

Благотворительность в условиях кризиса

результаты исследования



PRICEWATERHOUSECOOPERS 

ФОРУМ  ДОНОРОВ



Исследование проводилось при финансовой поддержке
Программы Матра Посольства Королевства Нидерландов:



Ambassade van het
Koninkrijk der Nederlanden

Содержание

Введение	4
Общая информация об исследовании	6

Часть 1. Результаты исследования

Некоммерческие организации: работать дальше, затянув пояса	7
Доноры – коммерческие компании: не все потеряно	13
Доноры – частные фонды: пока гром не грянет...	16
Актуальные сквозные темы	18
Вопросы на будущее	21

Часть 2. Материалы исследования

Некоммерческие организации в условиях экономического кризиса	24
Благотворительная деятельность коммерческих организаций в условиях кризиса	55
Частные фонды в условиях экономического кризиса	72
Другие исследования о благотворительности в условиях кризиса	82

Введение

Это исследование – плод партнерских усилий четырех организаций: исследовательской группы «Циркон», компании PricewaterhouseCoopers, Форума доноров и САФ Россия. Нас объединили тревога за будущее российской благотворительности в ситуации тяжелейшего экономического спада и стремление к объективной информации о реальном положении дел. Информации, которая смогла бы превратить всеобщую тревогу в конструктивный разговор о совместных действиях, направленных на смягчение последствий кризиса и поиск новых решений.

Исследование включало опросы некоммерческих организаций, корпораций и частных фондов и концентрировалось на трех основных вопросах: какое воздействие кризис уже оказал на участников благотворительного сектора; каковы ожидания организаций по развитию кризиса и как формулируется стратегический ответ на эти ожидания; и в чем состоит запрос участников сектора к друг другу и внешним стейкхолдерам (среди которых – государство) в связи с реализацией антикризисных стратегий для благотворительности. Полученные результаты не претендуют на строгую репрезентативность в силу выбранной методологии и естественных ресурсных ограничений. По факту на наши анкеты отвечали самые активные и вовлеченные организации, а это означает, что проявившиеся исследованием негативные эффекты, скорее всего, недооценены, тогда как позитивные – излишне оптимистичны с позиций сектора в целом. Тем не менее – и это подтвердили эксперты – участники проведенных организаторами обсуждений количественных результатов – полученная картина отражает основные тенденции.

В целом, донорские организации оказались менее готовы к работе в кризисных условиях, чем НКО. Фонды и корпоративные программы создавались в удачных экономических условиях на долгосрочную перспективу после значительных размышлений, а потому им ранее не приходилось думать о стратегиях выживания, значительной оптимизации расходов или привлечении дополнительного финансирования. Поэтому процесс адаптации к новым условиям и поиск новых

подходов для донорских организаций только начинается. В отличие от них большинство НКО постоянно работали в условиях недостатка ресурсов, без гарантий наполнения бюджета на следующий период, часто вообще на голом энтузиазме. Поэтому, хоть нынешний экономический кризис и является серьезным испытанием на прочность, предыдущий богатый опыт «развития на грани выживания» заставляет НКО быстро искать прагматичные эффективные решения, а не повергает в уныние и растерянность.

Для всех респондентов (и не только для них) очевидно, что кризис не закончится в одночасье, так что изменения ситуации и определение стратегий будут происходить постоянно. Было бы здорово, если бы эстафета этого исследования была подхвачена другими заинтересованными организациями, и замеры «температуры» сектора производились бы периодически. Также нам хотелось бы, чтобы полученные результаты стали поводом для конструктивного разговора с законодателями о необходимости скорейших изменений условий ведения благотворительной деятельности – именно сейчас такие реформы могут сыграть решающую роль в поддержке сектора.

В заключение я хочу поблагодарить наших респондентов – 440 НКО, 36 компаний, 11 частных фондов, и всех экспертов, которые приняли участие в обсуждении количественных результатов исследования, за их вклад в эту работу, и программу «Матра» Посольства Королевства Нидерландов в России за финансовую поддержку проекта.

С антикризисным приветом,



Мария Черток,
директор CAF Россия

Общая информация об исследовании

Исследование «Благотворительность в условиях экономического кризиса» проводилось в апреле-мае 2009 года при поддержке Посольства Королевства Нидерландов в России. Организаторы исследования: CAF Россия, исследовательская группа ЦИРКОН, PricewaterhouseCoopers, Форум доноров.

Целью исследования являлось получение информации, необходимой для анализа текущего состояния некоммерческого сектора и сферы благотворительности в России.

Объект исследования:

- НКО, оказывающие социальные услуги населению
- Коммерческие компании, занимающиеся благотворительной деятельностью
- Донорские организации, присутствующие в России

В исследовании приняли участие: 440 НКО, 36 компаний, 11 донорских организаций.

Предмет исследования состоял из следующих компонентов (параметров):

1. Оценка текущей ситуации;
2. Восприятие финансового кризиса, оценка произошедших изменений в последние несколько месяцев;
3. Ожидания относительно течения финансового кризиса в стране, его влияния на эту сферу;
4. Стратегии поведения участников сектора (НКО, коммерческие компании, донорские организации) в ситуации кризиса;
5. Возможные системные изменения в деятельности участников в ситуации кризиса (изменения в управлении, структуре, содержании деятельности и т.п.);
6. Потребности участников сектора в помощи и поддержке для реализации антикризисных стратегий; ожидания конкретных действий со стороны ключевых стейкхолдеров (другие НКО и их объединения, государство, бизнес, частные и международные фонды, граждане, сотрудники, собственники компаний).

Развернутые результаты исследования будут опубликованы на сайтах организаторов в середине июля 2009 года. За более подробной информацией и комментариями вы можете обратиться к:

- Кириллу Ежову, руководителю группы коммуникаций CAF Россия, Kezhov@cafrussia.ru
- Игорю Задорину, директору исследовательской группы ЦИРКОН, zadorin@zircon.ru
- Наталье Каминарской, исполнительному секретарю Форума доноров, nkamin@donorsforum.ru
- Анастасии Шевченко, младшему менеджеру PricewaterhouseCoopers, anastasia.shevchenko@ru.pwc.com.

Благотворительность в условиях экономического кризиса

результаты исследования

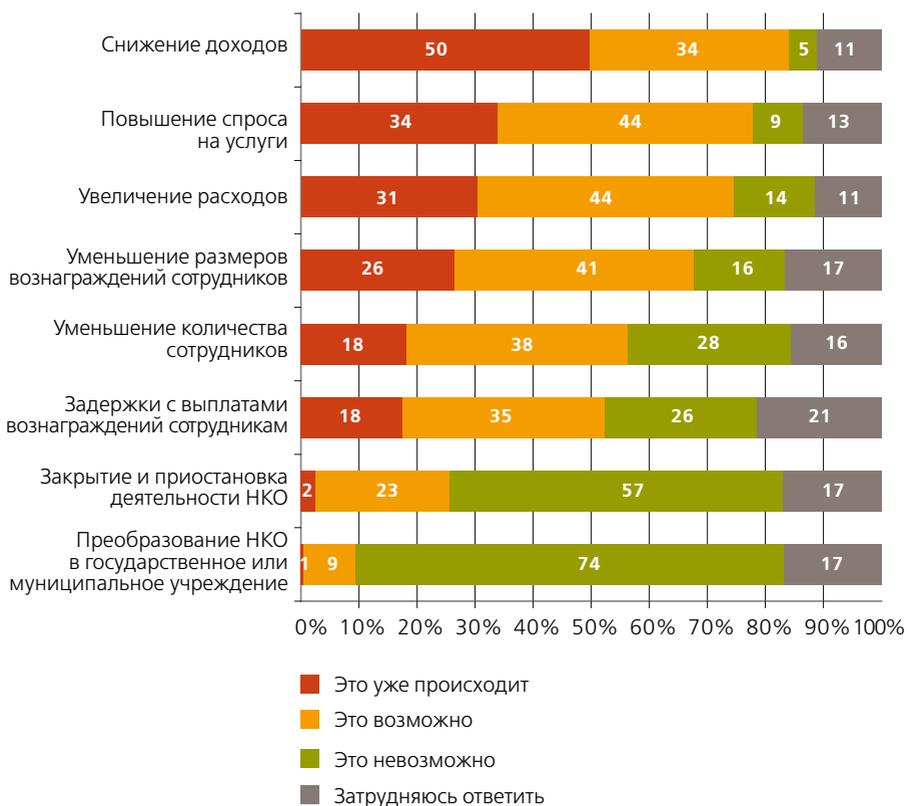
Некоммерческие организации: работать дальше, затянув пояса

1. НКО продемонстрировали относительную готовность к кризису. Они успешно диверсифицировали свои источники финансирования или всерьез задумались об этом (по данным Циркон¹, лишь около 40% НКО имеют доминирующий источник финансирования, будь то государственные, корпоративные пожертвования или гранты, остальные в равной мере получают средства из разных источников), строят свои стратегии на развитии тех направлений, которые способны привлечь средства и рассматривают государство как главного донора на кризисный период. В отличие от доноров, НКО не собираются сокращать персонал и при возможности готовы вкладываться в его обучение и профессиональное развитие. НКО также готовы адаптировать свои программы для привлечения частных пожертвований и волонтеров.

2. На фоне значительного сокращения объемов финансирования (отмечено у 61% опрошенных, причем у 52% – более чем на 25%) и ожиданий дальнейших сокращений (84%), подавляющее большинство НКО намерены продолжать деятельность и развиваться. Тем не менее, 23% НКО считают вероятным закрытие своей организации и 9% – преобразование в государственное или муниципальное учреждение.

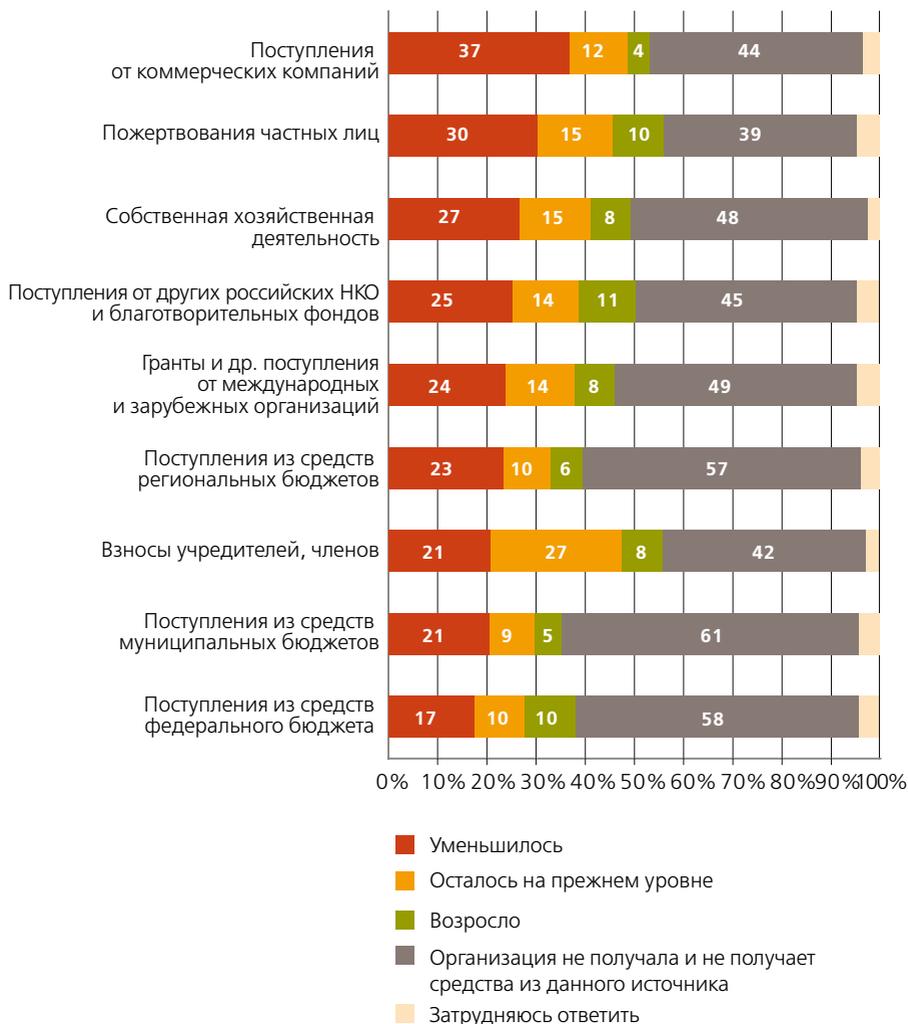
¹ См. доклад «Динамика развития и текущее состояние сектора НКО в России // Аналитический обзор #3, ЦИРКОН, февраль 2009 г. <http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/4/090206.pdf>

Рисунок 1. Какова вероятность того, что в ближайший год в вашей некоммерческой организации будут происходить следующие события?



3. Наиболее подвержены кризису с позиций НКО оказались поступления от коммерческих компаний (их сокращение отмечают 65% НКО, получающих или получавших средства из данного источника), региональных и муниципальных бюджетов (54% и 52% соответственно), доходы от предпринимательской деятельности (52%). Самыми стабильными оказались поступления из федерального бюджета и взносы от учредителей, членов: более 50% опрошенных отмечают, что они остались на прежнем уровне или даже возросли.

Рисунок 2. Как изменилось поступление средств в вашу организацию из различных источников за последние полгода?



4. На фоне сокращения финансирования 59% НКО констатируют увеличение спроса на свои услуги. Это говорит об их востребованности и потенциальной способности отвечать на вызовы времени, по крайней мере, по оценке их клиентов. Данная тенденция совпадает со стратегией значительного количества организаций

на развитие услуг – 51% НКО собирается расширить спектр услуг, 34% – увеличить список клиентских групп. В развитии услуг часть НКО видят источник финансовой устойчивости: организации намерены увеличить объем (19%), повысить цены (5%) или расширить спектр (22%) платных услуг.

Рисунок 3. Какие действия ваша организация намерена предпринять в первую очередь для продвижения себя на «рынке», в том сегменте сектора НКО, который она занимает?



5. Что касается видов наиболее востребованных услуг, то и НКО, и компании прогнозируют рост запроса на консультации по защите прав и интересов (в первую очередь социальных и экономических прав), профессиональной подготовке, трудоустройству, развитию малого бизнеса. В то же время запрос на программы, касающиеся улучшения качества жизни (защита окружающей среды, досуг и т.п.), уходят в нижнюю часть списка в ответах НКО, что вполне закономерно для кризисного времени, но остаются в средней части списка, по мнению компаний.

Великобритания

Спрос на услуги НКО вырос на 18%, в основном в сфере поддержки семей, пострадавших вследствие роста безработицы. В то же время 50 % благотворительных организаций заявляют, что они не в состоянии удовлетворить возросшие запросы.

Источник: ACEVO 2008, http://business.timesonline.co.uk/tol/business/industry_sectors/public_sector/article5372778.ece

6. Значительная часть опрошенных НКО демонстрирует стратегию с ориентацией на «инновации», повышение эффективности деятельности в т.ч. через развитие платных услуг, привлечение пожертвований от частных лиц, освоение новых технологий привлечения средств (фандрайзинга). Однако как склонные к инновациям организации, так и приверженцы более консервативного подхода в равной степени понимают необходимость оптимизации системы планирования, бюджетирования и контроля над расходами.

Великобритания

Благотворительные организации по-разному реагируют на кризис: почти треть (29%) сократили штат, больше половины (56%) ограничили рост заработной платы, фандрайзинговую активность усилили 77% НКО, 63% интенсифицировали запросы на получение грантов.

Источник: CAF 2008, <http://www.cafonline.org/default.aspx?page=16118>

7. Несмотря на в целом активный настрой НКО, в их ответах явно прослеживается запрос к другим участникам сектора (государству, компаниям, фондам) в первую очередь на финансовые ресурсы. 66% НКО считают наиболее эффективным видом поддержки со стороны государства увеличение финансирования (в форме грантов, субсидий), 59% – развитие системы государственного и му-

ниципального заказа. Дополнительные налоговые и иные льготы, упрощение системы регистрации и отчетности, а также специальные усилия по пиар и пропаганде деятельности НКО считают приоритетными соответственно только 34, 20 и 11% опрошенных. Что касается запроса к компаниям, опять на первом и втором местах оказывается материальная помощь или то, что приводит к образованию или экономии финансовых средств: безвозмездное предоставление НКО в пользование офисных помещений, оргтехники и т.п. (68%), и покупка у НКО производимых ими товаров и услуг (49%). И только на третьем месте идет волонтерство и бесплатная квалифицированная помощь (Pro bono) – 30%. Такая позиция вполне объяснима и рациональна: в условиях кризиса наиболее важным (критическим) ресурсом являются деньги, и в комплексе с реалистичными оценками возможностей по их предоставлению, формируется запрос к государству о финансовой помощи. Востребованность правового ресурса (предоставление налоговых и иных льгот, устранение административных барьеров) – слабее, поскольку число организаций, которые могут им эффективно воспользоваться (а это в первую очередь сильные игроки) – меньше, к тому же большинство НКО скорее всего плохо понимают, как правильно распорядиться нефинансовым ресурсом, чтобы он позволил им развиваться дальше.

«Считаю, что не стоит такие уж большие надежды сейчас возлагать на помощь государства и на бюджетные деньги. Государству надо бороться с тяжелыми последствиями кризиса, и оно не в состоянии помочь всем НКО. Мы, напротив, будем пытаться увеличивать сбор частных пожертвований, искать новых институциональных доноров, развивать новые платные услуги для бизнеса».

Елена Тополева, директор АСИ

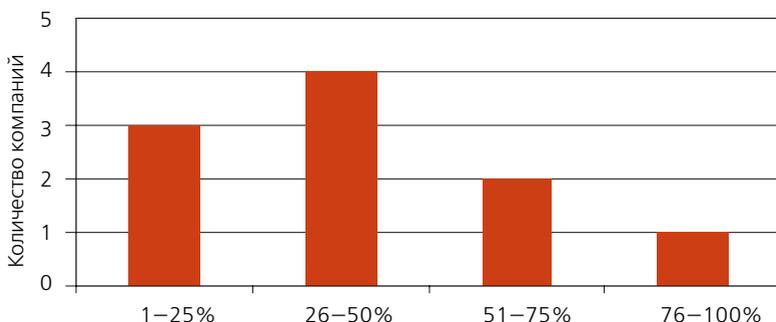
Доноры – коммерческие компании: не все потеряно

8. Корпоративные доноры в полной мере ощутили на себе влияние экономического кризиса. Многие компании сократили свои благотворительные бюджеты (13 из 36 ответивших, 7 – более чем на 25%), некоторые до сих пор не имеют утвержденного бюджета (7) или вообще приостановили благотворительную деятельность (часто именно это было причиной отказа отвечать на вопросы анкеты).

Рисунок 4. Как изменился благотворительный бюджет вашей компании в связи с кризисом?



Рисунок 5. Уменьшение благотворительного бюджета



«То, что это исследование подтверждает результаты многих других опросов компаний – только четверть (по другим данным – треть) расходов на благотворительность сокращается – очень впечатляющий результат, на мой взгляд. Это значит, что на 70–75% расходы сохраняются. Вообще-то говоря, можно было бы ожидать намного большего сокращения в сложившихся условиях. Справедливым оказывается вывод, что социальные инвестиции и деятельность в местном сообществе остаются для компаний в числе приоритетов, и они понимают важность поддержания своей активности в этой сфере».

Е.Феоктистова, руководитель Центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности Российского союза промышленников и предпринимателей

9. Тем не менее значительная часть опрошенных компаний (20) планирует продолжать благотворительную деятельность. Большинство опрошенных компаний рассматривает благотворительную деятельность в кризис как возможность продемонстрировать устойчивость бизнеса и укрепить репутацию компании, а некоторые даже готовы оказать дополнительную поддержку НКО, так как понимают, что в кризис им становится еще тяжелее.

10. Приоритетным антикризисным действием для компаний является вовлечение в нее собственных сотрудников. Среди запланированных компаниями мер также называются увеличение внимания к социальному эффекту корпоративных благотворительных программ, повышение эффекта для бизнеса, кооперация с другими компаниями и НКО и изменение приоритетов благотворительной деятельности. Наименее популярными являются отказ от бюджетозамещающих расходов и замена денежной помощи на натуральную.

Рисунок 6. Какие действия намерена предпринять ваша компания в отношении своей благотворительной деятельности в условиях кризиса?



«С одной стороны, и это позитивный момент, исследование показало, что компании понимают: благотворительность – это способ продемонстрировать устойчивость бизнеса. Все задумались об эффективности, и это тоже хорошо. Но, с другой стороны, в этой бочке меда есть и ложка дегтя: только треть компаний имеет партнерство с НКО, которые занимаются администрированием их проектов; компании фактически не ждут повышения роли аутсорсинга в администрировании своих благотворительных инициатив. По-моему, это азбука корпоративного управления: когда надо снижать издержки, экономить – тогда начинают по-максимуму выводить определенную деятельность на аутсорсинг. Но не выводят, всякий раз рассчитывают на личную инициативу, на свои силы и не считают, что какая-то профессиональная помощь может повысить эффективность, что довольно-таки удивительно».

Татьяна Рыбакова, генеральный директор Центра изучения корпоративного гражданства

11. Наиболее популярными мерами борьбы с кризисом компании считают налоговое стимулирование благотворительной деятельности компаний (30) и публичную поддержку со стороны государства (24).

Доноры – частные фонды: пока гром не грянет...

12. Исследование показало, что фонды оказались не вполне готовы к вызовам, которые поставил перед ними экономический кризис. На это указывают многочисленные отказы отвечать на вопросы анкеты, противоречивость планов ответивших, а также значительное расхождение их видения того, что надо делать в принципе, и того, что они планируют делать сами.

13. Большинство институциональных доноров утверждает, что не будет менять свои программные приоритеты (7), объемы финансирования или географию деятельности. При этом они уже отмечают сокращение собственных бюджетов (5), как минимум, в их административной части, не исключают в дальнейшем снижение программных расходов, а некоторые организации даже говорят о вероятности закрытия.

США

Около половины (48%) фондов заявляют о сокращении бюджетов в 2009 году на 10%. В то же время более трети (38%) намерены сохранить или увеличить свои грантовые фонды.

92% фондов заявляют, что в 2009 году они в первую очередь будут поддерживать малоимущих и другие слои населения, наиболее пострадавшие от экономического кризиса

Большинство фондов предпринимают меры по сокращению своих операционных расходов: сокращение расходов на подбор персонала, заморозка заработной платы, уменьшение командировочных расходов, урезание или даже секвестирование (отказ) от расходов, связанных с участием в конференциях и подобных мероприятиях.

Источник: Council on Foundations 2009, <http://www.cofinteract.org/economy/index.php/2009/05/06/foundations-respond-to-the-needs-of-families-even-as-their-assets-decline/>

14. Фонды считают, что главными приоритетами поддержки должны стать устойчивое развитие организаций-получателей (8) и общая поддержка их деятельности (5), однако ни один из опрошенных фондов не предоставляет подобного финансирования. Если принять во внимание, что, по данным исследования, смены приоритетов фонды не планируют, становится очевидно, что фонды пока намерены ограничиваться тактическими корректировками, не связанными с изменением приоритетов программ.

США

В условиях экономического кризиса американские фонды предлагают новые форматы поддержки НКО: беспроцентные (или под низкий %) займы на неотложные нужды и безвозмездное финансирование; переход от проектного финансирования к институциональной поддержке НКО, дающей им максимум свободы в распоряжении денежными средствами; ускорение процедур рассмотрения заявок и более тесное взаимодействие с грантополучателями для целей оперативного реагирования на их нужды.

Источник: Alliance, № 14, июнь 2009, стр. 23 // www.alliancemagazine.org

15. Как и компании, в качестве стимула для развития благотворительной деятельности в условиях кризиса, фонды практически единодушно отдадут предпочтение налоговому стимулированию (10). Вторым по значимости фактором для фондов является возможность воспользоваться профессиональными услугами в области разработки, управления и оценки программ, профессиональной подготовки специалистов (8). Возможно, повышение профессионализма фондов в дальнейшем сможет компенсировать сокращение объемов деятельности.

Актуальные сквозные темы

16. Повышение эффективности деятельности (и в целом интенсификация работы) является лейтмотивом для НКО и доноров в равной степени. 56% НКО намерены освоить новые технологии работы, 39% – заняться повышением квалификации сотрудников, 62% – оптимизацией финансового планирования, 53% – оптимизацией процессов и технологий работы, и пр. В то же время, только незначительное число организаций собираются идти путем сокращения сотрудников (9%), снижения зарплат (14%) и пр. – видимо, НКО и так не имели избыточных кадров, да и зарплаты в НКО более чем скромные. Эффективностью программ намерены озаботиться и коммерческие компании (50%) Фонды же поддерживают идею предоставления грантов, направленных на повышение эффективности организаций-получателей, что полностью совпадает с запросом от самих НКО (63%). Следует, правда, отметить, что в ходе предварительных обсуждений стало понятно, что понимание термина «эффективность» и подходы к ее оценке могут различаться весьма существенно у разных участников сектора.

17. Волонтерство является важной темой как для НКО, так и для компаний-доноров. 34% НКО отмечают приток добровольцев, для 49% привлечение волонтеров является частью антикризисной стратегии (на первом месте относительно других мер в сфере

человеческих ресурсов). В то же время, запрос на волонтеров и помощь pro bono к коммерческим компаниям – далеко не в приоритете (30%, на третьем месте), тогда как для компаний вовлечение сотрудников является приоритетом номер один среди мер по изменению форм благотворительной деятельности в условиях кризиса.

«Вопрос в том, а знают ли вообще НКО в отдаленных регионах о том, что возможно получить бесплатную профессиональную помощь? Даже когда в Москве мы начали оказывать бесплатные юридические услуги НКО, многие из них спрашивали: «Это действительно бесплатно? Мы вам ничего не должны?». Поэтому до сих пор для многих НКО волонтерство – это когда приезжаешь в детский дом и красишь забор. Скорее всего, они даже и не в курсе других возможностей волонтерской помощи».

Татьяна Песоцкая, менеджер по социальным проектам Clifford Chance

Великобритания

Благотворительные организации сейчас больше всего нуждаются в институциональной поддержке и средствах на ведение текущей деятельности, в то же время понимая, что компании готовы на такую форму поддержки в последнюю очередь. Компании же более всего склонны предлагать неквалифицированную волонтерскую помощь. И, несмотря на то, что 40% НКО говорят, что такой вид поддержки очень важен для них, в ряду наиболее актуальных форм поддержки корпоративное волонтерство стоит для них на последнем месте.

Источник: CAF 2009, <http://www.cafonline.org/Default.aspx?page=17418>

18. Наконец, все три опрошенные аудитории единодушны в признании влияния государства на развитие благотворительности в кризисный период. Всего 3% НКО верят в снижение государственного контроля над НКО (опрос проходил до внесения соответствующего законопроекта Президента РФ), только 10% ожидают улучшения законодательства. В то же время, 59% хотели бы видеть развитие системы государственного и муниципального заказа, 34% – улучшение налогового законодательства, 20% – упрощение системы регистрации и отчетности. Компании на первое и второе место среди стимулов к развитию благотворительности ставят налоговое стимулирование и публичную поддержку со стороны государства, фонды полностью с ними солидарны.

«Интересно, что в трудные времена НКО считают, что контроль государства над ними усилится, и это, на их взгляд, плохо. И тут же 50% руководителей считают, что Президент РФ, Правительство РФ и региональные власти смогут облегчить жизнь российских НКО, а это, разумеется, хорошо. Не складывается как-то. Государство однозначно стало больше уделять внимания и выделять средств на благотворительность в России, но это не спасет всех. Мое мнение состоит в том, что НКО надо объединяться, учиться друг у друга и самостоятельно помогать друг другу».

Ирина Меньшенина, директор по маркетингу и привлечению средств DOWNSIDE UP

19. Среди позитивных результатов исследования можно выделить фактически одинаковое понимание представителями всех трех секторов того, что нужно делать для преодоления кризиса: на первом месте стоят налоговые льготы для осуществления благотворительной деятельности, затем – публичная поддержка, распространение информации о лучших практиках, повышение прозрачности организаций-благополучателей.

Сингапур

Стремясь стать филантропическим центром Юго-Восточной Азии, власти Сингапура увеличили на 20% налоговые вычеты на благотворительность для доноров.

Источник: Alliance, № 14, июнь 2009, стр. 22// www.alliancemagazine.org

Вопросы на будущее

- Необходимо обсудить внутри донорского сообщества стратегии новых для России форматов финансирования НКО, которые ожидают вкладов в их институциональное развитие или просто финансирования основной деятельности организации в текущем, а не проектном режиме (например, регулярного предоставления услуг клиентской группе). До сих пор большинство российских частных фондов не имели подобной практики, а стремились поддерживать инновационные проекты. У компаний больше опыта общей поддержки получателей, однако зачастую этот опыт формировался в отношении государственных социальных учреждений. В контексте развития подобных форматов финансирования вопрос оценки эффективности, своевременно осознанный респондентами, также может получить новую актуальность.
- Необходимы специальные усилия по гармонизации отношений НКО и компаний в сфере корпоративного волонтерства, направленные на лучшее понимание и согласование интересов. НКО единодушно отмечают, что работа с волонтерами требует дополнительных ресурсов по обучению, сопровождению, обеспечению обратной связи. Это не всегда осознается и признается

коммерческими компаниями, настроенными на развитие корпоративного волонтерства. Кроме того, не все НКО в принципе ориентированы на работу с волонтерами, хотя им, возможно, требуется квалифицированная помощь в развитии их деятельности, которую компании могли бы предлагать в формате *pro bono*.

- В условиях повышения спроса на услуги, связанные с защитой экономических прав и интересов, а также профессиональной переподготовкой, трудоустройством и развитием малого бизнеса встает закономерный вопрос: способен ли существующий третий сектор его удовлетворить? Структура нынешнего российского третьего сектора пока не ориентирована на указанные направления, и неясно, что будет более эффективным: создание новых НКО с новым направлением деятельности или переориентация существующих на новый тип услуг. Также неясно, кто может стать субъектом этого развития.
- Увеличение финансирования НКО со стороны государства, а также так желанное для всех введение налоговых льгот очевидно будет связано с сохранением высокого уровня контроля (а то и увеличением его). Тем не менее именно в изменении политики государства в отношении благотворительности видится значительный потенциал развития сектора и ресурс для увеличения объемов его деятельности в ситуации сжатия социальной сферы и роста потребностей населения. Курс на инновационность и повышение эффективности, разделяемый НКО и донорским сообществом, обеспечит максимальный результат при использовании средств, освобожденных от налогообложения. Участникам сектора (в том числе – в коалиции НКО и доноров) следует продолжать развитие диалога с государством, который мог бы привести к реализации этого сценария.

Материалы исследования

Некоммерческие организации в условиях экономического кризиса	24
Благотворительная деятельность коммерческих организаций в условиях кризиса	55
Частные фонды в условиях экономического кризиса	72

Некоммерческие организации в условиях экономического кризиса

Исследование проводилось АНО «Социологическая мастерская Задорина» (Исследовательская группа ЦИРКОН) и САФ Россия

Введение

Настоящий документ представляет собой краткий аналитический отчет по результатам опроса руководителей некоммерческих организаций (НКО), проведенный в период с 04 по 18 мая 2009 года. Опрос проходил в рамках проекта «НКО в условиях экономического кризиса», осуществляемого совместно группой ЦИРКОН и САФ Россия при поддержке Посольства Королевства Нидерландов в Москве.

Цель исследования

Целью исследования являлось получение информации, необходимой для анализа текущего состояния некоммерческих организаций в российских регионах, их ожиданий относительно финансового кризиса в стране и стратегий деятельности в кризисной ситуации. Информация необходима для подготовки рекомендаций по созданию антикризисных стратегий НКО, а также для разработки программ донорских организаций, включая корпоративных доноров, направленных на смягчение последствий кризиса для организаций общественной пользы.

Объект исследования

Объектом исследования являлись зарегистрированные и реально действующие негосударственные некоммерческие организации (в лице своих руководителей), оказывающие услуги для населения (далее – некоммерческие организации).

Предмет исследования

Предмет исследования состоял из следующих компонент (параметров):

1. Оценка текущей ситуации в деятельности некоммерческих организаций, оказывающих услуги для населения;
2. Восприятие финансового кризиса, оценка произошедших изменений в деятельности некоммерческих организаций в последние несколько месяцев (включая изменения в структуре финансирования, поведении и лояльности различных доноров);
3. Ожидания относительно течения финансового кризиса в стране, его влияния на деятельность некоммерческих организаций, их финансовое положение и т.п.;
4. Стратегии поведения руководства некоммерческих организаций в ситуации кризиса;
5. Возможные системные изменения в деятельности некоммерческих организаций в ситуации кризиса (изменения в управлении, структуре, содержании деятельности и т.п.);
6. Потребности некоммерческих организаций в помощи и поддержке для реализации антикризисных стратегий; ожидания конкретных действий со стороны ключевых стейкхолдеров (другие НКО и их объединения, государство, бизнес, частные и международные фонды, граждане).

Методология исследования

Методика сбора данных – on-line опрос руководителей НКО (с использованием электронной почты для привлечения к опросу). On-line опрос был проведен в сотрудничестве с компанией OMI Russia, специализирующейся на проведении Интернет-опросов.

Для реализации on-line опроса использовались базы данных НКО по всей России, в т.ч.:

- База данных НКО ОП РФ. Продукт группы ЦИРКОН, подготовленный на основе сбора и анализа данных из заявок, поступивших на конкурс проектов некоммерческих неправительственных организаций, имеющих социальное значение. Около 4000 НКО (реально действующие, активные НКО);

- Базы данных НКО, созданные в рамках проведения социологических исследований по тематике НКО-сектора;
- другие Базы НКО, которые могут быть интегрированы при реализации проекта.

На начальном этапе из баз были отобраны 4134 НКО, имеющие электронный адрес. Затем была проведена сплошная рассылка предложений принять участие в опросе со ссылкой на электронную страницу в Интернет, где можно заполнить анкету. Всего было получено 440 заполненных анкет.

Для того чтобы можно было распространить полученные в ходе исследования выводы и интерпретации результатов на более обширную совокупность некоммерческих организаций, массив данных был подвергнут специальной процедуре («взвешиванию»). Массив данных был «взвешен» по двум позициям: география (федеральный округ), штат (численность сотрудников, работающих на постоянной основе). Для «взвешивания» использовались соответствующие показатели базы данных Общественной палаты (2008 год).

На этапе обработки и анализа данных из полученного массива анкет должна была быть выделена подгруппа НКО, оказывающих услуги населению. Однако количество НКО, выделенных по косвенным критериям отнесения к некоммерческим организациям, оказывающим социальные услуги населению, оказалось сопоставимым с общим объемом опрошенных НКО (418-437). Таким образом, почти все опрошенные НКО (по выделенным косвенным признакам) могут быть отнесены к некоммерческим организациям, оказывающим социальные услуги населению. Поэтому дальнейший анализ результатов опроса было решено проводить на общем массиве данных (опрошенных НКО). Отдельные статистически значимые различия в ответах подгрупп НКО, выделенных по сферам деятельности и целевым группам, приводятся в тексте отчета.

В отчете использованы результаты следующих исследований:

1. Мониторинг состояния некоммерческого сектора России. ЦИРКОН. 2006-2008. Анализ Базы данных НКО Общественной палаты РФ.

2. Общероссийский опрос населения. ВЦИОМ. Март 2009. Репрезентативный опрос населения России.
3. Краткосрочное сценарное прогнозирование развития гражданского общества в России. ЦИРКОН. 2009. Экспертный опрос.
4. Сектор благотворительных организаций. Управление в кризис. ПрайсвотерхаусКуперс. Группа финансовых директоров благотворительных организаций. Институт фандрайзинга. Ноябрь 2008. Опрос представителей благотворительных организаций Англии (362 респондента).

1. Оценка текущей ситуации и изменений в деятельности НКО за последние несколько месяцев

Рисунки 1 и 2. Оценка изменений, произошедших в НКО за последнее полгода.

Рисунок 1. Какие позитивные изменения произошли в вашей организации за последние полгода?

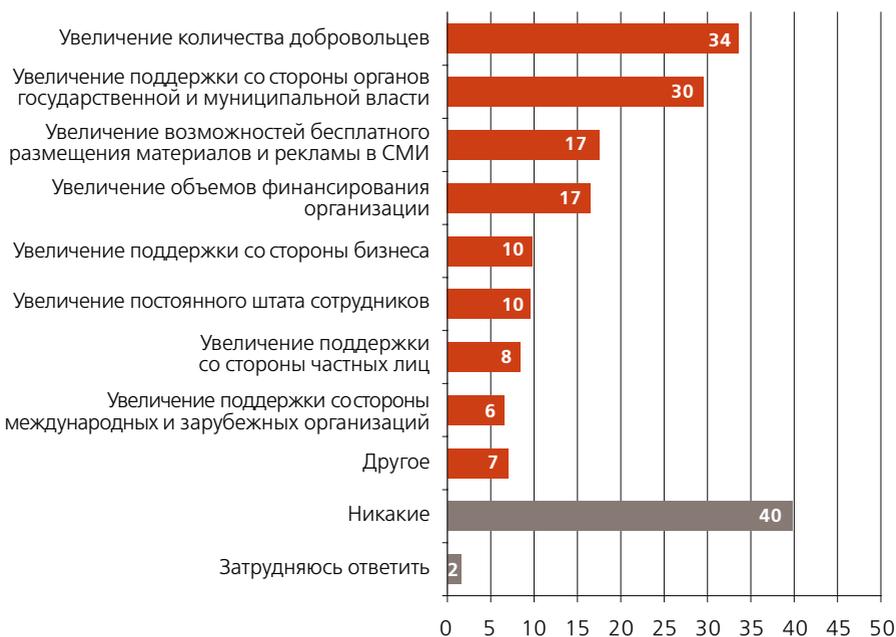


Рисунок 2. Какие негативные изменения произошли в вашей организации за последние полгода?



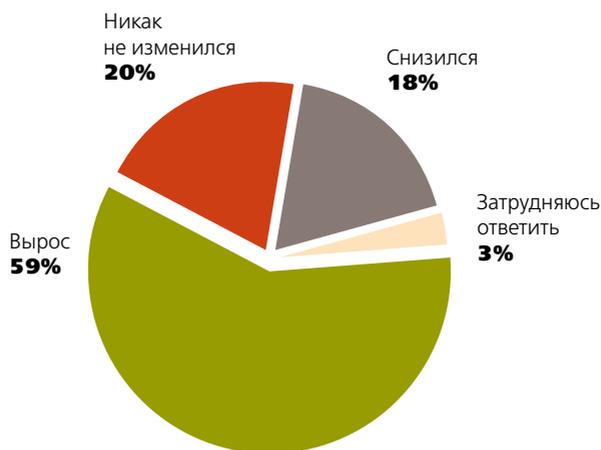
Анализ данных показал, что негативные изменения за последние месяцы произошли в подавляющем большинстве НКО (84%), тогда как позитивные изменения отметили 60% опрошенных руководителей НКО. Негативные последствия кризиса, главное из которых сокращение объемов финансирования организации, нивелируются позитивными изменениями последних 6 месяцев: увеличение количества добровольцев и увеличение поддержки со стороны органов власти.

По некоторым показателям зафиксирована географическая дифференциация НКО. Руководители организаций Урала и Сибири чаще, чем все опрошенные НКО и организации других регионов, декларируют увеличение объемов финансирования организации, увеличение поддержки со стороны международных и зарубежных организаций, уменьшение поддержки со стороны частных лиц. Представители НКО Центрального и Северо-Западного ФО чаще заявляют об увеличении поддержки со стороны государственных и

муниципальных органов власти, тогда как в мегаполисах (Москве и Санкт-Петербурге) НКО сравнительно реже чувствуют увеличение объемов финансирования организации и чаще говорят об их сокращении.

Следует отметить, что тенденция увеличения количества добровольцев сектора НКО в РФ фиксируется и в других социологических исследованиях по данной тематике. Например, анализ Баз данных НКО Общественной палаты РФ, проведенный в 2008 году группой ЦИР-КОН, выявил тенденцию увеличения доли НКО, в которых работают постоянные и временные добровольцы.

Рисунок 3. Как за последние полгода изменился спрос на услуги вашей организации?



Гипотеза о том, что в условиях кризиса, который затронул прежде всего «второй сектор», т.е. бизнес, у населения возникло больше потребностей, и граждане стали больше обращать внимание на услуги некоммерческих организаций, нашла подтверждение в результатах проведенного опроса руководителей НКО (более половины опрошенных респондентов отметили, что спрос на услуги их НКО вырос). Хотя серьезных различий в выделенных «подгруппах» НКО по данному показателю нет, отметим, что несколько чаще о росте спроса

на их услуги заявляли руководители НКО из правозащитной сферы (70%), области благотворительности (67), а также здравоохранения и медицины (67%). Судя по результатам опроса, в большей степени, чем в целом по всем опрошенным НКО, повысился спрос на услуги НКО, ориентированных на работу с социально уязвимыми категориями населения (дети с особыми потребностями, малообеспеченные, пожилые люди, ветераны), что естественно в кризисной ситуации.

Руководители «богатых» НКО (организации, чей бюджет в 2008г. превысил миллион рублей) чуть чаще говорили о росте спроса на услуги своих организаций (68%), чем руководители всех опрошенных (59%) и «небогатых» НКО (57%) (организации, чей бюджет в 2008г. не превысил миллион рублей).

Рисунок 4. Как, по вашему мнению, изменились доходы (поступления) вашей организации в текущем году?

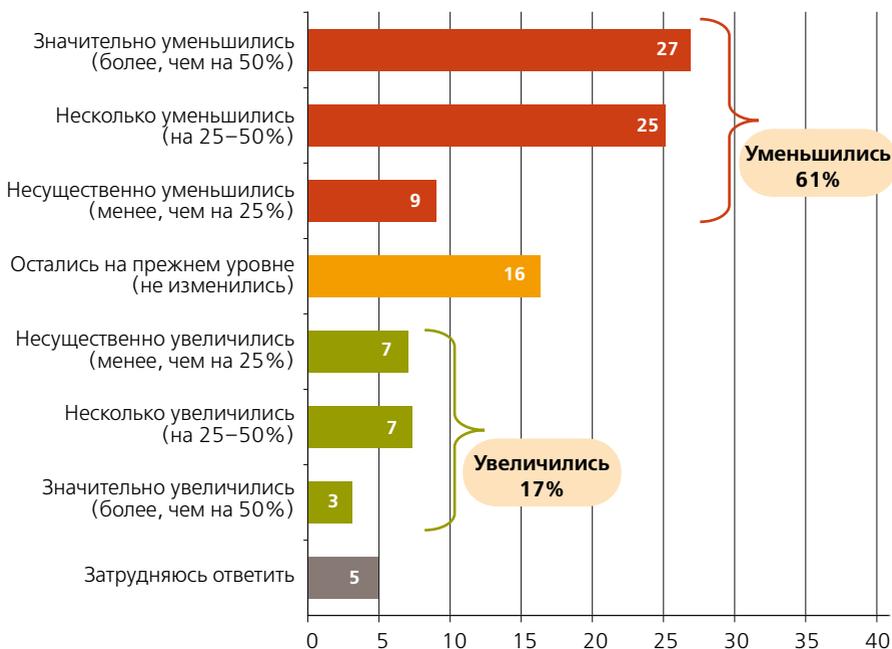
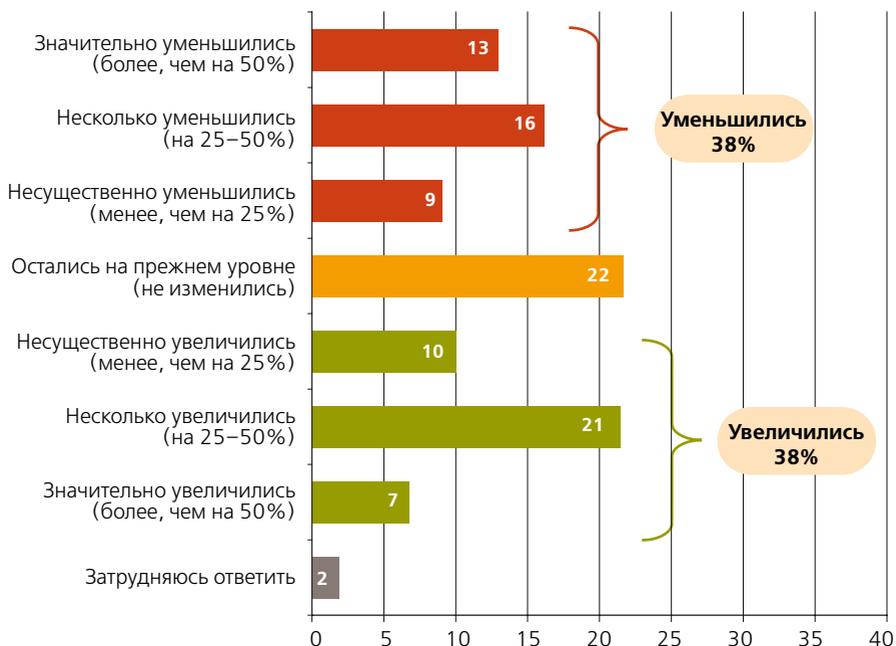


Рисунок 5. Как, по вашему мнению, изменились расходы вашей организации в текущем году?

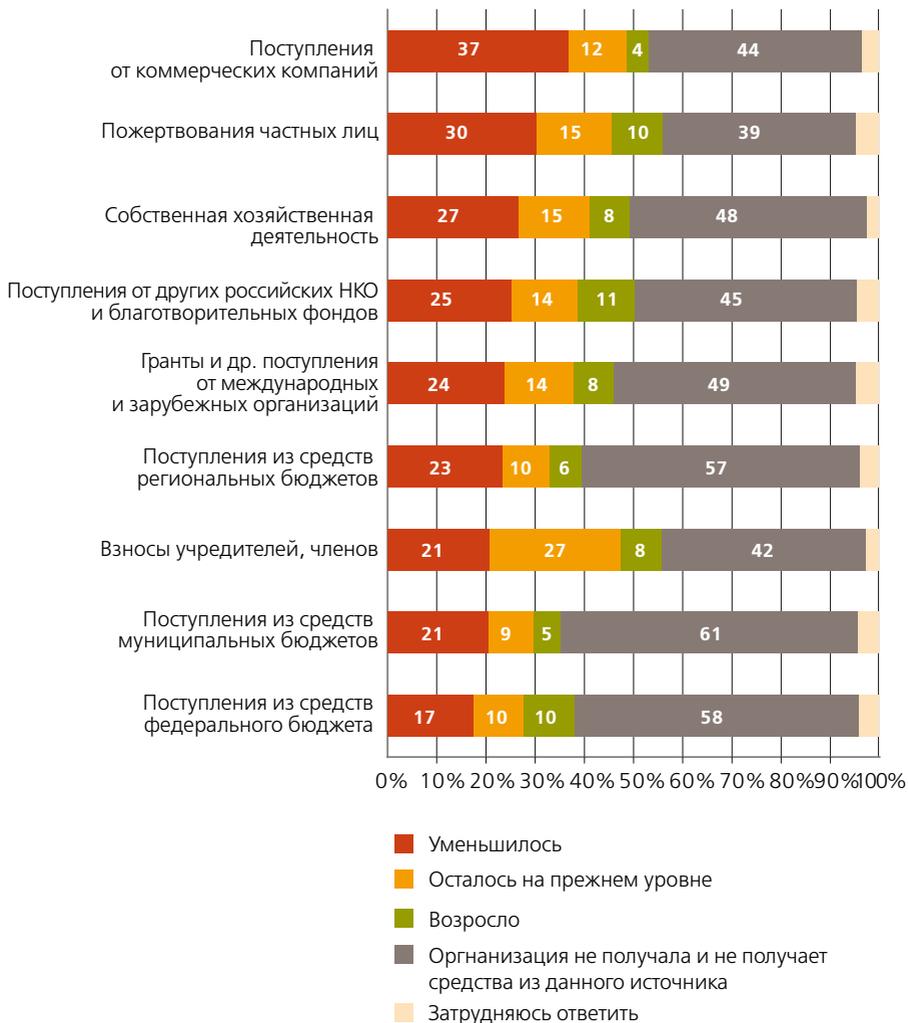


Несмотря на то, что спрос на услуги большинства НКО вырос, доходы некоммерческих организаций в текущем году уменьшились (об этом заявили 61% опрошенных руководителей НКО). Увеличение доходов в текущем году декларировали лишь 17% опрошенных респондентов.

При ответе на вопрос об изменении расходов НКО мнения руководителей некоммерческих организаций разделились на равные доли респондентов, заявивших как об уменьшении, так и об увеличении расходов своих организаций (по 38%). Немало тех НКО, чьи руководители декларировали отсутствие изменений в расходах своих организаций (22%).

Зафиксированные здесь тенденции характерны не только для всех опрошенных НКО, но и для выделенных подгрупп некоммерческих организаций (по сферам деятельности, целевым аудиториям, уровню доходов в 2008 году).

Рисунок 6. Оценка изменений поступлений средств НКО из различных источников. Как изменилось поступление средств в вашу организацию из различных источников за последние полгода?



Согласно результатам опроса, за последние полгода уменьшились поступления в НКО от коммерческих организаций (об этом заявили 37% опрошенных руководителей), что естественно, так как кризис затронул, прежде всего, «второй сектор»; сократились также пожертвования частных лиц (30%).

Каждый четвертый руководитель НКО сообщил, что за последние полгода сократились поступления от собственной хозяйственной деятельности НКО, от других российских НКО, а также российских и международных фондов, сократились поступления из региональных бюджетов.

2. Ожидания относительно течения финансового кризиса и оценка его влияния на НКО

Рисунок 7. Ожидания руководителей НКО относительно течения финансового кризиса. Какое из следующих суждений более всего соответствует вашему мнению?



Более половины опрошенных руководителей НКО (56%) считают, что сегодняшний экономический кризис – это долгосрочный процесс, скорого выхода из кризиса не будет, т.е. настроены относительно течения финансового кризиса довольно пессимистично. Оптимистов меньше – всего четверть опрошенных респондентов.

Для сравнения: по данным общероссийского опроса, проведенного ВЦИОМ в марте 2009 года, также более половины (59%) россиян заявили, что скорого выхода из кризиса не будет.

Рисунок 8. Оценка вероятности наступления событий в НКО, вызванных финансовым кризисом, в ближайший год. Какова вероятность того, что в ближайший год в вашей некоммерческой организации будут происходить следующие события?



Руководители НКО высоко оценивают вероятность отдельных негативных событий, которые могут происходить в организации в ближайший год (увеличение расходов, снижение доходов и пр.), однако в ситуации кризиса они надеются выжить (считают невозможным преобразование своей организации в государственное или муниципальное учреждение, а также закрытие и приостановку деятельности своей организации).

Для сравнения: по данным опроса представителей благотворительных организаций Англии в ближайший год респонденты ожидают в

лучшем случае сохранения текущего уровня доходов, в худшем – их снижения (36% организаций ожидают сохранения доходов на прежнем уровне, 39% – их снижения, 25% – повышения); 33% опрошенных респондентов ожидают увеличения расходов на предоставляемые услуги; а 34% – сокращения штата сотрудников.

3. Стратегии поведения НКО в ситуации кризиса

Рисунок 9. Установки руководителей НКО относительно приоритетных областей деятельности организации в условиях кризиса. Как руководитель НКО, на каких областях деятельности вашей организации вы сосредоточите свои усилия в первую очередь? В каких областях предполагаете достичь позитивных результатов в условиях кризиса?



Естественно, что в ситуации сокращения доходов, большинство руководителей НКО (53%) сосредотачивают свои усилия на привлечении ресурсов в организацию и оптимизации расходов. Далее приоритеты выстроились следующим образом: готовы сосредоточиться на оптимизации кадровых ресурсов 44% опрошенных респондентов; на про-

движении организации во внешней среде – 37%; на маркетинговой политике – 32%; на внутреннем управлении – лишь 11%.

В различных подгруппах НКО приоритеты в основном не различаются. Исключение составляют НКО сферы культуры и искусства, досуга, туризма и спорта, где на первое место выходит активность в области человеческих (кадровых) ресурсов.

Рисунки 10 и 11. Стратегии поведения (действия) руководителей НКО в области экономики организации.

Рисунок 10. Какие действия ваша организация намерена предпринять в первую очередь для улучшения (сохранения) своего финансового положения в ближайший год?

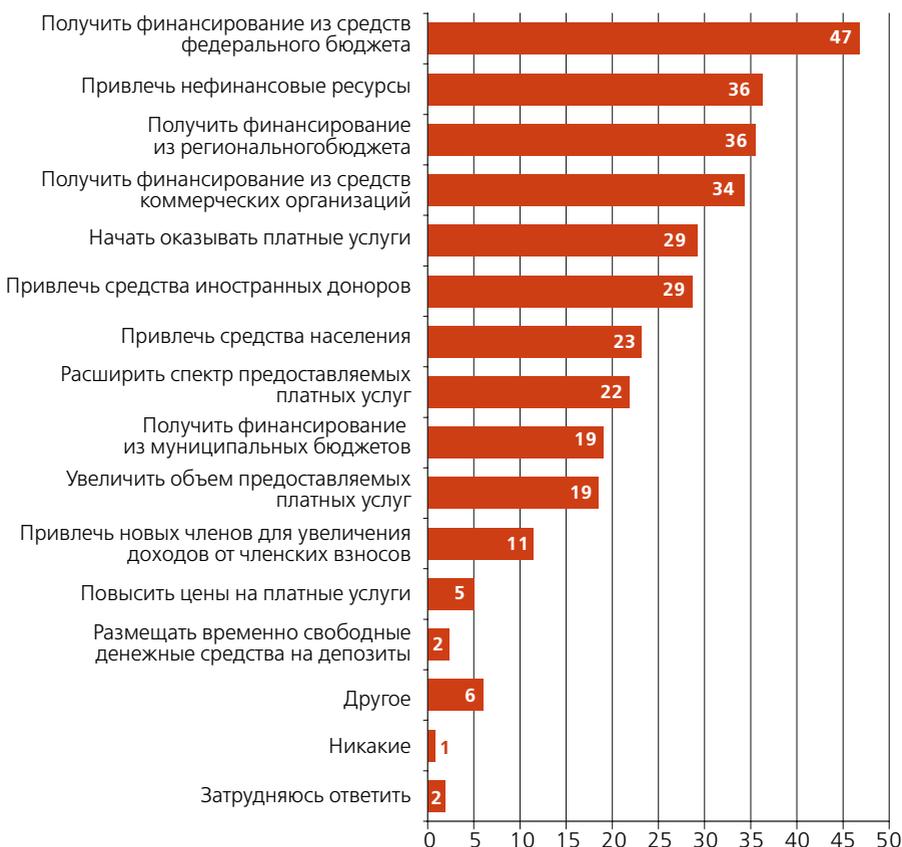


Рисунок 11. Какие действия ваша организация намерена предпринять в первую очередь для оптимизации своих расходов?



В области экономики руководители НКО в большей степени настроены на пассивные финансовые стратегии (привлечение средств из государственных бюджетов разных уровней и из коммерческих организаций и пр.), чем на активные (и, может быть, более «рискованные») стратегии (оказывать платные услуги, размещать средства на депозитах и пр.). Меньшая популярность действий, связанных с платными услугами (начать оказывать платные услуги, расширить спектр, увеличить объем предоставляемых платных услуг) также говорит о том, что идеи «социального предпринимательства» пока не находят отклика в массе руководителей российских НКО.

НКО Центрального и Северо-Западного округов чаще, чем все опрошенные организации и НКО других округов и регионов, намерены получить финансирование из региональных бюджетов. Исключение – московские НКО, которые в меньше степени надеются

на региональные бюджеты, но в большей – на средства коммерческих организаций. Руководители НКО Урала и Сибири в свою очередь чаще заявляли о своем намерении привлечь средства иностранных доноров.

В части расходов организации 62% опрошенных руководителей НКО намерены оптимизировать планирование бюджета и контроль расходов, а 52% – отказаться от части расходов. Остальные меры по оптимизации расходов НКО на порядок менее распространены, в том числе, «непопулярные» (снижение зарплат, сокращение социального пакета сотрудников).

Рисунок 12. Стратегии поведения (действия) руководителей НКО для оптимизации человеческих ресурсов. Какие действия ваша организация намерена предпринять в первую очередь для оптимизации человеческих ресурсов?



По крайней мере, на уровне деклараций руководители НКО не намерены идти по пути сокращения штатов, а, напротив, намерены сосредоточиться на менее «болезненных» для сотрудников мерах (увеличение количества добровольцев, перераспределение должностных обязанностей, обучение и повышение квалификации сотрудников).

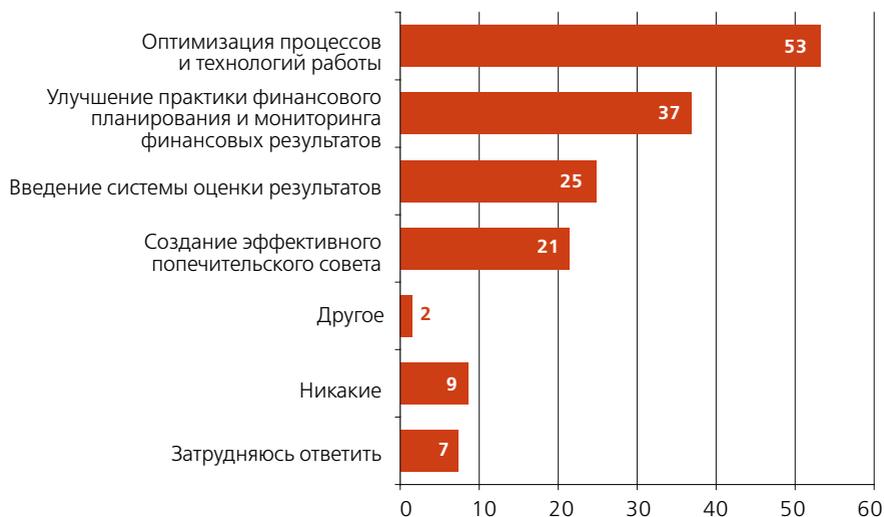
Особо отметим, что среди руководителей некоммерческих организаций, ориентированных на работу с «социально уязвимыми» категориями населения (малообеспеченные, дети с особыми потребностями, дети-сироты, пожилые и т.п.), а также среди представителей НКО Урала и Сибири, чуть больше распространена стратегия увеличения количества волонтеров, чем среди всех опрошенных руководителей НКО и представителей других подгрупп некоммерческих организаций.

Рисунок 13. Стратегии поведения (действия) руководителей НКО для продвижения себя на «рынке» НКО. Какие действия ваша организация намерена предпринять в первую очередь для продвижения себя на «рынке», в том сегменте сектора НКО, который она занимает?



Для продвижения своей организации на «рынке» НКО большинство руководителей выбирали стратегии освоения новых технологий работы и диверсификации видов и объектов деятельности организации. Данные приоритеты не меняются и в выделенных подгруппах НКО.

Рисунок 14. Стратегии поведения (действия) руководителей НКО для повышения эффективности менеджмента внутри организации. Какие действия ваша организация намерена предпринять в первую очередь для повышения эффективности менеджмента (управления) внутри организации?



Наиболее популярным действием для повышения эффективности менеджмента (управления) внутри организации среди руководителей НКО является оптимизация процессов и технологий работы. Чуть более трети опрошенных респондентов намерены улучшить практику финансового планирования и мониторинга финансовых результатов, четверть – ввести систему оценки результатов и лишь пятая часть руководителей НКО намерены создать эффективный попечительский совет.

По данному показателю зафиксирована небольшая дифференциации в выделенных подгруппах НКО. Создать эффективный попечительский совет в меньшей степени, чем руководители организаций в целом и представители других подгрупп НКО, намерены руководители некоммерческих организаций Урала и Сибири, в большей – представители НКО, ориентированные на работы с пожилыми людьми и ветеранами. Оптимизировать процессы и технологии работы в меньшей степени намерены НКО Центрального и Северо-Западного ФО, а в большей НКО мегаполисов.

Рисунок 15. Стратегии поведения (действия) руководителей НКО для привлечения внимания общественности. Ниже перечислены некоторые способы привлечения внимания общественности и увеличения общественной поддержки НКО, какими методами вы намерены воспользоваться в первую очередь?



Для привлечения общественной поддержки НКО примерно половина руководителей некоммерческих организаций намерены распространять информацию в Интернете и организовывать публичные акции. Еще около трети опрошенных представителей НКО в качестве способов привлечения внимания общественности выбрали размещение социальной рекламы в СМИ, повышение прозрачности организации, распространение информации через волонтеров.

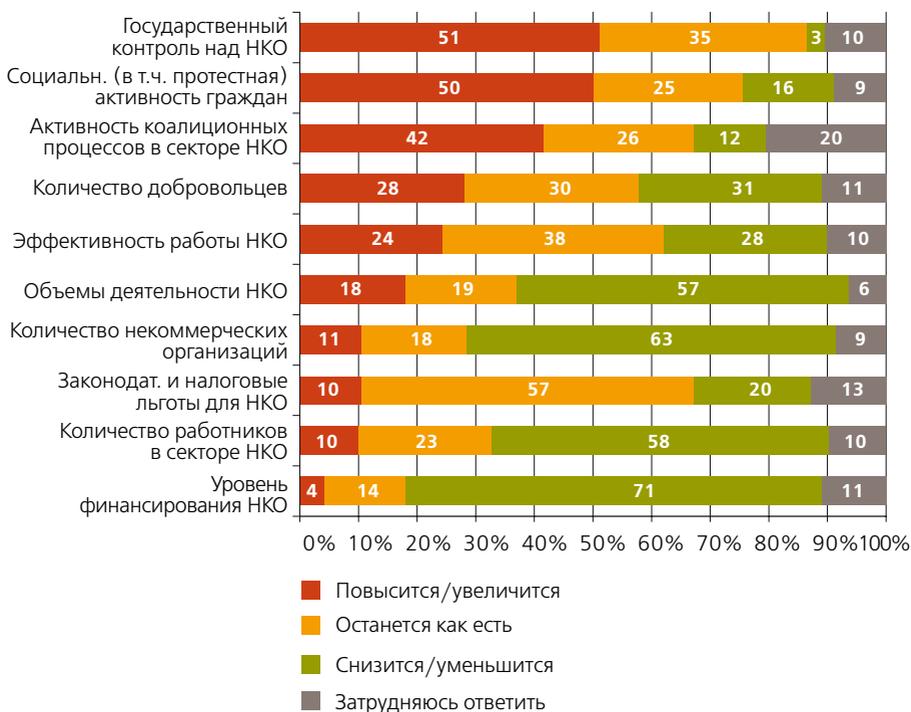
Популярность Интернета, возможно, связана с дешевизной данного способа привлечения внимания общественности, в отличие от более дорогой и менее популярной среди руководителей НКО наружной рекламы.

Интересно, что к организации публичных акций несколько более склонны НКО сферы культуры и искусства, ориентированные на ра-

боты с детьми-сиротами и пожилыми людьми, ветеранами. А «богатые» НКО, чаще, чем «не богатые», декларируют намерение повысить финансовую и информационную прозрачность организации.

4. Возможные системные изменения в деятельности НКО в ситуации кризиса

Рисунок 16. Оценка влияния финансового кризиса на сектор НКО в целом. Какие изменения могут произойти в деятельности сектора НКО в целом в ближайший год?

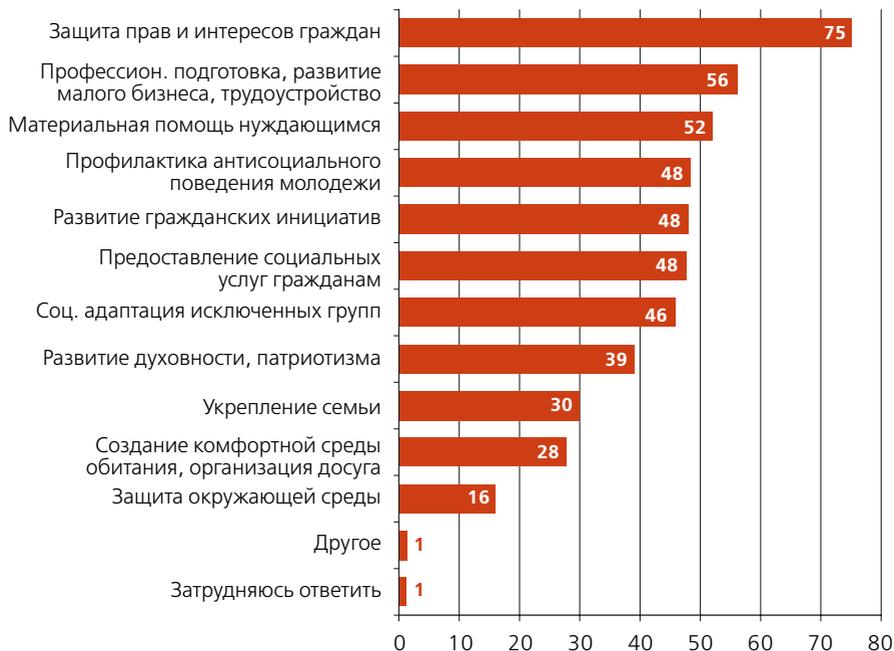


Пессимистические настроения руководителей НКО доминируют не только в отношении будущего собственной организации, но и в отношении ближайших перспектив деятельности сектора НКО в целом. Большинство представителей НКО считают, что в ближайший год снизится уровень финансирования НКО, умень-

шится количество некоммерческих организаций и работников в секторе НКО, снизятся объемы деятельности НКО, увеличится государственный контроль над НКО. Среди позитивных изменений руководители НКО отмечали повышение уровня активности (социальной активности граждан и коалиционных процессов в секторе НКО).

Для сравнения приведем данные экспертного опроса группы ЦИР-КОН по проекту «Краткосрочное сценарное прогнозирование развития гражданского общества в России». Судя по средним экспертным оценкам, в ближайшие 3-5 лет следует ожидать роста социально-политической (в том числе протестной) активности и повышения уровня влияния на гражданское общество органов исполнительной власти.

Рисунок 17. Оценка изменения потребности в услугах НКО в условиях кризиса. Как вы думаете, потребность в каких услугах НКО возрастет в условиях кризиса?



От последствий экономического кризиса страдают, прежде всего, «низкообеспеченные» граждане, трудящиеся, малый бизнес, поэтому руководители НКО небезосновательно надеются на рост потребности в защите прав и интересов граждан; профессиональной подготовке, развитии малого бизнеса, трудоустройстве; материальной помощи нуждающимся.

Естественно, что правозащитные НКО чаще прогнозируют рост потребности в защите прав и интересов граждан, а благотворительные организации – рост потребностей в материальной помощи нуждающимся и в предоставлении социальных услуг гражданам. Кроме того, руководители организаций, ориентированных на работу с «социально уязвимыми» категориями населения (малообеспеченные, дети с особыми потребностями, дети-сироты, пожилые), чаще отмечают, что в условиях кризиса возрастет потребность в предоставлении социальных услуг гражданам. НКО, ориентированные на работу с малообеспеченными и детьми-сиротами, естественно, чаще отмечали рост потребности в материальной помощи нуждающимся. «Бедные» НКО (чей бюджет в 2008г. был меньше миллиона рублей) реже, чем «богатые» НКО прогнозировали рост потребности в предоставлении социальных услуг гражданам.

5. Ожидания НКО конкретных действий со стороны ключевых стейкхолдеров

Рисунок 18. Субъекты смягчения последствий кризиса для НКО. Кто может внести наибольший вклад в смягчение последствий экономического кризиса для некоммерческих организаций?



Руководители НКО больше надежд по смягчению последствий кризиса возлагают на государство, власть, чем на организации и институты «третьего сектора» (российские благотворительные организации, ассоциации и объединения НКО, Общественная палата), зарубежные организации, структуры бизнеса (коммерческие компании и корпоративные фонды), институты гражданского общества (политические партии, церковь).

Рисунок 19. Потребности в дополнительных видах помощи со стороны государства. Какие дополнительные виды помощи со стороны государства будут для некоммерческих организаций наиболее эффективными в условиях кризиса?



Наиболее эффективными видами помощи со стороны государства руководители НКО считают увеличение финансовой поддержки (будь то в виде государственных грантов и субсидий или системы государственного и муниципального заказа). Интересно, что в мегаполисах (Москва и Санкт-Петербург) почти половина опрошенных НКО также отмечали эффективность введения дополнительных налоговых послаблений и льгот для НКО, а руководители организаций Урала и Сибири чаще, чем представители НКО других регионов, отмечали эффективность увеличения финансовой поддержки в виде государственных грантов и субсидий.

Рисунок 20. Потребности в дополнительных видах помощи со стороны объединений и ассоциаций НКО. Какие дополнительные виды помощи со стороны объединений и ассоциаций НКО будут для некоммерческих организаций наиболее эффективными в условиях кризиса?



Со стороны объединений и ассоциаций НКО руководители опрошенных некоммерческих организаций ожидают, прежде всего, лоббистских усилий в области законодательства, затем – PR и информационных усилий.

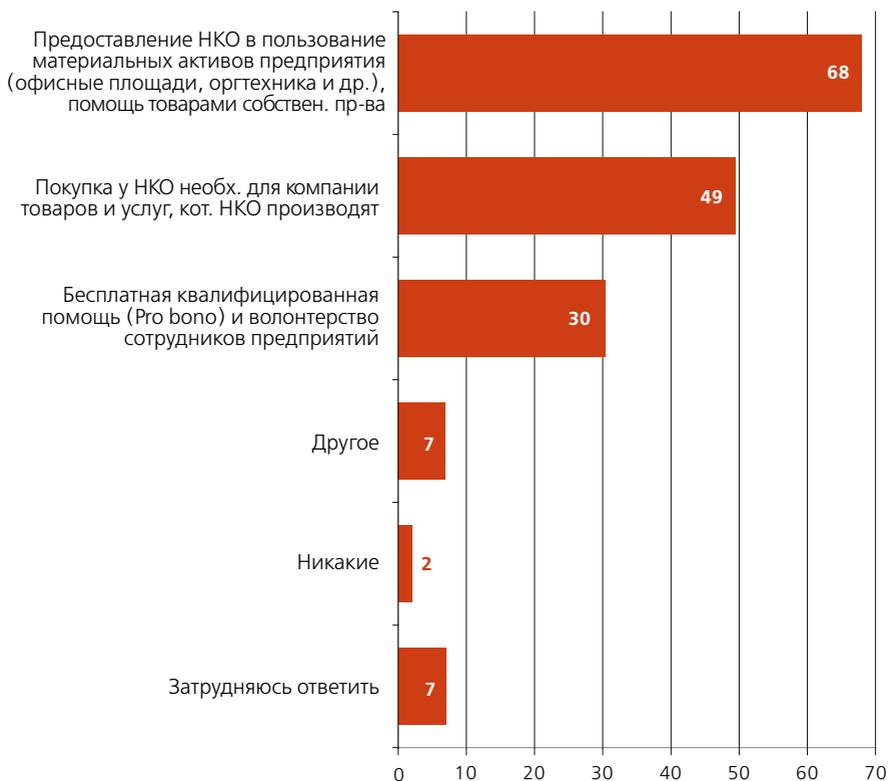
Создание этических стандартов фандрайзинга, вероятно, считается важным делом, но в условиях кризиса – малоэффективным, что естественно, так как эффект от действий в области этики поведения организации достигается через довольно длительный промежуток времени.

Рисунок 21. Потребности в дополнительных видах помощи со стороны частных и международных фондов. Какие новые формы со стороны частных и международных фондов будут для некоммерческих организаций наиболее эффективными в условиях кризиса?



В «рейтинге» эффективности различных форм помощи со стороны частных и международных фондов, по результатам опроса руководителей НКО, со значительным отрывом лидируют гранты на общую поддержку и гранты, направленные на повышение эффективности работы организации. Поддержку коалиционных процессов в секторе и гранты на развитие актуальных технологий фандрайзинга в качестве эффективной формы помощи выбрали лишь 22% и 16% опрошенных руководителей НКО, соответственно.

Рисунок 22. Потребности в дополнительных видах помощи со стороны коммерческих компаний. Какие дополнительные виды помощи со стороны коммерческих компаний (корпоративных фондов) будут для некоммерческих организаций наиболее эффективными в условиях кризиса?



Наиболее эффективным дополнительным видом помощи НКО со стороны коммерческих компаний, по мнению большинства руководителей организаций, является предоставление НКО в пользование материальных активов предприятия; далее следует покупка у НКО необходимых для компании товаров и услуг. Бесплатную квалифицированную помощь и волонтерство сотрудников предприятий в качестве эффективного вида помощи отметили менее трети опрошенных руководителей НКО. Интересно, что среди благотворительных НКО данный вид помощи «популярнее», он на втором месте после предоставления материальных активов предприятия.

Приложение. Некоторые характеристики опрошенных НКО

Рисунок 1. Распределение опрошенных НКО по их организационно-правовой форме (%). Организационно-правовая форма (согласно свидетельству о регистрации)



Рисунок 2. Распределение опрошенных НКО по количеству штатных сотрудников (%). Количество сотрудников организации (штатных)

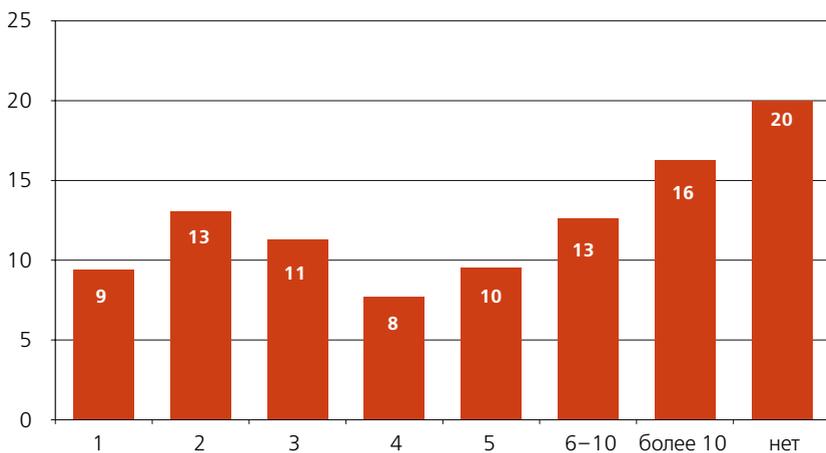


Рисунок 3. Распределение опрошенных НКО по количеству волонтеров (%).
Количество сотрудников организации (волонтеров)

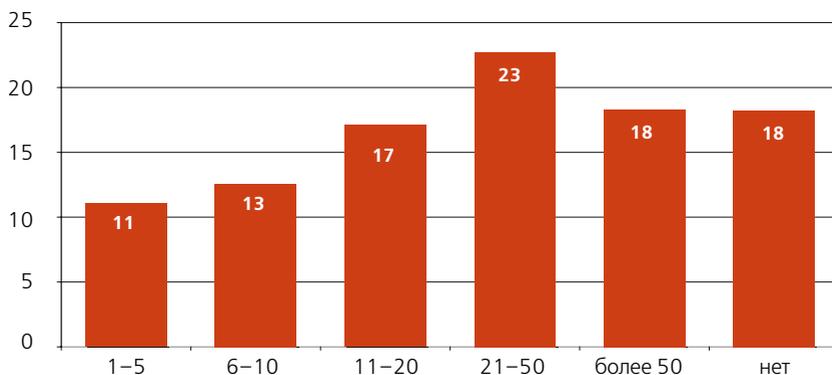


Рисунок 4. Распределение опрошенных НКО по их сферам деятельности (%). Укажите, пожалуйста, в каких сферах (областях) осуществляет деятельность ваша организация?



Рисунок 5. Распределение опрошенных НКО по их целевым группам (%). Ориентирована ли ваша организация на работу с конкретными группами населения? Если да, то какие из нижеперечисленных групп к ним относятся?



Рисунок 6. Распределение опрошенных НКО по территориальному охвату их деятельности (%). Территориальный охват деятельности организации.

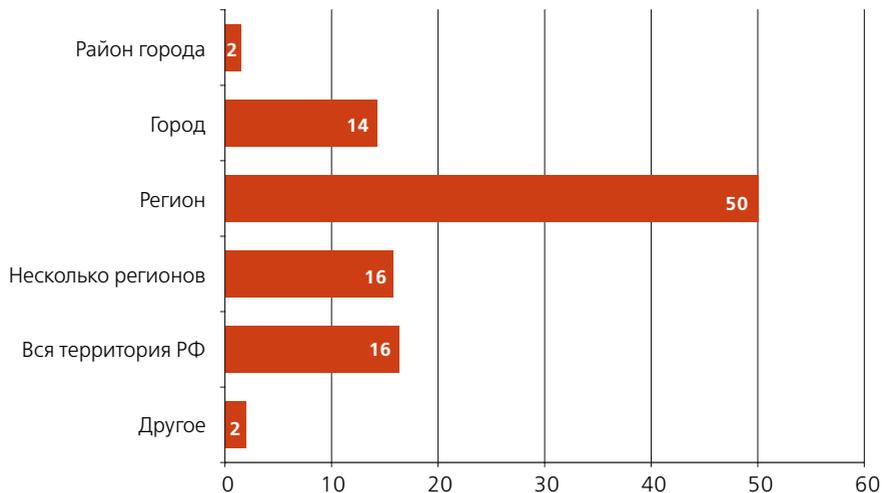


Рисунок 7. Распределение опрошенных НКО по бюджету организаций (%). Оцените, пожалуйста, приблизительно бюджет вашей организации в ... году

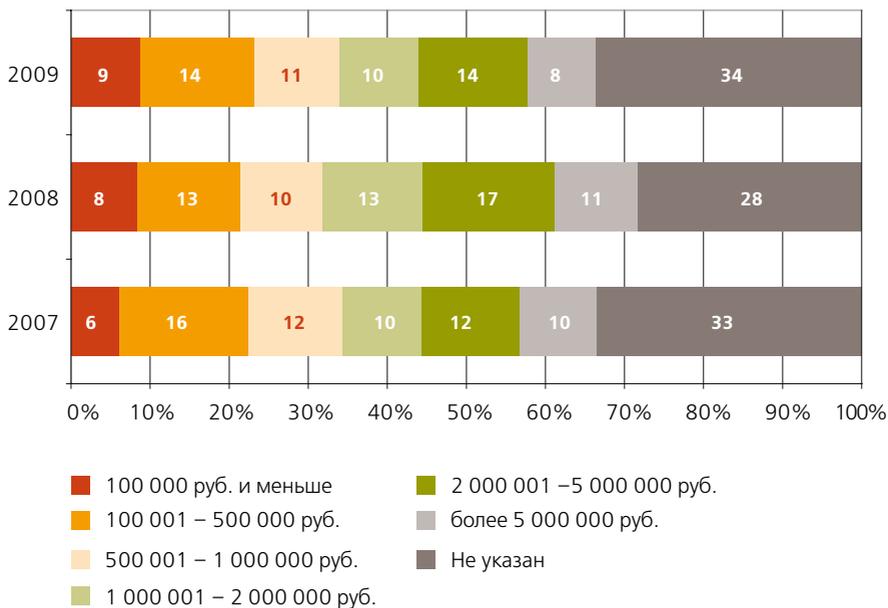
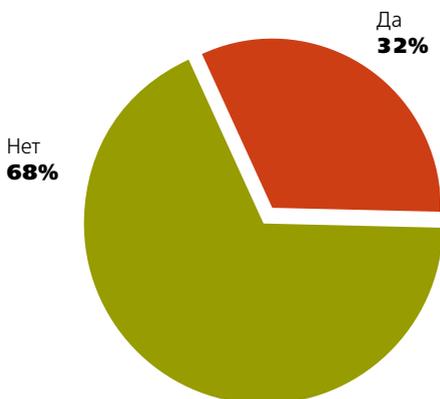


Рисунок 8. Доля данного источника финансирования в бюджете средней НКО (%). Укажите, пожалуйста, главные источники финансирования вашей организации. Отметьте все позиции и долю (в %) каждого источника в 2008 г. (средние значения).



Рисунок 9. Распределение опрошенных НКО по наличию попечительского совета (%). Есть ли в вашей организации попечительский совет?



Благотворительная деятельность коммерческих организаций в условиях кризиса

Исследование проводилось PricewaterhouseCoopers
и CAF Россия

Цель исследования

Целью исследования является получение информации для анализа текущего состояния благотворительной деятельности коммерческих организаций в России, изменений их стратегий деятельности в условиях экономической нестабильности в стране.

1. Оценка текущей ситуации в области благотворительной деятельности коммерческих организаций, оказания поддержки и помощи НКО;
2. Восприятие финансового кризиса, оценка произошедших изменений в «благотворительном» поведении коммерческих организаций за последние несколько месяцев (включая изменения в объектах и размерах финансирования, подходах к принятию решений о поддержке НКО);
3. Ожидания относительно течения финансового кризиса в стране, его влияния на деятельность коммерческих организаций, их готовность к поддержке НКО;
4. Стратегии «благотворительного» поведения коммерческих организаций в ситуации кризиса; их программы, направленные на смягчение последствий кризиса для организаций общественной пользы, оценка эффективности благотворительных программ.

Объект исследования

Объектом исследования являются коммерческие организации (в лице своих руководителей или специалистов по корпоративной ответственности) и корпоративные фонды.

Методология исследования

Методика сбора данных – on-line опрос представителей коммерческих организаций (привлечение участников к опросу осуществлялось посредством электронной почты).

Для реализации on-line опроса были использованы базы данных коммерческих организаций PricewaterhouseCoopers и CAF по всей России.

На начальном этапе были отобраны 200 крупных российских и зарубежных компаний. Затем была проведена сплошная рассылка предложений принять участие в опросе со ссылкой на электронную страницу в Интернете, где можно было заполнить анкету.

Всего было получено 36 заполненных анкет.

Наиболее популярные причины отказа компаний от участия в исследовании: не занимаются благотворительностью, нет времени на заполнение анкеты, компания не заинтересована в исследовании, благотворительная деятельность приостановлена.

Во всех диаграммах указано количество компаний, кроме тех, где прямо упомянуто иное.

1. Осуществление благотворительной деятельности

Основной массив исследования составили крупные компании с выручкой более 1 млрд рублей.

Рисунок 1. Размер компании (выручка в руб.)

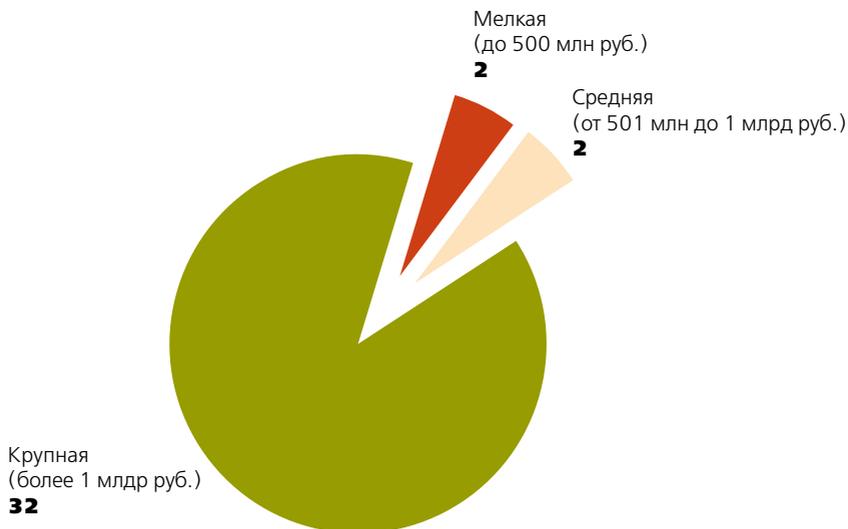
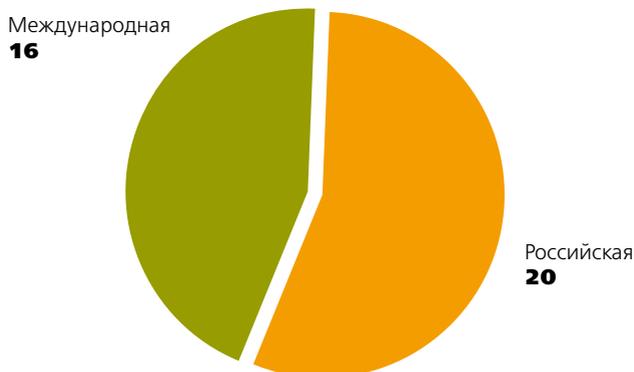


Рисунок 2. Ваша компания



Чуть больше половины из этих компаний – российские, остальные – международные.

Активнее всего в опросе участвовали компании финансового сектора, но также были представлены металлургия, торговля, телекоммуникации и связь, услуги, информационные технологии, нефтегазовая промышленность, пищевая промышленность, средства массовой информации, строительство, транспорт, фармацевтическая и химическая промышленность.

Рисунок 3. Отрасль



Большая часть представленных компаний осуществляет благотворительную деятельность в области просвещения и образования (27 компаний), социальной защиты (21 компания), здравоохранения (19 компаний), культуры и искусства (17 компаний), а также в области развития местных сообществ (16 компаний). Причем международные компании более сконцентрированы на здравоохранении и образовании, тогда как у российских компаний наблюдается более широкий спектр областей помощи.

Рисунок 4. Укажите, пожалуйста, в каких сферах (областях) осуществляет благотворительную деятельность ваша организация?



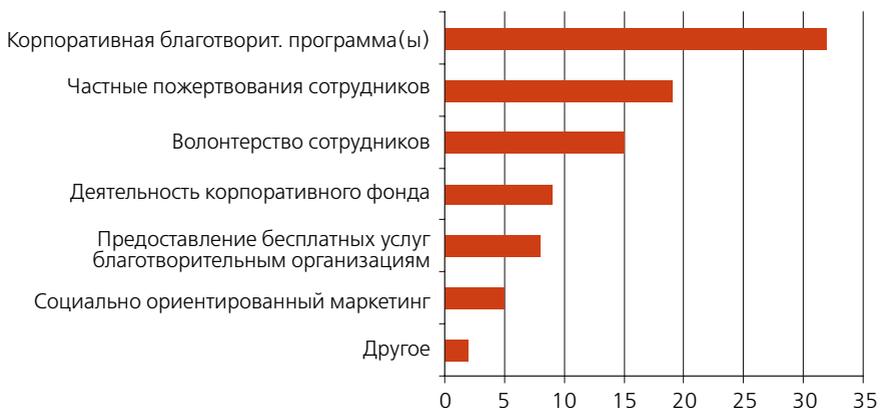
Большинство респондентов ориентируются в своей благотворительной деятельности на детей. Причем беспризорным детям помогают 24 компании, тогда как детям с особыми потребностями только 20. Меньше всего помощь оказывается определенным национальным группам, осужденным, беженцам, женщинам и бездомным людям. Международные компании сфокусированы на детях больше, чем российские, которые также заботятся о ветеранах, молодежи, инвалидах, малообеспеченных и многодетных семьях.

Рисунок 5. Ориентирована ли ваша благотворительная деятельность на конкретные группы населения? Если да, то какие из перечисленных групп к ним относятся?



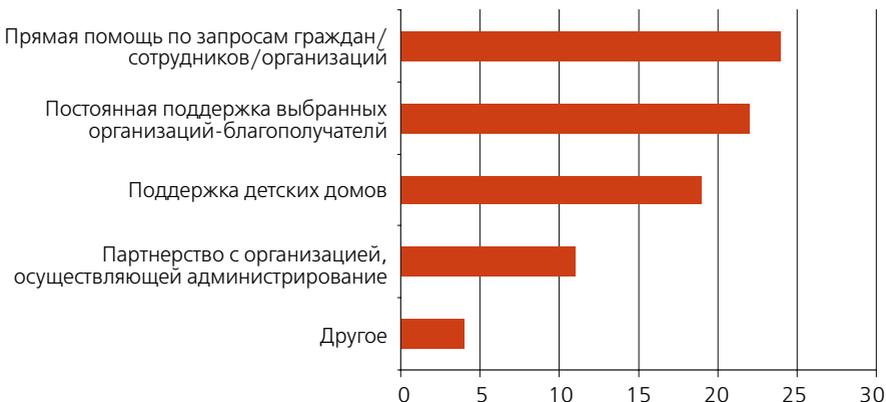
Подавляющее большинство компаний осуществляет благотворительную деятельность через корпоративную благотворительную программу. Примерно половина компаний также привлекает к этому сотрудников, которые инвестируют как свое время, так и деньги. Корпоративные фонды созданы в небольшом количестве компаний. Бесплатные профессиональные услуги благотворительным организациям, особенно востребованные со стороны НКО во время кризиса, большой популярностью среди компаний на данный момент не пользуются, однако можно заметить большую склонность к подобным услугам у международных компаний. Отдельно респондентами были упомянуты и такие формы реализации благотворительной деятельности, как личные благотворительные акции руководителей компаний.

Рисунок 6. Формы реализации благотворительной деятельности



В качестве способа реализации благотворительной деятельности используются как прямая помощь по запросам граждан/сотрудников/организаций, так и постоянная поддержка выбранных благополучателей, причем примерно половина компаний ориентирована на поддержку детских домов. Одна треть компаний прибегает к помощи НКО, администрирующих корпоративную программу.

Рисунок 7. Основной способ реализации благотворительной деятельности



Основная масса компаний предпочитает выбирать благополучателей самостоятельно, особенно это характерно для российских компаний. Международные компании также обращаются за предложениями к сотрудникам и к партнерским НКО. По совету государственных органов благополучателей выбирает только 10 компаний.

Рисунок 8. Способ выбора адресата помощи



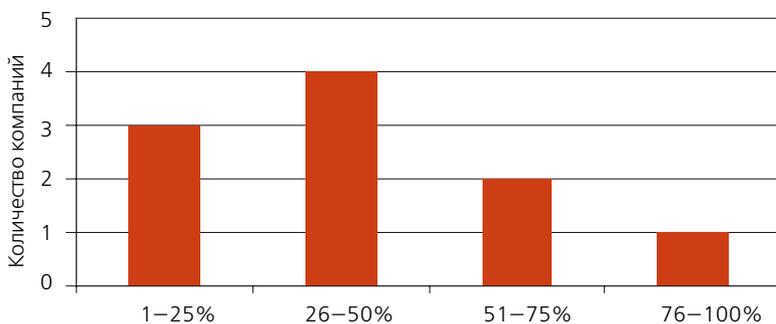
2. Оценка текущей ситуации и изменений в благотворительной деятельности компаний

В период кризиса компании по-разному решают вопрос о финансировании благотворительных программ: 13 опрошенных компаний уменьшили свой бюджет, 11 компаний его не изменили, а 7 находятся в процессе утверждения. Несмотря на то, что по результатам исследования ни одна из опрошенных компаний не заявила о полном сокращении бюджета, некоторые из отказавшихся участвовать в опросе компаний сделали это именно по причине приостановки своей благотворительной деятельности.

Рисунок 9. Как изменился благотворительный бюджет вашей компании в связи с кризисом?



Рисунок 10. Уменьшение благотворительного бюджета



Уменьшение благотворительного бюджета 13 компаний можно назвать существенным. Большая часть компаний сократила свой бюджет более чем на 25 %.

В 2007 году средняя величина благотворительного бюджета среди опрошенных крупных (с выручкой более 1 млрд рублей) компаний составила около 240 млн рублей. В 2008 году эта цифра уменьшилась до 215 млн рублей. А в 2009 году достигнет приблизительно 180 млн рублей.

Рисунок 11. Как изменилось количество обращений за помощью со стороны организаций и частных лиц?



Большинство компаний констатировало, что количество обращений за помощью не изменилось. И только некоторые компании заметили небольшие колебания как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения запросов со стороны некоммерческого сектора.

Как и предполагалось, в большом количестве компаний произошли существенные изменения в связи с кризисом. Многие компании сократили либо число благополучателей, либо число программ, а также пересмотрели свои приоритеты помощи. Причем последнее более характерно для российских компаний, чем для зарубежных. Однако были и такие компании, которые сохранили или даже увеличили число благополучателей, но снизили объемы помощи каждому из них. Некоторые компании сократили штат сотрудников и заменили денежную помощь на натуральную.

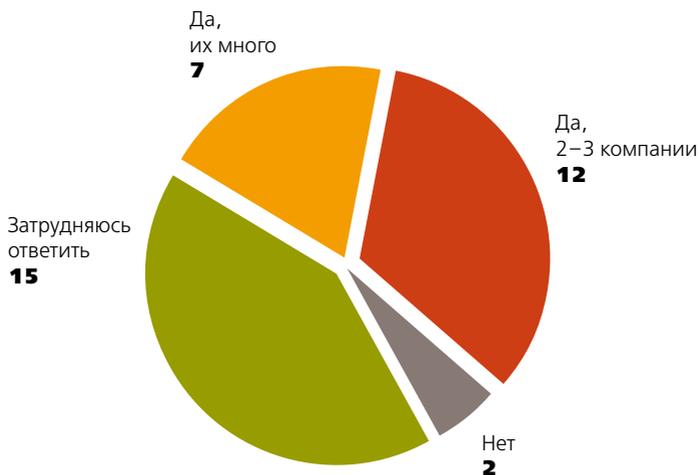
Среди позитивных изменений отмечены проведение оценки эффективности программ (больше среди российских компаний), что в будущем может позволить компаниям оказывать большую помощь меньшими средствами. Также некоторые компании расширили географию реализации своих благотворительных программ и начали кооперироваться с другими компаниями для осуществления социальных проектов.

Рисунок 12. Какие изменения в части благотворительной деятельности вашей компании произошли за последний полгода?



По мнению респондентов, многие компании сократили или приостановили свою благотворительную деятельность. Половина из опрошенных представителей компаний знают как минимум 2–3 такие компании, а то и больше. Практически все оставшиеся затруднились ответить на данный вопрос.

Рисунок 13. Есть ли среди известных компаний те, которые сократили или приостановили свою благотворительную деятельность в течение последних шести месяцев в связи с экономическим кризисом?



Обнадеживает то, что большинство компаний (20) рассматривает благотворительную деятельность в кризис как возможность продемонстрировать устойчивость бизнеса и укрепить репутацию компании. Есть даже и такие (9), кто считает, что некоммерческому сектору нужно оказать дополнительную поддержку в эти тяжелые времена. Однако 6 компаний считают, что вместо благотворительности следует сосредоточиться на ресурсосбережении и заботе о персонале, что также является важной составляющей корпоративной ответственности.

Рисунок 14. Какое из следующих суждений более всего соответствует вашему мнению?

Во время кризиса надо сосредоточиться на других составляющих КСО (корпоративной социальной ответственности) – ресурсосбережении, заботе о персонале и пр.
6

Затрудняюсь ответить
1

Во времена кризиса бедным становится еще хуже, компании должны оказать им дополнительную помощь
9



Что касается дальнейших действий, большинство компаний (21) планируют активно вовлекать собственный персонал в свою благотворительную деятельность. Среди других популярных мер называются увеличение внимания к социальному эффекту корпоративных благотворительных программ (19), повышение эффекта для бизнеса (14), кооперация с другими компаниями и НКО (11 и 11 соответственно) и изменение приоритетов благотворительной деятельности. Наименее популярными являются отказ от бюджетозамещающих расходов и замена денежной помощи на натуральную.

Рисунок 15. Какие действия намерена предпринять ваша компания в отношении своей благотворительной деятельности в условиях кризиса?



Большая часть компаний (29) считает, что в сфере корпоративной благотворительности произойдет снижение размера благотворительных бюджетов. Также ожидаемыми последствиями кризиса являются более качественная оценка эффективности благотворительных программ (18 компаний) и замена денежных пожертвований на натуральные (16 компаний). Меньше всего компании готовы передать на аутсорсинг управление благотворительными программами. Достаточно скептически оценивают они возможность улучшения законодательных и налоговых условий для корпоративной благотворительности.

Рисунок 16. Отметьте, пожалуйста, наиболее вероятные, с вашей точки зрения, изменения, которые могут произойти в сфере корпоративной благотворительности в целом?



Среди представителей компаний нет единодушия в вопросе, какую деятельность нужно поддерживать в условиях кризиса. Половина респондентов (18) отмечает, что необходимо уделить особое внимание профессиональной переподготовке и трудоустройству, однако ни одна из опрошенных компаний на данный момент не оказывает помощь безработным, мигрантам и бездомным, особенно остро нуждающимся в заработке. Среди других видов деятельности, которые нужно поддерживать, отмечались создание комфортной среды обитания, благоустройство, организация досуга, защита окружающей среды, развитие гражданских инициатив, материальная помощь нуждающимся, развитие малого бизнеса, предоставление социальных услуг гражданам. Некоторые компании неуклонно считают, что нужно поддерживать адаптацию детей, образование и давать деньги на лечение.

Рисунок 17. Как вы думаете, какую деятельность надо в первую очередь поддерживать в рамках корпоративных благотворительных программ в условиях кризиса?



В вопросе же мер, способствующих сохранению и развитию корпоративной благотворительности, компании оказались более солидарны. 32 из них важнейшей мерой считают налоговое стимулирование, при этом 25 компаний также отмечают публичную поддержку со стороны государства. 18 респондентов нуждаются в возможности освещения благотворительной деятельности компаний в СМИ (это больше характерно для международных компаний, чем для российских). Меньше всего компании нуждаются в возможности воспользоваться профессиональными услугами в области разработки, управления и оценки корпоративных благотворительных программ. Есть и те, кто считает важным воспитание

чувства сострадания с детского возраста, а также реальную поддержку государства.

Рисунок 18. Скажите, пожалуйста, какие действия, по вашему мнению, будут способствовать сохранению и развитию корпоративной благотворительности в условиях кризиса?



Выводы

- В настоящий момент большинство компаний осуществляет свою благотворительную деятельность в сфере образования, социальной защиты, здравоохранения, культуры и искусства. Особое внимание при этом уделяется детям (как беспризорным, так и с особыми потребностями). В то же время в условиях кризиса большая часть компаний считает необходимым сосредоточиться на профессиональной подготовке и трудоустройстве, что пока не является составной частью их благотворительных программ.

- Подавляющее большинство компаний реализует свою благотворительную деятельность в рамках корпоративной благотворительной программы, и только половина из опрошенных компаний также привлекает к этому сотрудников, которые осуществляют денежные пожертвования и участвуют в волонтерских акциях.
- Влияние кризиса по-разному отразилось на благотворительных бюджетах компаний: 11 из 36 компаний его не изменили, а 13 уменьшили, причем во многих случаях это уменьшение было более чем на 25%. При этом большая часть компаний (29) считает, что в сфере корпоративной благотворительности в целом произойдет снижение размера благотворительных бюджетов на 30-50%. Несмотря на то, что количество обращений за помощью в основном не изменилось, многие компании за последние полгода сократили число программ и число благополучателей, а также изменили приоритеты помощи. Половина респондентов отметили, что знают как минимум 2-3 компании, сократившие или приостановившие свою благотворительную деятельность.
- Положительным следует считать то, что многие компании задумались об оценке эффективности благотворительных программ и об их социальном эффекте. В основном опрошенные компании планируют и дальше осуществлять благотворительную деятельность, считая, что именно в тяжелые времена необходимо продемонстрировать устойчивость компании, а также поддерживать тех, кому помощь становится еще более необходима. Во многом благотворительные инициативы будут реализовываться за счет привлечения компаниями своих собственных сотрудников.
- Опрошенные компании практически единодушны в вопросе о том, какие меры будут способствовать сохранению и развитию корпоративной благотворительности: это налоговое стимулирование благотворительной деятельности компаний. Большинство компаний также считает важной публичную поддержку со стороны государства. Однако надежда на осуществление этих мер есть только у 5 компаний.

Частные фонды в условиях кризиса

Исследование проводилось Форумом доноров и САФ Россия

Порядок исследования

- Разработка анкеты
- Составление списка участников
- Рассылка анкет
- Обработка результата

Участники исследования

К участию в исследовании были приглашены российские и зарубежные частные фонды, работающие в нашей стране. Список состоял как из участников Форума Доноров (ФД), так и из внешних организаций. В виду того, что число таких фондов в целом не велико, полученная выборка не является репрезентативной, скорее, показывает состояние дел у наиболее успешных фондов.

Участники ФД / Не участники ФД

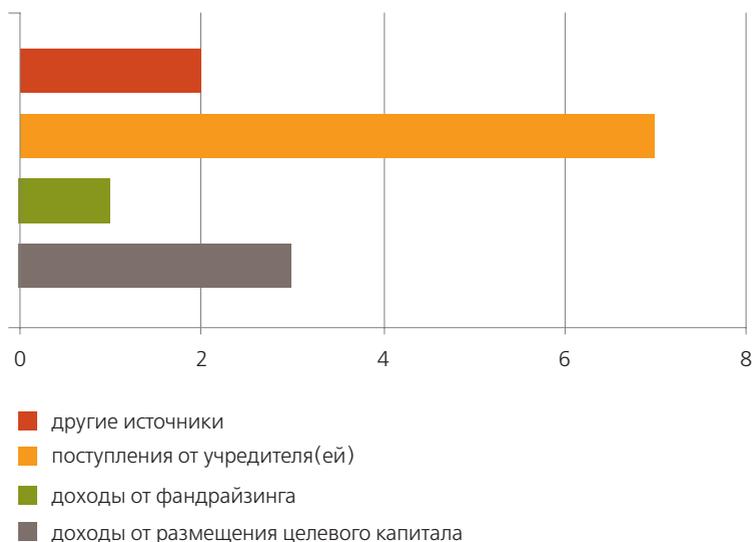
- Приглашено: 14/16
- Ответили 9:2

Российские фонды и иностранные фонды

- Приглашено: 26/4
- Ответили 9:2

Большинство участников опроса главным образом финансируются за счет средств своего учредителя (7 из 11 организаций). Однако присутствуют и другие формы дохода. Так, 3 фонда имеют целевой капитал (из которых один – российский), а два фонда участвуют в государственных тендерах и получают средства от иностранных источников.

Рисунок 1. Источники доходов



Не удивительно, что большинство частных фондов (8 из 11) имеют в числе приоритетов поддержку образования и науки: данная тема и по экспертным оценкам находится на первом месте у всех благотворителей, тем более это так у институциональных доноров.

На втором месте – поддержка культуры и искусства (5 организаций), а на третьем – социальная поддержка и благотворительность.

Более понятны эти ответы при анализе целевых аудиторий.

Рисунок 2. В каких сферах (областях) осуществляет благотворительную деятельность ваш фонд?

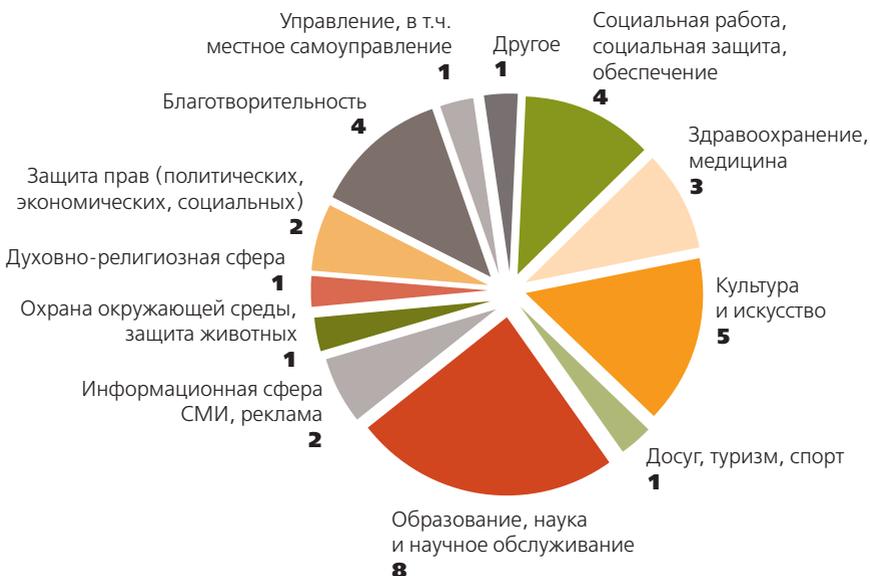
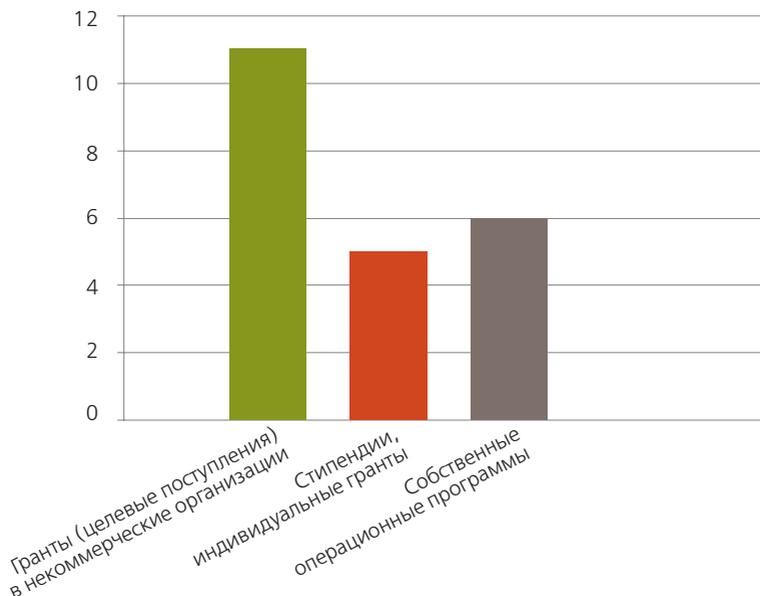


Рисунок 3. Ориентирована ли ваша благотворительная деятельность на конкретные группы населения?



Очевидно, что институциональные доноры в большей мере заинтересованы в работе с детьми и молодежью (молодежь – 4 организации, еще 3 – дети с особыми потребностями, 2 – дети, 2 – дети-сироты и беспризорные), на втором месте – пожилые люди, взрослые инвалиды и малообеспеченные слои населения (по 3 организации на каждую группу).

Рисунок 4. Каковы основные способы вашей работы?



Очевидно, усилия многих западных донорских организаций, помогавших возрождать благотворительность в России, не пропали даром: абсолютно все организации из представивших ответы предоставляют гранты некоммерческим организациям. Стоит отметить, что почти половина (6 из 11 организаций) также реализует собственные операционные программы, которые могут содержать элемент предоставления грантов, а могут и нет.

Также среди российских доноров популярны стипендиальные программы, которые по их мнению являются одной из самых эффективных форм поддержки молодежи.

Большая часть частных фондов (7 из 11 организаций) заявляют, что работают на всей территории России. 4 организации выделили в качестве сферы своих интересов отдельные регионы, а один российский фонд также указал страны СНГ как территорию своей активности.

Рисунок 5. Территориальный охват благотворительной деятельности



Оценка текущей ситуации

Как изменился бюджет вашего фонда на поддержку благополучателей в 2009 году по сравнению с 2008 годом?

- Уменьшился – 4 ответа: на 10% – 1, на 20% – 2, на 70% – 1
- Не изменился – 5
- Увеличился – 2 ответа: на 8% – 1, на 7% – 1

Главный вопрос, который волнует благополучателей, изменится ли объем поддержки, предоставляемый донорами. На основе полученных данных однозначного ответа дать невозможно.

Так, 4 из 11 организаций утверждают, что он уже уменьшился, еще у 4х он не изменился, а у 2 (одной российской и одной международной) даже увеличился. Однако, эти ответы не совсем корректны: как видно из дальнейших ответов, планы доноров еще будут корректироваться.

Как изменилось число обращений за помощью со стороны граждан и частных лиц за последние 6 месяцев?

- Увеличилось – 4
- Не изменилось – 7

На сегодняшний день по подсчетам доноров число обращений за помощью фактически не изменилось. Так, 7 из 11 организаций говорят о том, что больше обращений не стало. Можно связать это со спецификой деятельности данных организаций, а можно с еще существующей надеждой на получение средств из других источников – государства, бизнеса

Какие еще изменения произошли за последние полгода?

- Сокращение операционных расходов – 5
- Сокращение штата сотрудников – 4
- Сокращение числа программ – 2
- Другое (сокращение административных расходов – 2, увеличение числа программ – 1) – 3
- Изменились программные приоритеты (остались наиболее важные) - 1
- Сокращение числа благополучателей – 1
- Ничего не изменилось – 1
- Затрудняюсь ответить – 1

Почти все (за исключением двух) организации отметили негативные изменения, произошедшие в их деятельности за прошедший период. Эти изменения касались как административной стороны работы фон-

да, так и той поддержки, которую фонды оказывают. Единственная организация, отметившая позитивные изменения, доложила о расширении программной деятельности.

Есть ли среди известных вам фондов в России те, которые сократили или приостановили свою деятельность в течение последних шести месяцев в связи с экономическим кризисом ?

- Да, их много – 1
- Да, их 2–3 – 6
- Затрудняюсь ответить - 4

Большая часть ответивших уверена в том, что знает несколько фондов, предполагающих сокращать свою деятельность. Это соответствует ситуации в том плане, что некоторые организации отказались от участия в опросе, не желая раскрывать свое непростое положение дел.

Прогноз деятельности

Как изменится программная деятельность вашего фонда в связи с кризисом в ближайшие год-два

- Не планируются изменения – 7
- Программы будут в большей степени нацелены на долгосрочные изменения – 4
- Программы будут в большей степени направлены на укрепление устойчивости организаций-грантополучателей в условиях кризиса – 4
- Планируем выдавать гранты, направленные на повышение эффективности работы организации – 3
- Будем специально поддерживать коалиционные процессы в некоммерческом секторе – 1
- В связи с сокращением финансирования мы планируем помогать нашим грантополучателям, предоставляя им нашу экспертизу – 1

Большая часть доноров указала, что не планирует вносить новых изменений в свою деятельность – 7 из 11 организаций, что означает, что их программные приоритеты и целевые группы останутся прежними. Возможны, правда, изменения в фокусе программы (на большую эффективность и устойчивость НКО), но в целом эти изменения незначительны.

Каким образом изменятся подходы к работе вашего фонда в условиях кризиса?

- Сохранение грантового фонда на предыдущем уровне и сокращение собственных расходов – 4
- Мы будем привлекать дополнительные ресурсы для реализации наших программ – 3
- Ничего менять не будем – 2
- Отказ от намерения формировать целевой капитал – 1
- Не исключена приостановка деятельности или закрытие фонда – 1
- Другое – 2 (увеличение бюджета; сокращение программного бюджета)

Неопределенность позиции доноров хорошо видна на этом слайде. Хотя большая часть ответов на предыдущий вопрос была в том, что изменений не будет, то на этом слайде уже предполагаются сокращения грантового фонда и собственных расходов, планы по привлечению партнеров и только две организации точно планируют ничего не менять в своей работе.

Какие формы помощи со стороны частных фондов будут для ваших благополучателей наиболее эффективными в условиях кризиса?

- Гранты, направленные на повышение эффективности работы организации – 8
- Гранты на общую поддержку – 5
- Гранты на развитие актуальных технологий фандрайзинга – 3
- Поддержка коалиционных процессов в секторе – 2

Можно с удовлетворением отметить, что доноры понимают, какая помощь нужна их партнерам в этот кризисный период. Повышение эффективности работы и общая поддержка, безусловно, самые трудно «продаваемые» и важные темы для НКО. Однако сами отвечавшие не имеют данных тем среди своих приоритетов и менять их не собираются. Вопрос – кто должен оказывать поддержку именно этим темам остается открытым.

Можно по-разному оценивать не желание доноров поддерживать обмен фандрайзинговыми технологиями и коалиционные процессы в секторе в период кризиса. Если говорить об эффективности, то данные темы должны были бы привлечь больше внимания доноров.

Каковы наиболее вероятные изменения, значимые для деятельности благотворительных фондов?

- Снижение размера бюджетов фондов – 7
- Повышение внимания к эффективности благотворительных программ – 6
- Повышение эффективности работы некоммерческих организаций – 5
- Улучшение законодательных и налоговых условий для благотворительности – 5
- Усиление государственного участия в принятии решений об адресатах помощи – 2

Ответы на данный вопрос несколько сложно интерпретировать, так как непонятно, примеряли ли фонды ответы к себе или в целом к благотворительному сообществу. Отрадно, что положительные и отрицательные факторы в этом списке присутствуют в равном количестве, а также тот факт, что часть ответов связана с деятельностью самих фондов и только часть зависит от внешних условий и других контрагентов.

Какие факторы будут способствовать сохранению и развитию благотворительной деятельности в кризис?

- Налоговое стимулирование благотворительной деятельности – 10
- Возможность воспользоваться профессиональными услугами в области разработки, управления и оценки программ, профессиональной подготовки специалистов – 8
- Распространение информации об успешных практиках, возможности профессионального общения – 6
- Публичная поддержка деятельности благотворителей со стороны государства – 5
- Возможность представления благотворительной деятельности в СМИ – 4
- Повышение прозрачности организаций-благополучателей – 4
- Снижение административных барьеров – 4
- Раскрытие фондами информации о своей благотворительной деятельности – 4

Выводы

- Прозрачность – слабое место доноров
- Кризис – значительный стресс
- Планы – не определены
- Трудно выявить тенденции на маленькой выборке

Другие исследования о благотворительности в условиях экономического кризиса

Россия

1. АНТИКРИЗИСНАЯ КСО В РОССИИ: 12 РЫЧАГОВ УСПЕХА (практические рекомендации экспертов и гражданского общества), январь 2009//http://www.b-soc.ru/about/news/news_45.html
2. БИЗНЕС ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА: 36 СОВЕТОВ ТОП-МЕНЕДЖЕРАМ (советы преподавателей Высшей школы менеджмента Государственного университета – Высшей школы экономики), декабрь 2008// <http://www.mbahse.ru/images/club45.doc>

Великобритания

3. CHARITIES LOSE FAITH AND HOPE AS FUNDING CRISIS LEAVES THEM WITH 2.3BN BLACK HOLE, December 2008// <http://www.guardian.co.uk/society/2008/dec/01/voluntary-sector-charities-recession>
4. CHARITIES SECTOR - MANAGING IN A DOWNTURN: NOVEMBER 2008 SURVEY RESULTS, ANALYSIS AND KEY MESSAGES// http://www.pwc.co.uk/eng/publications/charities_sector_midt_nov08_survey_results.html
5. CHARITY DONATIONS FALL AS DEMAND FOR THEIR SERVICES GROWS, September 2008// <http://www.cafonline.org/Default.aspx?page=16118>
6. HELPING COMPANIES HELPING CHARITIES. WORKING TOGETHER IN AND OUT OF RECESSION, May 2009// <http://www.cafonline.org/Default.aspx?page=17418>

7. RECESSION IS INCREASING DEMAND FOR CHARITY SERVICES AS GOVERNMENT ANNOUNCES 40M PACKAGE FOR SECTOR, February 2009// <http://www.cafonline.org/Default.aspx?page=17055>

CLIA

8. A GIVING RECESSION? THE DOWNTURN POSES NEW CHALLENGES FOR PHILANTHROPY, January 2009// http://www.economist.com/displayStory.cfm?story_id=12881455

9. FOUNDATIONS RESPOND TO THE NEEDS OF FAMILIES EVEN AS THEIR ASSETS HAVE DECLINED. RESULTS OF A SURVEY BY THE COUNCIL OF FOUNDATIONS, May, 2009// <http://www.cofinteract.org/economy/index.php/2009/05/06/foundations-respond-to-the-needs-of-families-even-as-their-assets-decline/>

10. PHILANTHROPY IN A TURBULENT ECONOMY by Penelope Burk, January 2009// <http://www.cygresearch.com/publications/orderReport.php>

Информация об организаторах исследования



CAF Россия (www.cafrussia.ru) оказывает помощь тем, кто занимается благотворительностью. Где бы мы ни работали, наша цель – сделать благотворительные пожертвования наиболее эффективными. Мы добиваемся этого, объединяя интересы всех сторон, участвующих в благотворительности, и исходя из потребностей стран, в которых мы работаем.



Исследовательская группа ЦИРКОН™ (www.zircon.ru) является одной из старейших в современной России независимой частной компанией, специализирующейся на проведении социологических и маркетинговых исследований, политическом и управленческом консультировании, издательской деятельности. Исследовательская группа ЦИРКОН как творческий коллектив была создана в июне 1989 года по инициативе руководителя группы Игоря Задорина.



PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) предоставляет аудиторские услуги, услуги в области бизнес-консультирования, налогообложения и права компаниям разных отраслей. Наши услуги направлены на увеличение стоимости бизнеса клиентов, а также его ценности для общества в целом. Более 155 000 сотрудников в 153 странах используют свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса.



Форум Доноров (www.donorsforum.ru) – коалиция крупнейших российских и иностранных благотворительных (донорских) организаций, работающих в России. Среди них: частные, общественные и корпоративные фонды, компании, программы посольств и др.

Филиал «Чаритиз Эйд Фаундейшн» в РФ (CAF Россия)
РФ, 129009, Москва, ул. Тверская, д. 24/2, стр. 1, подъезд 3, этаж 5
T: +7 (495) 792 59 29 F: +7 (495) 792 59 86
E: cafrussia@cafrussia.ru W: www.cafrussia.ru, www.cafonline.org

Регистрационный номер Британской комиссии по благотворительности 268369

