



Evolution & Philanthropy

**Тематическая подборка материалов
из выпусков «Дайджеста публикаций
международного филантропического сообщества»**

№ 7, апрель 2014 г.

ПРОЗРАЧНОСТЬ И ОТЧЁТНОСТЬ

*Если Вы хотите ознакомиться с выпусками Дайджеста
или тематическими подборками статей за 2010 - 2013 гг.
и/или получить Дайджест в будущем,*

*напишите по адресу toropovaei@uralsib.ru
или свяжитесь с нами через страничку в Фейсбуке
www.facebook.com/EvolutionAndPhilanthropy*

Содержание

- 1) Новая культура филантропии: открытые данные и постоянное взаимодействие с коллегами 4**
 «Далеко ли мы продвинулись? Руководители фондов о прогрессе и влиянии на общество» (How Far Have We Come? Foundation CEOs on Progress and Impact) – так называется отчёт о результатах опроса, в ходе которого фонды сообщили о том, что для принятия стратегических решений им нужно больше достоверных данных об успехах и неудачах социальных преобразований (evidence-based information). Эксперты Центра эффективной филантропии (The Center for Effective Philanthropy; США) размышляют о ценности обмена передовым опытом и взаимного обучения...
- 2) Открытые данные: правила расширения доступа к информации.....4**
 Создание богатой палитры достоверных аналитических данных - это важная часть процесса, нацеленного на поиск вариантов и способов решения комплексных социальных проблем. Чтобы ускорить формирование доступных информационных массивов, эксперт международной организации Palantir Technologies Энди Исааксон (Andy Isaacson) озвучил участникам Саммита Большой восьмёрки - 2013 (G-8 Summit) пять условий «демократизации данных».
- 3) Прозрачность и эффективность – ключевые задачи глобального проекта.....5**
 BRIDGE – это Базовый реестр учёта субъектов глобального развития (Basic Registry of Identified Global Entities), призванный обеспечить сложную экосистему социальных преобразований собственной информационной инфраструктурой. Инициаторы этого мега-проекта стремятся воссоздать картину благотворительных денежных потоков в масштабах планеты, усилить прозрачность, и повысить эффективность социально значимой деятельности.
- 4) Партнёрство по объединению информационных ресурсов6**
 Чтобы создать условия для повышения эффективности общественных преобразований, американский Центр фондов (The Foundation Center) и агентство GuideStar приступили к реализации инициативы по объединению данных о социальном секторе. Обозреватели издания Nonprofit Quarterly рассуждают о преимуществах и перспективах данного сотрудничества.
- 5) Всё для прозрачности фондов: ресурс Glasspockets стал информативнее, удобнее и полезнее 7**
 Веб-сайт Glasspockets («Стеклянные карманы»), созданный в 2010 году американским Центром фондов для усиления прозрачности и подотчётности институтов филантропии, усовершенствовал свой дизайн и добавил новые сервисы. Все нововведения стали откликом на рекомендации, которые пользователи и единомышленники озвучили в ходе опроса.
- 6) Как работать с общественным мнением, чтобы сохранить доверие к НКО-сектору.....7**
 В 2013 году американские СМИ бурно обсуждали факты нарушений в отдельных некоммерческих организациях, щедро награждая нелестными эпитетами весь НКО-сектор. Эксперты считают, что участники общественных преобразований должны активнее отстаивать свою индивидуальную и коллективную репутацию. Для этого каждая НКО должна проводить разъяснительную работу, рассказывая представителям СМИ и другим стейкхолдерам об этических ценностях, достигнутых результатах, и реальной стоимости социальных услуг.
- 7) Смогут ли НКО угнаться за информационными запросами всех причастных сторон? 8**
 Некоммерческие организации часто слышат обвинения в недостаточной прозрачности и нежелании публиковать информацию о результатах долгосрочного характера. Но заслуживают ли НКО такой критики? Может стейкхолдерам стоит начать с себя – унифицировать требования к отчётности и задуматься о стоимости оценочных исследований? Дискуссию ведёт Лора Куинн (Laura Quinn), учредитель организации-поставщика программного обеспечения для НКО-сектора Idealware.

8) Зарплата руководителей НКО: местная власть требует отчётности.....9

Генеральный прокурор штата Массачусетс (США) настаивает на том, чтобы благотворительные организации отчитывались о выплатах своим директорам более подробно и в установленные сроки. Власти штата рассчитывают на то, что данное требование (в совокупности с другими мерами) будет сдерживать рост заработной платы первых лиц НКО.

9) Поверхностные рейтинги агентства Charity Navigator не распознают существенных недостатков в работе НКО..... 10

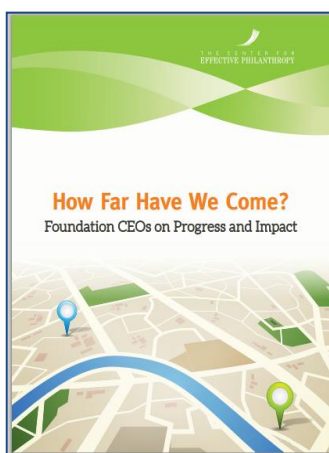
Американский эксперт из Нью-Гемпшира Алан Кантор (Alan Cantor) подверг критике методику оценки эффективности некоммерческих организаций, которую использует рейтинговое агентство Charity Navigator (CN). Он считает, что специалисты CN присуждают «звёзды», не вникая в суть управленческой и этической практики исследуемых НКО.

10) 50 худших американских НКО..... 10

Расследование, проведённое газетой Tampa Bay Times в содружестве с Центром расследовательской журналистики (Investigative Reporting Center) и каналом CNN, завершилось публикацией отчёта о недобросовестной практике 50 НКО. В «чёрном списке» оказались те организации, которые слишком много тратят на услуги профессиональных фандрайзеров; вводят в заблуждение доноров; и завышают суммы, израсходованные на выполнение миссий.

1) Новая культура филантропии: открытые данные и постоянное взаимодействие с коллегами

«Далеко ли мы продвинулись? Руководители фондов о прогрессе и влиянии на общество» (How Far Have We Come? Foundation CEOs on Progress and Impact) – так называется отчёт о результатах опроса, в ходе которого фонды сообщили о том, что для принятия стратегических решений им нужно больше достоверных данных об успехах и неудачах социальных преобразований (evidence-based information). Эксперты Центра эффективной филантропии (The Center for Effective Philanthropy; США) размышляют о ценности обмена передовым опытом и взаимного обучения...



Участники опроса отметили, что для принятия объективных стратегических решений им необходимо активизировать внутриорганизационный обмен информацией об эффективных практиках и создать благоприятные условия для укрепления современной филантропической культуры, которая характеризуется двумя основными качествами:

1. *Способностью коллектива к углублённому анализу своей работы* с целью получения ответов на ключевые вопросы: Каким образом мы распознаём прогресс в достижении целей? Какие препятствия преодолеваем? Какие предположения относительно грядущих изменений оказались верными, и какие гипотезы не подтвердились? Результаты самоанализа помогают понять, что следует изменить на следующем этапе программы и/или в дальнейшей работе.
2. *Открытостью*, которая означает обмен информацией (о внутренних процессах и результатах работы) с коллегами по сектору и иными внешними стейкхолдерами.

Чтобы данные «стандарты качества» прочно вошли в жизнь организации, Фонд Уильяма и Флоры Хьюлетт (The William and Flora Hewlett Foundation), например, ежеквартально проводит недельные сессии, в ходе которых специалисты разных департаментов обмениваются опытом и подробно разбирают причины неудач. Желая повысить степень своей прозрачности, фонд открыл на веб-сайте специальный блог для обсуждения «текущей работы» (**Work in Progress**). Если другие институты филантропии поддержат подобные начинания и будут энергичнее учиться на успехах и ошибках друг друга, то итоги следующего опроса Центра CEP, вероятнее всего, обязательно обнаружат новые инициативы и партнёрства, нацеленные на ускорение общественного прогресса.

Источник: The Center for Effective Philanthropy, [http://www.effectivephilanthropy.org/...](http://www.effectivephilanthropy.org/)
[Дайджест № 45 (3), март 2014 г.]

2) Открытые данные: правила расширения доступа к информации

Создание богатой палитры достоверных аналитических данных - это важная часть процесса, нацеленного на поиск вариантов и способов решения комплексных социальных проблем. Чтобы ускорить формирование доступных информационных массивов, эксперт международной организации Palantir Technologies Энди Исааксон (Andy Isaacson) озвучил участникам Саммита Большой восьмёрки - 2013 (G-8 Summit) пять условий «демократизации данных».

1. *Структурируйте первичные (необработанные) данные* и создавайте возможности для их многократного использования другими участниками социальных преобразований.
2. *Следите за тем, чтобы сведения поддавались компьютерной обработке.* Например, если вы регулярно публикуете отчёты, то они должны выполняться в едином формате.

3. *Стремитесь к тому, чтобы информация была понятна пользователю.* Чтобы читатели могли получить представление о контексте вашей деятельности и/или факторах влияния, сопровождайте количественные и табличные данные соответствующими комментариями.
4. *Используйте форматы, которые подходят для открытого пространства.* Например, руководствуйтесь тем, что файлы CSV лучше, чем Excel (табличные форматы); KML лучше SHP (визуализация); а если планируете создать базу данных, то выбирайте XML или JSON.
5. *Ответственно подходите к публикации и распространению информации.* Как правило, организации размещают новый контент на своих веб-сайтах. Но сегодня этого уже недостаточно. Чтобы поддержать эволюцию системы открытых данных и привлечь потребителей облачных услуг, используйте программный интерфейс **API REST**, не забывая о защите конфиденциальных данных.

Что посеешь, то и пожнёшь. Эта пословица отлично характеризует процесс работы с информацией, так как с помощью сведений низкого качества, ценные выводы получить невозможно. Поэтому предлагайте миру актуальные данные и создавайте условия, при которых участники общественных процессов смогут получать, обрабатывать и применять информацию для воплощения новых прогрессивных идей.

*Источник: Glass Pockets blog, <http://blog.glasspockets.org/2013/08/...>
[Дайджест № 41 (11), ноябрь 2013 г.]*

3) Прозрачность и эффективность – ключевые задачи глобального проекта

BRIDGE – это Базовый реестр учёта субъектов глобального развития (Basic Registry of Identified Global Entities), призванный обеспечить сложную экосистему социальных преобразований собственной информационной инфраструктурой. Инициаторы этого мега-проекта стремятся воссоздать картину благотворительных денежных потоков в масштабах планеты, усилить прозрачность, и повысить эффективность социально значимой деятельности.



Американское агентство GuideStar, интернет-платформа для онлайн пожертвований GlobalGiving и Центр фондов (The Foundation Center) являются держателями огромного массива данных, содержащего информацию почти о трёх миллионах НКО. Объединив усилия с поставщиком современных технологий TechSoup Global, они приступили к созданию системы, основанной на использовании уникальных идентификаторов (unique identifiers) информации, хранящейся в распределённых источниках. Подходы, позволяющие синхронизировать данные, выстраивать связи между субъектами / объектами и осуществлять поиск по уникальным номерам (ID), давно применяются в разных отраслях. Например, IP-адреса помогают

устанавливать связи между различными устройствами с целью последующего обмена данными, а по номеру транспортного средства можно отследить историю автомобиля и сделать правильную покупку. Социальный сектор такими преимуществами пока не пользуется, но с появлением реестра BRIDGE организации смогут получать ID, публиковать свою информацию, и работать с данными множества других игроков. Безусловно, доступ к сведениям о некоторых благополучателях (жертвах насилия, детях, семьях и т.п.) будет ограниченным. В частности, команда проекта планирует вводить режим конфиденциальности для отдельных программ или даже сегментов деятельности, однако в целом база данных будет максимально прозрачной. Основная проблема пока заключается в том, что потенциальные пользователи системы (как доноры, так и НКО) не имеют достаточных технических компетенций и возможностей, либо просто не стремятся изучать структуру сектора и публиковать собственные данные на основе единых стандартов. В отчёте **Money for Good II** («Деньги для общего блага - II»), в частности, говорится о том, что сегодня в поле зрения исследователей попадает не более одной трети индивидуальных пожертвований, а вся остальная информация хранится в закрытых источниках. Тем не менее, инициаторы проекта, а также их единомышленники (Сеть Омидьяра / The Omidyar Network, сеть LiquidNet и другие), уверены в том, что BRIDGE постепенно свяжет воедино множество организаций и поможет представителям сектора и общественности

сформировать полноценное представление о деятельности филантропических и некоммерческих институтов. Реестр создается при поддержке Фонда Уильяма и Флоры Хьюлетт (The William and Flora Hewlett Foundation) и Фонда Билла и Мелинды Гейтс (The Bill and Melinda Gates Foundation).

Источник: Markets for Good, <http://www.marketsforgood.org/bridge-...>
[Дайджест № 39 (9), сентябрь 2013 г.]

4) Партнёрство по объединению информационных ресурсов

Чтобы создать условия для повышения эффективности общественных преобразований, американский Центр фондов (The Foundation Center) и агентство GuideStar приступили к реализации инициативы по объединению данных о социальном секторе. Обзорщики издания Nonprofit Quarterly рассуждают о преимуществах и перспективах данного сотрудничества.



- *Промежуточный шаг на пути к «большим данным» (Big Data).* Глава агентства Guidestar Джейкоб Харольд (Jacob Harold) отмечает, что в социальном секторе, в отличие от многих других отраслей, пока не сложились предпосылки для презентации собственных данных в общих глобальных массивах. Сначала участники социальных преобразований должны улучшить информационную инфраструктуру, усовершенствовать навигацию и обеспечить доступ к сведениям для всех заинтересованных пользователей. Инициатива Центра фондов (ЦФ) и Guidestar является шагом на пути к решению этой сложной задачи.
- *Элементы стратегического альянса.* Организации сообщили о том, что они намерены скоординировать работу по оцифровке и публикации сведений, которые НКО отражают в формах налоговой отчётности 990¹. Помимо этого, они решили прояснить, какие виды данных должны быть открытыми, а за какую информацию можно взимать определённую плату. И, наконец, на основе существующих ресурсов ЦФ и Guidestar планируют разрабатывать новые продукты, которые необходимы фондам, НКО, и другим игрокам социальной сферы.
- *Истоки стратегического сотрудничества.* Партнёры уже имеют опыт выполнения совместных проектов. В частности, речь идёт о создании Базового реестра учёта субъектов глобального развития (Basic Registry of Identified Global Entities / BRIDGE)², который поможет воссоздать объективную картину социально значимой деятельности в масштабах планеты. Ещё одна инициатива - **Media Impact Funders** – нацелена на создание инструментов визуализации сведений о поддержке медийных проектов. Данную работу координирует специализированная рабочая группа. В силу того что ЦФ и Guidestar сами являются представителями НКО-сектора и обладают необходимыми экспертными знаниями, они смогут обогатить существующие и новые ресурсы аналитическими прогнозами, обзорами тенденций и сведениями о состоянии дел в конкретных сферах деятельности, странах и регионах.
- *Предвестники будущего успеха.* Руководитель ЦФ Брэдфорд Смит (Bradford Smith) считает совместную инициативу своевременной и актуальной: «Мир технологий становится разнообразнее и богаче, а в нашем секторе технологии и работа с данными по-прежнему остаются слабыми местами». Джейкоб Харольд разделяет мнение ключевого партнёра и акцентирует внимание на том, что объединение данных сделает работу социального сектора более прозрачной: «Благотворительные организации правильно преподносят информацию о

¹ Подробную информацию о данном направлении деятельности можно узнать в статьях «**Расширение доступа к отчётам НКО перед контролирующими органами – задача, требующая решения**» (Дайджест № 36 (6), июнь 2013 г., <https://docs.google.com/file/d/oB-ph8...>) и «**Доступность и совместимость данных – важные задачи для государства и общества**» (Дайджест № 37 (7), июль 2013 г., <https://docs.google.com/file/d/oB-ph8...>). Архив: <https://drive.google.com/folderview?i...>

² Информацию об этой инициативе можно узнать в статье «**Прозрачность и эффективность – ключевые задачи глобального проекта**», Дайджест № 39(9), сентябрь 2013 г: <https://docs.google.com/file/d/oB-ph8...>

потребностях сообществ. Но им пора научиться рассказывать о себе – честно, открыто, и без прикрас ...». Это то, чего сегодня ждут от НКО-сектора многочисленные стейкхолдеры и общественность.

*Источник: Nonprofit Quarterly, <http://www.nonprofitquarterly.org/man...>
[Дайджест № 43 (1), январь 2014 г.]*

5) Всё для прозрачности фондов: ресурс Glasspockets стал информативнее, удобнее и полезнее

Веб-сайт Glasspockets («Стеклянные карманы»), созданный в 2010 году американским Центром фондов для усиления прозрачности и подотчётности институтов филантропии, усовершенствовал свой дизайн и добавил новые сервисы. Все нововведения стали откликом на рекомендации, которые пользователи и единомышленники озвучили в ходе опроса.



В опросе приняли участие 50 фондов-пользователей инструмента оценки прозрачности «У кого стеклянные карманы?» ([Who Has Glass Pockets?](#)), партнёры сайта, а также блоггеры, которые участвуют в «Беседах о прозрачности» ([Transparency Talk](#)). Все респонденты отметили, что ресурс Glasspockets вносит заметный вклад в укрепление общественного доверия к участникам филантропической деятельности; а более половины фондов почерпнули на сайте полезную информацию и стали уделять вопросам открытости больше внимания. Следуя советам своей аудитории, команда Glasspockets оптимизировала

меню сайта и тем самым упростила процесс создания новых профилей, отображающих степень прозрачности организаций, а также облегчила доступ к описанию [этапов движения к прозрачности](#), [видео-материалам вебинаров](#) и другим тематическим презентациям. Помимо этого, пользователи по-прежнему обращаются к традиционным рубрикам, посвящённым «Обету дарения» ([Eye on the Giving Pledge](#)) и отчётной практике ведущих фондов США ([The Reporting Commitment](#)). Что касается новинок, то посетители сайта теперь могут пользоваться [интерактивной базой знаний](#); картой [Heat Map](#), отражающей частоту публикации различных типов сведений об организациях; и инфографикой, которая рассказывает об [использовании социальных медиа для усиления прозрачности](#). Руководитель проекта Glasspockets Джанет Камарена (Janet Camarena) отмечает, что почти 10% американских фондов (в том числе, достаточно крупных - с активами свыше 100 млн долларов) до сих пор не имеют веб-сайтов и предпочитают не распространяться о своей деятельности. Данное явление тормозит развитие экосистемы прозрачности, которая необходима как грант-мейкерам, так и грантополучателям для оперативного обмена информацией, сравнительного анализа, и поиска новых подходов к преобразованию общества. Это означает, что ресурс Glasspockets ещё долго не утратит своей актуальности, и его биография будет интересной и насыщенной.

*Источник: Glass Pockets, <http://blog.glasspockets.org/2013/11/...>
[Дайджест № 44 (2), февраль 2014 г.]*

6) Как работать с общественным мнением, чтобы сохранить доверие к НКО-сектору

В 2013 году американские СМИ бурно обсуждали факты нарушений в отдельных некоммерческих организациях, щедро награждая нелестными эпитетами весь НКО-сектор. Эксперты считают, что участники общественных преобразований должны активнее отстаивать свою индивидуальную и коллективную репутацию. Для этого каждая НКО должна проводить разъяснительную работу, рассказывая представителям СМИ и другим стейкхолдерам об этических ценностях, достигнутых результатах, и реальной стоимости социальных услуг.

Летом прошлого года обозреватели Центра расследовательской журналистики (The Center for Investigative Reporting) и ежедневного издания [Tampa Bay Times](#) опубликовали «чёрный список» из

50 НКО, которые слишком щедро оплачивали работу фандрайзинговых агентств³. Однако на этом критика в адрес благотворительных организаций не закончилась: популярная газета Washington Post получила доступ к формам налоговой отчётности НКО и нашла среди них 1 000 документов, в которых организации **охарактеризовали использование своих благотворительных ресурсов как недостаточно эффективное**. Вместо того, чтобы поприветствовать открытость участников общественно значимых инициатив и обсудить проблему недобросовестных поставщиков, внутренних нарушителей и безответственных внешних инвестиционных консультантов, журналисты объявили о том, что НКО-сектор «погряз в финансовых махинациях». Их даже не смутил тот факт, что 50 или даже 1 000 организаций в многомиллионном секторе – это всего лишь капля в море. Глава Национального совета НКО (The National Council of Nonprofits) Тим Делани (Tim Delaney) считает, что благотворительные организации не должны тихо сидеть в сторонке, рассчитывая на то, что их благородные миссии «скажут сами за себя». Он предлагает активизировать пропаганду этических ценностей, и зорко следить за тем, чтобы разъяснительная работа каждой НКО отражала общую позицию сектора, основанную на четырёх ключевых идеях:

1. *НКО действуют прозрачно*. Этому во многом способствуют налоговые формы 990, которые доступны всем заинтересованным субъектам, включая репортёров.
2. *От оплошностей не застрахован никто – даже сотрудники правоохранительных органов*. В качестве назидательного примера можно воспользоваться историей фонда American Legacy Fund, созданного в 1998 году генеральными прокурорами штатов для борьбы с назойливой рекламой табачных компаний и никотиновой зависимостью среди молодёжи. Действующие сотрудники фонда несколько лет собирались с духом, прежде чем осмелились рассказать о том, что прежнее руководство приобретало у некой компьютерной фирмы расходные материалы по баснословным ценам – на общую сумму в 3,4 млн долларов.
3. *Соблюдение этических стандартов никогда не утратит своей актуальности для НКО-сектора*. Потому что общественное доверие (и, значит, финансовая и иная ресурсная помощь) зависит от уважения к законам и подотчётности НКО перед всеми причастными сторонами.
4. *Накладные расходы – неизбежная и обязательная часть жизни НКО*. Чтобы не допустить нарушений, НКО обязаны уделять административному компоненту своей работы должное внимание. Однако в грантовых соглашениях и государственных контрактах возможности для развития материально-технической базы НКО, как правило, не оговариваются.

Крупнейшие СМИ сократили специалистов, которые профессионально освещали жизнь благотворительных организаций, поэтому их обзоры и разоблачения теперь не отличаются особой глубиной и пониманием специфики НКО-сектора⁴. А каждая статья со скоропалительными выводами является настоящим ударом по авторитету участников социальных преобразований. Поэтому взаимодействие со СМИ должно стать для НКО обязательным пунктом операционной повестки дня, и важным инструментом защиты собственных интересов.

*Источник: The Chronicle of Philanthropy, <http://philanthropy.com/article/Nonpr...>
[Дайджест № 44 (2), февраль 2014 г.]*

7) Смогут ли НКО угнаться за информационными запросами всех причастных сторон?

Некоммерческие организации часто слышат обвинения в недостаточной прозрачности и нежелании публиковать информацию о результатах долгосрочного характера. Но заслуживают ли НКО такой критики? Может стейкхолдерам стоит начать с себя – унифицировать требования к отчётности и задуматься о стоимости оценочных исследований? Дискуссию ведёт Лора Куинн (Laura Quinn), учредитель организации-поставщика программного обеспечения для НКО-сектора Idealware.

Лора Куинн предлагает читателям блога **Markets For Good** представить себя на месте менеджера среднестатистической НКО, который отвечает за сбор данных и оценку эффективности программ, пользуется поддержкой руководства, и особо не жалуется на нехватку бюджета. То есть, этот

³ Подробнее о результатах данного расследования читайте в статье «**50 худших американских НКО**».

⁴ Эта проблема подробно рассматривается в статье «**Парадокс: СМИ 'не видят' НКО**», опубликованной в Дайджесте № 39 (9), сентябрь 2013 г.: <https://docs.google.com/file/d/oB-ph8...>

условный менеджер работает в достаточно благоприятной обстановке. Но даже при таком раскладе у него остаётся масса поводов для головной боли:

- *Качество данных.* Сотрудники, которые работают с клиентами, как правило, перегружены работой и откладывают обновление информации об услугах и благополучателях на потом. Сведения в базе данных устаревают и не отражают реальной картины. Что делать? Погрозить пальцем? Потребовать дополнительного сотрудника? Обеспечить всех «полевых» работников мобильными устройствами? Но где найти средства? Варианты есть - ответа нет.
- *Поставка данных донорам,* которые пользуются разной терминологией, интересуются разными показателями и предпочитают получать информацию в удобном для себя формате. Кроме того, доноры не только предъявляют разные требования, но и меняют их с завидной регулярностью.
- *Сбор и анализ информации для развития организации* – это то, на что практически не остаётся времени, сил и средств.
- *Измерение устойчивых социальных результатов* (эффектов долгосрочного характера), требует проведения исследований с участием экспертов и представителей науки. Однако доноры не спешат поддерживать эту дорогостоящую деятельность. Они считают, что НКО должны в очередной раз изловчиться и вписаться в скромный бюджет. В результате проводятся исследования не лучшего качества, которые не могут гарантировать достоверность данных.

Складывается удручающая картина, но в малых НКО обстановка ещё хуже. Для выполнения требований внешних стейкхолдеров организациям необходимы стандартные показатели эффективности и значительные средства на развитие технологий и компетенций. И если доноры не подключатся к решению проблемы, то стоит ли ждать от НКО-сектора соответствия высоким стандартам прозрачности и отчётности?

Источник: Idealware, <http://www.idealware.org/articles/sea...>

[Дайджест № 39 (9), сентябрь 2013 г.]

8) Зарплата руководителей НКО: местная власть требует отчётности

Генеральный прокурор штата Массачусетс (США) настаивает на том, чтобы благотворительные организации отчитывались о выплатах своим директорам более подробно и в установленные сроки. Власти штата рассчитывают на то, что данное требование (в совокупности с другими мерами) будет сдерживать рост заработной платы первых лиц НКО.

Помощники прокурора изучили файлы 25 крупных местных НКО (в основном больниц и университетов) с годовым доходом более 1 млрд долларов, и выяснили, что оплата труда руководителей данных организаций достаточно высока, и варьируется в пределах от 487 397 до 8,8 млн долларов в год. Все эти учреждения обосновали размер зарплаты по всем правилам, установленным Налоговой службой США (IRS), но при этом авторы отчёта не обнаружили внутренних политик, которые сдерживали бы рост директорского вознаграждения. Помимо этого, их смутило то, что трудовые договора, как правило, содержат положения о выплате солидного выходного пособия. Генеральный прокурор Марта Коукли (Martha Coakley) уверена в том, что регулярная и детальная отчётность будет дисциплинировать благотворительные организации, однако некоторые эксперты с ней не согласны. Авторитетный консультант Дэн Палотта (Dan Pallotta), например, считает, что оплата труда лидеров некоммерческого и частного секторов не должна слишком отличаться друг от друга, потому что мастерство руководителей НКО позволяет привлекать в социальную сферу ценные ресурсы, которые в дальнейшем служат интересам общества. Г-жа Коукли данное мнение не оспаривает, но подчёркивает, что доноры имеют право знать, каким образом получатели помощи распоряжаются их деньгами. Поэтому советам директоров НКО в скором времени придётся более пристально изучать практику оплаты труда в своих сферах деятельности, уделять больше внимания полезной отдаче от деятельности наёмных руководителей, и следить за тем, чтобы отчёты поступали контролирующим органам течение нескольких месяцев после завершения финансового года.

Источник: The Chronicle of Philanthropy, <http://philanthropy.com/article/Mass-...>

[Дайджест № 46 (4), апрель 2014 г.]

9) Поверхностные рейтинги агентства Charity Navigator не распознают существенных недостатков в работе НКО

Американский эксперт из Нью-Гемпшира Алан Кантор (Alan Cantor) подверг критике методику оценки эффективности некоммерческих организаций, которую использует рейтинговое агентство Charity Navigator (CN). Он считает, что специалисты CN присуждают «звёзды», не вникая в суть управленческой и этической практики исследуемых НКО.



Чтобы точнее обозначить суть своих претензий, Алан Кантор изучил сведения национального фонда American Endowment Foundation (AEF), который в рейтинге CN занимает верхние строки на протяжении 11 лет. AEF активно общается с финансовыми советниками доноров и управляет именными фондами, распределяя ресурсы и осуществляя мониторинг инвестиций. В силу этих особенностей организацию трудно представить в одном ряду с традиционными

НКО, выполняющими социальные или экологические программы. Тем не менее, в отчёте AEF говорится о том, что фонд тратит на программы 96,7% от общей суммы ежегодных затрат, а на фандрайзинг – 1,7%. В итоге AEF получил максимальное количество баллов (70) за «финансовый менеджмент» и за «прозрачность и отчётность». Однако под этим внешним глянцем скрывается информация, вызывающая много вопросов. Во-первых, учредитель фонда Филип Тобин (Philip Tobin) совмещает должности исполнительного директора и председателя совета директоров. Эта практика уже дискредитировала себя в корпоративной среде и не прижилась в НКО-секторе. Во-вторых, ещё три высшие должности так же принадлежат родственникам Филипа Тобина; и все вместе представители семьи ежегодно получают 68% от фонда оплаты труда, размер которого в 2011 году составил 854 715 долларов. По мнению CN, заслуга AEF заключается в том, что фонд всех этих тонкостей не скрывает и, значит, ведёт себя прозрачно. И таких организаций, которые законов вроде бы не нарушают, но выглядят не слишком этично, очень много. Если бы агентство CN подходило к своей работе более ответственно, то у людей появился бы шанс разобраться в подобных нюансах. Например, общественность должна понимать, что небольшая НКО, которая в 2013 году не получила госконтракт и по объёму доходов не дотянула до показателя предыдущего года, работает не хуже, чем AEF. А пока мы видим такую картину: если малая или средняя организация в течение года не увеличивает объём доходов, то она получает меньше баллов. Далее: если эта НКО нанимает специалиста по фандрайзингу, то у неё повышается процент расходов на привлечение ресурсов, и она вновь теряет баллы. Таким образом, у обычной социальной НКО практически нет шансов занять в рейтинге высокую позицию. Все эти наблюдения не означают, что рейтинги не нужны. Однако было бы гораздо лучше, если бы оценщики CN уделяли больше внимания контексту деятельности НКО, и разъясняли эти особенности донорам и другим стейкхолдерам.

*Источник: The Chronicle of Philanthropy, <http://philanthropy.com/article/Chari...>
[Дайджест № 43 (1), январь 2014 г.]*

10) 50 худших американских НКО

Расследование, проведённое газетой Tampa Bay Times в содружестве с Центром расследовательской журналистики (Investigative Reporting Center) и каналом CNN, завершилось публикацией отчёта о недобросовестной практике 50 НКО. В «чёрном списке» оказались те организации, которые слишком много тратят на услуги профессиональных фандрайзеров; вводят в заблуждение доноров; и завышают суммы, израсходованные на выполнение миссий.

Реакция представителей НКО-сектора на эту эксклюзивную публикацию оказалась бурной и неоднозначной. Ассоциация профессиональных фандрайзеров (The Association of Fundraising Professionals) считает, что из-за 50 нарушителей может пострадать репутация всего сектора, насчитывающего более 1,5 млн благотворительных организаций. А глава Совета по защите

интересов НКО (The Charity Defense Council) Дэн Палотта (Dan Palotta) с иронией отметил, что отчёт о вкладе НКО-сектора в развитие общества был бы гораздо полезнее. Но зато другие эксперты искренне поприветствовали инициативу СМИ. Они считают, что общественность имеет право знать о разновидностях и способах нарушений, которые, как выяснилось, могут заключаться в следующем:

- *Слишком щедрая оплата услуг профессиональных фандрайзеров / агентств прямого маркетинга.* Президент Центра эффективной филантропии (The Center for Effective Philanthropy) Фил Бьюкенен (Phil Buchanan) подчеркнул, что авторы отчёта не обсуждают процент накладных расходов НКО, но акцентируют внимание на сведениях, разоблачающих факты оплаты дорогостоящих услуг коммерческих компаний. Методика расследования заблаговременно обсуждалась с экспертами сферы фандрайзинга. И в итоге выяснилось, что 50 НКО за 10 лет потратили на своих «помощников» почти миллиард долларов.
- *Манипуляции с данными о пожертвованиях.* Чтобы уменьшить долю затрат на фандрайзинг и искусственно увеличить расходы на благотворительные программы, недобросовестные НКО совмещают кампании по сбору средств с образовательными мероприятиями или завышают стоимость полученной нефинансовой помощи. Расследование показало, что 50 худших НКО тратят на фандрайзинг слишком много - более 75% от общей суммы привлечённых средств.

Некоторые НКО из «чёрного списка» попытались опровергнуть доводы журналистов, а другие организации срочно дистанцировались от лидеров сомнительного рейтинга. Например, небольшая НКО «Американский онкологический фонд» (The American Cancer Fund) позаботилась о том, чтобы её не путали с крупным «Онкологическим фондом Америки» (The Cancer Fund of America), который значится в списке под номером 2. Эта позиция досталась большому фонду за высокие расходы на услуги коммерческих «партнёров» (80 млн долларов за 10 лет), и скромные затраты на благотворительные программы - всего 1 млн долларов. Сумма заработной платы, перечисленной учредителю и членам его семьи, тоже составила 1 млн долларов. Фонд попытался объяснить, что журналисты не учли расходов на оптовые закупки товаров, которые необходимы для оказания помощи пациентам, но данное заявление уже никого не впечатлило. Юристы поясняют, что лазейки для нарушителей являются следствием несовершенных законов. В частности, законодательство не разрешает штатам устанавливать «потолок» для оплаты услуг сторонних фандрайзеров, но при этом поощряет мигрирующих мошенников, которые сворачивают дела в одном штате, и через некоторое время благополучно всплывают в другом регионе. Эксперт консалтинговой организации Avalon Consulting Group Дженифер Филипс (Jennifer Phillips) считает, что «неэтичный фандрайзинг подрывает устои филантропии», и настаивает на том, чтобы профессиональные ассоциации активизировали обсуждение стандартов добросовестного поведения. Федерация НКО, созданная при Ассоциации агентств прямого маркетинга ([The DMA Nonprofit Federation](#)) согласилась с таким пожеланием и приступила к изучению результатов расследования.

*Источник: The Chronicle of Philanthropy, <http://philanthropy.com/article/Worst...>
[Дайджест № 40 (10), октябрь 2013 г.]*