились явные признаки интеграции. Это отмечают многие участники исследования, подчеркивая, что уже есть и реальные результаты консолидации усилий. Процесс инициируют и поддерживают созданные в сообществе ассоциации (например, Клуб целевого капитала и Партнерство фондов местных сообществ), а иногда – отдельные фонды, организующие «тематические» или территориальные коалиции (такие, как Альянс фондов местных сообществ Пермского края).

Появились и новые инструменты: возникают площадки общения и обмена опытом, реальные и виртуальные¹⁶, проводятся представительные конференции, среди которых многие упоминали, например, конференции «Ведомостей» и ежегодные конференции Форума Доноров.

Тем не менее, в целом консолидация благотворительного сообщества осуществляется с трудом: сектор очень неоднороден – здесь есть агенты с разными интересами и разными возможностями, разным опытом и разными социальными связями. Существуют заметные различия региональных и центральных НКО, конкуренция и даже – взаимная ревность (последнее чаще отмечают представители фондов помощи).

Нужно сказать, что тема консолидации не нова – о необходимости интеграции благотворителей начали говорить несколько лет назад. В 2007 году, например, опрос АСИ показал¹⁷, что уровень консолидации некоммерческого сектора недостаточен для его эффективной работы. Задача консолидации неоднократно ставилась на различных форумах и конференциях, причем о том, что должно стать основанием для этого процесса, высказывались разные мнения.

Например, Мария Черток, директор САФ Россия, основой консолидации видела взаимодействие в вопросах законодательства и создание благоприятных условий для ведения благотворительной деятельности: «Нужно объединять политические ресурсы, которые есть у компаний, работающих в секторе благотворительности»¹⁸.

Наметившуюся в последние годы тенденцию к консолидации можно также рассматривать и как объединение пред лицом внешней угрозы, актуальной для всех. Возникающие коалиции во многих случаях складываются под девизом «против» – например, против увеличения налогов, против закона о поддержке социально ориентированных НКО и т.п. Определенную консолидацию вызвала и история с фондом «Федерация».

Необходимость консолидации сектора на уровне деклараций принимают большинство благотворителей, но в реальности эти процессы пока идут не так быстро, как хотелось бы.

¹³ <http://2020strategy.ru/g16/sostav>

¹⁴ <http://philanthropy.ru/analysis/2011/08/03/5983>.

¹⁵ <http://philanthropy.ru/climate/2011/09/02/6097>

¹⁶ *Статья о подобных проектах* <http://www.ec-ai.ru/default.asp?article=6>

¹⁷ <http://www.infogrant.ru/doc/38209.html>

Тенденция 6. Благотворительность становится более профессиональной

Тема профессионализма стала отчетливее звучать в последнее время: отношение к благотворительности как к профессиональному занятию распространяется и постепенно становится нормой. Это связано, вероятно, с тем, что достаточно активно происходит освоение западных идей и технологий, а в сферу благотворительности пришли новые люди из бизнеса.

Современная благотворительность предполагает результативность, продуктивность и эффективность, а не стремление минимизировать расходы НКО, в частности – административные. Понимание того, что нищий или исключительно добровольный благотворитель не может быть профессионалом, постепенно распространяется и в третьем секторе, и в бизнес-среде.

Однако и эта тенденция противоречива. Риторика профессиональной благотворительности укрепляется, но во многом остается лишь риторикой. На традиционном форуме «Социальный Петербург: новые решения 2010» Лев Яковсон, первый проректор ГУ-ВШЭ, в докладе «Что такое современные НКО в России» привел не очень обнадеживающие данные. Из них следует, что НКО в массе своей все еще достаточно бедны и слабы. Организаций с годовым бюджетом свыше 10 млн рублей не более 1% от всего числа российских НКО, обычно же бюджеты составляют от 500 тыс. до 1 млн рублей, а средние зарплаты в секторе – примерно 8 тыс. рублей¹⁹.

Тенденция 7. Благотворительность начинает использовать новые инструменты и технологии

Благотворители, по их собственному признанию, активно осваивают бизнес-технологии: IT, социальный маркетинг, системы продаж и современные приемы управления. В качестве конкретного примера осознанного перехода к новым технологиям респонденты исследования приводят переориентацию фондов помощи с адресных сборов на информационные кампании и поддержку самоорганизации пациентов.

Освоение Интернета – одна из заметных тенденций современной благотворительности, развивающаяся очень быстро. Если еще несколько лет назад Интернет использовался лишь для размещения «сайтов-вывесок» благотворительных организаций, то сейчас Сеть стала местом, где идет эффективный фандрайзинг, а также создаются площадки общения и обсуждения опыта²⁰. Только в 2007 году в нашей стране онлайн-фандрайзеры привлекли около 6 млн долларов, и хотя точных цифр по 2011 году пока нет, есть основания считать, что в этом году цифра будет выше. Это, конечно, меньше, чем на Западе, однако сумма весьма значительная²¹.

В социальных сетях активно развиваются и неинституционализируемая, спонтанная благотворительность, и волонтерство, которые опережают здесь НКО: стоит упомянуть участие добровольцев в тушении пожаров и помощи пострадавшим летом 2010 года и недавнюю акцию «Блогеры против мусора».

Отдельно стоит отметить то, что в последнее время именно фандрайзинг стал развиваться и осваивать новые технологии – и это не только Интернет. Благотворители подчеркивают важность технологичного и независимого фандрайзинга: «Сектор больше уходит в сети, в интернет-технологии... Сектор наконец-то осознал, что сегодня не нужно присасываться к какому-нибудь «Газпрому», к трубе. Сегодня нужно делать такие проекты, нужно разрабатывать методiku и технологию, чтобы люди приходили и приносили с собой деньги» (Представитель фонда местного сообщества в интервью исследователям).

Респонденты исследования отмечали, что в 2011 году значительно изменились технология и сама идеология фандрайзинга: «Мы находимся на каком-то рубеже, когда классический фандрайзинг закончился, а сейчас начинается что-то другое. Что – еще пока непонятно. Но способ собирать деньги, которым у корпораций собирались деньги раньше, – он заканчивается... С моей точки зрения, существенное за последний год то, что происходит бум частных пожертвований «на случай». Просто это какой-то качественный мегаскачок» (Татьяна Задирако, Фонд «Дорога вместе»).

Тенденция 8. Рост корпоративного добровольчества и в целом добровольческой активности общества

Одна из самых заметных тенденций, проявившаяся в последние годы, – рост добровольчества. Особенно его ощутили в корпоративных фондах и в фондах помощи. Корпоративное добровольчество как тему года отмечали многие участники качественного исследования фондов, а также персоны, давшие специальные интервью для Доклада.

В корпорациях возникла даже своеобразная мода на добровольчество и девиз «волонтерство вместо денег». Некоторые связывают эту тенденцию с укоренением западных кадровых стандартов в бизнесе, когда строка в резюме, свидетельствующая о добровольной активности сотрудника, является для него бонусом. Другие говорят о распространяемой успешной практике компаний и несомненном душевном подъеме в обществе, а также общем позитивном климате, формирующемся в стране относительно волонтерства.

Действительно, волонтеров заметили не только благотворители, но и общественность страны, а также

¹⁸ <http://ria.ru/society/20091022/190143505.htm>

¹⁹ <http://www.cogita.ru/intervyu/anna-orlova-ob-itogah-socialnogo-peterburga>

²⁰ Подробный анализ и обзор развития разных векторов благотворительности в интернете стал темой секции «Благотворительность и электронная культура» в рамках Всероссийской междисциплинарной конференции, состоявшейся 27 мая 2011 г. <http://www.ec-ai.ru/default.asp?article=5>

²¹ <http://philanthropy.ru/analysis/2010/03/11/1428>

представители СМИ и органов власти. Горячее обсуждение темы волонтерства активизировалось в русле дискуссий вокруг пожаров лета 2010 года и подготовки к Олимпиаде-2014. Нельзя не упомянуть ЖЖ-сообщество *rozar.ru*, которое координировало действия добровольцев, занимавшихся тушением пожаров, оказанием помощи пострадавшим во многих регионах России. Другим добровольческим интернет-ресурсом была «Карта помощи», собирающая информацию о пострадавших во время пожаров и точках сбора помощи. Очень успешной и многочисленной стала интернет-акция «Блогеры против мусора» – в ней приняли участие около 20 тыс. человек.

Тенденция 9. Активизация процесса изучения сектора

Последняя тенденция, которую необходимо отметить, – рост количества и интенсивности исследований третьего сектора. Благотворителями заинтересовались и ученые-теоретики, и социологи-практики. Возникают даже отдельные исследовательские центры, ориентированные на изучение именно этого явления.

Результаты их работы вызывают интерес среди представителей НКО. Примечательно, что исследователи и благотворители начали разговаривать друг с другом. Например, большую дискуссию вызвало обсуждение фундаментального исследования «Потенциал и пути развития филантропии в России», выпущенного ГУ-ВШЭ при поддержке *Evolution & Philanthropy*²². Представители третьего сектора артикулированно заявили, что представляет ценность для них и чего они ждут от исследований.

«Мне кажется, что это – знак того, что через какое-то время мы получим какой-то иной урожай про изучение сектора. И даже мы [*Форум Доноров*] делаем свой доклад в этом году, наверное, не случайно», – считает Лариса Зелькова, генеральный директор БФ В. Потанина.

Эта тенденция свидетельствует о многом. Во-первых, внимание исследователей к третьему сектору говорит о том, что он состоялся, и его уже нельзя не заметить. А во-вторых, есть надежда, что возникающий контакт может послужить появлению исследований, востребованных благотворителями, и тем самым процесс становления сектора получит своего рода рефлексивную обратную связь.

Вместо заключения

Говорить о тенденциях развития такой сложной области, как российская благотворительность, – дело достаточно рискованное. Во-первых, нет строгих доказательств того, что эта сфера – нечто единое, а как можно говорить о тенденциях развития чего-то, что, возможно, не является целостным объектом? Во-вторых, разные эксперты высказывают порой практически противоположные мнения, а количественные показатели неточны и отличаются друг от друга у разных ведомств и исследователей – даже по поводу числа реально действующих НКО нет согласия.

Потому следует отметить и тенденцию противоречивости. Она выражается и в разбросе мнений экспертов, и во многих процессах «внутри» самой сферы благотворительности, и в ее взаимодействии с важнейшими для нее контрагентами: населением страны, властью и бизнесом.

С одной стороны, благотворительность все больше становится привычным, «обыденным» делом, ее роль и в жизни общества, и в информационном пространстве заметно возросла. С другой – немалая часть экспертов утверждает, что вообще не может отметить никаких перемен. Можно считать, что такой ответ – консервативный способ защититься и сохранить то, что удалось достигнуть. Но можно понимать это и иначе: перемены и тенденции действительно не ощущаются многими представителями НКО потому, что они пока не слишком выражены и не очень понятны.

В целом у представителей благотворительных фондов, участвовавших в исследовании, преобладают позитивные оценки происходящего. Однако среди негативных суждений есть весьма категоричные. Более оптимистичны те, кто работает в частных и корпоративных фондах, а благотворители из фондов помощи и особенно фондов местных сообществ более критичны. Возможно, это связано с тем, что ФМС в большей степени, чем другие типы фондов, пострадали от последствий кризиса 2008 года и от повышения налогов в 2011 году. Кроме того, они больше других зависимы от действий и настроений региональных и местных властей.

Надеемся, что, рассматривая знаковые события 2011 года, мы все же смогли выделить тенденции развития российской благотворительности. Время покажет, насколько мы правы.



²² <http://philanthropy.ru/analysis/2011/04/20/5528>

ТОЧКИ РОСТА



Среди всего многообразия информации, собранной в рамках подготовки Доклада, специальный акцент мы решили сделать на тех аспектах институциональной благотворительности, которые за прошедший год развивались и будут в ближайшем будущем развиваться наиболее активно. Под развитием в данном случае понимается рост числа организаций, позитивное отношение и поддержка со стороны граждан, а также влияние, которое эти организации оказывают на саму благотворительность. Такими сегментами признаны фонды целевого капитала и фонды помощи.

Для подготовки данного раздела приглашены люди, имеющие непосредственное отношение к указанным типам организаций. Людмила Пантелеева в «Газпромбанк–Управление активами» не только смогла привлечь в свою управляющую компанию самое большое число целевых капиталов, но активно участвует в продвижении темы эндаументов в нашей стране. Лев Амбиндер – основатель и бессменный глава первого российского фонда помощи, обладающий уникальным опытом привлечения средств через газету и сумевший создать систему организации помощи для нуждающихся в оплате дорогостоящих операций по всей стране.

Оба текста представляют авторский взгляд на развитие указанных сфер и перспективы их дальнейшего развития. О позиции Форума Доноров по данному поводу – в разделе «Прогнозы».

Фонды помощи

(фандрайзинговые фонды)

Форум Доноров обратился ко мне с предложением написать для настоящего Доклада статью о фондах помощи как разновидности российских благотворительных организаций. Доклад называется «О состоянии институциональной благотворительности в РФ». Коль скоро речь идет об **институциональной** филантропии, должен сказать: такой разновидности, как фонды помощи, на мой взгляд, не существует. Все виды благотворительных организаций есть **фонды помощи** – уже потому, что благотворительные и все кому-то по определению помогают. Тогда какие же они? Ответ – фандрайзинговые. Очень надеюсь, что до появления следующего Доклада-ежегодника это определение закрепится, а словосочетание «фонды помощи» исчезнет из нашего лексикона как недоразумение времен становления новейшей российской благотворительности.

Лев Амбиндер, руководитель Российского фонда помощи Издательского дома «Коммерсант», член Совета при Президенте РФ по развитию институтов гражданского общества и правам человека

Ошибка Генри Форда

Сотню лет назад великий предприниматель и большой филантроп Генри Форд написал: «Благотворительная организация, не поставившая себе целью сделаться в будущем излишней, не исполняет подлинного своего назначения». Он писал это в Америке времен борьбы с голодом, бедностью и болезнями. В современных США нет голода, понятие бедности, как выяснилось, относительно, а проблем в здравоохранении, науке, образовании и культуре с годами не становится меньше. И существуют тысячи благотворительных фондов, миллионы американцев занимаются благотворительностью, а годовые объемы филантропии исчисляются сотнями миллиардов долларов даже сейчас, в кризис.

Великий филантроп ошибся? Да, он не учел... себя и миллионы себе подобных – людей, заработавших деньги (не обязательно большие) и искренне, по Форду, «желающих помочь своей стране содержать себя». Забавная ошибка Генри Форда ничего не стоила Америке. Нам, боюсь, так не повезет. Если мы в дискуссиях о состоянии и путях развития российской благотворительности забудем о человеке даящем, то спорить вскоре станет не о чем. Этот человек и есть реальный хозяин благотворительных организаций, которые пока именуется фондами помощи. Эта формула никак не учитывает права донора – человека или компании, которые присоединяются к проектам фандрайзеров, не желая или не имея возможности заводить собственный фонд.

...Фонд помощи – это фандрайзинговый фонд, источником его финансирования является часть пожертвований. Остальное детали.

Чем отличается частный фонд от корпоративного? Тут и спорить не о чем: учредителем, который есть источник финансирования фонда и его заказчик. Значит, фонд помощи – это фандрайзинговый фонд, источником его финансирования является часть пожертвований. Остальное детали.

Спор все-таки возникает. Нам говорят: для всех этих видов фондов учредитель определяет и заказывает стратегию и виды деятельности. Если команда частного или корпоративного фонда не удовлетворяет учредителя, тот ее меняет. В этом-де смысле фонду помощи куда как легче: он сам себе голова и волен выбирать стратегию и цели.

Это заблуждение, институциональная ошибка.

Любой, кто хотя бы с год поработал фандрайзером, отлично знает, кто в доме хозяин. Если цели и методы фандрайзингового фонда не устраивают донора, тот голосует ногами – только вы его и видели. И фонд остается без работы либо меняет цели, иной версии нет. Возражения типа: «фандрайзер должен увлекать

потенциальных благотворителей», или «вот вы, Русфонд, газетный фонд, так воспитывайте же своего читателя!» – наивны. Сколько протянет воспитательный стартап, не интересный читателям, а значит, и газете? Ровно до следующей публикации после первой, когда станет очевиден провал – нулевая реакция читателей.

До сих пор не выработаны даже общие принципы расчета эффективности фандрайзинговой организации, не говоря уж о принципах управления эффективностью.

Институциональные ошибки в определении фандрайзинговых фондов могут дорого обойтись третьему сектору и гражданскому обществу в целом. Фандрайзинг в России сейчас на подъеме, и каждый новый опыт заслуживает внимания. Но до сих пор не выработаны даже общие принципы расчета эффективности фандрайзинговой организации, не говоря уж о принципах управления эффективностью. До сих пор всерьез говорят о *прибыльности* фандрайзинга или о расчетах эффективности по числу спасенных больных детей. До сих пор нас всем миром призывают к открытости и прозрачности при отсутствии четкого определения, сколько той и другой будет в аккурат. До сих пор у нас называют фандрайзером благотворительный фонд, сборы которого на две трети состоят из пожертвований одного донора, к тому же еще и содержащего фонд. В США, кстати, крупнейший независимый оценщик НКО Charity Navigator не берет во внимание организации, если большая часть их денежных средств поступает от единственного донора или если это правительственный грант. В США нет и такого понятия, как фонды помощи. Американцы нам, конечно, не указ, но их Ассоциация профессиональных фандрайзеров (AFP) давно и уверенно решает не только организационные и экономические проблемы, к которым российские фандрайзеры еще не умеют подступиться, но и другие – из области права, морали, этики, а Госдеп США в своей практике ссылается на оценки AFP.

Доверие можно растить

Если верно утверждение, что мораль задает нормы поведения, а экономика показывает, как мы ведем себя на самом деле, то фандрайзинг находится в перекрестье нравственности и экономики. Фандрайзинг – это бизнес на доверии. Выше доверие – больше сборы. Выясняется занятная деталь: доверие доноров (читай: граждан, гражданского общества) можно растить, продуцируя доброту, сострадание, солидарность. Однако фандрайзинговый фонд хотя бы с пятилетним опытом работы знает, что его результаты напрямую зависят от внешних факторов: отношения общества и государства к благотворительности в целом и, в частности, к фандрайзингу.

Поэтому из главных событий 2010 года я бы выделил три: принятие Госдумой поправок в Налоговый кодекс РФ о преференциях для благотворителей и фондов, встречу президента Дмитрия Медведева с лидерами

фандрайзинговых фондов, опекающих тяжелобольных детей, и явление фонда «Федерация» с Владимиром Киселевым.

Хотя хронологически Киселев с «Федерацией» объявился раньше, в ноябре 2010 года, тем не менее начнем с майской встречи Дмитрия Медведева с фандрайзерами. Это важнейшее для нашего движения событие не только минувшего года, но и десятилетия. Впервые президент России говорил с фандрайзинговыми фондами, опекающими тяжелобольных детей, впервые – о проблемах фандрайзинга. Фандрайзеры – мужественные люди, отметил Дмитрий Медведев, они превращают благотворительность в массовую, всенародную, и он понимает, насколько еще эта работа «неблагодарна в наших условиях», поэтому помощь должна стать «адресной и менее обременительной для тех, кто ею занимается». Впервые в таком разговоре участвовала министр Голикова. Минздравсоцразвития не скрывает своих взглядов на адресный фандрайзинг: оно считает его противоправным. Фандрайзеры якобы нарушают закон о персональных данных, о врачебной тайне, их деятельность есть незаконное вмешательство в дела МЗ. Министерство так преуспело, записывая нас в оппозиционеры, что адресных фандрайзеров в Интернете назвали последовательными противниками режима. И тут возмутились радикалы третьего сектора: какие противники, если помогают государству и не помогают правозащитникам, да они пособники режима... Между тем, это всего лишь благотворительность. Одни люди хотят помогать другим людям, а фандрайзинговые фонды помогают это делать квалифицированно. Если тренд, заложенный 20 мая 2011 года Дмитрием Медведевым, сохранится, то фандрайзинг в России ждет лучшие времена.

Недавно Госдума приняла поправки в Налоговый кодекс РФ о преференциях частным благотворителям и благотворительным фондам. Я не верю в немедленный рост частных пожертвований, еще меньше я верю в очереди частных благотворителей за налоговыми вычетами. Схема их получения такова, что люди, которые сегодня жертвуют по тысяче-две рублей в месяц, вряд ли затеют налоговый вычет. А таких людей сотни тысяч по России. Но эти люди приветствуют поправки как государственное признание важности филантропии для развития страны.

В США крупнейший независимый оценщик НКО Charity Navigator не берет во внимание организации, если большая часть их денежных средств поступает от единственного донора или если это правительственный грант.

Жаль, что налоговые вычеты, о которых в третьем секторе говорили с начала 2000-х, не коснулись корпоративных филантропов, хотя Концепция социально-экономического развития России до 2020 года и предусматривает «механизмы предоставления льгот по уплате налога на прибыль для предприятий, осуществ-

вляющих пожертвования на благотворительную деятельность». По-видимому, это дело следующих политических циклов. Пока Минфин и Минэкономики находят эти вычеты излишне ущербными для бюджета.

Наконец, явление «Федерации»¹. В связи со скандалом, разразившимся после благотворительного концерта, организованного фондом в Санкт-Петербурге, пресса заговорила о морали фандрайзеров, о недопустимости лжи в святом деле, о прозрачности благотворительности. Фандрайзеры в СМИ клялись верности идеалам и делились страхами о возможной утрате доверия публики. Шум поднялся до пресс-службы премьера, в конце концов, обещанное оборудование в клиники поступило, а фандрайзерам погрозили пальцем – мол, вот так нельзя.

Если верно утверждение, что мораль задает нормы поведения, а экономика показывает, как мы ведем себя на самом деле, то фандрайзинг находится в перекрестье нравственности и экономики. Фандрайзинг – это бизнес на доверии.

Но оказывается, вот так можно: существуют правда, ложь и реклама. Ну да, то была реклама, убеждают нас, и когда этим летом «Федерация» затеяла новый концерт, Москва любезно предоставила ей огромные рекламные площади...

Вот что занятно – страхи фандрайзеров оказались напрасными. Так, первая реакция части читателей Русфонда была: «Вы все такие», – но теперь выясняется, что сколько-нибудь серьезного урона нашему фандрайзингу казус «Федерации» не нанес.

Боюсь, однако, у Киселева будут последователи, слишком велики ставки, и уж тогда фандрайзерам мало не покажется. У пиара нет знака плюс-минус – главное, чтобы заговорили. Но в фандрайзинге финансы крепко связаны с моралью. Как только финансовые процессы, которые у нас количественно измеримы и управляемы, становятся приоритетными, добродетель превращается в порок, и фонд утрачивает доверие. Игры новых «федераций» способны разрушить хрупкий консенсус в обществе по отношению к благотворительности. Что и кто может противостоять этим вызовам? Наверное, союз фандрайзеров. Кстати, в 2010 году на конференции фандрайзеров большинство экспертов не считали нужным создавать нашу ассоциацию. В июне 2011-го эти эксперты высказались за ее создание.

Вперед – в Россию?

Конференции «Белые ночи фандрайзинга», которые семь лет проводит петербургский Центр развития НКО, так хороши, что превратились в своего рода съезд фандрайзеров. Здесь не только учатся и обмениваются опытом, но и обсуждают проблемы. В июне 2011 года конференция впервые прошла не в Петербурге, а в Нижнем Новгороде и была посвящена развитию нестоличного фандрайзинга. Вот что выясни-

лось. Массовая благотворительность растет даже в кризис, хотя и противоречиво. Появились и уже обрели известность новые фонды: «Живой», «Подсолнух»,

Минздравсоцразвития не скрывает своих взглядов на адресный фандрайзинг: оно считает его противоправным. Фандрайзеры якобы нарушают закон о персональных данных, о врачебной тайне, их деятельность есть незаконное вмешательство в дела МЗ.

«Теплый дом», «Добросердие», «Жизнь как чудо». Одни фонды – такие как «Подари жизнь», Русфонд, Адвита, «Детские сердца», «Даунсайд Ап», WWF – нарастили сборы и объемы помощи, а в некоторых эти объемы упали (в частности, в «СБОРе», «Линии жизни», «Настеньке» и ряде других). Может быть, основным открытием конференции в Нижнем стало признание, что в регионах фандрайзинг куда менее развит, чем в столицах, или не развит вовсе.

Скорее всего, это вызвано губернским самовластием. В ряде регионов единственным благотворителем является губернатор, и народные сборы пожертвований воспринимаются как вызов. Сложнее понять, почему там, где власть демократичней, фандрайзинг менее эффективен, чем в Москве. Альтруизм более присущ москвичам? Есть мнение, будто казанцы, самарцы, пермяки или новосибирцы, далее везде – не так богаты. Дайте, мол, время – и провинция себя покажет... Но в часы пик Казань, Нижний Новгород, Новосибирск, Самара, далее везде – также стоят в автопробках. То есть дело не в глубине карманов, а в умонастроении? Но вот какая штука: Москва деловая более чем наполовину состоит из казанцев, новосибирцев, самарцев, нижегородцев и прочих россиян. Значит, дело в самой Москве, в ауре ее домов и умов? Что это за аура, нельзя ли ее трансплантировать остальной России?

Я не верю в немедленный рост частных пожертвований, еще меньше я верю в очереди частных благотворителей за налоговыми вычетами. Схема их получения такова, что люди, которые сегодня жертвуют по тысяче-две рублей в месяц, вряд ли затеют налоговый вычет.

А что если все дело в отсутствии в регионах системных фандрайзинговых фондов? Что если у тамошних жителей просто нет возможности выразить себя в благотворительности? Что если феноменальная акция «Добрый свет» Первого телеканала этим летом (80 млн рублей пожертвований в пользу областных клиник за неделю) свидетельствует как раз об этом? А есть еще опыт Тольяттинского фонда Бориса Цырульникова, тот за год перерабатывает до 20 млн рублей – это в городе-то с 700-тысячным населением, с перебивающимся с хлеба на воду АвтоВАЗом? А есть еще опыт

¹ Подробно об этом событии читайте в разделе «Итоги года».

фонда «Развитие» Татьяны Буканович в Рубцовске, это райцентр на Алтае со 155 тысячами жителей, а между тем спектакли, где актеры – городские бизнесмены, чиновники и лидеры НКО, дают такие сборы, что рубцовским опытом заинтересовались в других регионах. Столичный третий сектор может сколь угодно сетовать на недоверие народа, которое из года в год с унылым постоянством отмечают социологи, ругать СМИ, которые все не оценят наш труд и благородство доноров, и оттого-де народ не в курсе. Но если жители даже зажиточных российских регионов не имеют возможности проявить себя, потому что сколько-нибудь серьезные фандрайзинговые фонды дислоцированы в Москве и Петербурге, то зачем ворчать на «провинциалов»?

Уже год я задаю себе этот вопрос. Если соображение верно, то у фандрайзинга большие зоны роста. Так не стоит ли столичным фандрайзерам братья за региональные проекты и запустить стартапы в Сибири, Центральной России, на Юге?

Итак, вперед – в Россию?

Фонды целевого капитала

Людмила Пантелева, директор Инвестиционного департамента ЗАО «Газпромбанк – Управление активами»

Пять лет – много это или мало для подведения итогов становления институции в общенациональных масштабах? Можно предположить, что это уже немалый срок для определения вектора дальнейшего развития и вполне достаточный, чтобы оценить эффективность «вживления» механизма.

В 2006 году благотворители, меценаты, доноры и все, кому небезразлична судьба Отечества и его «сынов», получили в свое распоряжение механизм привлечения «вечного» капитала. Некоммерческим организациям стала доступна возможность инвестировать, а не тратить на текущие проекты. Это совсем не означало переход некоммерческого сектора на предпринимательские рельсы, это означало получение дополнительного инструмента эффективного, а главное – долгосрочного использования средств на проекты.

Эндаумент, или целевой капитал – одна из наиболее популярных в мире форм финансовой поддержки некоммерческих организаций.

Это стало возможным благодаря вступлению в действие Федерального закона «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций». Так в конце 2006 года в Россию пришла модель эндаумента, или целевого капитала (ЦК) – одной из наиболее популярных в мире форм финансовой поддержки некоммерческих организаций.

Закон принимался очень динамично и, по заявлению Дмитрия Медведева, курировавшего тогда в ранге первого вице-премьера подготовку этого законопроекта, означал настоящую революцию в российской благотворительности. Революционным закон должен был стать, решив как минимум две задачи: устранение двойного налогообложения и увеличение прозрачности в использовании пожертвованных средств. Чуть позднее появился Федеральный закон № 276-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций», который логично завершил начатый процесс «модернизации» благотворительного сектора, подкрепив новый механизм значительными налоговыми льготами – освобождением от налогообложения взносов в эндаумент, доходов от инвестирования средств фонда и средств, получаемых из эндаумента целевыми учреждениями. К сожалению, на тот момент не было претворено в жизнь еще одно важное положение: благотворительная инициатива жертвователей в эндаумент не была поддержана налоговыми вычетами.

К 2007 году было зарегистрировано 13 фондов целевого капитала, а к началу 2011 года – уже около 60.

Но даже несмотря на это было очевидно, что механизм открывал значительные перспективы для долгосрочного и устойчивого развития некоммерческого сектора: должна была увеличиться независимость некоммерческих организаций от жертвователей и нерегулярных пожертвований, а сам процесс формирования и расходования средств на благотворительные цели должен был стать более прозрачным и понятным для общества. По словам В. Потанина, одного из инициаторов и лоббистов этого закона, внедряемый на законодательном уровне механизм должен был послужить укреплению авторитета благотворителей, открыть некоммерческому сектору перспективы самодостаточности и позволить строить более долгосрочные планы по развитию социальной сферы.

Принимая во внимание новационность подхода к привлечению и использованию пожертвований в благотворительности, не выглядела сверхоптимистичной мысль о том, что тысячи эндаументов – это ближайшее будущее благотворительности, настолько действенным виделся этот механизм.

В реальности все произошло «немного» иначе и сложнее, но тем не менее развитие этого механизма предстает перед нами как неуклонно растущий тренд, движение которого вверх по понятным причинам затормозилось лишь в кризис 2008 года. Наблюдая поступательный рост числа фондов целевых капиталов (к 2007 году было зарегистрировано 13 фондов ЦК, а к началу 2011 года – около 60) даже в условиях непростого экономического контекста, мы можем с большей или меньшей уверенностью сказать, что целевому капита-

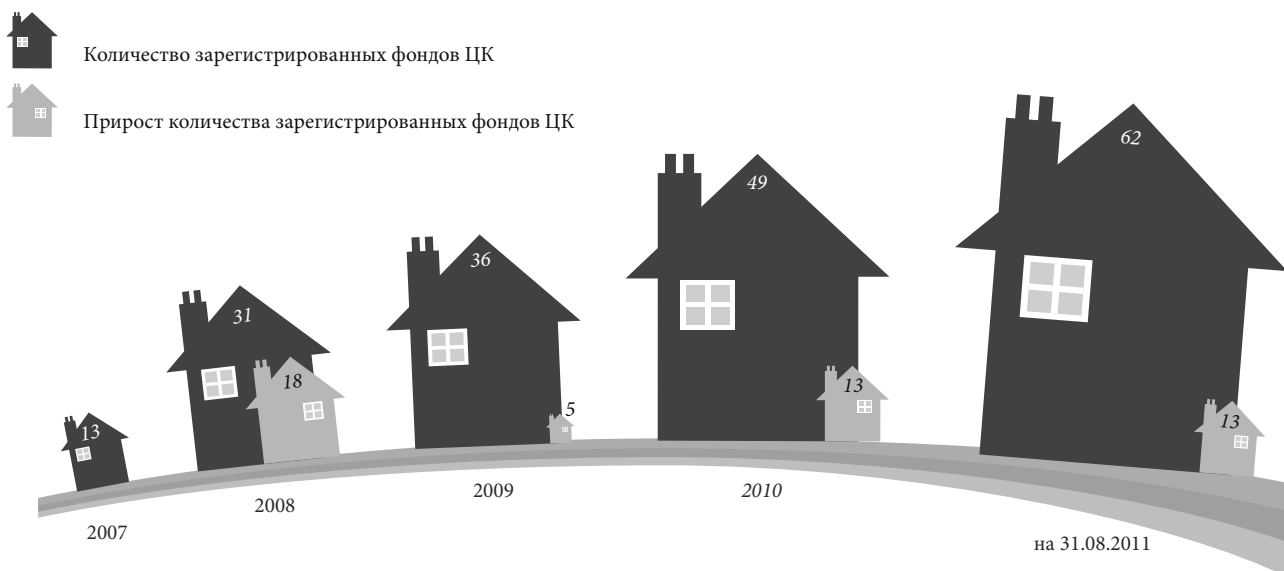


Рис.1. Зарегистрированные специализированные фонды целевого капитала (без учета организаций, создавших ЦК «внутри» себя)

лу в России быть (рис. 1). Более того, роль ЦК представляется нам эффективной и весьма полезной в развитии благотворительного сегмента в целом.

Невозможно оценить эффективность модели эндаумента, не обратившись к концепции ее функционирования. Хотя в российском законодательном поле термин «эндаумент» и его российский аналог «целевой капитал» возникли относительно недавно, в мировой практике этот механизм существует уже более пятисот лет. В англо-американской экономической практике под «эндаументом» понимают активы/любое имущество, переданное в дар организации или отдельному индивидууму для использования его в качестве источника постоянного дохода. Разумное управление этими средствами (имеется в виду инвестирование в выгодные проекты и доходные финансовые инструменты с минимальным риском потери капитала) позволяет превратить пожертвование в генератор постоянного дохода, обеспечивая тем самым долгосрочность реализации уставных целей организации.

Согласно российскому закону целевой капитал – сформированная за счет пожертвований, внесенных жертвователем в виде денежных средств, часть имущества некоммерческой организации, переданная некоммерческой организацией в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческой организации.

Уже из самого определения понятно, в чем состоит российская специфика работы с пожертвованиями, превращенными в целевой капитал: во-первых, жертвователи передают в собственность некоммерческой организации на формирование целевого капитала исключительно денежные средства (в рублях или иностранной валюте), а во-вторых, инвестирование целевого капитала осуществляется не фондом самостоятельно, а через посредника – управляющую компанию

(УК). Денежные средства как исключительный источник формирования ЦК непосредственно соотносится с темой прозрачности, а вот почему необходим посредник в лице УК, которой предстоит доверить капитал на управление, иногда понять сложно. Можно только отметить, что данное условие экономически оправдано для отрасли целевых капиталов, активы которых пока еще в стадии накопления и требуют максимально бережного отношения и пристального внимания с точки зрения качественного управления. Так что пока профессиональный аутсорсинг в этом отношении – наиболее верный путь.

Возвращаясь к вопросу о прозрачности, отметим, что закон предусматривает в том числе механизм контроля за использованием пожертвованных средств. Этот механизм реализуется через Совет по использованию целевого капитала, который формируется как орган, в который входят представители доноров, получателей средств и общественности.

Говоря о целевом капитале в целом, следует рассматривать его как специфическую систему работы с пожертвованиями, которая базируется на собственных **принципах**, отличающих его от более привычной, классической модели благотворительности:

1. Источники формирования целевого капитала (в соответствии с ФЗ-275 целевой капитал может формироваться только за счет денежных средств).
2. Строго целевое назначение (поддержка определенной организации или определенной сферы деятельности).
3. Способ управления денежными средствами (путем их предварительного инвестирования через УК).
4. Само инвестирование целевого капитала (законом определен достаточно широкий перечень инструментов, в которые допускается размещать ЦК). Главная цель инвестирования – не максимизация дохо-

дов, а получение стабильного регулярного дохода, что явится залогом долгосрочности реализации проектов.

5. Неделимость дара (активы ЦК являются неприкосновенными и не могут быть потрачены на финансирование текущей деятельности организации).
6. Долгосрочность или бессрочность создания ЦК (минимум на 10 лет).
7. Ограничение направлений использования дохода следующими сферами: образование, наука, здравоохранение, искусство, культура, физическая культура и спорт (за исключением профессионального спорта), архивное дело, социальная помощь (поддержка).
8. Создание контролирующего органа из представителей доноров и благополучателей – Совета по использованию ЦК и др.

В российском законодательном поле термин «эндаумент» и его российский аналог «целевой капитал» возникли относительно недавно, а в мировой практике этот механизм существует уже более пяти-сот лет.

Учитывая все вышперечисленное, целевой капитал можно рассматривать как более совершенный механизм благотворительности. В подтверждение назовем некоторые из его очевидных преимуществ.

1. Объективные преимущества

- Независимость доходов от целевого капитала от иных поступлений в бюджет организации, что позволяет устранить риск нереализации социально значимых проектов в случае отсутствия достаточных регулярных пожертвований. Это дает возможность «сглаживать» колебания финансовых потоков в промежутках между ожидаемыми/обещанными пожертвованиями, что положительно сказывается на стабильном финансировании уставной деятельности НКО.
- Безусловным достижением и вместе с тем отличием фондов ЦК от классической модели благотворительности являются налоговые меры (освобождение от налога на прирост целевого капитала). Пока явно недостает налоговых вычетов с суммы пожертвования, осуществляемого юридическим лицом, и лишь совсем недавно появились аналогичные льготы у физических лиц. В мировой же практике поощрение доноров в форме налогового вычета является серьезным стимулом к осуществлению пожертвования.
- Эндаумент предусматривает финансовую прозрачность расходования денежных средств для учредителей фонда и других заинтересованных лиц. Контрольным органом выступает Совет по

использованию целевого капитала, членами которого становятся сами доноры и получатели дохода от ЦК. Управляющие компании, осуществляющие управление ЦК, обязаны не только представлять регулярную отчетность, но и проходить ежегодную аудиторскую проверку, повышающую доверие жертвователей к фонду.

2. Субъективные преимущества

- Возможность более масштабной вовлеченности частных доноров в создание целевых капиталов (например, студенты и выпускники, жертвующие в ЦК своей alma mater). Предусмотренный ФЗ-275 публичный сбор пожертвований в целевой капитал – эффективный способ привлечения доноров, в том числе «первичных», к финансированию НКО. В результате происходит популяризация идей благотворительности.
- Экономическая целесообразность ЦК напрямую связана с планомерной, тщательно спланированной, непрерывной/регулярной фандрайзинговой стратегией фонда. Грамотно построенный фандрайзинг позволяет не только привлекать средства, но и более тесно контактировать с донорами, сосредоточить их внимание на совместной работе по продвижению социально важных проектов поддерживаемой ими организации. Ведь эндаумент появляется там, где есть взаимное желание благотворителей и благополучателей обеспечить стабильное финансирование деятельности организации, где есть общность интересов обеих сторон в осуществлении социально значимых проектов.

Как результат – успешный фандрайзинг, укрепление отношений с донорами/друзьями/попечителями и опять-таки популяризация идей благотворительности.

- Работа по завоеванию доверия доноров, по построению с ними долгосрочных отношений связана также с прозрачностью деятельности фонда, которая достигается в том числе за счет регулярного предоставления отчетности о ведении деятельности, о рациональном управлении средствами и эффективном использовании дохода.

Благодаря этим преимуществам эндаумент-фонды получили широкое распространение в странах, где государственная поддержка образования, науки и культуры исторически незначительна либо вообще отсутствует, а культурные традиции неразрывно связаны с развитием частной благотворительности.

Западная статистика внушительна: сейчас в мире действуют более 1000 эндаумент-фондов, располагающих значительными средствами. Для примера: в эндаументах 332 вузов США и Канады содержится более 325 млрд долларов (или примерно 95% всех средств вузовских эндаументов), что сопоставимо с ВВП Венесуэлы (326 млрд долларов)².

² World Development Indicators Database, World Bank, September 27, 2010.

Несмотря на то, что в кризис эндаументы «похудели», потеряв до 23% своей балансовой стоимости, они по-прежнему являются серьезным источником пополнения бюджета организаций, для поддержки которых они созданы. Так, эндаумент-фонд Гарвардского университета располагает около 26 млрд долларов, Йельский университет – более 16 млрд долларов. В фондах Принстонского и Стэнфордского университетов находится более чем 12 млрд долларов в каждом. Значительные суммы в эндаументах удалось аккумулировать благодаря десяткам тысяч пожертвований, собранных этими фондами за сотни лет.

Такие объемы целевых средств позволяют крупным эндаументам эффективно выполнять свои функции. Средняя доходность инвестиций эндаумент-фондов США составляет 10–11% годовых, на уставные цели фонда тратится около 5% от дохода. Примерно половина доходов фонда реинвестируется. Часть реинвестируемых доходов поглощает инфляция, поэтому при эффективном управлении фондом годовой прирост его активов составляет 1–2% в реальном выражении. В целом средства эндаументов приносят западным вузам до 30–40% их годового дохода, являясь важнейшим источником финансирования текущих нужд университета. Доход от эндаумента Гарварда ежегодно составляет наибольший процент в общегодовом бюджете университета по сравнению со всеми другими источниками финансирования (рис. 2).

В России институт ЦК проходит стадию формирования, так называемого первоначального накопления капитала. В настоящее время создано более 60 фондов целевого капитала, из них половина (30 СОУЦК⁴ на 31.08.2011) – фонды целевого капитала для поддержки высших учебных заведений. Вузы первыми освоили модель ЦК, ощутили ее эффективность, и уже сегодня крупнейшие фонды ЦК функционируют при Московском государственном институте международных отношений, Санкт-Петербургском государственном университете, Европейском университете в Санкт-Петербурге, Финансовом университете при Правительстве РФ, Академии народного хозяйства при Правительстве РФ (ныне – при Президенте РФ), Российской экономической школе и др. Пока единичные фонды созданы в сфере здравоохранения, социальной помощи и поддержки (Фонд целевого капитала для помощи хосписам «Вера»), в сфере спорта (Национальный специализированный фонд поддержки детско-юношеского спорта). В сфере искусства также появился долгожданный фонд целевого капитала – у Эрмитажа.

Общий объем эндаумент-фондов в России сегодня составляет более 4 млрд рублей, что пока не решает задачи устойчивого развития НКО. Почему? К сожалению, приходится учитывать непростые экономические условия, сложившиеся в самом начале становления ЦК. Мировой экономический кризис в 2008 году не

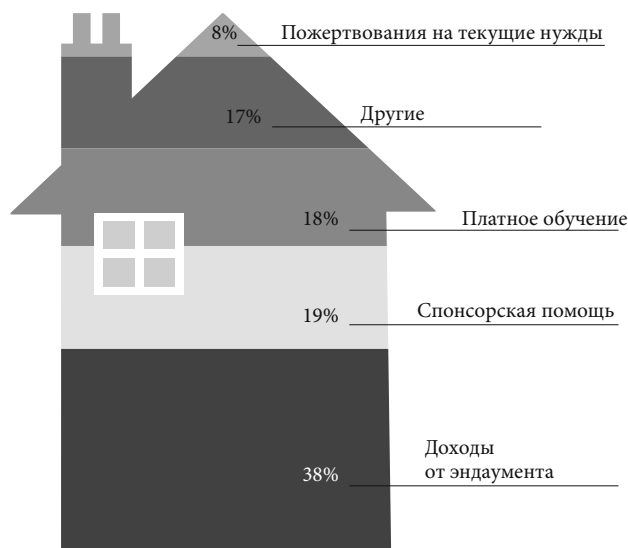


Рис. 2. Источники финансирования Гарвардского университета³

Это важнейшая составляющая частного-государственного партнерства и, в глобальных масштабах, – необходимое условие развития российской экономики.

Объемы эндаументов российских вузов
(на 31 декабря 2010 года)

Место	Название вуза	Целевой капитал, млн руб.
1	МГИМО	630
2	ФОРСЭНО (АНХ при Правительстве РФ)	328
3	Санкт-Петербургский государственный университет	280
4	Европейский университет в Санкт-Петербурге	Более 250
5	Финансовый университет при Правительстве РФ	230
6	Российская экономическая школа	180
7	Инсовр-Капитал (Институт современного развития)	160
8	Международный центр социально-экономических исследований «Леонтьевский центр»	Более 100
9	Высшая школа менеджмента СПбГУ	80
10	Государственный университет – Высшая школа экономики	70

³ Из доклада вице-президента Гарвардского университета Т.Э. Роджерс на конференции «Университетские эндаумент-фонды: практические аспекты формирования и наполнения», Санкт-Петербург, 14 октября 2010 г.

⁴ СОУЦК – специализированная организация управления целевым капиталом.

мог не затронуть еще не окрепшие, только сформированные фонды ЦК и заставил остальных серьезно задуматься о своем желании идти по пути инвестирования пожертвований.

Сейчас в мире действуют более 1000 эндаумент-фондов.

Надо также признать, что нынешний темп развития института ЦК обусловлен не только состоянием экономики, но и некоторыми *правовыми барьерами*, препятствующими активному привлечению инвестиций в некоммерческий сектор через механизм целевого капитала. С течением времени стало понятно, что предложенная ФЗ-275 модель требует доработки: как минимум необходимо расширить перечни источников формирования ЦК, а также сфер деятельности, в которых разрешено его формирование. В настоящее время на рассмотрении в Госдуме находится ряд поправок в вышеуказанный закон.

По-прежнему существенным ограничением является недостаточный объем налоговых льгот и стимулов для жертвователей в фонды целевого капитала. Требуют внимания вопросы эффективности управления целевым капиталом, возможные конфликты интересов между жертвователями и управляющей компанией. Нельзя не учитывать проблемы эффективности управления доходом от использования целевого капитала, которые подразумевают прозрачность процедур распределения средств и внедрение действенных механизмов контроля за их использованием.

Определенным тормозом в развитии ЦК в России могут служить и организационно-административные проблемы: необходимость вкладывать силы, время и ресурсы, в том числе в фандрайзинг, который в случае ЦК имеет свою специфику. Она связана с отсутствием «быстрой отдачи» как для донора, так и для благополучателя, так как модель рассчитана на долгосрочный эффект. Донору в этом случае может быть трудно принять то, что пожертвованные им средства в ЦК не мо-

гут обеспечить текущие потребности организации. Сложность привлечения пожертвований переходит в проблему формирования «тела» ЦК такого размера, который гарантировал бы более или менее существенную по объему прибыль, направляемую на благотворительную деятельность.

Для эффективной деятельности фонда также необходимо обеспечить тесное взаимодействие различных уровней его менеджмента, а в случае вуза – различных его подразделений, вести постоянную работу с выпускниками, осуществлять информационную поддержку, организовывать фандрайзинговые кампании, продумывать направления распределения дохода и т.п.

Но, на наш взгляд, эффект от создания целевого капитала трудно переоценить: снижение зависимости от государственного/бюджетного финансирования и текущих доходов, возможность долгосрочного стратегического планирования уставной деятельности, повышение конкурентоспособности финансируемой организации и др. В этой модели не происходит замещения функций государства или его полного устранения – вместо этого идет постепенное наращивание партнерства бизнеса, власти и гражданского общества. Это важнейшая составляющая частно-государственного партнерства и, в глобальных масштабах, необходимое условие развития российской экономики.

В заключение важно отметить, что, говоря о фондах целевого капитала, мы не подразумеваем отказ от привычных форм благотворительности. Речь идет о расширении выбора инструментов, отвечающих разным потребностям и интересам. Это переход к новому типу развития, к поиску новых направлений приложения усилий, к точкам роста. ЦК появился в этой системе как ее неотъемлемый элемент, как ответ на запрос времени, благополучателей и доноров. Это не отказ от привычного пути развития, это лишь дополнительный путь к достижению общих социально важных целей, это залог цивилизованного развития системы в целом. Но многое зависит от нас самих, от умения внедрять и использовать, от желания построения лучших практик.



ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ



В этом разделе Доклада мы помещаем несколько интервью с персонами, представляющими различные сектора общества – «внешние» по отношению к благотворительному, которые, тем не менее, так или иначе связаны с благотворительностью в силу рода своей деятельности.

Мы попросили их прокомментировать некоторые результаты исследований, которые легли в основу этого Доклада, а также высказать свою точку зрения относительно итогов «благотворительного» года.

Глеб Прозоров, управляющий директор газеты «Ведомости»

> Скажите, результаты контент-анализа СМИ Вас не удивили?

Г.П.: Результаты меня абсолютно не удивили. В частности, преобладание информационных сообщений об акциях. Это происходит по естественным причинам. Газета, например, что ближе мне лично, – это новость. СМИ – газета, радио или телевидение – смотрит на благотворительность именно «новостными глазами». А то, что мало проблемно-аналитических статей, – я думаю, что и это совершенно естественно. Упомянутый 1% федеральных СМИ, который приходится на аналитические статьи, – это наша «тетрадка по благотворительности» [приложение «Ведомости-Форум», выходящее по результатам ежегодной конференции «Благотворительность в России» и рейтинга корпоративной благотворительности газеты «Ведомости»]. В региональных изданиях их побольше, что тоже совершенно естественно, потому что они могут больше себе позволить контента не фактографического, а аналитического.

> А почему так получается, как Вы думаете?

Г.П.: Потому что федеральные издания значительно в большей степени мониторинговые, что ли, особенно те, которые живут по законам бизнеса. У них есть определенное количество рекламы – желательно максимальное, а остальные статьи они отводят под те самые новости, иерархично выстраивая их от наиболее значимых к наименее. И поэтому на то, что называется аналитикой, остается слишком мало места, если остается вообще. И если это не запланированная публикация (как наша «тетрадка по благотворительности»), то весьма и весьма закономерно, что аналитики не появляется.

И второй вопрос: что анализировать-то? Анализировать открытость благотворительных организаций?.. СМИ являются отражением действительности. И поэтому, если благотворительные некоммерческие организации в массе своей закрыты, если они плохо работают со СМИ, не понимают, как это делать, если у них нет нормальных пресс-служб, если у них закрытая финансовая отчетность – во-первых, ее невозможно найти, а во-вторых, в ней черт ногу сломит, – то о чем говорить?

Понятно и то, почему мало публикаций, посвященных мотивам участия в благотворительности

конкретных людей. Да, действительно, это формат журнала. А журналы смотрят в основном на селебритис, на жизнь богатых и знаменитых. И если это серьезное издание, то они будут разбираться, что толкнуло ту или иную знаменитость заняться той или иной благотворительностью.

> Что, по Вашему мнению, может способствовать увеличению количества аналитических статей?

Г.П.: Для того чтобы возникли аналитические статьи, нужно, чтобы случились некие системные изменения. Если участие корпораций в благотворительности станет системным, если они будут раскрывать это в своей отчетности, как недавно сделала «Транснефть», тогда это будет естественно отражаться в публикациях.

Почему мы не пишем о благотворительности чаще, чем один раз в год в этой «тетрадке» несчастной? Да потому что не о чем писать. Что там еще анализировать? Мы все за один «выстрел» в четыре или в шесть полос в год благополучно умещаем. Если благотворительная жизнь будет богаче, значительно более насыщенной событиями, если в нее будет вовлечено больше компаний и на это будут тратиться большие деньги, если компании начнут включать это в свою корпоративную отчетность, вот тогда будет о чем говорить. Тогда можно это делать и два раза в год, и даже раз в квартал на системной основе.

Не наша скрипка здесь первая. Повторюсь – мы отражаем жизнь. В данном случае «Ведомости» отражают бизнес-жизнь, экономическую жизнь страны. Поэтому – будет жизнь в благотворительности экономическая, соответственно, мы будем об этом писать. Ровно так же на это смотрят коллеги из других серьезных изданий, уверяю Вас.

> Были ли какие-то яркие события в области благотворительности в этом году, которые запомнились?

Г.П.: Боюсь, что нет. В «Ведомостях» мы как раз за этим, в отличие от многих, следим, занимаемся системно. И я больших сдвигов за последний год не заметил. Ничего особенного не произошло, если сравнивать с тем, как хотелось бы, чтобы это происходило. Хотелось бы, чтобы было значительно больше компаний, которые исповедовали бы серьезно политику социальной ответственности и занимались корпоративной благотворительностью. Хотелось бы, чтобы НКО осознали, что они должны быть абсолютно прозрачны финансово, чтобы они перестали юлить и валять дурака с адми-

нистративными расходами, чтобы они, работая со СМИ, воспитывали все сообщество в том смысле, что это абсолютно неизбежные расходы, являющиеся необходимой частью затрат, которые должны нести доноры и благотворители. Но, к сожалению, все это развивается далеко не так, как лично мне бы хотелось.

> Тем не менее, несмотря на то что мы понимаем, что рутинная работа важнее, чем громкие PR-акции, Вы могли бы выделить персону года в области благотворительности?

Г.П.: Я даже не знаю. Не берусь сказать. Мне кажется, что все люди, которые занимаются этим серьезно, работая в некоммерческих организациях, до такой степени подвижны и до такой степени жертвуют собой, что все заслуживают самых добрых слов, и выделить из них кого-то, на мой взгляд, не совсем корректно... После того как не так давно умерла Оля Алексеева, наверняка в дань памяти о ней многие скажут, что имеет смысл отметить ее, потому что она была тем человеком, который во многом сдвинул всю эту косную махину, направил в какое-то позитивное русло и приложил руку к тому, что люди, особенно в бизнесе, начали смотреть на благотворительность немного по-другому.

> А новые публичные темы в благотворительном секторе за прошедший год появились?

Г.П.: Новых публичных тем, по-моему, не появилось. Здесь работает все тот же железный принцип: СМИ отражают жизнь, а не наоборот. Все это может появляться только с подачи некоммерческих, благотворительных организаций. Если они сами будут бесконечно муссировать эту тему, если будут делать какие-то шаги.

Мне кажется, что дело не в том, чтобы что-то новое возникало – в смысле тематики. А в том, чтобы нормально отрабатывать правильную тематику – ту, которая работает на построение нормальных отношений между СМИ и НКО и играет в пользу благотворительной жизни вообще.

Нам столько всякой чуши присылают в редакцию. Каждая компания считает каждый чих своего гендиректора событием вселенского масштаба. А благотворительные организации почему-то считают зазорным рассказать о том, как они потратили деньги жертвователей...

> Сейчас, слава Богу, благотворительных организаций, которые это публикуют, становится больше.

Г.П.: Возможно. Я, кстати, думаю, что задача таких организаций, как САФ и Форум Доноров, еще и в том, чтобы систематизировать это и делать достоянием общественности.

Общественность не знает, что в каком-нибудь Архангельске есть какая-нибудь маленькая благотворительная организация, которая помогает местным старикам, например. И что она абсолютно прозрачна, делает все

по-человечески, и что ей не грех бы и помочь. И это задача таких организаций, как Форум Доноров или САФ – сделать их жизнь достоянием гласности.

Интервью провела Лидия Тихонович

Радик Батыршин, председатель Межгосударственной телерадиокомпании «МИР»

> Могли бы Вы прокомментировать результаты исследования? Факт первый: в основном о благотворителях пишет пресса (40%), причем региональная – в два раза больше, чем федеральная.

Р.Б.: Это можно просто объяснить. Федеральные печатные издания имеют больше возможностей, чем телевидение, для того чтобы быть информационными спонсорами благотворительных мероприятий.

А региональная пресса большей частью находится на содержании тех или иных региональных бюджетов и едва сводит концы с концами. У нас независимой прессы в регионах, как правило, нет. Значит, в благотворительных мероприятиях, которые освещаются, так или иначе заинтересована региональная администрация.

> Вы думаете, что в региональных СМИ освещаются те мероприятия, которые проводятся под эгидой администраций?

Р.Б.: Я не думаю, я просто знаю. Даже у так называемых независимых печатных СМИ большей частью бюджет формируется за счет так называемого «муниципального заказа» на освещение той или иной деятельности. Это происходит в рамках взаимоотношений с местными органами власти.

> Интерес к деятельности благотворительных организаций у телевидения и радио, прямо скажем, небольшой – на их долю приходится всего 5% от общего числа сюжетов СМИ.

Р.Б.: Если брать телевидение, то очень редко телевизионные каналы становятся информационными спонсорами благотворительных мероприятий, и связано это с тем, что год был достаточно сложным с точки зрения размещения рекламы. Как правило, рекламные емкости все заполнены, и появление социальной рекламы означает, что ты снимаешь с эфира коммерческую. А так как дай Бог телевизионщикам в этом году выйти на уровень докризисного размещения рекламы (в рублях, а в долларах – еще далеко), то сначала люди думают о зарплатах сотрудников, а уже потом – о размещении социальной рекламы.

> А если говорить не о размещении социальной рекламы, а о передачах, посвященных благотворительности, – здесь в чем проблемы?

Р.Б.: Я могу сказать, что это достаточно дорогое удовольствие. Когда ты делаешь передачу, посвященную

благотворительности, если это не касается каких-то скандальных историй, то ты четко понимаешь, что ты очень сильно сужаешь аудиторию своего канала, что противоречит самой идее менеджмента СМИ. Твоя задача – захватить максимум целевой аудитории. Нужно понимать, что менеджмент компании не может действовать против интересов владельца, а интересы владельца – в получении максимальной аудитории.

Я говорю не только как человек, который находится внутри ситуации, но и... Я преподаю в Высшей школе экономики, профессор. Эта отрасль подчинена тем же законам, что и производство пирожков. Это бизнес, причем один из самых инновационных в нашей стране. Причем это не сырьевая отрасль, в отличие от других...

> Из этого вытекает то, что в основном в СМИ появляются информационные сообщения, просьбы о помощи, а аналитики очень мало?

Р.Б.: Вы поймите, что у нас проблемы еще и с самой благотворительностью. Если в других странах благотворительность – это бизнес (то есть налаженная серьезная отрасль, связанная, прежде всего, с налоговыми льготами, которые предоставляются компаниям, занимающимся благотворительностью), то у нас, когда СМИ занимаются освещением благотворительных акций, их тут же начинают подозревать: а) в скрытой рекламе, б) в помощи компаниям, которые таким образом пытаются уйти от налогов. Это связано, прежде всего, с законодательной ситуацией, которая у нас заложена вокруг самой благотворительности.

> А Вас не удивило то, что в исследуемой выборке практически не оказалось текстов/сюжетов, посвященных мотивам участия в благотворительности каких-то отдельных людей?

Р.Б.: Россия только подходит к этому. Я помню, что когда на многих каналах просили комментировать историю с фондом «Федерация», я говорил: «Друзья мои, вы просто не понимаете, что благотворительность – это целая отрасль». И для того чтобы она была создана в России, она должна следовать от начального этапа – создания стартапа – до того, что называется постпродакшн... Я бы сказал так: большая часть медианачальников понимает благотворительность как милостыню «с барского плеча»: «Я же вот сделал, и все». А так, чтобы серьезно заняться...

А настоящие благотворители, как я понимаю, стараются быть непубличными – по крайней мере, это русская традиция. Дал денег, потому что дал денег. Все. Как известно, во времена одного из московских голодов в конце XIX века один купец продал все-все и на эти деньги купил хлеб и спас народ от голода... Такая традиция анонимности благотворительности. Это и в православии, и в исламе.

> Назовите запомнившееся Вам, наиболее важное или показательное событие года в области информации о благотворительности.

Р.Б.: Я как профессиональный журналист не могу не отметить начало работы фонда «Федерация»... Хотя, если говорить о персоне года, то, безусловно, это В.В. Путин, ради которого все эти люди приехали. Путин, который реально не равнодушен к судьбам больных детей.

> Деятельность каких благотворительных фондов в прошлом году Вы считаете наиболее значимой?

Р.Б.: Фонд «Линия жизни», безусловно, который продолжает свою потрясающую деятельность. Деятельность фонда Раисы Горбачевой. Остальные – менее публичные, хотя, конечно, я не могу говорить адекватно, потому что никогда не специализировался на этой работе, я политический журналист.

Интервью провела Лидия Тихонович

Игорь Соболев, руководитель Службы инициативных программ Финансовой корпорации «УРАЛСИБ»

> Как бы Вы прокомментировали зафиксированную в итогах количественного исследования благотворительных фондов ситуацию с источниками финансирования?

И.С.: Думаю, что эти результаты совершенно ожидаемые. И они подтверждают мысль, что большинство российских фондов – это по сути некоммерческие организации, просто зарегистрированные в форме фонда. Они фандрайзят, где только могут. Большая часть времени специалистов и волонтеров, которых они привлекают, может уходить на то, чтобы обеспечить свою финансовую состоятельность в надежде реализовать программы. Когда мы с Boston Consulting Group обсуждали состояние некоммерческого сектора и анализ программы возможной государственной поддержки социального сектора, то как раз говорили, что в будущем, вероятно, многие такие фонды в качестве фондов прекратят свое существование. В процессе естественного и свободного преобразования в другие формы НКО те же люди, те же коллективы смогут продолжить работу и добиться большего успеха.

Фонд – это все-таки такая организация, которая обладает серьезным имуществом или способностью на постоянной основе привлекать имущественные взносы для своей программной деятельности. В будущем, с нашей точки зрения, останутся фонды целевых капиталов, фонды местных сообществ. Пожалуй, этим формат благотворительного фонда и исчерпывается, за исключением корпоративных фондов в холдинговых компаниях (потому что там, где компания не холдинговая, тоже нет особого смысла в существовании корпоративного фонда) и крупных фондов частных учредителей – фондов, обладающих постоянными взносами своих учредителей. Те же фонды, которые создаются инициативными группами, – это просто обычные некоммерческие организации.

> Исследование зафиксировало повышенный интерес корпоративных фондов к таким сферам, как спорт и культура. Вы считаете это нормой?

И.С.: Корпоративные фонды очень часто, действительно, поддерживают спорт и культуру, потому что это направления очень близки сфере общественных связей материнских компаний. Корпоративная благотворительность развивается в русле коммуникационного направления в своей компании, и поэтому те события, которые могут стать заметными, которые могут привлечь внимание, которые можно хорошо подать, красиво осветить, – эти события зачастую и становятся частью благотворительных программ. Думаю, вряд ли здесь что-то изменится, потому что корпоративная благотворительность должна быть связана со стратегией развития бизнеса, это правильно. А с другой стороны, в культуре и спорте важен государственный акцент. Только с учетом системности, обеспечиваемой политикой государства, отдельные инициативы корпораций в этих сферах принесут ожидаемые обществом результаты.

> Практически всех участников качественного исследования волновали вопросы взаимодействия с властью. Все отмечали, что это дело сложное, но кто-то занимал категоричную позицию – сотрудничать не надо вовсе, а кто-то, напротив, утверждал, что без этого не обойтись. Как считаете Вы?

И.С.: Считаю, что сотрудничество с государством в плане определения приоритетов, вхождения в комитеты и другие структуры, должно обязательно быть. Потому что невозможно выстраивать благотворительную деятельность в отрыве от социальной деятельности государства; от определяемых всем обществом и транслируемых через государство приоритетов социального развития. Именно экспертные, совещательные и подобные им органы институционализируют механизмы для сотрудничества. Другое перспективное направление – когда вместе с органами государственной власти, особенно на местном, региональном уровне фонды (не только местных сообществ, это их прямое назначение, но и все другие) вырабатывают совместные программы, где благополучатели – либо местные некоммерческие организации, либо граждане – могут получать услуги и финансирование как от фондов, так и из бюджетных источников.

То, что на сегодня отношения складываются непросто, – это незрелость в целом и гражданского общества, и, может быть, не вполне проявленная на сегодня готовность, а главное, умение государственных структур слышать своих партнеров из третьего сектора. На сегодня довольно распространенным является потребительское отношение со стороны какого-нибудь местного муниципального чиновника к фонду, который заявил о готовности сотрудничать. Это область нашего общего развития, формирования культуры общения, умения считаться с приоритетами, программами, пожеланиями друг друга.

К нам тоже часто обращаются за помощью на местах, и мы стремимся сформировать понимание наших партнеров в государственном секторе: как мы работаем и почему. И тогда обращаться именно с теми вопросами, которые более близки нам и в которых мы готовы к максимальному сотрудничеству с государственными организациями. Вопрос во времени, в нашей последовательности, в нашей настойчивости.

> Есть ли у Вас сложившийся подход или понимание относительно доли административных расходов благотворительных фондов?

И.С.: Это очень сложный вопрос, потому что многое зависит от того, как и что измеряется. Под административными расходами понимается содержание фонда и оплата труда сотрудников? Только административных сотрудников или занимающихся реализацией программ и проектов тоже? Успешны ли фонды, привлекающие высококвалифицированный персонал и вынужденные дорого оплачивать его работу? А если при этом они демонстрируют высокий социальный результат и значимые изменения в жизни своих благополучателей?

На этот счет есть разные точки зрения, все они имеют право на существование. Скорее правильно то, что у разных фондов эти доли [прямых и административных расходов] будут различны. Это зависит от того, реализует ли фонд программы силами своих сотрудников, или это грантовый фонд, раздающий деньги. Это зависит от соотношения штата и бюджета фонда, сферы и способа деятельности.

У нас есть такой подход. Мы всегда стремимся к партнерству – и с государственными органами, и с некоммерческими организациями. В корпоративной системе принципов и стандартов благотворительной деятельности записано, что с фондами мы реализуем проекты на принципах софинансирования. Если это фонд, то мы вправе ожидать, что у фонда тоже есть свои средства и он готов направить их на финансирование проекта, который мы будем делать вместе.

Для увеличения количества и масштаба благотворительных проектов по приоритетным направлениям мы приняли решение заменить деятельность своего корпоративного фонда на развитие сотрудничества со специализированными стратегическими партнерами – Детским фондом «Виктория» и Фондом просвещения «МЕТА». Мы участвуем и в создании целевых капиталов этих фондов, которые дадут возможность финансировать как раз административные расходы. Там, где есть целевой капитал, вопрос о финансировании административных расходов не должен возникать.

> Кого лично Вы могли бы отметить как персону в области благотворительной деятельности в этом году и почему?

И.С.: Во-первых, Ольга Алексеева – человек, ушедший от нас совершенно безвременно; человек, который был

крайне равнодушен к благотворительности на протяжении всей своей жизни. Важно, что многие ее проекты и инициативы нашли последователей и продолжают работать. Во-вторых, Елена Тополева – мало кто делает так много для развития культуры благотворительности, формирования прозрачности сектора, профессиональной экспертизы и информирования общества о том, чем мы занимаемся. Я бы назвал еще Гошу Куценко с соратниками, которые взялись за очень сложную даже для государства тему помощи детям с ДЦП.

> Какие новые публичные темы и каких новых «игроков» Вы открыли для себя в прошедшем году?

И.С.: Выделю не новую тему, но тему, получающую продолжение, – целевые капиталы. На мой взгляд, эта тема очень перспективная и важная, формирующая правильную инфраструктуру некоммерческого сектора.

Если говорить о новых «игроках» (хотя это не очень удачное слово для благотворительного сектора), меня удивил тот размах, с которым была проведена кампания фонда «Федерация».

Интервью провела Екатерина Левшина

София Малявина, помощник министра здравоохранения и социального развития РФ, пресс-секретарь

> Абсолютное большинство участников исследования (91%) в качестве одного из постоянных источников финансирования указали пожертвования частных лиц и организаций. Как Вы это прокомментируете?

С.М.: Я считаю, что 91% – это очень радостный показатель. Он означает ответственность общества и понимание обществом важности целей благотворительности.

> Как Вы оцениваете тот факт, что 17% фондов постоянно получают финансирование из бюджета федерального и регионального уровней?

С.М.: Для меня этот процент странный, потому что благотворительность обычно не бюджетная. Задача благотворителей во всем мире – помогать обществу и помогать государству там, где государству либо не хватает средств, либо не хватает какого-либо организационного или человеческого ресурса, чтобы заполнить этот пробел.

> Благотворители охотно помогают детям и инвестируют в образование, поддерживают культурные проекты. Но очень мало кто помогает взрослым, оказавшимся в трудной ситуации: больным, заключенным, мигрантам. Как Вы можете это прокомментировать?

С.М.: Да, указанные адресаты помощи нам известны. Я бы добавила к ним еще два тренда, которые мы

наблюдаем и, я бы даже сказала, инициируем. Первый – новый тренд корпоративного волонтерства: программы донорства крови на предприятии. Программа идет третий год, и все больше и больше бизнес-организаций присоединяются к ней. Второй тренд следующий: многие корпоративные фонды объявляют одной из приоритетных тем ориентацию сотрудников на ведение здорового образа жизни. Для нас как для государства это тоже очень важно. Потому что если человек в определенной компании сделает вклад в свое здоровье, то государство от этого только выиграет, не говоря уже о том, что от этого выиграет компания...

Да, к сожалению не очень много внимания уделяется таким важным темам, как помощь престарелым, людям, оказавшимся в сложной жизненной ситуации. И это понятно, почему.

> А почему? Как бы Вы это пояснили?

С.М.: Как бы ни кощунственно это звучало, но для ребенка деньги собрать всегда легче, чем для пожилого человека... Но я бы не ставила крест на этих непопулярных темах – у нас есть позитивные тенденции. Я знаю несколько компаний, которые в этом году начали поддерживать дома престарелых и организовывать специальные программы для пожилых. Мы надеемся, что вскоре появится еще одна тема в корпорациях – помощь инвалидам.

> Исследование показало, что вопрос взаимоотношений с госструктурами очень важен практически для всех благотворительных фондов. Как Вы относитесь к сотрудничеству с благотворителями? Какие формы считаете правильными?

С.М.: Если говорить о нашем министерстве, то мы очень много сотрудничаем с благотворительными организациями. Конечно, с теми, которые оказывают помощь в лечении. Но также и с другими, которым, например, требуется какая-то организационная наша поддержка или помощь в координации с какими-либо учреждениями, находящимися в сфере нашего ведения. Что касается бюджетных средств – тут вопрос: если давать бюджетные деньги на цели благотворительности, то в чем тогда смысл благотворительности? Получается, что это подмена государственных функций.

А что касается других форматов, на что могут выделяться средства... Например, Минздравсоцразвития РФ сейчас активно поддерживает это направление, и мы начинаем с некоммерческими организациями программы помощи больным ВИЧ/СПИДом по первичной и вторичной профилактике этого заболевания. Они ориентированы на тех, кто еще не заболел, и предполагают работу с группами риска: наркоманами, проститутками и гомосексуалистами. Понятно, что государство эту функцию выполнить не может. Государство будет выделять деньги на так называемую аутич-работу – есть некоммерческие организации, которые этим занимаются, у которых выстроена определенная сеть. Многие из их сотрудников сами вышли

из той среды. Задача: каждого человека вытащить из группы риска, направить на лечение, если это необходимо, на обследование, на профилактику, и в том числе – дать человеку другое место работы, адаптировать его социально в другой среде, чтобы он бросил такую пагубную привычку, как наркомания, например...

> Практически все благотворители, участвующие в исследовании, едины в том, что по-настоящему партнерские отношения с госчиновниками наладить очень сложно. Это соответствует Вашему опыту?

С.М.: Тут надо, наверное, спросить у организаций, с которыми мы работаем. Мне так ситуация не видится. Потому что уже на протяжении долгих лет мы работаем со многими. Обсуждаем с ними нормативные акты и внесение изменений в законодательство и не только учитываем их позицию, но и определенные вещи иногда нам совместно удается претворить в жизнь, улучшить положение общественных организаций, пациентов, в тех областях, где есть проблемы. Что касается нашего министерства, то недавно был создан Совет пациентов, куда вошли представители фондов и общественных организаций, которые занимаются конкретными больницами. Это была исключительно их инициатива – создать такой Совет при министерстве. Мы его с радостью поддержали, потому что это реальная площадка выработки направлений. Сейчас на сайте существуют отдельные страницы, где можно посмотреть, какие серьезные вопросы рассматриваются специальными группами, созданными в рамках этого Совета. В группах присутствуют как представитель министерства, так и представители общественных организаций, пациентских организаций – для решения конкретных задач. Из недавнего можно вспомнить активное участие пациентских организаций в разработке закона «Об основах охраны здоровья граждан». В частности, были рассмотрены и полностью согласованы темы орфанных заболеваний, паллиативной помощи, необходимости пребывания родителей с ребенком вместе в лечебном учреждении. Кроме того, обсуждалась и тема трансплантации органов и тканей – очень серьезная и существенная. И многие, многие другие. То есть, не просто учтены их позиции, а эти позиции вместе выработаны.

> Следующая тема, которую хотелось бы обсудить, – волонтерство. Как Вам кажется, здесь больше моды или же душевного порыва?

С.М.: Волонтерство – это всегда душевный порыв. Волонтерство не может быть строчкой резюме: либо ты волонтер, либо – нет. Поэтому волонтер – это призвание. Здесь бы я еще хотела рассказать о наших совсем маленьких волонтерах. Это тоже новый тренд, он сложился в теме донорства. Школьники еще не могут сдавать кровь – по возрасту. Специалисты станций переливания крови совместно с общественными организациями проводят открытые уроки в школах. И многие школьники становятся волонтерами – начинают помогать станциям переливания крови органи-

зовывать акции, выездные мероприятия по сдаче крови. То есть, когда они еще не могут быть донорами, они начинают включаться в эту программу, помогая ее развитию. По-моему, это очень хороший знак.

А что касается моды... Мое личное мнение, что если человек «идет в волонтеры» по моде, а потом продолжает этим заниматься и начинает серьезно подходить к этому делу, это хорошо. Толчок, который помог человеку сделать правильный шаг, – хороший толчок.

> Последний вопрос, касающийся результатов исследования, – это административные расходы. Как Вы считаете, доля административных расходов – важный показатель в оценке деятельности фонда?

С.М.: В любом случае, админрасходы должны быть обоснованными. В зависимости от того, насколько большая организация, насколько она планирует развиваться дальше, насколько затратна ее деятельность. Но в доле помощи и деятельности, которую осуществляет тот или иной фонд, они не должны занимать весомую часть.

> Какое событие года в области благотворительности Вы могли бы назвать? Чем и почему оно запомнилось?

С.М.: Встреча у президента, где собрались все ведущие некоммерческие организации и фонды, где были поставлены очень важные и актуальные вопросы. Многие из них уже решены, многие решаются. Знаковая встреча была в этом году.

Для нашего министерства также знаковым событием было создание Совета пациентов. Для нас это очень важно. Думаю, что важно и для коллег, с которыми мы работаем.

> Кого лично Вы могли бы отметить как персону в области благотворительной деятельности в этом году и почему?

С.М.: Екатерину Чистякову. Я лично с этим человеком работаю уже четыре года. Это не очень известная персона в публичном пространстве, но очень известная в сфере благотворительности. Она возглавляет отдельную тему «Доноры – детям», но, кроме этого, тащит на себе очень много разных направлений, помогая деткам, родителям и семьям и как раз закрывая те вопросы, которые не может закрыть государство.

> Какие новые публичные темы в благотворительном секторе Вы открыли для себя за прошедший год?

С.М.: Новых тем две: пожилые люди и инвалиды. Они новыми стали в смысле публичности. Активность и раньше в этих направлениях существовала, но эти темы не такие раскрученные, как другие. И еще новая тема (не совсем, правда, этого года, но тем не менее) – тема редких заболеваний. Но здесь, к сожалению, нужно констатировать, что ни фонды, ни благотворители не берут на себя лекарственное обеспечение таких деток, которые болеют редкими заболеваниями. Потому

что это обычно пожизненное обеспечение. И как это ни прискорбно звучит, наши благотворители хотят видеть результат – выздоровевшего ребенка... Вот если сейчас закон об основах охраны здоровья будет принят, то эту ситуацию удастся решить за счет государства.

Интервью провела Лидия Тихонович

Борис Шпигель, председатель Комиссии Совета Федерации по вопросам развития институтов гражданского общества

> Считаете ли Вы полученные в ходе исследования данные об источниках финансирования благотворительных организаций соответствующими состоянию благотворительного сектора?

Б.Ш.: Полагаю, что выявленные тенденции довольно четко характеризуют реальную ситуацию, связанную с развитием благотворительности: наиболее простым по процедуре является привлечение частных пожертвований, это же свидетельствует и о том, что граждане стали больше доверять институтам гражданского общества, профессионально занимающимся благотворительной деятельностью. Сами институты при этом стали более открытыми, прозрачными и публичными. Что же касается небольшой доли средств федерального и региональных бюджетов, то это подтверждает необходимость расширения данных форм взаимодействия государства и благотворительных организаций, совместной с общественностью оптимизации процедур распределения бюджетных средств на поддержку социально ориентированных НКО.

> Как Вы можете прокомментировать сложившуюся практику фондов в отношении направлений оказываемой поддержки?

Б.Ш.: Помощь детям, как и развитие культуры и спорта, – давно известные направления благотворительной деятельности, поэтому очевидно, что благотворительным организациям хорошо понятны нужды и потребности данных целевых групп, чего не скажешь о мигрантах и заключенных, государственная политика в отношении которых явно нуждается в совершенствовании. Также следует принять во внимание, что если благотворительный фонд решил помочь детям – он идет в детский дом или школу, поддержать культуру – в театр или музей, спорт – помогает конкретной спортивной команде или учреждению. Меньший объем благотворительной помощи некоторым группам граждан объясняется тем, что доступ к этим людям благотворительных организаций не такой простой: мигранты не сосредоточены в конкретном месте, к заключенным не так легко попасть, так же как и в медицинские учреждения. Следовательно, нужно совместными усилиями менять ситуацию, разрушая барьеры, мешающие развитию благотворительности в данной сфере.

> Как должны, на Ваш взгляд, выстраиваться отношения благотворительных организаций с государством?

Б.Ш.: Без всякого сомнения, благотворительные организации и фонды, как, впрочем, все институты гражданского общества, должны иметь возможность принимать непосредственное участие в деятельности государственных органов в формате членства в общественных советах, других структурах общественного контроля в качестве экспертов. Однако следует заметить, что и «слияние с государством» и «дистанцирование от него» не пойдет на пользу ни государству, ни гражданскому обществу. Следует помнить, что главные цели двух секторов во многом схожи: стремиться к общественной справедливости, повышению качества жизни, решению социальных проблем, а это означает, что действовать в этом направлении нужно совместно, дополняя друг друга. Благотворительные структуры способны более чутко и быстро реагировать на самые актуальные проблемы, оказывать социальные услуги в новых формах более адресно, чем государственные учреждения. Поэтому задача государства – становиться на всех уровнях более открытым к гражданскому обществу, поддерживать эффективные инструменты и технологии гражданского участия в реализации социальной политики и принятии общественно значимых решений. Хочу привести слова Президента Российской Федерации Д.А. Медведева, который, выступая на Мировом политическом форуме в Ярославле, отметил: «Считаю, что государство должно следовать за общественными трендами, успевать за ними, а не тащить общество за собой».

> Есть ли у Вас сложившаяся точка зрения относительно доли административных расходов в деятельности фондов? Как Вы можете прокомментировать мнения фондов по этому вопросу, собранные в результате нашего исследования?

Б.Ш.: Я считаю, что в данном вопросе важен разумный подход. Следует различать затраты на осуществление благотворительной деятельности (то есть связанной с непосредственным доведением той или иной помощи до благополучателей) и инвестиции в повышение профессионализма самих благотворительных институтов, совершенствование процессов оказания ими услуг, повышение их кадрового потенциала. Это разные задачи, соответственно, источники финансирования расходов в данном случае тоже могут быть разными. Естественно, что для тех, кто жертвует благотворительным организациям определенные ресурсы, важно, чтобы большая часть средств пошла на целевое назначение, а не превратилась в «административные расходы». С другой стороны – есть организации и структуры, которые готовы проинвестировать в развитие самого института оказания благотворительной помощи (повысить квалификацию сотрудников, профинансировать стажировку или обучение, оснастить современным оборудованием офис и т.д.). Главное, что я выделяю в развернувшейся дискуссии, – это то, что нужно стремиться

ся к профессиональной благотворительности, открытой и прозрачной деятельности фондов, чтобы те, кто жертвуют средства на благотворительность, всегда могли сделать правильный выбор.

> Какое событие в области благотворительности в прошедшем году Вы считаете наиболее важным или показательным?

Б.Ш.: Считаю, что наиболее важным событием явились шаги по совершенствованию законодательной базы для осуществления благотворительной деятельности и добровольчества: поправки в закон № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», в принятии которых активно участвовала Комиссия Совета Федерации по вопросам развития институтов гражданского общества.

> Кого лично Вы могли бы отметить как персону в области благотворительной деятельности в этом году и почему?

Б.Ш.: С нашей точки зрения, нужно отметить усилия, которые предпринимают руководители государства для развития благотворительности в России, считая это одним из приоритетов в своей работе и в государственной политике в целом.

> Каковы, на Ваш взгляд, итоги прошедшего года в благотворительности?

Б.Ш.: Полагаем, что за прошедший год благотворительность в России стала более системной. Наряду с теми, кто выделяет ресурсы для решения острых, требующих безотлагательного внимания проблем, появились и те, кто готов к долгосрочным инвестициям в развитие интеллектуального и духовного потенциала россиян.

Интервью провела Лидия Тихонович

Светлана Гладкова, начальник отдела по взаимодействию с институтами гражданского общества и органами территориального общественного самоуправления, обеспечению государственной поддержки гражданских инициатив Комитета общественных связей города Москвы

> Как Вы прокомментируете тот факт, что более половины фондов помогают детям, активно инвестируют в образование и поддержку культуры. И лишь единицы – мигрантам, заключенным, взрослым людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации?

С.Г.: Почему помогают в этих сферах – потому что мы, прежде всего, сами заинтересованы в том, чтобы наши дети получали необходимое образование и возможности культурного и физического развития.

К тому же помощь в сфере образования (до недавнего времени, до начала перевода учреждений на новые условия хозяйствования), создание фондов при образовательных учреждениях весьма и весьма поддерживались. Это и показатель того, что образование со стороны бюджета во многом недофинансировано. А сейчас, уже при новых условиях хозяйствования, эта форма из благотворительной может перерасти в добровольно-принудительную...

Проблемы же заключенных, мигрантов... Сферы тяжелые. Мне кажется, что благотворительной помощи этим категориям как системы нет. Даже к инициативам общественных организаций в этом плане отношение очень осторожное – и со стороны органов власти, и со стороны организаций, которые могли бы помогать. Многие с недоверием воспринимают структуры, помогающие, например, мигрантам определенной национальности, считая, что процессы, происходящие там, неоднозначны...

А помогать бездомным – очень серьезная работа, требующая большого внимания и средств. Это не та область, в которой можно себя пропиарить. У нас было всего два проекта, с которыми к нам выходили, и мы их поддержали: это организация питания бездомных и работа с ними на вокзалах.

> Для представителей благотворительных фондов очень важны отношения с государством. По мнению одних, благотворительные организации должны встраиваться в государственные механизмы. Другие считают, что, напротив, необходимо дистанцироваться от органов государственной власти. Каково Ваше мнение?

С.Г.: Я, во-первых, согласна, что любая некоммерческая организация должна находить формы взаимодействия с органами власти. Хотя бы потому, что они находятся на этой территории и в законодательном поле. Но ситуация проблемна: сегодня у нас все формы взаимодействия НКО и государства связаны с финансированием. И это, конечно, не способствует взаимодействию.

Было бы правильно, если бы действовала система государственного заказа, но на сегодняшний день у нас нет этой возможности, к сожалению.

В связи с этим мы уже не один год пытаемся донести до федеральной власти такую мысль: необходимо поставить задачу формирования социального госзаказа, определить сферы, области и т.д. Тогда можно было бы адресно работать с профильными благотворительными организациями.

А что касается других форм, не связанных с финансированием... Хорошо, что сейчас на федеральном уровне приняты дополнительные изменения в федеральный закон о налогообложении, которые все-таки стимулируют коммерческий сектор, чтобы он оказывал поддержку благотворительным организациям. Но с другой стороны, фактически это решение передано на уровень субъекта Федерации (в той части, которая ка-

сается налогов, идущих в его бюджет). А это уже зависит от заинтересованности субъекта Федерации.

И сейчас нам предстоит решить задачу, чтобы на уровне субъекта Федерации – Москвы – попытаться разработать, продвинуть и принять такие правовые акты, которые повышали бы эту заинтересованность разных структур, прежде всего, коммерческих, в работе с НКО.

> Три точки зрения высказали респонденты относительно административных расходов на деятельность фондов. Многие считают, что благотворительность требует все более профессиональных работников (в области технологий, логистики и др.), а чтобы привлечь таких, деньги на админрасходы необходимы. А как считаете Вы?

С.Г.: То, что люди сами заработали, те средства, которые получила организация, находятся в полном их распоряжении. И сама организация определяет: в этом году столько-то нужно на административные расходы, в следующем – столько-то на материально-техническую базу... Бюджетные же средства не долж-

ны идти в значительной степени на админрасходы. А только в той части, которая обеспечивает выполнение конкретных программ.

> Какие новые темы в благотворительном секторе Вы открыли для себя за прошедший год?

С.Г.: Стали публично обсуждаться проблемы реализации на региональном уровне федерального законодательства в области развития благотворительной деятельности. И создания механизмов, стимулирующих социально ответственную и благотворительную деятельность коммерческих организаций. Это два момента, которые мы будем обсуждать в рамках гражданского форума.

Потому что надо «придывать ноги» к законодательству. На федеральном уровне принят закон, а дальше он оказывается недействующим, потому что к нему не сделан пакет нормативных актов, которые позволяли бы его реализовывать.

Интервью провела Лидия Тихонович



ПРОГНОЗЫ



Рассмотрение состояния институциональной благотворительности было бы не полным, если бы, кроме анализа, мы не обратились к прогнозам. Для подготовки данного раздела были использованы как ответы, полученные в рамках качественного исследования, так и материалы специально организованной дискуссии. В дискуссии приняли участие члены Рабочей группы по подготовке Доклада, члены Совета Форума Доноров, а также специально приглашенные представители фондов.

Прогнозы структурированы по нескольким блокам: прогнозы, касающиеся деятельности определенных видов организаций; прогнозы, отражающие ожидаемые изменения благотворительного сектора в целом; и прогнозы, которые содержат возможные изменения в окружающей благотворительность среде.

Конечно, в раздел вошли не все возможные прогнозы, а лишь те, которые назывались и поддерживались большинством участников опросов и дискуссии, что подтверждают и их высказывания, включенные в данный раздел.

Как будут развиваться отдельные виды фондов?

Фонды помощи ожидает количественный и качественный рост

По мнению экспертов, бурное развитие фондов этого вида, скорее всего, будет продолжаться. Во-первых, следует ожидать количественного роста таких фондов – и в центре, и в регионах, а также роста объема привлеченных ими средств¹. Кроме того, будет появляться все больше так называемых нишевых (то есть узко направленных) фондов.

«Один «рынок» [фондов помощи] есть, уже насыщенный, – это рынок некоммерческих организаций, которые помогают делать операции в связи с какими-то распространенными заболеваниями. А создаются нишевые фонды, которых раньше не было и которым очень тяжело было пробиваться, но которые сейчас начинают активно развиваться при участии социально активных медиа. Это, например, Фонд помощи хосписам «Вера», Фонд помощи взрослым «Живой». (Татьяна Задирако, Благотворительный фонд «Дорога вместе»)

Во-вторых, произойдет качественный рост: позиция фондов помощи в секторе и в обществе будет все больше трансформироваться: становиться более активной, профессиональной и по-настоящему гражданской.

Рост профессионализма фондов помощи – в части организации ими благотворительных акций, процесса работы с донорами и клиентами – отмечается экспертами как положительный заряд для их дальнейшего саморазвития.

Однако, несмотря на благоприятные содержательные предпосылки для развития фондов помощи, есть опасения, что именно эти фонды (особенно не крупные)

«Что касается фондов помощи, я думаю, что наконец-то с ними происходит (или будет происходить) та трансформация, которую я, например, давно от них ожидала: что, начиная уже пользоваться тем большим доверием, которое есть к ним со стороны населения и даже со стороны государства, они начнут оказывать давление на государство. То есть бороться за права пациентов и нормальные условия для благотворительной помощи в сфере здравоохранения, а также в целом благотворительного сектора. Это подтверждают история с орфанными лекарствами, участие фондов помощи в лоббировании законодательства и другие примеры». (Мария Черток, САФ Россия)

могут стать главной жертвой повышения социальных налогов, а потому те, кто в них работает, смотрят в будущее с изрядной долей беспокойства.

«Большие фонды, безусловно, останутся большими фондами, будут вести активную деятельность. А маленькие фонды в следующем году точно не вырастут, потому что у них сейчас подорвана основа для того, чтобы развиваться. Они смотрят и думают: «Если у нас здесь и здесь денег недостаточно, чего мы должны лишиться?» Думаю, они оставят минимум, а то, что «сверху» – PR, рекламу, публицити – уберут. Все, без чего фонд не может жить. Оставят минимум, а все деньги переведут на операционные расходы». (Ольга Рейман, Фонд «Кто, если не Я?»)

Фонды целевого капитала станут точкой роста всего благотворительного сектора

Развитие этого вида фондов эксперты определяют как точку роста (см. одноименный раздел Доклада) для всего благотворительного сектора. Перспективы развития эндаументов в России связаны с тем, что данный инструмент становится все более известным и появляются «новые игроки»

¹ По данным мониторинга публичных мероприятий фондов помощи, проведенного фондом «Кто, если не Я?», средний объем привлеченных средств на одно мероприятие в 2010 году составил 1,5–2,5 млн рублей.

– уже не только крупные вузы, но и инициативные группы регистрируют фонды целевого капитала. (Так, например, группа выпускников исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова создала целевой капитал для того, чтобы поощрять аспирантов факультета).

«Мне кажется, что у нас все-таки будут развиваться фонды целевого капитала. Институциональная благотворительность растет из фондов таких, которые складываются из не просто желания помочь, а из создания инструментов серьезного благотворительного воздействия. И в этом смысле, мне кажется, эндаументы у нас будут все больше и больше развиваться. Более того, этот год показал, что, несмотря ни на что – на всякие кризисы, непонимание, как это работает, и прочее – процесс идет. И фонды появляются, и есть внимание к этому инструменту, потому что все, наконец, поняли, что он действительно другой, такого раньше не было...»
(Лариса Зелькова, Благотворительный фонд В. Потанина)

Новые частные фонды будут выбирать не охваченные пока направления деятельности

С частными фондами такого количественного скачка, как в случае с фондами помощи и фондами целевого капитала, не случится, однако новые частные фонды появляться будут. Причем их тематическая ориентация может быть принципиально новой: это могут быть те направления, которые раньше совсем не привлекали внимания создателей таких фондов.

«Вот, например, новый фонд «Ладога» вдруг выбрал заботу о пожилых в качестве приоритета – то, что, в общем, никто особо не делал. Или фонд «Острова», с которым мы работаем, выбрал в приоритеты муковисцидоз, который никто тоже не выбирал до них. И я думаю, что этих фондов будет становиться все больше». (Мария Черток, САФ Россия)

Корпоративные фонды сосредоточат ресурсы в местном сообществе

Корпоративная благотворительность будет развиваться в русле сужения направлений деятельности и сосредоточивания ресурсов в местном сообществе. Возможно, именно

«Начиная с кризиса, многие корпоративные фонды «перевзвесили» свое участие, особенно, в развитии местных сообществ. И в этом году многие пошли не по пути поддержки всех на свете, а именно по пути выявления и поддержки интересных проектов в регионах своего присутствия. Я думаю, что они сейчас все это оценят и дальше будут развиваться по пути повышения эффективности через грантовые процедуры, поддержку конкретных проектов, которые важны, нужны, которые можно оценить». (Елена Яценко, Фонд «Наследие Евразии»)

на этом пути компании могут ожидать повышения эффективности своей благотворительной деятельности.

Иностранные фонды продолжат сокращать свои программы на территории России

По всей видимости, в будущем году продолжится процесс сворачивания активности зарубежных/международных фондов на российской территории. Это связано как с экономическими причинами (в первую очередь, последствия кризиса), так и с политическими (транслируемое российской властью настороженное отношение к иностранным фондам, сложные законодательные условия) и идеологическими. Последние связаны с оценкой возможностей исполнения своей миссии, а также со сменой географических приоритетов – расширением деятельности на территории таких стран, как Индия, Китай.

«Это и последствия кризиса, и изменение представлений о том, что можно сделать в России и зачем мы там находимся... Волна, возникшая в начале 1990-х годов (что это «новый фронт», демократизация и так далее), исчерпала себя. Сейчас представление о России несколько иное. И в то же время у фондов возникают другие приоритеты в других точках мира». (Игорь Зевелев, Фонд Д. и К. Макаруров)

Как будет развиваться благотворительный сектор?

Применение информационных технологий изменит технологии благотворительности

Позитивные ожидания в отношении технологического развития сектора связаны тем, что на настоящий момент применение ИТ благотворительными организациями продолжает поступательно развиваться, а в ближайшем будущем получит импульс в виде финансовой поддержки со стороны ряда институциональных доноров. Такое развитие в первую очередь отразится на технологиях фандрайзинга (см. материал Д. Даушева в разделе Доклада «Условия деятельности»).

«Информационные технологии будут способствовать каким-то иным тенденциям в развитии благотворительности. В частности, USAID сейчас объявил большую программу по развитию применения информационных технологий в некоммерческом секторе. И не только для фандрайзинга, хотя, прежде всего, для него». (Елена Яценко, Фонд «Наше будущее»)

В ответ на объективную потребность сектора будут появляться новые образовательные площадки

Сегодня в секторе наблюдается объективный недостаток образовательных проектов, направленных на повышение квалификации сотрудников благотворительных организаций. Частично эту потребность

сможет решить инициатива, реализуемая в рамках Программы поддержки СО НКО Минэкономразвития рядом образовательных и некоммерческих институтов. Планируется разработать и внедрить сертифицированные курсы для некоммерческого сектора. Фонды как СО НКО также выиграют от данной инициативы и смогут обучить своих сотрудников. Однако более перспективным представляется появление новых площадок более гибких образовательных форматов – дистанционных курсов, форумов по обмену опытом и развитие существующих программ, например, «Школы фондов».

Обучающие программы для благотворительных организаций третьего сектора все дальше будут уходить от традиционных форматов локальных очных школ и семинаров, которые не могут принять всех желающих пройти обучение, к более открытым массовым моделям, использующим дистанционное общение с наставниками и экспертами, совместную работу над актуальными исследовательскими задачами в проектных командах. Силами экспертного сообщества будет формироваться современный образовательный стандарт для СО НКО и на базе институционального, сертифицированного образования. Уверена, что меню повышения квалификации в сфере благотворительности расширится и модернизируется, предлагая более гибкие модели повышения квалификации на рабочих местах, которые представлены в современной общеобразовательной мировой практике». (Елена Ковалевская, ИОО «Фонд содействия»)

Интенсивность процессов внутренней консолидации сектора значимо не увеличится

Хотя к настоящему моменту благотворительный сектор достиг определенного уровня консолидации (выражающегося как минимум в создании инфраструктуры обмена информацией и появлении рабочих площадок для сбора мнений и выражения коллективных позиций), в ближайшей перспективе, по мнению экспертов, не стоит ждать нарастания темпов консолидации сообщества в целом.

Это связано с рядом событий и процессов: с неочерченностью границ сектора, конкуренцией за ресурсы, разными уровнями развития организаций и др. Недавняя частичная победа консолидированных действий в отношении законодательства о НКО также могла снизить настрой на активность консолидированных действий.

«На мой взгляд, вопрос конкуренции за ресурсы никогда не перестанет быть актуальным. Ресурсов становится меньше, желающих на них становится больше, в этом смысле всегда будет существовать какая-то дистанция, которая будет обеспечивать эту безболезненную конкуренцию». (Мария Черток, САФ Россия)

Возможно, более явным и активным будет процесс консолидации внутри отдельных сегментов благотворительного сектора – «под определенный тип организаций» на основе общности «интересов», «предметов» деятельности. В пользу этой оценки говорят процессы структурирования, специализации, профессионального развития именно институциональной части сектора. Примеры «тематической» консолидации – организация Московского благотворительного собрания, содружества фондов помощи «Все вместе», сетевая деятельность фондов местных сообществ, ресурсных центров. Возможно, в будущем именно эта тенденция позволит выйти на новый уровень консолидации сообщества в целом.

«Идет устойчивое эволюционное развитие сектора и консолидация групп вокруг тематических приоритетов. Эти консолидационные процессы на горизонтальном уровне служат предпосылкой для дальнейшей «надтематической» консолидации, связанной с этическими стандартами и нормами профессионального сообщества в целом. Но должно пройти время, прежде чем такие общие нормы на уровне всего сектора начнут как-либо заметно регулировать его работу». (Елена Ковалевская, ИОО «Фонд содействия»)

Краткосрочные же перспективы консолидации благотворительного сообщества зависят от ряда условий. Прежде всего, от наличия угроз, вызовов сообществу, перед лицом которых необходимо объединяться с целью защиты.

«Я считаю, что консолидация в обратную сторону [в сторону регресса] априори уйти не может. Но будет ли оно [сообщество] консолидироваться больше? Я считаю, что оно будет консолидироваться больше только в том случае, если нужно будет продолжать бороться за новые достижения». (Ольга Рейман, Фонд «Кто, если не Я?»)

А также от развития инфраструктуры сектора, которое, в свою очередь, требует решения вопроса о ресурсном обеспечении, постоянной поддержки инфраструктурных программ.

«Когда мы говорим про профессионализацию, про прозрачность, про доверие, про эффективность, которая связана с оценкой, про обучение и обмен практиками, – это все про инфраструктуру. А инфраструктура – это «административные расходы», не программные. Раньше иностранные доноры поддерживали всю эту инфраструктуру благотворительности. А сейчас у нас практически нет ресурсов, которые бы все это держали. И доноров таких институциональных практически нет, на системном уровне поддерживающих все эти процессы. А они должны все равно как-то поддерживаться, цементироваться». (Ольга Евдокимова, Evolution & Philanthropy)

Как будут изменяться внешние условия для благотворительной деятельности?

Новых законодательных инициатив, улучшающих условия деятельности благотворительных организаций, в ближайшее время не будет

После принятия пакета поправок в законодательство, касающихся НКО и благотворительной деятельности, в целом улучшающих условия для благотворителей, в ближайшее время ждать новых позитивных событий в этой сфере, скорее всего, не стоит.

Напротив, будут развиваться новые законодательные инициативы государства, которые впрямую или косвенно могут негативно повлиять на условия благотворительной деятельности, в частности, законопроект, предусматривающий запрет на участие в благотворительности производителей табака.

«Если сейчас будет принят закон, который запретит табачным компаниям участвовать в благотворительности, то, с моей точки зрения, произойдет прецедент, который потом даст возможность государству на любую сферу бизнеса наложить такие же запреты. А это говорит о чем? О том, что тем, кто занимается публичным фандрайзингом, будет очень тяжело найти деньги. Ведь подобные компании – производители табака, алкоголя – всегда давали деньги на те нужды, которые никем не были закрыты. Потому что им нельзя было жертвовать на защиту детей, развитие спорта, нельзя выступать спонсором в разных сферах. Поэтому они были очень важными нишевыми донорами. А сейчас ситуация не понятно, как будет развиваться».
(Татьяна Задирако, Фонд «Дорога вместе»)

Активность государства в благотворительной сфере не снизится

Эксперты не видят предпосылок к снижению интереса государства к благотворительности. Напротив, есть опасения, что в период выборов этот интерес будет только нарастать, а с ним будет нарастать и финансирование партийных социальных проектов, конкурировать с которыми некоммерческим благотворительным фондам будет очень сложно.

Можно также отметить, что интересы государства в благотворительности уже выходят за рамки территории страны. В 2011 году объявлено о создании Российского агентства международного развития. Его деятельность должна начаться в 2012 году. Пока сложно предположить, как это отразится на деятельности благотворительных организаций внутри страны – по крайней мере, в 2012 году мы будем наблюдать становление этого института.

«Мне кажется, следующий, 2012 год, будет сильно зависеть от выборов. Мы наблюдали такую тенденцию: как только начинается какая-то предвыборная активность, выходят партии и забывают регионы безотчетными благотворительными средствами. У нас было несколько случаев, когда некоммерческие организации отказывались работать с нами, мотивируя это тем, что сейчас партии дадут им много денег, за которые не надо будет отчитываться. Поэтому ввязываться в сложные программы, которые требуют сложной отчетности, они сейчас не хотят».
(Елена Яценко, Фонд «Наше будущее»)

Рост частных пожертвований и формирование современной благотворительной традиции продолжатся

В настоящее время, можно сказать, на наших глазах происходят изменения в массовом сознании в сторону более положительного восприятия как благотворительной деятельности, так и благотворительных институтов. Эта тенденция будет усиливаться, выражаясь, прежде всего, в росте частных пожертвований, собираемых благотворительными фондами. Также будет развиваться добровольческое движение, одобряемое властью и поддерживаемое обществом.

«Массовое участие в благотворительности – деньгами ли, заботами, волонтерством – конечно, будет увеличиваться. Это уже, несомненно, происходит, и, более того, мне кажется, что сознательность этих массовых доноров тоже увеличивается. Потому что не только фонды помощи, но и другие, менее «технологичные» некоммерческие организации начинают чувствовать, что если они правильно, активно себя ведут, то у них появляются эти доноры. Это, в том числе, связано и с тем, что и в обществе начинает формироваться понимание вопросов, связанных с благотворительностью».
(Мария Черток, САФ Россия)

Насколько мы были правы в своих предположениях относительно развития фондов, институциональной благотворительности и сектора в целом, внешних условий для деятельности благотворительных организаций, – покажет ближайший год. Мы будем отслеживать развитие тех ключевых трендов, которые обозначили в своих прогнозах, и обязательно сравним объективную ситуацию и наши предположения в Докладе-2012.

В заключение мы хотели бы дать еще один прогноз. В ближайшее время внутри сектора будет все четче формироваться запрос на появление новых лидеров и принципиально новых проектов, которые смогут укрепить и расширить влияние сектора российской институциональной благотворительности как в России, так и за рубежом. Такой запрос уже существует, но он пока размыт, не имеет выражения в четко сформулированных позициях. Тем временем необходимость это сделать назрела. Мы ожидаем выражения таких позиций и появления более четкого запроса.



ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Социологическое исследование «Состояние и анализ деятельности благотворительных фондов РФ» (количественное исследование фондов)

*Проведено Исследовательской группой ЦИРКОН
в июне–августе 2011 года
по заказу НПГО «Форум Доноров».*

Цель исследования

Целью работы являлось получение информации, необходимой для систематизации сведений о деятельности благотворительных фондов Российской Федерации, в том числе о количестве реально действующих благотворительных фондов, их типологии, характере и направлениях деятельности.

Объект исследования

Благотворительные фонды РФ.

Предмет исследования

Предметом исследования являлись некоторые параметры, характеризующие состояние и деятельность благотворительных организаций, в том числе:

- источники финансирования фонда;
- направления деятельности фонда;
- целевые группы фонда;
- основные благополучатели фонда;
- характер деятельности фонда;
- география деятельности фонда.

Методика исследования

Методической основой исследования являлся опрос руководителей благотворительных фондов РФ по формализованной анкете. Способы опроса: основной – очное интервьюирование, в качестве дополнительных способов сбора данных использовались телефонный опрос и самозаполнение анкеты респондентом.

Генеральную совокупность исследования составили фонды, которые представили в Министерство юстиции РФ отчеты о своей деятельности за 2010 год (за исключением фондов, представивших не отчет, а сообщение о продолжении деятельности). В ходе первичного отбора в рабочий список были включены благотворительные фонды (фонды, предварительно признанные благотворительными).

В исследовании использовалась так называемая сплошная выборка, то есть к опросу приглашались руководители всех благотворительных фондов, составивших генеральную совокупность исследования.

Общее число благотворительных фондов, включенных в первоначальный список для проведения настоящего

исследования, составило 673 фонда. Кроме того, в ходе проведения исследования, по согласованию с заказчиком, в список были включены дополнительно 86 благотворительных фондов, не вошедших в первоначальный список, сведения о деятельности которых были найдены в рамках осуществления информационного поиска в ходе организации опроса.

Итоговое число благотворительных фондов, принявших участие в исследовании, составило **495**.

Приложение 2

Социологическое исследование институциональной благотворительности (качественное исследование фондов)

*Исследование институциональной
благотворительности проводилось
исследовательской группой
Института социологии РАН
в июне–августе 2011 года.*

Цель исследования

Предоставление информации для Ежегодного доклада о состоянии институциональной благотворительности в России.

Задачи исследования

Описать реальное состояние выбранных благотворительных организаций, направления поддержки, которую они оказывают, географию, объемы средств и методы их предоставления, а также выявить основные тенденции развития этих организаций и организованной благотворительности в целом.

Предмет исследования

Организованная, институциональная благотворительность.

Объект исследования

Благотворительные фонды различных видов, действующие на территории Российской Федерации:

- частные фонды;
- корпоративные фонды;
- фонды местных сообществ;
- фонды-помощи;
- фонды целевого капитала.

Методы исследования

В ходе исследования применялось несколько методов, выбор которых определялся задачей получения объективной и оперативной информации о фондах, представленных в списке, сформированном Форумом Доноров.

Основной метод исследования – стандартизированное интервью face-to-face (или по телефону) с руководителем

ми фондов или сотрудниками, отвечающими за связи с общественностью. Также использовался метод фокус-групп. В редких случаях допускалось самозаполнение анкет, построенных на основе тем исследования.

Неотъемлемой частью исследования было заполнение интервьюером (или самостоятельное заполнение респондентом) таблиц, содержащих формализованный перечень вопросов, касающихся направлений деятельности фонда, его целевой аудитории, благополучателей, результатов финансовой деятельности.

Общие сведения о фондах, принимавших участие в исследовании

Всего в ходе исследования были опрошены представители 107 фондов, действующих на территории 24 субъектов Российской Федерации. Пять типов фондов, заявленных в качестве объектов исследования, были представлены примерно в равных долях.

Приложение 3

Исследование «Освещение институциональной благотворительности в российских средствах массовой информации»

Исследование проводилось научными сотрудниками факультета журналистики МГУ в мае–сентябре 2011 года по заказу НПГО «Форум Доноров». Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент Т.И. Фролова.

Цель исследования

Выявить текущее состояние контента СМИ, посвященного деятельности благотворительных фондов.

Задачи исследования

- Выявить и описать общие характеристики упоминаемости в СМИ благотворительной деятельности на основе количественных характеристик.
- Выявить и описать характеристики отражения в СМИ деятельности благотворительных фондов конкретных видов на основе установления количественных и качественных характеристик репрезентативного массива текстов СМИ.

Объект исследования

Журналистские тексты, содержащие информацию о благотворительной деятельности и деятельности конкретных видов фондов:

- фонд помощи;
- частный фонд;
- корпоративный фонд;
- фонд местного сообщества;
- фонд целевого капитала.

Метод исследования

Контент-анализ текстов СМИ.

Период исследования

1 сентября 2010 года – 10 августа 2011 года

ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

Конкретизация задач исследования

Задачи уточнялись в процессе пилотного исследования (май–июнь 2011 года) в соответствии с основной целью исследования и требованиями заказчика. Были определены временные и пространственные границы исследования; этапы и порядок действий в исследовании; предмет изучения детализирован в выделении категорий анализа и ключей к ним; сформированы кластеры (отдельные типологические группы СМИ) для сравнительного анализа; определена единица анализа (единичный целостный текст СМИ); сформулированы технические задания для исследовательской группы.

Эмпирическая база исследования

Формирование исследуемого массива текстов (выборки) происходило на основе базы данных «Интегрум» с использованием ключевых слов и различных параметров поиска.

Кластеры для сравнительного анализа (различные типологические группы СМИ) сформированы таким образом, чтобы были представлены, во-первых, все медиаплатформы (информационные агентства, «бумажные» СМИ, телевидение и радио, интернет-СМИ); во-вторых, столичная и региональная пресса; в-третьих, тематически универсальные и специализированные СМИ.

Поиск первой количественной выборки составлен по ключевым словам, исходя из имеющейся совокупности источников в обозначенных кластерах.

Для качественного анализа каждый из кластеров был представлен примерно равным количеством источников – 5–7.

Состав эмпирической базы для качественного анализа

Газеты (7):

Комсомольская правда, Аргументы и факты, Новая газета, Коммерсант, Ведомости, Российская газета, Известия

Журналы (7):

Русский репортер, Огонек, Власть (или Профиль – он более аналитичен), Эксперт, Большой город, Time out, Компания

ТВ (7):

Первый канал, Россия 1, НТВ, ТВЦ, Рен-ТВ, Звезда, Домашний

Радио (6):

Эхо Москвы, Радио России, Русская служба новостей, Сити FM, Маяк, Финанс FM

Интернет-СМИ (7):

Взгляд.ру, Газета.ру, Утро.ру, Лента.ру, РБК, Ежедневный журнал, Афиша.ру

Информационные агентства (5)

Regnum, РИА-Новости, Интерфакс, ИТАР-ТАСС, АСИ

Региональные издания (10)

Эксперт-Урал, Деловой Кузбасс, Дальневосточный капитал – журналы

Деловой Петербург, АиФ-Уфа, АиФ-Сибирь, Калининградская правда, Вечерний Екатеринбург, Деловое Прикамье, Известия-Юг – газеты

В процессе эмпирического исследования ряд СМИ выбыл из выборки, так как в них искомым текстов не было обнаружено.

Приложение 4**Список использованных документов и материалов к статье «Правовые условия благотворительной деятельности в России»**

1. Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»
2. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»
3. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»
4. Налоговый кодекс Российской Федерации
5. Федеральный закон от 18 июля 2011 г. № 235-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части совершенствования налогообложения некоммерческих организаций и благотворительной деятельности»
6. Федеральный закон от 3 июня 2011 г. № 115-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»
7. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности»
8. Федеральный закон от 3 июня 2009 г. № 103-ФЗ «О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными агентами»
9. Федеральный закон от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»
10. Федеральный закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования»
11. Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации (одобренная Распоряжением Правительства РФ от 30 июля 2009 г. № 1054-р)
12. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена Распоряжением

Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р)

13. Постановление Правительства РФ от 17 ноября 2007 г. № 781 «Об утверждении Положения об обеспечении безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных»
14. Проект Федерального закона № 282499-5 «О внесении изменений в Федеральный закон «О персональных данных»
15. Проект Федерального закона № 306882-5 «О внесении изменений в Федеральный закон «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»
16. Проект федерального закона № 589405-5 «О внесении изменений в статью 32 Федерального закона «О некоммерческих организациях» (в части уточнения порядка осуществления федерального государственного надзора за деятельностью некоммерческих организаций)

Приложение 5**Источники информации к статье «Обзор результатов исследований российской филантропии 2010–2011 годов»**

1. Россияне по-прежнему не знают, что такое социальное предпринимательство
Исполнитель: Исследовательская группа «ЦИРКОН» Всероссийский омнибус «Кварта»:
Ссылка: http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/4/Socialnoe_predprinimatelstvo_PR_13-07-11.pdf
Сроки: июнь 2008 г., июнь 2011 г.
Объем выборки: 1600 человек
Метод опроса: личное формализованное интервью по месту жительства
Тематика: Социальное предпринимательство: информированность, восприятие.
2. Меценатство или благотворительность?
Исполнитель: Исследовательский холдинг «Ромир» Онлайн-омнибус:
Ссылка: http://www.romir.ru/news/res_results/767.html
Сроки: март 2011 г.
Объем выборки: 1500 человек, семь федеральных округов
Метод: онлайн-опрос
Тематика: Меценатство: образ, качества, необходимые для увеличения числа меценатов условия.
3. Особенности благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли
Исполнитель: САФ Россия
Ссылка: http://www.cafrussia.ru/files/blocks/blagotvoritelnost_neftegaza.pdf

Сроки: май 2010 г.

Объект: крупнейшие компании нефтегазового сектора: ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «ТНК-ВР», ОАО «Сургут-нефтегаз», ОАО «Роснефть», ОАО «Газпром»

Метод: анализ открытых источников, включая интернет-сайты компаний и интервью

Тематика:

- особенности благотворительной политики компаний, форматы программ, подходы к выбору партнеров;
- изменения благотворительной политики в послекризисный период;
- подходы компаний к оценке эффективности благотворительности;
- отношение к репутационному эффекту благотворительной деятельности.

4. Россия заняла 138-е место в мировом рейтинге благотворительности

Исполнитель: САФ Россия

Ссылка: http://www.dp.ru/a/2010/09/22/Rossija_zanjala_138e_mesto

Сроки: сентябрь 2010 г.

Объект: 153 страны

Тематика:

Вовлеченность населения разных стран по трем видам деятельности:

- пожертвование денег в благотворительные организации;
- работа в качестве волонтера;
- оказание помощи нуждающемуся незнакомому человеку.

5. «Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы» (вторая волна) // Презентация предварительных результатов исследования на круглом столе «НКО и люди: появилась ли взаимность?», Общественная палата РФ, 9 июля 2010 г.

Заказчик: Агентство социальной информации в рамках программы «Укрепление общественной поддержки НКО»

Исполнитель: Исследовательская группа «Циркон»

Ссылка: http://www.zircon.ru/russian/publication/5_4.htm

Сроки: 9 июля 2010 г.

Объект исследования:

- население в возрасте от 25 до 45 лет;
- руководители некоммерческих организаций

Метод:

- массовые опросы по репрезентативным выборкам: 500–600 человек в каждом городе. Города: Москва, Барнаул, Калининград, Краснодар, Нижний Новгород;
- дискуссионные фокус-группы. Респонденты двух категорий: уже участвующие в деятельности благотворительных или общественных организаций и пока не участвующие, но выражающие желание участвовать. Общий объем выборки 162 респондента

Тематика:

- оценка изменений уровня общественной поддержки НКО за 2008-2010 гг.
- оценка эффективности деятельности, направленной на популяризацию НКО и продвижение идей благотворительности и добровольчества.

6. Мерсиянова И.В., Якобсон Л.И. Потенциал и пути развития филантропии в России // Гос. ун-т – Высшая школа экономики. <http://grans.hse.ru/monograph>

7. Мерсиянова И.В. Факторы вовлеченности россиян в добровольческую деятельность // Гражданское общество в России и за рубежом. – 2011. – № 2

Исполнители: Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ-ВШЭ и ФОМ

Ссылка: http://www.hse.ru/data/2011/06/13/1212885693/GO-2_2011%20Мерсиянова.pdf

Сроки: 2009 г.

Объект: население РФ, объем выборки – 41500 человек

Метод: мегаопрос «Георейтинг»

Тематика: Факторы вовлеченности в добровольческую деятельность: пол, возраст, образование, тип населенного пункта.

8. Мерсиянова И.В. Участие россиян в денежных пожертвованиях: факторы и уровень вовлеченности // Экономическая социология. Т. 11. № 5. Ноябрь 2010

Исполнители: Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ-ВШЭ и ФОМ

Ссылка: <http://www.hse.ru/data/2011/03/27/1212022372/Мерсиянова%20ecsoc.pdf>

Сроки: 2009 г.

Объект: 41500 человек

Метод: мегаопрос «Георейтинг»

Тематика:

- уровень вовлеченности россиян в денежные пожертвования;
- факторы вовлеченности;
- объем денежных пожертвований россиян;
- формы участия в денежных пожертвованиях;
- субъекты благотворительности.

9. Мерсиянова И.В., Солодова И.И. Фонды местных сообществ как технология решения социальных проблем на местном уровне // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2010. – № 1

Исполнитель: Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ-ВШЭ

Ссылка: <http://www.hse.ru/data/2011/03/28/1211767898/Мерсиянова%20160-179.pdf>

Сроки: 2009 г.

Объект: руководители фондов местных сообществ и представители власти (чиновники) – всего 28 опрошенных

Метод: экспертные интервью и экспертный опрос по полужформализованной анкете

Тематика:

- функции ФМС;
- организационная форма ФМС;
- ФМС как грантодающая организация;
- распределение и объем бюджета ФМС;
- причины и взаимодействие ФМС с органами власти;
- источники финансирования ФМС;
- влияние кризиса на ФМС.

10. О состоянии гражданского общества в Российской Федерации – ежегодный доклад Общественной палаты Российской Федерации за 2010 год

Заказчик: Общественная палата Российской Федерации

Исполнитель: Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ-ВШЭ

Ссылка: <http://opr.f.ru/files/Doklad-OPRF-2010.pdf>

Объект: репрезентативная выборка 2000 человек

Метод: опрос

Тематика:

- информированность о НКО;
- формы участия населения в НКО и гражданских инициативах;
- доверие к НКО и гражданским инициативам.

11. Добровольчество в России: потенциал участия молодежи

Исполнитель: ВЦИОМ

Ссылка: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=111713>

Сроки: июнь 2011 г.

Объект: 1600 человек

Метод: анкетный опрос

Тематика:

- в каких видах и для чего готовы участвовать молодые люди в добровольческой деятельности;
- в каких видах добровольческой деятельности участвовали молодые люди.

12. Нуждающиеся в помощь не верят

Исполнитель: Социологическая служба «Среда», полевые работы – ФОМ-Пента

Ссылка: <http://philanthropy.ru/analysis/2011/07/04/5866>

Сроки: весна 2011 г.

Объект: 1500 человек

Метод: опрос

Тематика:

- отношение к благотворительности;
- участие в благотворительных мероприятиях;
- факторы участия/неучастия.

13. Благотворительность и бизнес

Исполнитель: Служба исследований HeadHunter

Ссылка: <http://hh.ru/article.xml?articleId=2182>

Сроки: 18–25 мая 2011 г.

Объект: компании, зарегистрированные на сайте

интернет-рекрутмента hh.ru

Метод: онлайн-опрос

Тематика:

- вовлеченность компаний в благотворительную деятельность;
- мотивы участия/неучастия в благотворительной деятельности;
- виды благотворительной деятельности;
- отношения с партнерами, не/занимающимися благотворительностью.

14. Благотворительность

Исполнитель: Онлайн маркетинговые исследования InResearch

Ссылка: <http://inrs.ru/news/39-1>

Сроки: сентябрь 2010 г.

Метод: онлайн-опрос

Тематика:

- участие/неучастие в благотворительных мероприятиях;
- виды благотворительной деятельности;
- факторы участия/неучастия;
- информированность о благотворительных организациях.

15. Аналитическое исследование корпоративный благотворительности компаний в России

Заказчики: деловая газета «Ведомости», НПО «Форум Доноров», международная сеть аудиторско-консалтинговых фирм PWC

Исполнители: Центр корпоративной социальной ответственности, PWC, ВШМ, СПбГУ

Ссылка: http://www.gsom.spbu.ru/all_news/2011_05_17_corporate_philanthropy/

Сроки: май 2011 г.

Объект: компании – участники проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» за 2008–2010 гг.

Тематика:

- причины и предпосылки корпоративной благотворительности;
- стратегические аспекты корпоративной благотворительности;
- основные формы корпоративной благотворительности;
- оценка эффективности благотворительных программ.

16. И себе, и людям

Исполнители: Аналитический центр «Эксперт-Урал» совместно с PWC и САФ Россия

Ссылка: <http://www.expert-ural.com/1-493-9977/>

Сроки: апрель–май 2011 г.

Объект: компании Уральского региона: 20 анкет от компаний и корпоративных благотворительных фондов и девять анкет от благотворительных организаций

Метод: анкетный опрос компаний

Тематика:

- мотивы и цели участия в благотворительной деятельности;
- наиболее вероятные изменения в сфере корпоративной благотворительности в посткризисный период;
- действия, которые будут стимулировать развитие благотворительной деятельности;
- формы управления благотворительной деятельностью;
- направления и объемы благотворительности.

17. Солидарность. Опрос населения «ФОМнибус»

Исполнитель: Фонд «Общественное мнение»

Ссылка: <http://bd.fom.ru/pdf/d20s11.pdf>

Сроки: 14–15 мая 2011 г.

Объект: 1500 человек

Метод: анкетный опрос

Тематика:

- участие в благотворительной деятельности;
- вовлеченность в благотворительную деятельность в зависимости от стиля жизни;
- виды благотворительной деятельности.

18. Благотворительность. Опрос населения «ФОМнибус»

Исполнитель: Фонд «Общественное мнение»

Ссылка: <http://bd.fom.ru/pdf/d20s11.pdf>

Сроки: 23–24 июля 2011 г.

Объект: 1500 человек

Метод: анкетный опрос

Тематика:

- участие в благотворительной деятельности;
- вовлеченность в благотворительную деятельность в зависимости от стиля жизни;
- виды благотворительной деятельности.

19. Состояние и анализ деятельности благотворительных фондов

Заказчик: Исследовательская группа «ЦИРКОН»

Исполнитель: Фонд «Общественное мнение – Кузбасс»

Сроки: середина июня – середина июля 2011 г.

Метод: телефонное интервью или заполнение анкеты пересылкой по электронной почте

Тематика: состояние и анализ деятельности благотворительных фондов.



ФОРУМ ДОНОРОВ

Некоммерческое партнерство грантодающих организаций «Форум Доноров» (ФД) – это коалиция крупнейших благотворительных (донорских, или грантодающих) организаций, работающих в России.

На настоящий момент членами ФД являются более 40 организаций. Среди них: частные, общественные и корпоративные фонды, компании, программы посольств и др.

Миссия ФД – способствовать развитию и большей эффективности грантодающей деятельности, направленной на формирование демократического, гражданского общества в России.

Форум Доноров организует обмен информацией и методиками – как между донорскими организациями, так и в более широком кругу заинтересованных лиц; разрабатывает и продвигает стандарты и этические нормы в области благотворительности; представляет интересы доноров перед возможными партнерами и заинтересованными сторонами.

Форум Доноров работает с представителями властных структур страны, является активным участником международного движения донорских ассоциаций.

Контактная информация

Москва, ул. Сущевская, дом 9, стр. 4, офис 311

Телефон: (499) 978-59-93

Факс: (499) 973-34-78

Эл. почта: dfinfo@donorsforum.ru

Веб-сайт: www.donorsforum.ru

РАБОЧАЯ ГРУППА ПО ПОДГОТОВКЕ ДОКЛАДА

- Ольга Барковец, Фонд содействия кадетским корпусам им. А. Йордана
- Ольга Евдокимова, Evolution & Philanthropy
- Ирина Ефремова-Гарт, Фонд просвещения «МЕТА»
- Лариса Зелькова, Благотворительный фонд В. Потанина
- Наталья Каминарская, исполнительный секретарь Форума Доноров
- Елена Ковалевская, ИОО «Фонд содействия»
- Оксана Орачева, Благотворительный фонд В. Потанина
- Мария Черток, САФ Россия
- Елена Темичева, координатор подготовки Доклада

ФИНАНСОВУЮ ПОМОЩЬ В ПОДГОТОВКЕ ДОКЛАДА ОКАЗАЛИ

- Благотворительный фонд В. Потанина
- ИОО «Фонд содействия»
- Компания Evolution & Philanthropy
- Комиссия Общественной палаты Российской Федерации по развитию благотворительности и волонтерства
- Фонд просвещения «МЕТА»

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Если Вас заинтересовал этот документ, если Вы хотите повлиять на то, в каком виде будет выпущен следующий ежегодный доклад об институциональной благотворительности, мы просим Вас ответить на несколько вопросов.

1. Насколько представленный документ оправдал ваши ожидания?
2. Какая информация, представленная в Докладе, была для Вас наиболее интересной и полезной?
3. Планируете ли Вы использовать информацию, представленную в Докладе?
4. Если Вы ответили «да» на предыдущий вопрос, поясните, пожалуйста, каким образом Вы планируете использовать информацию Доклада, указав, какую организацию Вы представляете.
5. Какую информацию об институциональной благотворительности, не представленную в Докладе, Вы хотели бы получать в дальнейшем из ежегодных докладов?

Анкету можно заполнить на сайте Форума Доноров www.donorsforum.ru

Мы также будем благодарны Вам за любые отзывы о Докладе – как об отдельных его материалах, так и о документе в целом, а также за предложения по его улучшению и развитию. Ответы на вопросы и отзывы можно прислать на следующий адрес: doklad@donorsforum.ru

Желающие принять участие в дискуссиях (запланированы обсуждения результатов Доклада, отдельных исследований, составивших основу документа, которые будут издаваться в полном виде) – присылайте письмо с темой «Участие в дискуссии» на указанный адрес. В самом письме укажите, пожалуйста, Ф. И. О., должность и контактную информацию.



ISBN 978-5-9900714-4-5
© Форум Доноров, 2011

Тираж 1000 экз.

Издание второе, дополненное