Дайджест публикаций международного филантропического сообщества

Выпуск № 8 (62), сентябрь 2015 г.

Все выпуски и тематические подборки статей из архивов Дайджеста можно найти на сайте **http://ep-digest.ru/**

а чтобы подписаться на рассылку Дайджеста, напишите по адресу **info@ep.org.ru**
или свяжитесь с нами в Фейсбуке **www.facebook.com/EvolutionAndPhilanthropy**

© Составление, оформление.
Некоммерческая организация "Эволюшн энд Филантропи" (Великобритания), Филиал в Российской Федерации, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

I. ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА 4

1) Филантропия в США: американское общество обсуждает 60-й отчет 4
В Отчете о филантропической практике в США - 2015 (The 2015 Giving USA) говорится о том, что в 2014 году объем благотворительных пожертвований не только повысился на 5,4% (и составил 358,38 млрд долларов с учетом инфляции), но и превзошел самый высокий показатель «до рецессии» (355,17 млрд долларов). Однако эксперты отмечают, что распределение ресурсов по сферам деятельности происходило неравномерно, как и в прежние годы.

2) Благотворительность глазами богатых людей 5
Управляющая компания U.S. Trust провела опрос 640 собственников крупных активов (3 млн долларов и более) и выяснила, что большинство состоятельных американцев (86%) воспринимают филантропию как возможность «отдать должное» обществу и считают данную практику важной частью своей жизни.

3) Размышления экспертов о филантропии в Азиатско-Тихоокеанском регионе 5
Всемирная инициатива по поддержке грантмейкеров (WINGS - The Worldwide Initiative for Grantmaker Support) провела совещание, в ходе которого эксперты из разных стран обсудили особенности филантропии Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) и поделились мнениями о перспективах ее развития.

II. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ 6

1) Как оценить вклад корпораций в развитие общества 6
На смену инициативам, вынуждающим бизнес считаться с интересами общества, постепенно приходят проекты, демонстрирующие заслуги социально ответственных компаний в качестве примеров добросовестной практики. Но чтобы произвести на инвестора или потребителя должное впечатление, социальную эффективность предприятия сначала нужно измерить и сопоставить с показателями других игроков. Британская газета The Guardian подготовила описание инструментов, которые неплохо справляются с этой сложной задачей.

2) Британский бизнес становится более ответственным: основные выводы нового исследования 7
Британская деловая сеть Business in the Community опубликовала 12-й по счету «Индекс корпоративной ответственности – 2015» (CR Index - The Corporate Responsibility Index – 2015), который свидетельствует о том, что ведущие компании Соединенного Королевства стали больше заботиться об экологии и состоянии дел в обществе.

3) Мнение сослуживцев усиливает стремление к добрым делам 8
Американская консалтинговая организация Achieve в содружестве с Фондом Кейсов (The Case Foundation) провела серию «опросов на рабочем месте» и выяснила, что рекомендации коллег (a) повышают готовность «поколения нового тысячелетия» (millennials) к добровольческой практике и (b) положительно влияют на размеры пожертвований.

III. ПРОЗРАЧНОСТЬ И ОТЧЕТНОСТЬ 8

1) Отчетность корпораций в области устойчивого развития выходит на новый уровень 8
В 2017 году «отчетность о вкладе в устойчивое развитие общества» (SR - sustainability reporting) станет обязательной для всех крупных компаний Европейского союза. Чтобы оценить трудности переходного периода и перспективы широкого внедрения и развития SR, специалисты глобального онлайн-ресурса 2degrees провели опрос, который помог составить представление о сложившейся практике и настроениях делового сообщества.

2) Электронная отчетность благотворительных организаций становится всеобщей 9
Экспертный совет по вопросам льготного налогообложения и деятельности органов власти (The Advisory Committee on Tax Exempt and Government Entities) представил Налоговой службе США (IRS – The Internal Revenue Service) результаты опроса, которые свидетельствуют о том, что подавляющее большинство некоммерческих организаций (более 98% из 468 респондентов) не возражают против отчетности в электронном формате.

IV. ОЦЕНКА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ 10

1) Выводы нового исследования об оценочной практике фондов и НКО 10
Американский Центр эффективной филантропии (The Center for Effective Philanthropy) опубликовал отчет, в котором обозначены (a) трудности, препятствующие использованию результатов оценки для получения более значительного социального эффекта, и (b) способы преодоления этих проблем усилиями некоммерческих и филантропических организаций.

2) Теория изменений: быть иль не быть? 11
Для многих участников социальных преобразований «Теория изменений» (ТИ) является неотъемлемой частью проектной работы. Но если некоторые организации используют ее для построения причинно-следственных связей между активностью и результатом, то для других это всего лишь возможность поразмышлять о способах воздействия на общество. Подобные разночтения вызывают трудности понятийного и практического характера. Чтобы разобраться в ситуации, крупные игроки сферы развития провели дискуссию, которая помогла оценить текущее положение дел и обсудить варианты дальнейших действий.
3) Мнение благополучателей поможет изменить мир 12
Американский Фонд «Совместное познание» (The Fund for Shared Insight) в сотрудничестве с мировым лидером в сфере онлайн опросов SurveyMonkey приступил к реализации экспериментального проекта «Слушайте, чтобы мир стал лучше» (Listen for Good). Партнеры рассчитывают на то, что благодаря данной инициативе некоммерческие организации станут активнее изучать мнение потребителей и применять эту важную информацию для развития своих услуг.

V. ФИНАНСЫ 13

1) Вывод исследования: прямой связи между расходами на паблисити и ростом доходов НКО не наблюдается 13
Основываясь на результатах опроса 60 известных британских НКО, консалтинговая организация nfpSynergy опубликовала отчет, в котором обсуждается связь между работой с общественным мнением и результатами фандрайзинга.
2) Высокие стандарты фандрайзинга – актуальный вопрос для британского общества 13
Три организации, обеспечивающие саморегулирование в сфере фандрайзинга, разработали комплекс мер, призванных оградить граждан Соединенного Королевства от недобросовестных действий соискателей благотворительной помощи.

VI. УПРАВЛЕНИЕ 14

1) Советы директоров НКО не справляются со своими задачами 14
Исследование, проведенное Высшей школой бизнеса Стэнфордского университета (The Stanford Graduate School of Business; США) в сотрудничестве с агентствами BoardSource и GuideStar, показало, что многие члены высших руководящих органов НКО не имеют навыков, опыта и ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей своих организаций.
2) Недостаток компетенций – главный источник трудностей для малых НКО 15
Опрос, проведенный британским Фондом социального развития (FSI - The Foundation for Social Improvement), показал, что малым НКО чаще всего не хватает навыков, необходимых для успешного фандрайзинга и продвижения интересов целевой аудитории.

VII. СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ 16

1) Измерение эффективности преобразующих инвестиций: день сегодняшний 16
Специалисты британского агентства Investing for Good провели серию интервью с посредническими организациями сферы «инвестиций, преобразующих общество» (impact investing), и опубликовали обзор, отражающий опыт измерения полезной отдачи от вложенных ресурсов.
2) Возможности для развития социальных инноваций в Африке 17
Крупные доноры, институты сферы развития и социальные инвесторы все чаще устремляют свои взоры на африканский континент в надежде поддержать инновационные проекты «местного происхождения». Однако встречных предложений пока маловато. Чтобы повлиять ситуацию, образовательный ресурс LEAP Africa подготовил для европейских и американских организаций серию рекомендаций по укреплению местной инфраструктуры социальных инноваций.

VIII. ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО 18

1) Новый отчет: Потенциал волонтеров велик, но не освоен в полной мере 18
Эксперты Программы добровольцев ООН (UNV – The United Nations Volunteers program) изучили волонтерскую практику в разных странах и пришли к выводу, что «люди доброй воли» вносят значительный вклад в реализацию современных моделей развития, ориентированных на интересы и потребности граждан. Отчет рекомендует искать возможности для межсекторного сотрудничества, формировать партнерства с участием разных групп стейкхолдеров, и официально привлекать добровольцев к выполнению Целей устойчивого развития.

I. ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА

1) ФИЛАНТРОПИЯ В США: АМЕРИКАНСКОЕ ОБЩЕСТВО ОБСУЖДАЕТ 60-Й ОТЧЕТ

В Отчете о филантропической практике в США - 2015 (The 2015 Giving USA) говорится о том, что в 2014 году объем благотворительных пожертвований не только повысился на 5,4% (и составил 358,38 млрд долларов с учетом инфляции), но и превзошел самый высокий показатель «до рецессии» (355,17 млрд долларов). Однако эксперты отмечают, что распределение ресурсов по сферам деятельности происходило неравномерно, как и в прежние годы.

- *Львиная доля всех пожертвований представлена благотворительными взносами американских граждан – 72%.* Показатель впечатляющий, но главный редактор издания Nonprofit Quarterly Рут Маккэмбридж (McCambridge) рекомендует не забывать о том, что эта цифра включает мега-пожертвования, которые в течение года повысили свое минимальное пороговое значение с 80 млн долларов (в 2013 г.) до 200 млн долларов (в 2014 г.). В общую сумму вошли восемь индивидуальных взносов, которые, как и прежде, поступили на счета крупных фондов. Единственным исключением оказались пожертвования Майкла Блумберга (Michael Bloomberg), полученные Институтом Джонса Хопкинса (The Johns Hopkins University), Метрополитен-музеем (The Metropolitan Museum) и рядом других организаций для реализации инициатив в сфере образования, искусства, здравоохранения и защиты окружающей среды.
- *Поддержка некоммерческих организаций по завещаниям составила 8%, а общая сумма возросла на 13,6%.* Положительную динамику снова обеспечило мега-пожертвование: согласно последней воле Ральфа Уилсона (Ralph Wilson), собственника команды Buffalo Bills, Фонд Ральфа К. Уилсона младшего (The Ralph C. Wilson Jr. Foundation) унаследовал около 1 млрд долларов.
- *Корпорации повысили планку своей щедрости на 11,9%, но их пожертвования (занявшие в общей диаграмме 5%) не превысили 0,7% от «общей суммы прибыли до вычета налогов».* Для сравнения: самый высокий «процент от прибыли» был зафиксирован в 1986 году, и тоже не впечатлял особым размахом – всего 2%.
- Фонды вложили в некоммерческий сектор 15% от общего объема пожертвований. *В течение года они увеличили свой показатель на 6,5%, но добиться глубокого взаимопонимания с гражданами США не смогли: американцы пожертвовали фондам всего 0,1%, отдав предпочтение схеме именного фонда (donor-advised fund), позволяющий выбирать социально значимую инициативу и потенциального получателя средств - исполнителя программы или проекта.*
- *В 2014 году приток ресурсов наблюдался практически во всех сферах деятельности*, за исключением «международной помощи», которая в отсутствие природных катастроф не получает средств от широкой аудитории (показатель снизился на 3,6%). Самую значительную поддержку вновь получили религиозные организации - 32% (114,9 млрд долларов), образовательные учреждения - 15%, гуманитарные службы и грантодающие фонды – по 12%. Защитники животных и окружающей среды по сравнению с прошлым годом привлекли намного больше пожертвований (увеличение составило 5,3%), но в общем списке все равно оказались на последних местах.

Следует отметить, что в силу оздоровления экономики у американцев стало на 3,8% больше средств, которые граждане могли бы направить на благотворительные цели (после выплаты налогов и других обязательных платежей, таких как ЖКХ, питание и т.п.). Однако процент пожертвованного дохода остался таким же, как и в 2013 году – 2%. Эксперты разочарованы, НКО тоже. Значит надо действовать: убеждать, разъяснять и общаться - укреплять связи и развивать отношения с разными аудиториями доноров.

Источники:
The Chronicle of Philanthropy, https://philanthropy.com/interactives/giving-usa-2015?cid=pw
Nonprofit Quarterly, http://nonprofitquarterly.org/2015/06/16/the-rising-tide-of-giving-and-your-nonprofit-boat-giving-usa-reports-on-2014/?utm_source=hs_email
npEngage, http://npengage.com/nonprofit-fundraising/fundraising-giving-usa-2014/

2) БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ГЛАЗАМИ БОГАТЫХ ЛЮДЕЙ

Управляющая компания U.S. Trust провела опрос 640 собственников крупных активов (3 млн долларов и более) и выяснила, что большинство состоятельных американцев (86%) воспринимают филантропию как возможность «отдать должное» обществу и считают данную практику важной частью своей жизни.

Авторы отчета «Богатство и достойный выбор – 2015» (The 2015 Wealth and Worth) сообщают о том, что 78% опрошенных имеют опыт финансирования благотворительных организаций, 66% респондентов знакомы с добровольческой практикой, и примерно треть участников опроса проявляет интерес либо уже осваивает механизмы «инвестиций, содействующих социальным преобразованиям» (impact investing). Повышенное внимание к «преобразующим инвестициям» (ПИ) объясняется тремя причинами: (1) готовностью содействовать изменениям в обществе (об этом сообщили более 70% респондентов); (2) желанием получить доход по рыночным ставкам (62%); и (3) стремлением выразить собственные ценности посредством социально значимых инвестиционных решений (30%). Что касается «фундаментальных» стимулов к участию в филантропической деятельности, включающей разные виды практик, то участники опроса чаще всего озвучивали следующие побудительные мотивы: желание поддержать инициативы, имеющие глубокое личное значение (55% опрошенных); подать достойный пример детям (43%); изменить мир к лучшему (33%); выполнить долг перед теми, кому в жизни повезло намного меньше (32%); и выразить благодарность за помощь, полученную в сложных жизненных обстоятельствах (30%). «Богатые люди нацелены на успех, но они осознают, что сами по себе деньги ничего не значат. Поэтому они используют свои богатства, чтобы прожить достойную, яркую и многогранную жизнь», - так прокомментировал результаты опроса президент U.S. Trust Кейт Бэнкс (Keith Banks).

Источник: The Philanthropy News Digest, http://philanthropynewsdigest.org/news/nearly-nine-in-ten-wealthy-individuals-say-giving-back-is-important?utm_campaign=news%7C2015-06-02

3) РАЗМЫШЛЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ О ФИЛАНТРОПИИ В АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОМ РЕГИОНЕ

Всемирная инициатива по поддержке грантмейкеров (WINGS - The Worldwide Initiative for Grantmaker Support) провела совещание, в ходе которого эксперты из разных стран обсудили особенности филантропии Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) и поделились мнениями о перспективах ее развития.

- *Тао Цзэ, вице-президент Китайского центра фондов (CFC - The China Foundation Centre),* поведал коллегам о развитии фондов в своей стране. В частности, он рассказал о том, что в настоящий момент в Китае действует 4 400 фондов, среди которых представлены государственные организации, привлекающие общественные ресурсы (1 500), а также частные институты, которые создаются на средства корпораций и состоятельных семей (2 900). Согласно прогнозам, стоимость активов данных организаций в конце 2016 года достигнет 20 млрд долларов, а ежегодный объем средств, направляемых на благотворительные цели – 7 млрд. В силу того что китайский НКО-сектор пока слишком мал и неопытен, фонды на 99% выполняют программы своими силами. Центр CFC активно пропагандирует идеи прозрачности и обеспечивает фондам необходимую техническую поддержку. Помимо этого, команда CFC готовится к запуску новой кампании, нацеленной на изучение и распространение опыта зарубежных грантовых программ, способствующих становлению гражданского общества.
- *Аталла Куттаб (Atallah Kuttab), учредитель консалтинговой организации SAANED for Philanthropy Advisory (Иордания) и председатель WINGS*, напомнил о том, что в 2011 году кампанию Центра CFC по раскрытию информации и усилению подотчетности фондов перед обществом поддержали 30% китайских фондов, а в 2014 году этот показатель достиг 90%. Это очень хороший результат. Демонстрируя свое стремление к прозрачности, организации укрепили доверие государства и рядовых граждан, вышли на новый этап эволюции, и подали пример другим игрокам социальной сферы - как в своей стране, так и за ее пределами.

- *Дженни Ходжсон (Jenny Hodgson), исполнительный директор Глобального фонда поддержки фондов местных сообществ (GFCF - The Global Fund for Community Foundations)*, отметила, что организованная филантропия не успела завоевать в АТР широкого общественного доверия, поэтому распространение грантмейкинга может оказаться не слишком интенсивным. Чтобы ускорить этот процесс, представителям разных секторов – фондам, органам власти, эффективным некоммерческим организациям – следует объединить усилия и выступить единым фронтом. Во Вьетнаме подобную инициативу возглавил Центр развития сообществ LIN (The LIN Center for Community Development). На протяжении шести лет его кампания «Не отставай!» (Narrow the Gap) укрепляет репутацию благотворительных организаций, успешно привлекает новых доноров (прежде всего – молодежь) и постоянно расширяет ряды добровольцев.
- *Д-р Майкл Лиффман (Dr. Michael Liffman), старший научный сотрудник Азиатско-Тихоокеанского центра филантропии и социальных инвестиций при Университете Суинберна (The Asia-Pacific Centre for Philanthropy and Social Investment at the Swinburne University; Австралия),* заострил внимание на преимуществах «гибридных социальных инвестиций», которые выходят за рамки традиционных представлений о филантропии, но, тем не менее, могут привлечь в социальную сферу значительные объемы частного капитала. Ориентируясь на опыт британских и американских первопроходцев, Сингапур уже приступил к освоению новой инвестиционной практики, Китай проявил к новым финансовым механизмам заметный интерес, а Индия пока сохранила образ «спящего гиганта», скрывающего мощный потенциал. Но чтобы усилить положительные тенденции, участникам нового рынка потребуется значительная образовательная поддержка.

Источник: Philanthropy in Focus, https://wingsweblog.wordpress.com/2015/04/23/global-perspectives-on-asia-pacific-philanthropy/

II. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

1) КАК ОЦЕНИТЬ ВКЛАД КОРПОРАЦИЙ В РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

На смену инициативам, вынуждающим бизнес считаться с интересами общества, постепенно приходят проекты, демонстрирующие заслуги социально ответственных компаний в качестве примеров добросовестной практики. Но чтобы произвести на инвестора или потребителя должное впечатление, социальную эффективность предприятия сначала нужно измерить и сопоставить с показателями других игроков. Британская газета The Guardian подготовила описание инструментов, которые неплохо справляются с этой сложной задачей.

- *Behind the Brands («Что скрывают бренды»).* С помощью данной методики гуманитарная организация Oxfam оценивает «большую десятку» крупнейших многонациональных производителей напитков и продуктов питания (Coca-Cola, Unilever и др.) по таким параметрам, как экономическое положение фермеров-поставщиков сырья, благополучие местных сообществ и состояние окружающей среды. Помимо этого, основываясь на документах, находящихся в публичном доступе, эксперты выясняют, в какой мере компании соблюдают права работников, женщин и владельцев земельных угодий. По итогам всестороннего анализа организациям присуждается определенное количество баллов. Чтобы занять высокие позиции в рейтинге (и, следовательно, сохранить и укрепить доверие партнеров и потребителей), корпорации стремятся продемонстрировать значительный социальный эффект и выдвигают аналогичные требования всем предприятиям, входящим в цепочки поставок.
- *Social Stock Exchange (SSX).* Британская социальная фондовая биржа SSX проводит скрининг и регистрирует компании, которые заявляют о своих социальных / экологических целях и претендуют на получение «инвестиций, содействующих преобразованию общества» (impact investments). Предприятия, прошедшие процедуру листинга, ежегодно предоставляют отчеты о социальной эффективности, которые повествуют о том, каким образом повседневная работа организаций вносит вклад в создание общественных благ. Независимый экспертный совет

тщательно изучает данные документы, уделяя особое внимание «доказательной информации» (evidence) и методам сбора данных.[1]

- *Индекс вклада в развитие общества FTSE4Good*. Традиционные фондовые биржи тоже стремятся привлечь инвесторов для поддержки социально-ориентированного бизнеса. Чтобы сформировать подходящие предложения, они пользуются специальными индексами, одним из которых является FTSE4Good. Профессионалы Лондонской биржи разработали его в 2001 году для оценки корпораций на основе экологических, социальных и управленческих показателей. В рейтинге этого индекса никогда не появляются табачные компании, производители оружия и предприятия атомной энергетики.

Эксперты сферы устойчивого развития считают данный инструментарий достаточно эффективным и, в частности, отмечают, что подобные инициативы и рейтинги усиливают мотивацию компаний к расширению «социального компонента», отражающего ожидания внешних и внутренних стейкхолдеров.

Источник: The Guardian, http://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/may/27/companies-brands-measure-impact-social-responsibility-ftse4good?CMP=new_1194

2) БРИТАНСКИЙ БИЗНЕС СТАНОВИТСЯ БОЛЕЕ ОТВЕТСТВЕННЫМ: ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ НОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Британская деловая сеть Business in the Community опубликовала 12-й по счету «Индекс корпоративной ответственности – 2015» (CR Index - The Corporate Responsibility Index – 2015), который свидетельствует о том, что ведущие компании Соединенного Королевства стали больше заботиться об экологии и состоянии дел в обществе.

Оценивая ответственность крупного бизнеса, исследователи стремились выяснить, каким образом корпорации зарабатывают и расходуют свои деньги и ресурсы; уделяют ли должное внимание вопросам воздействия на окружающую среду; и как проявляют себя в качестве работодателя, товаропроизводителя, поставщика и потребителя. Анализ информации показал, что в 2015 году задачи корпоративной социальной ответственности (КСО) заняли достойное место в повестках дня большинства крупнейших компаний страны: за прошедший год средний показатель КСО возрос с 85% до 91%. Авторы отчета также отмечают, что в 2014 году многие компании не без гордости докладывали о своем активном взаимодействии с разными целевыми аудиториями, но при этом очень мало сообщили о реальном влиянии стейкхолдеров на принятие решений. Это, безусловно, серьезный недостаток, но хорошая новость заключается в том, что в 2015 году эта проблема утратила свою остроту: 82% корпораций стали систематически изучать мнение причастных сторон, и 74% компаний приступили к оценке качества коммуникаций на основе специальных показателей. Однако до «пяти звезд» (99%) британской бизнес пока не добрался. Оказалось, что всего лишь 81% компаний формирует представление о рисках и возможностях, опираясь на сведения о глобальных тенденциях общественного развития; только 82% корпораций руководствуются критериями экологической, социальной и управленческой эффективности (ЭСУ / ESG); и не более 85% организаций оценивают свой вклад в укрепление сообществ. Таким образом, недостатки есть, и бизнесу придется над ними работать. В этой ситуации CR Index, во-первых, выступает в роли хорошего стимула для развития, и, во-вторых, является удобным инструментом самостоятельной оценки, с помощью которого корпорации могут изучать свою практику и сравнивать показатели КСО с информацией других игроков.

Источник: Justmeans, http://www.justmeans.com/blogs/business-in-the-communitys-2015-cr-index-reveals-strong-progress-in-corporate-responsibility

---

[1] Читайте также «**Обзор социальных фондовых бирж**», опубликованный в Дайджесте № 58 (4), апрель 2015 г. Архив: http://ep-digest.ru/?page_id=2379

3) МНЕНИЕ СОСЛУЖИВЦЕВ УСИЛИВАЕТ СТРЕМЛЕНИЕ К ДОБРЫМ ДЕЛАМ

Американская консалтинговая организация Achieve в содружестве с Фондом Кейсов (The Case Foundation) провела серию «опросов на рабочем месте» и выяснила, что рекомендации коллег (a) повышают готовность «поколения нового тысячелетия» (millennials) к добровольческой практике и (b) положительно влияют на размеры пожертвований.

В отчете «Влияние 'тысячелетников' на общество: инициативы, степень воздействия и рабочая сила нового поколения –2015» (The 2015 Millennial Impact Report: Cause, Influence & the Next Generation Workforce)[2] говорится о том, что в 2014 году 84% респондентов, родившихся в период с 1980 по 2000 гг., перечисляли средства на благотворительные цели, а 3% работников в этой группе пожертвовали в пользу НКО «не менее 5 000 долларов». Еще 22% от общего числа «благотворителей» сообщили о том, что их стремление поддержать социально значимую деятельность во многом является заслугой компании-работодателя. Чаще всего (в 54% случаев) предложение поддержать специальную корпоративную программу, акцию или благотворительную кампанию поступало от «непосредственного начальника», однако для большинства «тысячелетников» более весомым оказалось мнение и положительные примеры коллег, находящихся на том же уровне организационной иерархии (об этом сообщили 46% опрошенных). Слово «начальника» произвело значительное впечатление только на 27% работников, а просьба руководителя организации вдохновила 21% респондентов. Авторы документа также отмечают, что в течение 12 месяцев, предшествующих опросу, 70% «людей нового века» посвятили «как минимум 1 час» добровольческой работе. При этом 65% «волонтеров» согласились увеличить количество часов по рекомендации сослуживцев, и 44% - по совету начальника. С помощью этих сведений управленцы высшего и среднего звена могут корректировать работу по пропаганде добрых дел и вовлекать в этот процесс активных рядовых сотрудников, чье мнение, как оказалось, нередко является более авторитетным. Но прежде стоит выяснить, какие виды и направления социально значимой деятельности ценятся в коллективе больше всего; подготовить пакет предложений для любителей периодической и регулярной волонтерской работы; и запустить корпоративную программу софинансирования пожертвований.

Источник: The Philanthropy News Digest, http://philanthropynewsdigest.org/news/peers-shape-millennials-workplace-giving-volunteering-survey-finds?utm_campaign=news%7C2015-06-25

III. ПРОЗРАЧНОСТЬ И ОТЧЕТНОСТЬ

1) ОТЧЕТНОСТЬ КОРПОРАЦИЙ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ВЫХОДИТ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ

В 2017 году «отчетность о вкладе в устойчивое развитие общества» (SR - sustainability reporting) станет обязательной для всех крупных компаний Европейского союза. Чтобы оценить трудности переходного периода и перспективы широкого внедрения и развития SR, специалисты глобального онлайн-ресурса 2degrees провели опрос, который помог составить представление о сложившейся практике и настроениях делового сообщества.

1. *Интегрированная (объединенная) отчетность* усиливает лояльность стейкхолдеров и сокращает количество показателей для разных видов эффективности – социальной, экологической и экономической. Однако для четверти участников опроса (25%) освоение интегрированного подхода остается вопросом не самого близкого будущего. Потому что подготовка подобных документов не ограничивается включением в финансовый отчет дополнительного раздела по теме устойчивого развития:

[2] Чтобы сравнить сведения данного отчета с результатами предыдущего опроса (за 2014 год), ознакомьтесь со статьей «**Поколение тысячелетия меняет обстановку на рабочем месте**», Дайджест № 51 (9), сентябрь 2014: http://ep-digest.ru/?page_id=1028

организации должны запустить процессы культурных изменений, переориентировать бизнес на долгосрочные горизонты, и приступить к построению более конструктивных, партнерских отношений с поставщиками, потребителями, акционерами и другими причастными сторонами. Стратегия содействия устойчивому развитию должна учитывать потребности всех заинтересованных субъектов – как внешних, так и внутренних. Для большинства компаний подобная работа уже становится «частью жизни», но 17% респондентов расценили данное направление как новацию.

2. *Регулярная публикация актуального контента*, представляющего интерес для всех причастных сторон, может оказаться достойной альтернативой объемным годовым отчетам. Такое конструктивное предложение озвучили 15% опрошенных компаний.
3. *Интерактивная информация, представленная в цифровом формате и доступная для изучения в режиме реального времени*, укрепляет подотчетность бизнеса перед обществом. Печатное слово статично, а цифровой контент подвижен, разнообразен и привлекателен для читателя. Оригинальная презентация данных – это всегда «плюс», но этому надо учиться.
4. *Универсальные стандарты отчетности* становятся обсуждаемой темой. Авторитетными источниками рекомендаций по подготовке SR-отчетов сегодня являются такие организации, как Глобальная инициатива по отчетности (GRI - The Global Reporting Initiative), Международный совет по интегрированной отчетности (IIRC - The International Integrated Reporting Council), Совет по стандартам финансовой отчетности о вкладе в устойчивое развитие общества (SASB – The Sustainability Accounting Standards Board) и ряд других похожих инициатив. В ходе опроса 13% респондентов высказались за разработку единых требований на базе универсальных показателей, открывающих возможности для сравнительного анализа и получения лучшего результата для разных групп стейкхолдеров. Эта идея пока вызывает много вопросов, поскольку каждая организация желает продемонстрировать уникальные особенности своего бизнеса.
5. *Отчетность - фактор подлинной прозрачности*. Вполне возможно, что на смену отчетам однажды придут постоянно обновляемые данные, которыми сможет беспрепятственно пользоваться каждый заинтересованный читатель. Но пока 11% компаний считают разговоры о тотальной прозрачности преждевременными. «Когда мы говорим об устойчивом развитии, мы не имеем в виду отчетность. Тем не менее, она помогает упорядочить процессы, способствующие реальным изменениям в обществе» – так выразил общее настроение участников опроса Клас Холлберг (Klas Hallberg), представляющий шведскую компанию Akzonobel.

Источник: 2degrees, https://www.2degreesnetwork.com/groups/2degrees-community/resources/what-future-reporting/?utm_campaign=Editors_Highlights_NL

2) ЭЛЕКТРОННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ СТАНОВИТСЯ ВСЕОБЩЕЙ

Экспертный совет по вопросам льготного налогообложения и деятельности органов власти (The Advisory Committee on Tax Exempt and Government Entities) представил Налоговой службе США (IRS – The Internal Revenue Service) результаты опроса, которые свидетельствуют о том, что подавляющее большинство некоммерческих организаций (более 98% из 468 респондентов) не возражают против отчетности в электронном формате.

Для начала следует вспомнить о том, что крупные и малые американские НКО отчитываются в электронном виде уже не первый год, а средние организации до сих подают сведения на бумажных носителях. В силу данного обстоятельства средние НКО выпадают из «общей картины мира», поскольку для обработки документации государству явно не хватает человеческих, временных и технических ресурсов[3]. Изучив ситуацию, эксперты составили план действий, предлагающий руководству IRS (а) подготовить для Конгресса США

[3] С предысторией можно ознакомиться в статье «**Требование к Налоговой службе США: обязательная отчетность НКО должна быть доступной в удобном для пользователя формате**», Дайджест № 56 (2), февраль 2015 г. Архив: http://ep-digest.ru/?page_id=2379

предложение о продлении сроков отчетности для тех, кто осваивает электронный формат, (b) сформировать комитет по обновлению и сокращению Формы 990, и (c) расширить Форму 990-N, используемую малыми НКО (чьи активы не превышают 50 000 долларов). Данные рекомендации продиктованы следующими обстоятельствами:

- *Потребность в получении данных, пригодных для машинного чтения*. Исследователи, доноры и лидеры НКО нуждаются в актуальных сведениях, которые можно оперативно обрабатывать, анализировать, агрегировать и использовать для подготовки обоснованных решений. Чтобы ускорить процесс формирования открытых данных, лидер НКО Public.Resource.Org Карл Маламуд (Carl Malamud) подал иск в суд и добился положительной реакции от администрации президента и казначейства США, которые теперь тоже поторапливают конгрессменов, не позволяя им игнорировать важный общественный запрос.
- *Несовершенство формы налоговой отчетности*. Форма 990 уже обновлялась в 2008 году, однако в ней сохранился целый ряд моментов, которые вводят в заблуждение даже опытных специалистов. Например, у многих НКО вызывает вопросы классификация государственных грантов, список поощрений и премиальных выплат, правила отчетности о нефинансовых пожертвованиях, и расчеты стоимости добровольческих услуг.

Глава IRS Джон Коскинен (John Koskinen) отметил, что некоторые рекомендации экспертов можно воплотить в жизнь без особого труда, однако есть и такие предложения, которые требуют поправок к налоговым политикам местного и регионального уровня. Кроме того, для проведения масштабной работы по корректировке Формы 990 у Налоговой службы США сегодня нет ни времени, ни ресурсов: «Мы будем играть теми картами, которые у нас есть. И в настоящий момент мы испытываем серьезные финансовые трудности». Можно предположить, что электронный формат скоро станет реальностью для всех игроков НКО-сектора, но об удобных и логичных правилах отчетности видимо придется помечтать.

Источник: The Chronicle of Philanthropy, https://philanthropy.com/article/IRS-Advisory-Panel-Calls-for/230973?cid=pw

IV. ОЦЕНКА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

1) ВЫВОДЫ НОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОБ ОЦЕНОЧНОЙ ПРАКТИКЕ ФОНДОВ И НКО

Американский Центр эффективной филантропии (The Center for Effective Philanthropy) опубликовал отчет, в котором обозначены (a) трудности, препятствующие использованию результатов оценки для получения более значительного социального эффекта, и (b) способы преодоления этих проблем усилиями некоммерческих и филантропических организаций.

Авторы отчета «Оценка с целью повышения эффективности: что делают НКО и чем могут помочь фонды» (Assessing to Achieve High Performance: What Nonprofits are Doing and How Foundations Can HelP)[4] сообщают о том, что благотворительные организации занимаются сбором и анализом данных для демонстрации своих достижений, однако «КПД» оценочной деятельности остается незначительным в силу целого ряда неблагоприятных обстоятельств:

1. *Культура годового планирования*. Многолетние гранты предоставляют всего лишь 28% фондов. В подобных условиях лидеры НКО не могут инвестировать ресурсы в долгосрочное развитие инфраструктуры оценки, необходимой для систематического сбора и анализа данных.
2. *Частичное финансирование некоммерческих инициатив*. Фонды редко покрывают расходы на социальные программы в полном объеме, и в первую очередь сокращают статью «Оценка».

[4] Результаты данного исследования также обсуждаются в статье «**Итоги опроса: оценочная практика НКО-сектора нуждается в поддержке доноров**», Дайджест № 61 (7), июль 2015 г.
Архив: http://ep-digest.ru/?page_id=2379

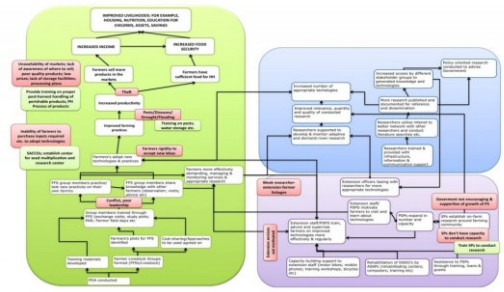
3. *Нестабильное финансирование НКО-сектора*. Недостаточная поддержка оценки – это лишь часть масштабной проблемы, которая выражается в ограниченных финансовых вливаниях в социальную сферу.
4. *Отсутствие оценщиков среди сотрудников НКО*. Эта проблема наиболее ярко прослеживается в сообществе малых организаций (с годовыми бюджетами менее 1,4 млн долларов), которые смогли позволить себе специалиста по оценке лишь в 9% случаев. Что касается крупных организаций (с бюджетами более 5 млн долларов), то в этой группе аналогичный показатель составил 53%.
5. *Забота об отчетности при недостаточном внимании к вопросам управления эффективностью*. НКО тратят много сил на подготовку объемных отчетов для своих доноров и высших руководящих органов, упуская возможности для обучения и применения оценочной информации для улучшения программ. А фонды, в свою очередь, не слишком интересуются тем, какие сведения действительно нужны их грантополучателям, и не делятся результатами оценки с окружающим миром.

Чтобы исправить ситуацию, исследователи рекомендуют фондам предоставлять многолетние гранты; оказывать грантополучателям «поддержку общего характера» (general operating support); обсуждать с НКО информационные потребности и показатели эффективности; и поощрять инициативы по сбору/анализу данных и применению ценной информации для принятия решений. Изучив отчет, директор по исследованиям, оценке и стратегическому обучению Трастового фонда штата Колорадо (The Colorado Trust) Нанси Богман Ксути (Nancy Baughman Csuti) отметила: «Если фонд продвигает оценку и обучение, то он просто обязан публиковать информацию о своих ошибках. Если данное условие соблюдается, то НКО без опаски следуют примеру донора… Мы должны сами выполнять все то, что требуем от грантополучателей. Всегда!».

Источники: The Center for Effective Philanthropy
http://www.effectivephilanthropy.org/a-call-to-rethink-how-we-support-grantees/
http://www.effectivephilanthropy.org/getting-to-assessment-and-high-performance/

2) ТЕОРИЯ ИЗМЕНЕНИЙ: БЫТЬ ИЛЬ НЕ БЫТЬ?

Для многих участников социальных преобразований «Теория изменений» (ТИ) является неотъемлемой частью проектной работы. Но если некоторые организации используют ее для построения причинно-следственных связей между активностью и результатом, то для других это всего лишь возможность поразмышлять о способах воздействия на общество. Подобные разночтения вызывают трудности понятийного и практического характера. Чтобы разобраться в ситуации, крупные игроки сферы развития провели дискуссию, которая помогла оценить текущее положение дел и обсудить варианты дальнейших действий.



- *Полезная отдача от Теории изменений (Theory of Change)*:
  - ТИ помогает донорам отказаться от нереальных ожиданий и требований;
  - ТИ преобразует тактические знания в точную информацию, имеющую прямое отношение к работе международных агентств внешней помощи;
  - ТИ напоминает всем причастным сторонам, «почему» они выполняют или поддерживают тот или иной проект;
  - ТИ помогает оперативно распознавать эффективные и неэффективные практики.
- *Идеи и наблюдения*:
  - *Человеческий фактор*. Лучшие примеры социальных преобразований опираются на «предпринимателей, содействующих развитию» (development entrepreneurs), которые являются «скрытой пружиной» всех успешных реформ. Эти люди, нацеленные на познание и постижение сути явлений, как правило, используют ТИ в качестве аналитического инструмента. Надо стремиться к тому, чтобы таких игроков становилось больше.
  - *Схемы*. Некоторые ТИ порой перегружены сложными схемами, в которых «тонет» главная идея и содержание проекта. Бесконечная череда кубиков, соединенных стрелочками, понятна

лишь тем, кто участвовал в построении ТИ. Желательно, чтобы создатели схем принимали в расчет возможности и пожелания будущих читателей – новых сотрудников, доноров и т.д.

– *Авторитарный подход*. Бывает так, что ТИ разрабатывает головной офис организации, и при этом не учитывает мнения коллег из региональных подразделений. Куда же делись гибкие подходы к поиску консенсуса?! Они используются, но не так часто, как хотелось бы. В качестве успешных примеров можно упомянуть такие НКО, как миротворческая организация Peace Direct и Католическое агентство внешней помощи (The Catholic Agency for Overseas Development), которые вовлекают в создание ТИ ключевых стейкхолдеров и постоянно совершенствуют свою практику.
– *Набор инструментов*. Зачастую инструментарий становится ограничителем, игнорирующим местный контекст. Но альтернатива есть. Автор книги «От бедности к могуществу» (From Poverty to Power) Дункан Грин (Duncan Green) предлагает составить серию вопросов, на которые необходимо ответить в процессе создания ТИ, и подготовить описание процесса реализации и корректировки намеченных планов. При таком подходе теории изменений будут стимулировать творчество, и создавать условия для воплощения новых идей и подходов к построению лучшего общества.

Источник: From Poverty to Power, http://oxfamblogs.org/fp2p/where-have-we-got-to-on-theories-of-change-passing-fad-or-paradigm-shift/?utm_source=New%20Philanthropy%20Capital

3) МНЕНИЕ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ ПОМОЖЕТ ИЗМЕНИТЬ МИР

Американский Фонд «Совместное познание» (The Fund for Shared Insight) в сотрудничестве с мировым лидером в сфере онлайн опросов SurveyMonkey приступил к реализации экспериментального проекта «Слушайте, чтобы мир стал лучше» (Listen for Good). Партнеры рассчитывают на то, что благодаря данной инициативе некоммерческие организации станут активнее изучать мнение потребителей и применять эту важную информацию для развития своих услуг.

Проект опирается на опыт организаций, которые при поддержке Фонда «Совместное познание»[5] уже улучшили системы взаимодействия с целевыми аудиториями и скорректировали программы и текущие планы. Фонд будет использовать достижения грантополучателей для создания «волнового эффекта», способного ускорить распространение передовых практик. Некоммерческому сообществу будет предложен инструмент Listen for Good, разработанный по аналогии с NPS (Net Promoter System) – системой, которая помогает бизнесу прогнозировать рост потребительского интереса и строить планы на будущее. Секрет популярности NPS заключается в трех простых вопросах, которые в слегка измененном виде перекочевали в новый инструмент для НКО-сектора:

1. Если бы ваш друг нуждался в _____, насколько вероятно, что вы порекомендовали бы ему нашу программу? – Оцените степень вероятности по шкале от 0 до 10 баллов.
2. Почему вы указали именно такой балл?
3. Каким образом, по вашему мнению, мы можем улучшить свою работу?

Освоив такой простой, но действенный способ сбора актуальной информации, НКО научатся видеть и демонстрировать связи между общением со стейкхолдерами и конечными результатами / изменениями в обществе. Чтобы добиться успеха, фонд намерен предоставить американским НКО около 50 грантов, предназначенных для построения эффективных механизмов обратной связи с потребителями услуг; оказать получателям финансирования техническую и образовательную поддержку; и создать условия для обмена информацией и опытом между всеми заинтересованными субъектами.

Источник: Alliance magazine, http://www.alliancemagazine.org/blog/why-we-all-need-to-listen-for-good/

---

[5] О деятельности Фонда «Совместное познание» также читайте в статьях «**Новый отчет от экспертной организации: не пренебрегайте мнением конечных благополучателей**» (Дайджест № 1 / 55, январь 2015 г.) и «**Расширение обмена знаниями среди НКО: партнерская инициатива частных фондов США**» (Дайджест № 2 / 56, февраль 2015 г.). Архив: http://ep-digest.ru/?page_id=2379

V. ФИНАНСЫ

1) ВЫВОД ИССЛЕДОВАНИЯ: ПРЯМОЙ СВЯЗИ МЕЖДУ РАСХОДАМИ НА ПАБЛИСИТИ И РОСТОМ ДОХОДОВ НКО НЕ НАБЛЮДАЕТСЯ

Основываясь на результатах опроса 60 известных британских НКО, консалтинговая организация nfpSynergy опубликовала отчет, в котором обсуждается связь между работой с общественным мнением и результатами фандрайзинга.

На примере организаций, чьи годовые доходы исчисляются десятками или даже сотнями миллионов фунтов стерлингов, авторы отчета «Идея понятна?» (Ringing a bell?) показывают, что «медийные затраты» и расходы на повышение узнаваемости НКО не имеют прямого отношения к улучшению показателей фандрайзинга. Для получения положительного эффекта руководство НКО должно заботиться о том, чтобы долгосрочная стратегия включала меры по регулярному информированию целевых аудиторий о специфике работы организации и результатах ее социально значимых программ. При этом следует понимать, что меры по повышению осведомленности граждан являются началом продолжительного процесса, а не его завершением. В частности, в документе говорится о том, что НКО могут добиться определенной известности среди членов парламента примерно за 6-12 месяцев, но для просвещения широкой общественности потребуется от двух до пяти лет. Данная работа может включать привычные публикации в СМИ (об их эффективности свидетельствует опыт Британского Красного креста / The British Red Cross) или более сложные механизмы, охватывающие несколько видов и каналов коммуникации, которыми, например, пользуются Королевское национальное общество спасения на водах (RNLI – The Royal National Lifeboat Institution) и гуманитарная организация Oxfam. Безусловно, некоторые способы получения доходов не требуют проведения широких разъяснительных кампаний, но основная задача исследования заключалась именно в том, чтобы продемонстрировать возможность взаимного усиления двух направлений за счет правильного распределения человеческих и финансовых ресурсов. Учредитель nfpSynergy Джо Сакстон (Joe Saxton) охарактеризовал практическое значение опроса следующим образом: «Данный отчет не устранит всех трудностей, связанных с формированием положительного имиджа благотворительной организации, но он может положить начало обсуждению существующего опыта и поиску новых решений. Имея доступ к некоторой статистике, идеям и экспертным знаниям, специалисты по брендингу и коммуникациям могут поддержать стремление своих коллег к разработке эффективной ‘комбинированной стратегии’, способной привлечь внимание широкой аудитории к программам НКО и получить необходимые ресурсы для их реализации».

Источник: Civil Society Media Ltd,
http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/19875/invest_in_people_and_long-term_strategy_to_grow_awareness_and_income_says_free_report?utm_source=18%20June%202015%20Finance

2) ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ ФАНДРАЙЗИНГА – АКТУАЛЬНЫЙ ВОПРОС ДЛЯ БРИТАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Три организации, обеспечивающие саморегулирование в сфере фандрайзинга, разработали комплекс мер, призванных оградить граждан Соединенного Королевства от недобросовестных действий соискателей благотворительной помощи.

В последнее время общественность Великобритании взволнованно обсуждает навязчивые методы сбора благотворительных ресурсов и отсутствие возможностей для прекращения контактов с чрезмерно энергичными НКО. В связи с этим главные институты саморегулирования - Совет по стандартам фандрайзинга (FRSB - The Fundraising Standards Board), Институт фандрайзинга (IoF – The Institute of Fundraising) и Общественная ассоциация по регулированию деятельности по сбору средств (PFRA - The Public Fundraising Regulatory Association) - решили усилить профилактику нарушений и восстановить доверие к тем, кто привлекает средства для развития общества. Совместный план работ включает следующие пункты:

- Назначение независимого эксперта на должность председателя Комитета по стандартам, действующего на базе Института фандрайзинга (The IoF Standards Committee);
- Пересмотр правил приобретения, распространения и продажи данных;
- Проведение ревизии Кодекса фандрайзинговой практики (The Code of Fundraising Practice), утвержденного в 2012 году[6], и руководства по его применению;
- Мониторинг проблем и жалоб, поступающих в Совет FRSB в ходе расследования самоубийства пенсионерки Олив Кook (Olive Cooke), которое, как предполагается, могло быть вызвано назойливыми письмами и звонками фандрайзеров НКО;
- Оценка потребности в программе скрытого контроля за методами работы НКО (в масштабах всего сектора) с целью повсеместного внедрения принципов добросовестной практики и противодействия нарушениям в сфере фандрайзинга;
- Информирование широкой общественности о деятельности регулирующего органа, который занимается рассмотрением жалоб, имеющих отношение к работе фандрайзеров.

Глава FRSB Алистер Маклин (Alistair McLean) сообщил о том, что его команда намерена провести тщательное расследование фактов неблаговидного поведения соискателей помощи, опубликовать подробный отчет и, затем, регулярно информировать граждан о практике применения профессиональных стандартов фандрайзинга. Руководитель IoF Питер Льюис (Peter Lewis) поддержал стремление коллег пролить свет на источники проблем и выразил уверенность в целесообразности намеченных планов: «Мы не сомневаемся в том, что наши действия помогут благотворительным организациям укрепить отношения с донорами и усилят прозрачность и подотчетность субъектов Третьего сектора».

Источник: Civil Society Media Ltd,
http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/19799/fundraising_bodies_publish_joint_plan_promising_more_robust_regulation?utm_source=8%20June%202015%20Finance#.VXc8tXA1GrU&sref=https://delicious.com/evdokimova/favorite,digest,6

VI. УПРАВЛЕНИЕ

1) СОВЕТЫ ДИРЕКТОРОВ НКО НЕ СПРАВЛЯЮТСЯ СО СВОИМИ ЗАДАЧАМИ

Исследование, проведенное Высшей школой бизнеса Стэнфордского университета (The Stanford Graduate School of Business; США) в сотрудничестве с агентствами BoardSource и GuideStar, показало, что многие члены высших руководящих органов НКО не имеют навыков, опыта и ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей своих организаций.

Отчет о результатах опроса, в котором приняли участие около 1000 лидеров НКО, сообщает о том, что члены советов директоров (СД) порой не имеют отчетливого представления о миссии и стратегии организации (так считают 27% респондентов), не слишком опытны (таково мнение 65% опрошенных), не проявляют активного интереса к работе НКО (48%), и не до конца понимают суть своих обязанностей (47%). Не удивительно, что 32% респондентов не удовлетворены подходами СД к оценке эффективности организации, в то время как сами директора в основном довольны результатами и достижениями своих команд (85%). Чтобы повлиять на ситуацию, авторы документа советуют организациям более точно сформулировать цели и задачи, провести ревизию стратегий и разработать показатели эффективности, опираясь на тщательно проработанную Теорию изменений (Theory of Change). Одновременно с этим следует отрегулировать процессы принятия решений и пригласить в СД более опытных, знающих и преданных делу людей.

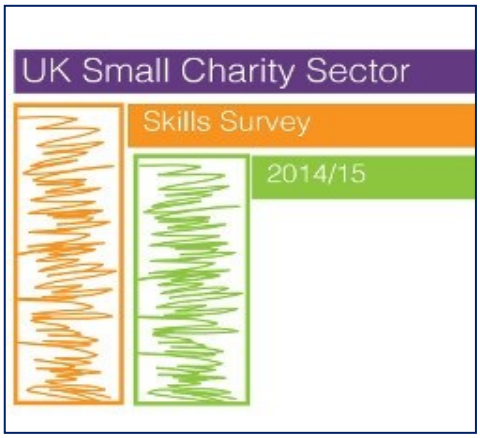
[6] Читайте об этом в статье «**Единый кодекс для всех видов фандрайзинга**», опубликованной в Дайджесте № 32 (2), февраль 2013: http://ep-digest.ru/?page_id=1239

«Кандидаты должны гореть желанием изменить мир и внести посильный вклад в реализацию социально значимой миссии, - поясняет Ник Донатиело (Nick Donatiello), эксперт по корпоративному управлению Стэнфордской школы бизнеса. – Если не касаться вопроса индивидуальных финансовых взносов в поддержку НКО, то самая большая польза от участия этих людей может заключаться в руководстве организацией на основе высоких управленческих стандартов, охватывающих вопросы финансовой отчетности, целевых показателей эффективности, оценки деятельности исполнительного директора, развития СД, разработки планов обеспечения преемственности, и выполнения других фундаментальных функций, которые входят в круг обязанностей руководящего органа».

Источник: The Philanthropy News Digest, http://philanthropynewsdigest.org/news/nonprofit-board-governance-falls-short-study-finds?utm_campaign=news%7C2015-04-30

2) НЕДОСТАТОК КОМПЕТЕНЦИЙ – ГЛАВНЫЙ ИСТОЧНИК ТРУДНОСТЕЙ ДЛЯ МАЛЫХ НКО

Опрос, проведенный британским Фондом социального развития (FSI - The Foundation for Social Improvement), показал, что малым НКО чаще всего не хватает навыков, необходимых для успешного фандрайзинга и продвижения интересов целевой аудитории.



В онлайн опросе (который проводится каждые два года) приняли участие более 380 НКО с годовым оборотом на сумму до 1,5 млн фунтов стерлингов. Полученные данные свидетельствуют о том, что сильными сторонами малых НКО являются лидерские компетенции, компьютерная грамотность и командная работа. Эксперты FSI также отмечают, что с момента предыдущего опроса стало меньше организаций, которые нуждаются в улучшении навыков фандрайзинга: в 2013 году таких НКО было 14%, а в 2015-ом – 9%. Однако о реальных подвижках говорить пока рано, потому что почти треть респондентов (32%) сообщила о том, что вакантные должности фандрайзеров заполняются очень медленно. Труднее найти только менеджера по работе с добровольцами. Хотя наличие некоторого прогресса все же следует признать: два года назад из-за дефицита специалистов по развитию страдали более половины НКО (57%). Авторы отчета предполагают, что повсеместное сокращение финансирования заставило НКО развернуть бурную деятельность - искать фандрайзеров и/или обучать других членов команды. Примерно так же обстоят дела с навыками, обеспечивающими успех в вопросах долгосрочного стратегического планирования, лоббирования интересов, систематизации коммуникационных процессов и взаимодействия со сторонниками в социальных медиа. Основными препятствиями для найма профессионалов по-прежнему являются: скромная зарплата, отсутствие финансов для публикации вакансий на платных ресурсах, и удаленность штаб-квартир НКО от крупных мегаполисов. Но самые удручающие причины заключаются в нехватке средств на обучение (об этом сообщили 64% НКО) и дефиците времени для участия в семинарах и тренингах (56%). Глава Коалиции малых НКО (The Small Charities Coalition) Джон Барретт (John Barrett) отмечает, что обучение сотрудников является практически единственным сценарием решения проблемы и призывает НКО, доноров и партнеров отнестись к задаче повышения профессионального уровня небольших благотворительных организаций со всей серьезностью. Специалисты FSI полностью разделяют его мнение и считают развитие местных НКО делом величайшей важности. «Малые НКО составляют основную часть гражданского общества, - говорится в отчете. – Они вносят заметный вклад в развитие экономики; укрепляют единство местных сообществ; и помогают гражданам, оказавшимся под угрозой социальной изоляции, ощутить себя полноправными членами общества. Обладая компетенциями, обеспечивающими выполнение этих важных функций, небольшие организации станут более жизнеспособными и смогут укрепить позиции всего Третьего сектора».

Источник: Civil Society Media Ltd,
http://www.civilsociety.co.uk/governance/news/content/19833/small_charities_face_barriers_over_skills_gaps_survey_finds?utm_source=11%20June%202015%20Finance#.VXn7GHA1GrU&sref=https://delicious.com/evdokimova/favorite,digest,6

VII. СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ

1) ИЗМЕРЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕОБРАЗУЮЩИХ ИНВЕСТИЦИЙ: ДЕНЬ СЕГОДНЯШНИЙ

Специалисты британского агентства Investing for Good провели серию интервью с посредническими организациями сферы «инвестиций, преобразующих общество» (impact investing), и опубликовали обзор, отражающий опыт измерения полезной отдачи от вложенных ресурсов.

В одном из своих последних документов – «Инвестиции, содействующие изменению общества: формирование доказательной базы» (Social Impact Investment – Building The Evidence Base; февраль 2015 г.) - Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) определила «преобразующие инвестиции» (ПИ) как «*передачу финансовых ресурсов организациям, обеспечивающим отклик на потребности общества, с целью получения измеримых результатов – как социальных, так и финансовых*». Руководствуясь данным толкованием термина, авторы отчета «Апельсины и лимоны» (Oranges & Lemons) озвучили ряд выводов, которые характеризуют подходы активных игроков британского рынка к измерению результатов / эффектов, определяющих ценность ПИ для всех субъектов нового рынка:

1. *Финансовые посредники рынка ПИ (SIFIs - Social Investment Finance Intermediaries) не имеют отчетливого представления о целях измерения социального эффекта*. Подготовка отчетов об изменениях в обществе воспринимается как «благородное деяние получателей инвестиций, которое не имеет отношения к делу».
2. *SIFIs «не видят» тех, кому интересна отчетность о воздействии на общество*. Восемь из десяти опрошенных SIFIs получают средства от государственных агентств, а три организации вообще действуют благодаря правительственной поддержке. Казалось бы, их должен волновать вопрос о том, как обосновать целесообразность и подтвердить полезность своих программ. Однако на деле все не так: посредники не задают исполнителям проектов дополнительных вопросов и не участвуют в обсуждении методов оценки социального эффекта.
3. *На этапе подготовки к сделке проводится большая работа, а после ее заключения наступает полный штиль*. В период поиска / рассмотрения и согласования проектов четыре из десяти SIFIs запрашивают у соискателей инвестиций ключевые показатели эффективности (KPIs) и зорко следят за тем, чтобы запланированные социальные результаты проектов соответствовали собственным приоритетам и целям посредника. Однако следует признать, что балом правит не социальный эффект, а, скорее, финансовый прогноз. И весь предварительный скрининг направлен на выявление и устранение препятствий для получения дохода.
4. *Перспективы получения социального эффекта не слишком влияют на процентные ставки инвесторов*. Некоторые держатели капитала готовы рискнуть во имя более значительного общественного блага, но различия между социально мотивированными инвесторами и «середнячками» не слишком велика. Возможность получения кредита под низкий процент за обещание впечатляющих изменений в обществе – это миф, который добавляет очков политикам, но создает трудности социальным предприятиям.
5. *Каждый посредник пользуется собственной системой измерения эффективности*. Существующие системы неповторимы и уникальны, и отчеты исполнителей проектов, соответственно, тоже. В этом нет ничего плохого, но сравнивать показатели и формировать «картину мира преобразующих инвестиций» в подобных условиях невозможно.

Ситуация серьезная, но исправимая. Авторы «Апельсинов и лимонов» советуют посредникам (a) сформулировать для разных типов (и объемов) инвестиций адекватные требования к оценке результатов, и (b) активизировать в сообществе SIFIs процессы обмена опытом и, прежде всего - отчетами о социальной эффективности проектов. Выполнить эти рекомендации не так уж сложно, зато прогресс на рынке ПИ может оказаться весьма заметным.

Источник: Beanbags and Bullshit, http://beanbagsandbullsh1t.com/2015/06/24/you-owe-me-five-farthings-and-a-social-impact-report/

2) ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В АФРИКЕ

Крупные доноры, институты сферы развития и социальные инвесторы все чаще устремляют свои взоры на африканский континент в надежде поддержать инновационные проекты «местного происхождения». Однако встречных предложений пока маловато. Чтобы повлиять ситуацию, образовательный ресурс LEAP Africa подготовил для европейских и американских организаций серию рекомендаций по укреплению местной инфраструктуры социальных инноваций.

- *Приобщайте местных новаторов к инициативам и ресурсам национального и международного масштаба*:
  - Включайте их в работу более 200 инновационных площадок, действующих по всей Африке, и оповещайте о стипендиальных программах, творческих ярмарках (Maker Faire) и конкурсах бизнес-планов;
  - На этапе рассмотрения заявок консультируйтесь с Фондом Форда (The Ford Foundation; США), международной предпринимательской сетью Ashoka, Африканской ассоциацией прямых инвестиций и венчурного капитала (The African Venture Capital & Private Equity Association) и иными организациями, которые работают в Африке на протяжении многих лет;
  - Содействуйте созданию инновационных лабораторий и запуску специальных программ на базе местных университетов и техникумов;
  - Используйте современные способы коммуникации для распространения информации о подходах к развитию инноваций, которые хорошо показали себя в других регионах планеты. Например, Методика укрепления творческого потенциала (Creative Capacity Building methodology), применяемая Лабораторией Массачусетского технологического института (The MIT D-Lab), в свое время помогла распознать и поддержать серию женских инициатив в Уганде, обеспечивших внедрение полезных инноваций в сельском хозяйстве.
- *Восполняйте дефицит компетенций*. Новаторы Африки не готовы к инвестициям: у подавляющего большинства нет привлекательных Теорий изменений (Theory of Change) и бизнес-моделей, которые могли бы довести разработки до этапа широкого внедрения. Недостаток знаний и навыков сегодня пытаются восполнить Центры финансового консалтинга фонда Root Capital (Financial Advisory Services), и Стипендиальная программа для Восточной Африки Фонда Акьюмен (The Acumen East Africa Fellows Program). Помимо этого, в этот процесс уже включились крупные образовательные учреждения - Университет Кейптауна (The University of Cape Town), Панатлантический университет (The Pan Atlantic University) и Африканско-американский институт (The Africa-America Institute). Однако до решения проблемы пока далеко.
- *Аккумулируйте информацию об африканских новаторах и транслируйте ее международному сообществу*. В Африке много талантов, способных послужить человечеству. Например, телекоммуникационная компания Safaricom разработала платежную систему M-Pesa, которая охватила уже 9 млн пользователей, оперирующих небольшими суммами; а консалтинговое агентство Ushahidi активно развивает платформу iHub, выполняющую функцию инкубатора для технологических стартапов. Таких достижений станет намного больше, когда одаренные жители континента получат возможности для раскрытия творческого потенциала и реализации уникальных идей.

Источник: The Stanford Innovation Review,
http://ssir.org/articles/entry/creating_a_level_playing_field_for_social_innovators_in_africa

VIII. ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

1) НОВЫЙ ОТЧЕТ: ПОТЕНЦИАЛ ВОЛОНТЕРОВ ВЕЛИК, НО НЕ ОСВОЕН В ПОЛНОЙ МЕРЕ

Эксперты Программы добровольцев ООН (UNV – The United Nations Volunteers prograt) изучили волонтерскую практику в разных странах и пришли к выводу, что «люди доброй воли» вносят значительный вклад в реализацию современных моделей развития, ориентированных на интересы и потребности граждан. Отчет рекомендует искать возможности для межсекторного сотрудничества, формировать партнерства с участием разных групп стейкхолдеров, и официально привлекать добровольцев к выполнению Целей устойчивого развития.

В Отчете о всемирной добровольческой практике – 2015 (The State of the World's Volunteerism Report 2015) говорится о том, что деятельность волонтеров способствует укреплению подотчетности органов власти и помогает социально уязвимым категориям населения (молодежи, женщинам, людям с особыми потребностями и др.) участвовать в обсуждении решений, определяющих условия и уровень их жизни. Соответственно, добровольчество является реальной силой, способной влиять на выполнение Повестки дня устойчивого развития на период после 2015 года (The Post-2015 Sustainable Development Agenda), отражающей стремление мирового сообщества к устранению неравенства и улучшению управленческой практики национального и международного уровня.

Такие страны, как Мозамбик, Норвегия и Перу уже приняли законы и утвердили концепции участия добровольцев в разработке социально-экономической политики, однако другие страны пока не осознали преимуществ, которые возникают благодаря вовлечению волонтеров в процессы принятия решений. Отчет рекомендует правительственным учреждениям искать возможности для межсекторного сотрудничества, формировать партнерства с участием разных групп стейкхолдеров, и официально привлекать добровольцев к выполнению Целей устойчивого развития (SDGs - Sustainable Development Goals).

«Потенциал волонтеров велик, но не освоен в полной мере, - считает администратор Программы развития ООН (The United Nations Development Programme) Хелен Кларк (Helen Clark). – Новые цели [SDGs] требуют взаимодействия со всеми сегментами общества, а добровольцы – это люди с активной гражданской позицией, представляющие интересы тех, кто в силу разных причин исключен из процесса обсуждения и реализации важных решений».

Источник: The Philanthropy News Digest, http://philanthropynewsdigest.org/news/volunteers-vital-to-sustainable-development-goals-report-argues?utm_campaign=news%7C2015-06-05