

АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА РЕЙТИНГОВАНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ



**Социальный
Навигатор**

Благотворительный фонд поддержки
и развития социальных программ

СОДЕРЖАНИЕ

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ	3
ВВЕДЕНИЕ	4
ПРИМЕРЫ РЕЙТИНГОВЫХ СИСТЕМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ США	15
КАНАДА	34
АВСТРАЛИЯ	38
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	42
ЕВРОПЕЙСКИЕ СТРАНЫ (КРОМЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ)	50
АЗИАТСКИЕ СТРАНЫ	55
УКРАИНА	59
КЛЮЧЕВЫЕ «РАЗВИЛКИ», КОТОРЫЕ ВАЖНО СОГЛАСОВАТЬ ДО ЗАПУСКА РОССИЙСКОГО РЕЙТИНГА	61
ИСТОЧНИКИ	74
СПИСОК РЕЙТИНГОВ И ЛИСТИНГОВ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ВКЛЮЧЁННЫХ В АНАЛИЗ	76

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Исследование проведено в рамках реализации проекта «Рейтинг благотворительных организаций РФ: разработка и согласование модели», поддержанного Фондом президентских грантов в 2019 году.

Цель – проанализировать международный опыт рейтингования благотворительных организаций, чтобы учесть его при разработке российской модели рейтинга.

В рамках исследования изучен опыт США, Канады, Австралии, азиатских и европейских стран (включая Великобританию, Францию, Германию, Словакию и Украину).

Обзор содержит вводную часть, где обозначено, кто, зачем и для кого создает рейтинги благотворительных организаций, а также риски и ограничения рейтинговых систем; основную часть с подробными примерами таких рейтингов, используемых в разных странах; а также основные выводы и ключевые «развилки», которые важно учесть в случае разработки оптимальной модели (концепции) российского рейтинга благотворительных организаций.

ВВЕДЕНИЕ

В разных странах мира сложились разные модели того, как представлена информация о благотворительных организациях – публикация полного перечня всех зарегистрированных благотворительных организаций с раскрытием разного объема информации, разнообразные платформы-листинги с обогащенной официальной информацией, платформы-рейтинги по различным методологиям, фандрайзинго-

вые платформы верифицированных благотворительных организаций и проектов, перечни благотворительных организаций, отвечающих требованиям различных стандартов и пр.

Как правило, большинство платформ не только агрегирует информацию о благотворительной организации, но и предлагает разнообразные сервисы для доноров и самих благотворительных организаций.



Кто формирует рейтинги и национальные базы благотворительных организаций?

1. Регуляторы, государственные структуры формируют исключительно информационные ресурсы – базы (листинги) благотворительных или некоммерческих организаций. Например, Charity Commission в Великобритании, аналогичный опыт есть у Австралии и Сингапура.

В России аналогичные функции выполняет Минюст РФ¹, на сайте которого представлен перечень всех зарегистрированных НКО, реестры НКО – исполнителей общественно-полезных услуг. При этом Минюст РФ не выделяет в отдельную категорию именно благотворительные организации или фонды (их даже невозможно отфильтровать по организационно-правовой форме)².

2. Специализированные рейтинговые или исследовательские независимые агентства – инфраструктурные НКО, либо коммерческие исследователь-

ские или рейтинговые организации. Как правило, такие рейтинги «наращиваются» на уже имеющуюся национальную базу благотворительных организаций (данные регуляторов); либо формируются узкие списки по ряду критериев.

Российский аналог: рейтинг благотворительных фондов рейтингового агентства РАЭК-аналитика³.

3. Профессиональное сообщество (саморегулирование, добровольная аккредитация).

Такая практика наиболее распространена в европейских странах, где более низкие требования к благотворительным организациям в части обязательного раскрытия информации.

В России сопоставимых аналогов практически нет; в качестве таковых можно назвать, например, благотворительное собрание «Все вместе», Ассоциация фандрайзеров, подписанты Декларации о прозрачности, Стан-

1 <http://unro.minjust.ru/NKOs.aspx>

2 Согласно новой Концепции содействия развитию благотворительной деятельности в Российской Федерации на период до 2025 года, принятой в ноябре 2019 года, планируются изменения в этом направлении [4]

3 <https://raex-a.ru/rankings/blago>

дарту информационной открытости НКО, инициативы Форума доноров.

- 4. Отдельные проекты благотворительных организаций** (как правило, исследовательских и инфраструктурных) или социальных предприятий, формирующие листинги благотворительных организаций определенного типа; прошедших аккредитацию и пр.

Российский аналог: база фандрайзинговых благотворительных фондов Русфонда¹

- 5. Платформы, осуществляющие сбор пожертвований / возможностей волонтерства** (краудфандинговые, фандрайзинговые платформы), на которых представлены верифицированные благотворительные организации или проекты.

Российский аналог: списки верифицированных благотворительных организаций — наиболее распространенная ситуация в РФ. Это платформа БФ «Нужна помощь», Добро.Mail.ru, Благо.ру и прочее.

- 6. СМИ** также являются одним из активных участников инфраструктуры рейтингования благотворительных организаций. В странах, где нет полноценных рейтинговых систем, зачастую именно СМИ восполняют эту нишу (в частности, примеры Китая, Украины).

Российский аналог: рейтинг «лучших благотворительных фондов богатейших бизнесменов России» от Forbes [11].

¹ <https://rusfond.ru/navigator?sort=1&report=6>

Для кого и зачем создаются рейтинги и платформы-листинги благотворительных организаций?

Результаты исследования показывают, что в мире есть много разных рейтингов благотворительных организаций, у каждого из которых свои цели и аудитория.

Нельзя сказать, что абсолютно всем нужна информация, которую дает рейтинг, 100% интереса нет, но какой-то части людей и организаций эта информация нужна. Вот именно для таких интересующихся и создаются рейтинги благотворительных организаций.

Перечислим основные аргументы в пользу создания рейтингов:

1. Помощь донорам разных видов в принятии информированного и осознанного решения о поддержке благотворительной организации (кто есть кто, можно ли доверять, как выглядит организация в сравнении с другими и пр.).

Как правило, в независимой оценке деятельности благотворительной организации нуждаются доноры, которые планируют увеличить свои пожертвования или вовлечены в об-

щественные кампании по продвижению тех или иных законов, инициатив и пр. (лоббирование)[5].

- ❖ *Порталы с рейтингами помогают агрегировать разрозненную информацию по различным благотворительным организациям в одном месте; либо предоставляют результаты углубленной, независимой оценки и пр.;*
- ❖ *Позиция в рейтинге важна и для благотворительных организаций. Например, одна дополнительная «звезда» на платформе Charity Navigator в среднем увеличивает объём пожертвований малой НКО на 19,5%. И чем выше строка в рейтинге, тем значительно более положительный эффект дополнительной «звезды». На крупные НКО такая оптимистичная арифметика не распространяется [20].*
- ❖ *Международные опросы общественного мнения показывают востребованность рейтингов со стороны*

общества; значимая часть жертвователей обращаются к информации рейтингов перед принятием решения о поддержке благотворительной организации; многие прекращают осуществлять пожертвования в благотворительную организацию, когда узнают о низком качестве работы организации [8].

Запрос на создание подобных рейтингов постоянно озвучивается в РФ. Например, телеведущий Александр Гордон предложил создать пятизвёздочный рейтинг благотворительных организаций, в основе которого – экспертиза профессионального сообщества: «Чтобы сами фонды, которые ведут честную и открытую деятельность, находили, выявляли и имели механизм пресечения деятельности фондов, которые злоупотребляют доверием... Процедура довольно проста: внутреннее анонимное голосование члена сообщества с выставлением оценок, которые будут появляться на сайтах НКО. В таком случае человек сразу увидит и поймет, стоит связываться с такой организацией или нет».¹

Российские примеры:

- ❖ фандрайзинговые платформы – для частных доноров;
- ❖ в некоторой степени, списки НКО – исполнителей общественно полезных услуг;
- ❖ списки СОНКО, взаимодействующих с органами государственной власти;
- ❖ топ-100 лучших проектов победителей Фонда президентских грантов (=организаций)² – для получателей государственного финансирования.

2. Создатели рейтингов часто видят свою цель и **в общем просвещении общественности, как помогать разумно, ответственно** и пр.; а также помощи благотворительным организациям осознать, какая информация востребована (что включать в отчётность, на сайт, какие есть лучшие практики и пр.).

Организации, которые занимаются рейтингованием благотворительных организаций, нередко также проводят и исследования некоммерческого сектора в целом, обеспечивают своих пользователей аналитикой и экспертизой по теме благотворительности, а также подтверждают свой статус

1 <https://news.rambler.ru/other/41200712>

2 <https://xn--80ajpld2c.xn--80af5akm8c.xn--p1ai/>

профессиональной структуры.

Российский пример:
отдел исследований Благотворительного Фонда «Нужна помощь».

3. Рейтинги как способ соучастия

в благотворительности, как обмен информацией и отзывы непосредственно вовлеченных участников (волонтеров, сотрудников, доноров, благополучателей и пр.). Например, платформа Great Nonprofits.

4. Удобный перечень и классификатор

благотворительных организаций по типам, направлениям деятельности, регионам, бюджетам и прочим параметрам, важным для пользователей рейтинговой системы благотворительных организаций.

Российский пример: база фандрайзинговых фондов Русфонда; база Минюста; портал «Открытые НКО» (АНО «Информационная культура»).

5. Справедливость – один из аргументов, зачем нужны рейтинги благотворительных организаций. Например, по заявлению платформы whatCharity, в Великобритании 70% пожертвований собирают только 1,5% благотвори-

тельных организаций. Цель рейтинговой платформы – изменить такой дисбаланс: «Наша платформа ставит целью дать всем благотворительным организациям равную возможность рассказать о своей миссии, проектах и достижениях, а общественности – облегчить поиск всей этой информации».

6. Поощрение лучших, добропорядочных, открытых благотворительных организаций.

Наиболее выражено в рейтингах, основанных на добровольной аккредитации.

Российский пример (в сильном приближении): конкурс годовых отчетов «Точка отсчёта».

7. Подотчётность и контроль.

Неслучайно, рейтинговые агентства называют watchdog (буквально «сторожевые собаки»)³.

В пользу рейтинговых платформ звучат и аргументы, что они обеспечивают общественный или профессиональный контроль за деятельностью благотворительных организаций, обоснованностью расходования

3 Рейтинговая платформа CharityWatch использует изображение сторожевого пса в своем логотипе.

благотворительных пожертвований и доверия общества, защите «потребителей» сферы благотворительности и пр. В частности, речь идёт о предоставлении пользователям платформ информации о недобросовестном поведении благотворительных организаций (количество судов, штрафов и пр.); аспекты, которые требуют внимания; списки недобросовестных организаций; зарплаты топ-менеджеров, фандрайзеров, доля расходов на рекламу, административные расходы и пр.

Благотворительные организации, которые могут быть вполне успешными в частных сборах, не попадают на радары государственных регуляторов. Рейтинги позволяют предупредить общественность, СМИ и регулирующие органы. В ряде рейтингов (например, на британской платформе Charity Clarity «ясность взаимоотношений с жертвователями» - один из критериев рейтингования).

Аналогичным образом, рейтинговые агентства могут и выполнять функцию проверки информации о деятельности благотворительных организаций,

получающих поддержку со стороны государства (в форме грантов, субсидий, контрактов и пр.).

Российский пример: АНО «Информационная культура» (портал «Открытые НКО»¹), где собрана информация по финансам (бухгалтерская отчётность, гострансферты), отчётности в Минюст, исполнительным производствам и пр. Аналогичные, но более расширенные сервисы для всех юридических лиц и ИП предоставляют также ресурсы проверки контрагентов (например, РусПрофайл²) – долги, проверки, судебные дела, сведения об аффилированных организациях и ИП, наличие дисквалифицированных лиц в числе учредителей и руководства, включение в списки недобросовестных поставщиков и пр.

1 <https://openngo.ru/>

2 <https://www.rusprofile.ru/>

8. Частный случай предыдущего пункта – функция «защиты потребителей» в сфере благотворительности, расследования и формирование различных анти-рейтингов благотворительных организаций [16]:

- ❖ *Воспользуйтесь нашей базой, чтобы понять, кто в действительности становится бенефициарами 50 наихудших благотворительных организаций Америки;*
- ❖ *Изучите национальную базу благотворительных организаций и фандрайзеров, которые фигурируют в отчётах и постановлениях государственных регуляторов;*
- ❖ *50 худших благотворительных организаций США тратят менее 4% пожертвований на прямую помощь. За десять лет благотворительная организация, деятельность которой направлена на борьбу с диабетом, собрала около \$14 млн пожертвований, а передала из них пациентам только \$10,000. Шесть таких благотворительных организаций вообще ничего не передали на помощь своим благополучателям.*
- ❖ *Эти благотворительные организации лгут донорам, на что идут их деньги; начисляют себе по несколько зарплат, тайно выплачивают гонорары себе или друзьям за консалтинг, фандрайзинг или юридические услуги. Благотворительная организация, работающая в сфере медицины, выплатила свой самый большой грант на проведение исследования коммерческой компании, которой владеет её президент...*
- ❖ *В отличие от бизнеса, жертвователи не являются в полной мере покупателями, не могут подать жалобу на качество, нет гарантии «постпродажного обслуживания». Тем не менее люди волнуются, направляются ли их пожертвования в организации с хорошей системой управления, как используются их средства, идут ли они на заявленные цели. Система BBB WGA обеспечивает уверенность, что организации можно доверить управление средств доноров.*

Аргументы критиков, основные ограничения рейтингов благотворительных организаций

1. Никому не нужны – рейтинги

не влияют на принятие решения о поддержке благотворительной организации по разным причинам. Например, уже есть безоговорочное доверие донора к поддерживаемой им благотворительной организации; совершение пожертвования как эмоциональный, душевный порыв;

2. Недоверие или незнание

рейтинговых агентств – предварительно нужно найти информацию о рейтинговой платформе; оценить, стоит ли данной системе рейтингования доверять и пр. (сравнить с другими, при наличии разных) [18]. Использование различных методологий и критериев оценки организаций существенно различаются у различных доноров, конкурсов и пр. Это создает сложности в соответствии огромному количеству критериев отдельно взятой благотворительной организации, сложности в понимании этих критериев донорами.

3. Некорректная методология

рейтингов – ничего не показывает (упускается важное) или вводит в заблуждение, что создает репутационные риски для благотворительных организаций («неверно информируют доноров и СМИ о деятельности НКО»).

Это могут быть как ситуации, когда благотворительные фонды с высоким рейтингом впоследствии уличены в неприглядной деятельности, так и ситуации, когда благотворительная организация незаслуженно получает невысокий рейтинг. Например:

- ❖ *благотворительные организации, которые вообще не участвуют или не раскрывают сведения о своей деятельности, могут выглядеть лучше, чем те, которые раскрывают;*
- ❖ *организации, имеющие проблемы с привлечением ресурсов (или снижение финансовых показателей рейтинга), нередко получают более низкий рейтинг, что ещё больше ухудшает их шансы на получение дополнительного финансирования.*

Наибольшая доля претензий связана с переоценкой значения финансовых показателей и недооценкой программных.

Далеко не все международные рейтинговые системы предполагают взаимодействие с благотворительной организацией, возможность уточнения, разъяснения или внесения корректировок в данные для оценки.

Рейтинговые системы, которые не предполагают углубленного, «штучного» анализа благотворительной организации, как правило, подчеркивают, что ошибки и неточности не умышленны; не должны означать однозначный приговор организации – это лишь отличный способ начать собственный анализ и принять собственное решение (по своим критериям).

4. Непонятные критерии рейтинга, неочевидные.

5. Нет надёжной информации для рейтингования благотворительной организации, есть широкие возможности для манипуляции данными.

Соответственно, любые «позитивные» рейтинги благотворительности – «это

просто дифирамбы»; или неожиданный результат.

6. Уникальность или существенное отличие благотворительной организации от большинства рейтингуемых, невозможность корректной оценки и пр. Велико разнообразие организационно-правовых, финансовых, управленческих структур (например, наличие филиалов). В итоге, те или иные показатели (например, финансовые), применяемые для оценки одной ситуации, не могут быть применимы для оценки другой.

Составленные без учёта подобных организационных особенностей, рейтинги дезинформируют.

7. «А судьи кто?»: организации, составляющие рейтинги, часто сами не соответствуют требованиям, предъявляемым ими к исследуемым организациям (в том числе, по раскрытию информации об источниках финансирования и использованию средств). Озвучиваются и претензии к компетентности исследователей.

8. Рейтинги, в которых предполагается оценка социального эффекта,



критикуют за ограничения в зависимости от способа рейтингования благотворительной организации – **«абсолютный»** позитивный эффект деятельности для общества в целом или **«относительный»** эффект, в сравнении с вкладом других организаций, работающих в этом направлении. **«Относительный»** эффект часто неинформативен для доноров, которые

слабо разбираются в особенностях программных направлений благотворительной организации; оценка же **«абсолютного»** эффекта сопряжена с риском пренебрежения локальными результатами благотворительной организации, по сравнению с не столь значительной, но более масштабной деятельностью крупных организаций.

ПРИМЕРЫ РЕЙТИНГОВЫХ СИСТЕМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ США

Особенности государственной политики и налогового законодательства создают благоприятные условия для деятельности благотворительных организаций, вовлечения граждан и компаний в благотворительность, а также развития соответствующей инфраструктуры – институты развития¹, консалтинговые и исследовательские агентства, аналитические порталы и платформы-листинги, рейтинги и стандарты деятельности, пр.

Наличие у НКО особого налогового статуса 501(c)(3) освобождает от уплаты налогов. К этому типу, помимо благотворительных, относятся религиозные, добровольческие, образовательные и ряд иных организаций². Кроме того, добровольные пожертвования именно этому типу организаций позволяют получить существенный налоговый вычет и для жертвователей (в т.ч., например, от передачи в приют старой мебели).

При этом есть требования к обязательному раскрытию информации орга-

низациями, освобождёнными от налогов; налоговая служба США на своем сайте публикует не только финансовую информацию обо всех таких организациях, но и базовые данные (контакты, руководство и пр.).

Всего в США около 1 млн публичных благотворительных организаций. Развернутую налоговую отчётность обязаны предоставлять лишь половина из них (около 531 тысячи)³, что обусловлено размером бюджета организации⁴.

В числе старожилов рынка услуг по оценке деятельности и рейтингованию организаций некоммерческого сектора и благотворительности – американские агентства Charity Navigator, GuideStar, BBS Wise Giving Alliance, CharityWatch.

Первая тройка платформ активно сотрудничают друг с другом; в частности, обмениваются информацией, информируют пользователей, как та или иная благоотво-

1 Например, Центр фондов, <https://fdo.foundationcenter.org/>

2 <https://www.irs.gov/statistics/soi-tax-stats-charitable-and-exempt-organizations-statistics>

3 <https://nccs.urban.org/data/nonprofit-sector-brief-table-1>

4 В случае поступления доходов за год менее \$50 тысяч, организация освобождается от предоставления отчётности, только сообщает о продолжении деятельности.

рительная организация выглядит на других рейтинговых платформах. Кроме того, большой массив информации о деятельности благотворительных организаций поступает от платформ онлайн-пожертвований. Например, GuideStar активно сотрудничает с крупнейшей американской платформой GlobalGiving.



CHARITY NAVIGATOR

Информационно-аналитическое агентство Charity Navigator – одна из самых известных и авторитетных экспертных организаций, которая проводит независимую оценку благотворительных организаций США.



Слоган:

«Ваш путеводитель на пути к умным пожертвованиям»

(Your Guide to Intelligent Giving).

Сайт: www.charitynavigator.org

Дата создания: 2001

Статистика платформы (2018):

- ❖ более 9000 благотворительных организаций¹;
- ❖ Добавлено за год – 475 организаций;
- ❖ более 11 млн уникальных пользователей.

Ресурсы (2018)²:

- ❖ *Команда: 20 сотрудников (полный день).*
- ❖ *Бюджет: \$4,2 млн³;*
- ❖ *Источники финансирования:*
 81,7% – частные пожертвования, 12,4% – поддержка фондов⁴,
 2,9% – доходы от инвестиций,
 1,9% – взносы членов Совета директоров,
 1% - реклама, продажа информации,
 0,07% – гонорары за выступления и пр.

¹ Платформа содержит базовые сведения по большему числу организаций (налоговая отчетность), однако ручную оценку проведена в отношении узкого круга организаций.

² <https://d20umu42aunjpx.cloudfront.net/Annual+Report/fy2018-annual-report-3.pdf>

³ <https://s3.amazonaws.com/cn-web-site/Financial+Documents/fy2018-audited-financials.pdf>

⁴ Среди доноров платформы – Фонд Б. и М.Гейтс, IBM, Hobbs Foundation, Fidelity Charitable.

Методология Charity Navigator

Объект рейтингования:

- ❖ крупнейшие по объёму доходов благотворительные организации (не менее \$1 млн в течение двух лет подряд);
- ❖ не менее \$500 000 – общественная поддержка, которая должна составлять не менее 40% от общего дохода в течение как минимум двух лет подряд¹;
- ❖ не менее 1% затрат на фандрайзинг и аналогично – на административные расходы, в течение трёх лет (как показатель, что организация использует общественную поддержку; осуществляет управление и пр.);
- ❖ зарегистрирована более 7 лет;
- ❖ регистрация в США (деятельность может быть и международной).

Кого не рейтингуют:

благотворительные организации ряда видов деятельности (больницы, университеты, частные школы и пр., а также фонды при таких организациях); аффилированность (фонды доноров платформы; фонды, в которых эксперты платформы являются членами советов директоров и пр.); типы финансирования (например,

студенческие объединения, поскольку они существуют на членские взносы, а не привлекают поддержку общества, частных доноров) и пр.

Источники данных:

- ❖ налоговая отчётность;
- ❖ публичная отчётность благотворительных организаций;
- ❖ благотворительные организации, прошедшие процедуру рейтингования (редактирование контактной и пр. информации на своей странице на платформе);
- ❖ данные партнёров – рейтинговых агентств.

Все благотворительные организации представлены по **11 тематическим направлениям деятельности** (с подгруппами).

Оценка производится «вручную» по методологии Charity Navigator.

¹ Объяснение: цель – помощь частным донорам, поэтому не рейтингуют благотворительные организации, которые осуществляют свою деятельность в основном на госгранты или от продажи своих работ и услуг.

2 основных параметра для оценки:

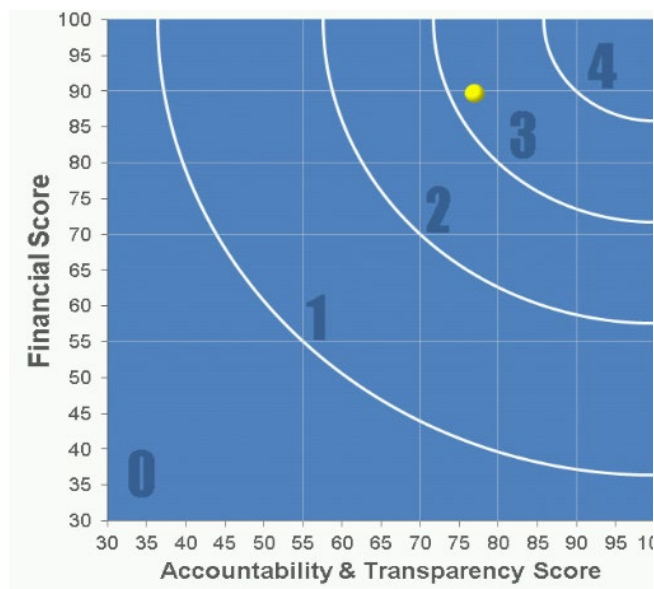
- ❖ **Финансы** (налоговая отчётность)¹
 - оценки от 0 до 10 по каждому из 7 ключевых индикаторов (с учётом тематического направления), а также общий рейтинг «финансового здоровья»;
- ❖ **Прозрачность и подотчётность** (налоговая отчётность, а также информация сайта организации)² – 17 индикаторов, суть которых сводится к тому, насколько организация управляется грамотно и этично, а также насколько доступна для доноров важная информация об организации. Общий рейтинг по этой группе.

Итоговый рейтинг:

0-4 звезды³ (максимум) или предупреждение «без рейтинга».

Благотворительные организации, неудовлетворенные полученными рейтинговыми оценками, имеют право запустить процесс их **обжалования**.

У агентства Charity Navigator была попытка ввести в методологию третий параметр (помимо финансов и прозрачности) – оценку результатов деятельности орга-



низации (методика CN3.0). Однако в 2016 году агентство заявило о приостановке использования этой методики, поскольку для большей части благотворительных организаций требования к информации об обратной связи с благополучателями и сборе сведений о социальных результатах оказались слишком сложными.

В то же время в партнёрстве с другими инфраструктурными организациями (GuideStar, Classy, GlobalGiving, ImpactMatters) Charity Navigator в 2016 году стал добавлять на профили благотворительных организаций также информацию о результатах деятельности благотворительных организаций, полученных ими в рамках оценки партнёрами (всего около 2400 благотворительных организаций). Кроме того, благодаря данной инициативе для пользователей Charity Navigator появилась информация о 12 тысячах благотворительных организаций,

1 <https://www.charitynavigator.org/index.cfm?bay=content.view&cpid=35>

2 <https://www.charitynavigator.org/index.cfm?bay=content.view&cpid=1093>

3 Charity Navigator сравнивают с рейтинговой системой ресторанов Мишлен, <https://www.charitynavigator.org/index.cfm?bay=content.view&cpid=466>

которые не отрейтингованы данной платформой по разным причинам (базовая информация и референсы на другие рейтинговые платформы).

База Charity Navigator предлагает пользователям несколько **подборок ТОП-10** благотворительных организаций по:

- ❖ с максимальным числом подписчиков;
- ❖ с наиболее часто просматриваемым профилем;
- ❖ с поддержкой селебрити;
- ❖ по объёмам доходов;
- ❖ быстрорастущие;
- ❖ с высокими затратами на фандрайзинг;
- ❖ наиболее известных (о которых знают больше всего) и пр.

На платформе есть **система оповещения о доказанных и предполагаемых злоупотреблениях** в благотворительных организациях (The CN Advisory System)¹. В зависимости характера нарушений (или обвинений), «поводы для беспокойства» могут быть низкой, средней или высокой степени.

Публикация сведений о пренебрежении нормами этики и добросовестной практики осуществляется по решению Специального консультативного комитета (CNAIC – The CN Advisory Issuance

Committee).

На данный момент (11.2019) в таких списках значатся почти 500 благотворительных организаций. Если организации, входящие в первую группу, ранее участвовали в рейтинге Charity Navigator, то все присвоенные им «звёзды» сохраняются; а прежние заслуги НКО, оказавшихся во второй и третьей группах, становятся «исторической справкой».

Профиль благотворительной организации на платформе Charity Navigator содержит следующую информацию:

- ❖ контактные данные;
- ❖ руководство, учредители, состав совета директоров;
- ❖ миссия;
- ❖ описание программ;
- ❖ информация о социальных результатах (предоставляется агентствами-партнёрами платформы);
- ❖ рейтинговые оценки – общий балл, рейтинг (количество звёзд), в т.ч. динамика по годам рейтингования;
- ❖ финансовые показатели;
- ❖ показатели по прозрачности и подотчётности;
- ❖ гонорары руководству;
- ❖ другие благотворительные организации, работающие в той же тематической области (бенчмарки).

¹ <https://www.charitynavigator.org/index.cfm?bay=content.view&cpid=4247>



CHARITY WATCH

CharityWatch (ранее – American Institute of Philanthropy) свою миссию видит в обеспечении доноров информацией, необходимой для принятия решения о пожертвовании, в максимизации эффективности каждого доллара, пожертвованного на благотворительность, за счет. В отличие от Charity Navigator, акцент сделан не на просветительской, а на надзорной функции.

Дата создания: 1994

Слоган: Самый независимый и решительный наблюдатель за деятельностью благотворительных организаций в Америке (America’s most independent, assertive charity watchdog)

Сайт: www.charitywatch.org

Ресурсы (2018):

- ❖ *Бюджет:* \$584 887¹;
- ❖ *Источники финансирования:* более 95% - индивидуальные пожертвования (плата за использование платформы – \$50 / год); принципиально нет крупных госгрантов и пожертвований частных фондов.

¹ https://charitywatch-images.sfo2.digitaloceanspaces.com/downloads/CharityWatch_%20Audit_2018.pdf

Методология CharityWatch

Объект рейтингования:

благотворительные организации

- ❖ *привлекающие общественные пожертвования;*
- ❖ *\$1 млн и более пожертвований ежегодно;*
- ❖ *зарегистрированы более 3 лет назад.*

Не рейтингуются:

- ❖ *церкви, синагоги, мечети и пр. (при этом могут рейтинговаться отдельные учреждения и гуманитарные проекты религиозных организаций);*
- ❖ *политические организации;*
- ❖ *колледжи;*
- ❖ *студенческие сообщества;*
- ❖ *объекты местной инфраструктуры (госпитали, музеи и пр.).*

В настоящее время (11.2019) в базе более **670** благотворительных организаций.

Основной принцип при выборе объектов рейтингования – интересы доноров (donor-driven). По запросу самих благотворительных организаций оценка не проводится.

Источники информации:

финансовая отчётность (включая аудиторские заключения), налоговая отчётность, ежегодные отчёты (обязательные официальные и публичные), сайт организации, иные материалы.

После проведения глубокого анализа благотворительной организации присваивается рейтинг по 11-балльной шкале от А+ до F¹, который направляется организации для ознакомления. Рейтинг включает следующие расчеты:

- ❖ **% программных расходов** (% Program) – доля общих расходов благотворительной организации на реализацию программ (в течение анализируемого года). В не-программные расходы включены накладные расходы, в т.ч. на фандрайзинг, менеджмент, общие расходы и пр.;
- ❖ **Стоимость привлечения \$100** (Cost to Raise \$100) – какова стоимость для организации привлечение каждых \$100 пожертвований в течение анализируемого года. По сути, эффективность затрат на фандрайзинг.

¹ А+ - максимальная оценка; А+, А, А-, В+, В, В-, С+, С, С-, D, F.

Высокоэффективная благотворительная организация, согласно CharityWatch: % программных расходов 75% и более, а стоимость привлечения \$100 – \$15 и менее.

В случае, если в процессе анализа были отмечены моменты, требующие внимания донора, в профиле организации появляются соответствующие отметки и предупреждения (Analysts' Notes, Alerts). Кроме того, в профиле благотворительной организации включаются также важные негативные публикации в СМИ (ссылки на статьи, видео и пр.).

CharityWatch занимает политику активного отстраивания от «конкурентов» сектора, подчеркивая свои преимущества и принципиальные отличия:

- ❖ **проведение глубокого, комплексного анализа деятельности** каждой благотворительной организации (в отличие от упрощенных, поверхностных методологий, автоматических формул, «робо-рейтингов» и пр. других агентств);
- ❖ **расследование злоупотреблений** в некоммерческом секторе;
- ❖ **«адвокатура, защита Ваших интересов как донора»;**

- ❖ **«Самая строгая методология в секторе»**, что означает, по сути: «мы не верим на слово, а перепроверяем каждую цифру»; «не повторяем или переупаковываем информацию из отчётов благотворительных организаций, а проводим адекватный анализ финансов; не позволяем включать в программные расходы услуги на рекламу или завышать стоимость пожертвованных товаров»; «помимо налоговой отчётности и фандрайзинговых презентаций, изучение также аудиторских заключений, в т.ч. той информации, о которой благотворительная организация старается умолчать»;
- ❖ **Независимость:** отсутствие рекламы на сайте или в публикациях; деятельность за счет большого числа небольших пожертвований, а соответственно, возможность «говорить открыто, не скрывать неэтичные практики благотворительных организаций»;
- ❖ **Членские взносы:** любой пользователь платформы может изучить профили благотворительных организаций только с высоким рейтингом, за взнос в \$50 / год можно получить доступ к детальной информации по всем 670 организациям.

Подборки благотворительных организаций:

- ❖ ТОП по эффективности;
- ❖ ТОП по зарплатам;
- ❖ ТОП по объёму свободных средств (благотворительные организации, у которых есть средства на реализацию программ в течение 3 лет и более).

Профиль благотворительной организации:

- ❖ Контактная информация;
- ❖ Иные названия организации, в т.ч. сокращения;
- ❖ Миссия;
- ❖ Рейтинг (A+...F), в т.ч. параметры (% программных расходов и затраты на привлечение \$100);

- ❖ % доходов из государственных источников;
- ❖ Дата обновления отчёта;
- ❖ Управление и прозрачность (бенчмаркинг);
- ❖ Зарплаты топ-сотрудников;
- ❖ Дополнительный комментарий аналитика;
- ❖ Негативные публикации об организации (например, о конфликте интересов, скандалах, неэтичном поведении и пр.).

Обновление информации: контактная и пр. – как только становятся известны изменения; финансовая – каждый фискальный год.

BBB WISE GIVING ALLIANCE



Головная организация BBB WGA – Better Business Bureau, которая с 1907 года проводит оценку деятельности коммерческих компаний на соответствие принципам добросовестного ведения бизнеса.

Ключевое отличие BBB WGA – эксперты платформы не осуществляют рейтингования благотворительных организаций, а оценивают соответствие их деятельности жестким критериям (стандартам). В результате, формируется перечень организаций, которые прошли такую аккредитацию.

Слоган: Жертвовать с миром в душе.

Сайт: www.give.org

Объект рейтингования:

некоммерческие организации¹, осуществляющие сбор пожертвований, или предоставляющие услуги на национальном или международном уровнях.

Оцениваются только организации, которые представляют интерес для пользователей платформы, и/или сами попросили провести для них такую оценку (добровольная аккредитация).

Всего на платформе представлено **1300** организаций национального масштаба, прошедших оценку BBB WGA, а также сведения по ещё 10 000 местным благотворительным организациям, представленные отделениями Better Business Bureau.

Источники данных:

- ❖ *налоговая отчётность;*
- ❖ *сайты организации;*
- ❖ *предоставление сведений в ответ на письменные запросы BBB WGA.*

¹ Только тип 501(c)(3), к которому принадлежат и благотворительные организации.

Эксперты BBB WGA проводят индивидуальную (ручную) оценку каждой организации на соответствие **20 стандартам** добросовестной практики, сгруппированных в 4 блока¹:

1. Общая информация и управление.
2. Оценка эффективности.
3. Финансы (включая планируемые бюджеты).
4. Фандрайзинговые и информационные материалы (в т.ч. сайт, годовой отчёт, соблюдение законодательства в отношении персональных данных жертвователей, реагирование на жалобы жертвователей и пр.).

В итоге, формируется отчёт с указанием соответствует или не соответствует деятельность организации каждому из стандартов; либо указание, что невозможно оценить. Все такие отчёты размещаются на платформе в открытом доступе.

Организации, соответствующие требованиям BBB WGA, получают возможность разместить на своем сайте специальный почетный знак, подтверждающий прохождение ею аккредитации.

Интенсивность и глубина анализа ограничивает мотивацию благотворительных организаций в предоставлении подробных сведений о своей деятельности (есть также риск не пройти на соответствие жестким требованиям и около 30% действительно не проходят); как правило, около трети отклоняют запросы BBB WGA.

В итоге, BBB WGA советует донорам ограничить общение с такими организациями, публикует «черные списки» («красные флаги» для доноров)², чтобы пробудить стремление НКО, получающих солидную поддержку от государства и общества, к демонстрации открытости и приверженности высоким идеалам.

Финансовая модель платформы:
частные и корпоративные пожертвования.

1 <http://www.give.org/for-charities/How-We-Accredit-Charities/>

2 http://www.give.org/globalassets/wga/redflag_infographic2.jpg



Владелец: благотворительная организация Philanthropic Research, Inc.

Слоган: Лучшие данные. Лучшие решения. Лучший мир

Сайт: www.guidestar.org

Дата создания: 1994

Объект рейтингования: НКО, преимущественно соответствующие типу 501(с)(3).

Всего на платформе-листинге представлены сведения о свыше 2,7 млн НКО (в т.ч. ликвидированных, объединившихся с другими и пр.), включая 1,8 млн благотворительных организаций и фондов.

В отличие от большинства американских платформ, GuideStar содержит сведения не только по публичным благотворительным организациям, но и по частным, а также тысячам религиозных НКО, которые не обязаны регистрироваться в налоговых органах.

Источники данных:

- ❖ *Налоговая отчётность;*
- ❖ *Сами НКО – через ведение личной страницы на платформе (бесплатно);*
- ❖ *Сбор сведений / аналитика платформы;*

GUIDESTAR

Самый масштабный источник информации о деятельности НКО в США.

- ❖ *Сведения партнёров.*

Ресурсы:

- ❖ *80 сотрудников;*
- ❖ *Бюджет – около \$13 млн / год (2016)¹;*
- ❖ *8 млн подписчиков (2018), 26 млн уникальных пользователей сайта / год.*

Методология GuideStar

GuideStar осуществляет ранжирование НКО в зависимости от объёма доступных сведений об организации. Таким образом, возможны 4 уровня прозрачности:

- 1. Бронзовый:** опубликована базовая информация об организации (контакты, руководство, сотрудники, миссия, программы).
- 2. Серебряный:** дополнительные сведения о финансах (аудиторское заключение или самостоятельное предоставление данных по форме GuideStar);
- 3. Золотой:** дополнительно к предыдущим уровням – сведения о цели и стратегии достижения результатов;

¹ <https://learn.guidestar.org/hubfs/Docs/2016-GuideStar-Audited-Financial-Statement.pdf>

4. Платиновый (с 2016 года)¹: дополнительно – раскрытие количественной и качественной информации о достигнутых социальных результатах² (как минимум по одной программе), а также об используемых показателях (от 1 до 20 – собственные формулировки или выбор из каталога типовых результатов). Разместить данные сведения возможно только в случае наличия Золотого уровня.

В зависимости от полученного уровня, НКО может выгрузить соответствующую печать (с переходом на профиль на платформе GuideStar) и разместить на своем сайте.

Мотивация благотворительных организаций размещать сведения – активная политика продвижения платформы, партнёрство с организациями, которые обеспечивают сбор пожертвований в пользу благотворительных организаций (в частности, сведения в автоматическом режиме отображаются в профиле организации

на платформах Facebook Fundraisers, AmazonSmile, Network for Good, JustGive, American Express и пр.).

Финансовая модель: основной источник дохода – платная подписка (к подавляющему объёму данных доступ возможен только по платной подписке \$30 / месяц); реклама; продажа данных и аналитических отчётов.

Профиль организации на платформе:

- ❖ *Базовые сведения с контактной информацией, руководством, миссией и пр.;*
- ❖ *Финансы: доходы, расходы, в т.ч. аудиторские заключения, налоговая отчётность и пр.;*
- ❖ *Количество сотрудников;*
- ❖ *Направления деятельности (национальный классификатор) + ключевые слова;*
- ❖ *Программы + результаты;*
- ❖ *Чек-лист по вопросам управления организацией;*
- ❖ *Внешние отзывы об организации (от партнёра – платформы GreatNonprofits);*
- ❖ *Награды организации и руководства;*
- ❖ *Фото / видео.*

1 На момент написания обзора (ноябрь 2019) 9853 НКО отмечены на платформе GuideStar Платиновым знаком отличия.

2 Раскрытие по заданной структуре – ответы на 5 вопросов:

- Что организация намерена достичь (цель)?
- Каковы ключевые стратегии достижения этой цели?
- Какими возможностями располагает организация, чтобы достичь заявленное?
- Как организация узнает о том, что есть прогресс в достижении цели?
- Что уже достигнуто, а что – нет?

NONPROFIT ANALYTICS



Помимо крупных платформ, описанных ранее, в США действует ещё около 100 менее известных. Платформа **Nonprofit Analytics** консалтингового агентства для крупных доноров Excellence in Giving – одна из них.

Сайт: analytics.excellenceingiving.com

Подписчики получают доступ к аналитической информации о 500+ благотворительных организациях¹; кроме того, можно заказать экспертную оценку новых благотворительных организаций США с бюджетом более \$500 000 и периодом деятельности более 5 лет (отчёт готовится в течение 30-60 дней).

Команда проекта на ежегодной основе обновляет данные по уже имеющимся организациям, а также готовит ежегодные доклады о зарплатах руководителей благотворительных организаций.

Экспертная оценка Excellence in Giving представляет собой **отчёт по 6 параметрам**²:

1. **Управление;**
2. **Стратегия;**
3. **Финансы;**
4. **Управление ресурсами (Leverage)³;**
5. **Социальное воздействие;**
6. **Устойчивость.**

Данные по каждому разделу представлены в формате светофора:

- ❖ *Зеленые пункты (сильные стороны организации);*
- ❖ *Желтые (предупреждения о рисках);*
- ❖ *Красные (слабые стороны организации).*

Особенность платформы: предоставление любому пользователю (НКО или донору) возможности провести **самостоятельный дью-дилиженс** благотворительной организации, заполнив интерактивный чек-лист (Charity Scorecard)⁴. При этом команда проекта отмечает, что оценка деятельности благотворительной организации – это одновременно и наука, и искусство.

¹ Малое количество организаций команда объясняет тем, что зря не тратят средства, а готовят аналитику только по тем благотворительным организациям, которые интересны донорам.

² <https://analytics.excellenceingiving.com/independent-evaluation-sample/>

³ Максимизация человеческих и финансовых ресурсов с целью лучшего удовлетворения потребностей клиентов.

⁴ https://analytics.excellenceingiving.com/wp-content/uploads/2019/09/Charity-Scorecard_Excellence-in-Giving.pdf

GREAT NONPROFITS



Платформа Great Nonprofits – это база данных благотворительных организаций США, на которой представлены отзывы благополучателей, волонтеров и сотрудников организаций (community stories). Рейтингование благотворительных организаций осуществляется исключительно на основе этих отзывов.

Сайт: greatnonprofits.org

Кроме того, платформа ежегодно объявляет конкурс на выявление «самых-самых» (**The Top-Rated Awards**). Обладатели такого знака признания могут размещать его на всех своих информационных ресурсах и материалах, а также обеспечиваются широкомасштабным продвижением в социальных сетях, СМИ и пр.

На платформе можно посмотреть данные в динамике (по годам), количество отзывов и просмотров страницы на платформе по каждой организации, фильтрация отзывов по роли автора (волонтер или благополучатель) и пр.

Пользователи платформы могут осуществлять пожертвования в пользу представленных благотворительных организаций.

ИМПАКТМАТТЕРС



Ещё один пример недавно появившейся в США рейтинговой платформы запущен некоммерческой организацией **ImpactMatters**, деятельность которой сфокусирована на рейтинговании благотворительных организаций по производимому ими социальному воздействию в сравнении с затрачиваемыми средствами («количество добра, создаваемое на каждый вложенный доллар», cost-effectiveness).

Слоган платформы: Жертвуй уверенно (Give With Confidence).

Сайт: www.impactmatters.org

Наиболее близка к идеологии ImpactMatters — американская фандрайзинговая платформа GiveWell¹, где представлено лишь 9 «самых лучших, достойных пожертвований» благотворительных организаций, прошедших комплексную глубинную оценку на предмет максимальной эффективности («благотворительные организации, которые спасают или улучшают жизни людей, больше всего, при сравнении с вложенным долларом»).

Речь идёт о том, что у общества ограниченные ресурсы, но неограниченные потребности; а соответственно, необходимо помогать тем организациям, которые достигают больших результатов за меньшие средства.

Объект рейтингования – НКО, которые:

- ❖ *оказывают прямые услуги (service delivery), направленные на снижение уровня бедности, смертности и пр.;*
- ❖ *имеют пожертвования частных лиц или фондов (платформа в первую очередь предназначена для доноров).*

Не оцениваются 2 типа НКО:

- ❖ *занимающиеся системными изменениями через исследования, продвижение тех или иных тем / интересов (advocacy) и пр., поскольку сложная тема для оценивания результатов;*
- ❖ *где доноры = благополучатели (“donor use” nonprofits): например, религиозные организации, больницы, университеты, музеи и учреждения культуры и пр., поскольку поддержка таких организаций осуществляется по личным*

¹ <https://www.givewell.org/>

мотивам, на основе знания конкретной НКО, а соответственно, нет добавочной ценности в рейтинговании таких организаций.

Оценочный процесс включает 5 этапов¹:

1. Выбор конкретной темы (например, бездомность, изменения климата и пр.) и разработка для нее методологии оценки социальных результатов реализуемых программ (минимум нагрузки на сбор данных, анализ данных социальных исследований и пр.);
2. Поиск благотворительных организаций, которые работают по этой теме и показателей (согласно методологии).
3. Расчет производимого социального воздействия.
4. Сравнение социального воздействия НКО по одной теме (бенчмаркинг) и на основе этого – рейтингование НКО.
5. Предоставление подготовленного отчёта организации, подвергшейся аудиту социальной эффективности – возможность скорректировать данные и/или дать публичный комментарий.

Источники данных: открытая, доступная информация, включая: налоговая отчётность, финансовая отчётность, ежегодные отчёты, официальные статистические данные, сайты НКО, данные других рейтинговых платформ (GuideStar, Charity Navigator).

Организациям, прошедшим оценку эффективности социального воздействия, присваивается рейтинг от 1 до 5 звёзд.

1-2 звезды сигнализируют о наличии серьезных опасений относительно системы управления в организации: крайне высокие накладные расходы, отсутствие финансового аудита (для крупных организаций), наличие предупреждений от других рейтинговых агентств (Charity Navigator) и пр. (1 звезда); об отсутствии в публичном доступе достаточной информации о результатах деятельности организации (2 звезды). Такие организации не проходят оценку социального воздействия.

3 звезды говорят о неоптимальном соотношении затрат и эффективности;

4 и 5 звёзд – эффективность и высокая эффективность, соответственно.

¹ <https://www.impactmatters.org/methodology/impact-rating-standard/impact-rating-standard.html>

В профиле каждой организации, прошедшей социальный аудит, указан размер социального воздействия (по показателям, принятым в методологии данной темы), в соотношении с пожертвованной суммой средств; возможность сравнить с результатами других организаций. Например, «пожертвование в \$25 обеспечит ночлег 11 бездомных человек», «\$4 составляет стоимость одного ночлега бездомного в данной организации» (а у другой организации, предоставляющей аналогичные услуги — \$6). Также указаны и подробные сведения об ограничениях используемых показателей методологии (Why We Could Be Wrong).



КАНАДА



CHARITY INTELLIGENCE

Charity Intelligence – небольшая канадская благотворительная организация.

Дата создания: 2006

Сайт: www.charityintelligence.ca

Миссия: обеспечить доноров Канады информацией, которая помогает принимать информированные и осознанные решения о пожертвовании, с целью достижения значимых социальных эффектов (to provide Canadian donors with information that helps them make informed and intelligent giving decisions to have the greatest impact).

Ресурсы (2018):

- ❖ **Команда:** более 30 человек, в основном волонтеры и несколько сотрудников, получающих вознаграждение;
- ❖ **Бюджет:** \$244 000¹.
- ❖ **Источники финансирования:** пожертвования доноров (частные и корпоративные пожертвования, семейные фонды).

Количество посетителей платформы:

348 500 за год (2018).

¹ <https://www.charityintelligence.ca/images/financials/Ci-F2018-auditeds.pdf>

Методология Charity Intelligence²

Объект рейтингования – 3 типа скоринга благотворительных организаций Канады:

1. **Общий (General scoring guide)** – благотворительные организации, осуществляющие самостоятельную операционную деятельность;
2. **«Больничные фонды» (Scoring guide for hospital foundations)** – фандрайзинг преимущественно в пользу одной благотворительной организации, осуществляющей операционную деятельность (например, благотворительный фонд, собирающий пожертвования на одну конкретную больницу);
3. **Фандрайзинговые фонды / посредники (Scoring guide for other foundations / intermediaries)** – фандрайзинговые организации, осуществляющие сбор пожертвований в пользу различных благотворительных организаций.

Первоначально оценку прошли благотворительные организации, которые при-

² <https://www.charityintelligence.ca/charities-rating-methodology>

знаны ведущими, с лучшими практиками (например, финалисты профессиональных конкурсов). Затем происходило расширение перечня оцениваемых благотворительных организаций – по запросам доноров, номинирование со стороны руководителей инфраструктурных организаций некоммерческого сектора, изучение сектора, поставщиков социальных услуг.

В настоящее время 3 способа:

- ❖ *Запрос донора на информацию о благотворительной организации;*
- ❖ *Запрос благотворительной организации;*
- ❖ *Активные усилия Charity Intelligence по поиску достойных благотворительных организаций.*

В итоге, организации, к которым проявлен большой интерес, включаются в работу.

Всего в базе **750** благотворительных организаций (суммарно их вклад – около 57% всех пожертвований, ежегодно привлекаемых канадскими благотворительными организациями).

Источники информации: публичная отчётность, сайт, сведения, предоставленные организацией в анкете агентства.

Система показателей опирается на разработки инфраструктурных организа-

ций сектора (Canadian Institute of Chartered Accountants, New Philanthropy Capital (UK), Global Reporting Initiative, Queen’s University Centre for Governance).

В общем виде **анкета**, которую заполняет организация, содержит **26 вопросов** про то, как благотворительная организация отчитывается по **6 параметрам**:

- 1. Проблема, которую пытается решить организация (Problem / Need)**
- 2. Программы и оказываемые услуги, которые направлены на решение проблемы / удовлетворение потребностей (Activities)**
- 3. Количественные, непосредственные результаты программ и услуг (Outputs)**
- 4. Достижимые социальные результаты (Outcomes)**
- 5. Надежность и ясность отчётности (Quality)**
- 6. Извлечённые уроки и последовавшие изменения в организации (Learning).**

Каждая благотворительная организация оценивается по этим 6 параметрам, с учётом 7 показателей: актуальность (оперативность), сбалансированность, последовательность, ясность, надёжность, дальновидность (forward-looking) и точность.

Финальная оценка не направлена на измерение самой стратегии, услуг, масштабов непосредственных и социальных результатов, а исключительно – качества социальной отчётности благотворительной организации (достаточно ли раскрываемой информации, чтобы у читателя была возможность оценить перечисленные параметры).

Звёздный рейтинг – от 0 до 4 звёзд, как наиболее приемлемый для восприятия доноров (быстро и наглядно), как начальная точка; а для более углубленного изучения – просмотр детальной информации, 12-балльные буквенные шкалы (A+...F).

Составляющие и веса рейтинга:

- 40%** отчётность о социальных результатах;
- 20%** финансовая прозрачность (аудиторские заключения)¹;
- 20%** потребность в финансировании (Need for Funding) – средства, необходимые для реализации программы в течение 1 года;
- 20%** затраты-эффективность (cost-efficiency), в т.ч. 15% - расходы на фандрайзинг и 5% - административные, накладные расходы (считается допустимым 5-35% от общих расходов).

¹ Например, 3 балла, если аудиторские заключения опубликованы на сайте организации за последние 2 года; 2 – за последний год; 1 – не опубликовано, но предоставление по запросу; 0 – ничего из перечисленного.

Дополнительные требования для обладателей 3 и 4 звёзд:

Составляющие (веса) рейтинга	★ ★ ★	★ ★ ★ ★
Отчётность о результатах	Лучше, чем у 50% других благотворительных организаций	Лучше, чем у 33% других благотворительных организаций
Финансовая прозрачность	1 или более	2 и более
Потребность в финансировании	Менее 500%	Менее 300%
Затраты на фандрайзинг	Менее 42%	Менее 35%
Административные расходы	Менее 40%	Менее 30%

Дополнительные звёзды

Charity Intelligence рассчитывает также социальный эффект программ организации (Impact Rating), используя методику Social Return on Investment (SROI) – как размер демонстрируемого эффекта (Demonstrated Impact Score), так и качества предоставляемых сведений в отчётности (Data Quality Score)¹. В итоге, возможны 4 категории: большой, хороший, средний, низкий импакт – или отсутствие данных (у большинства).

Если импакт большой, то организация получает дополнительную звезду; если низкий – наоборот, теряет.

Charity Intelligence оценивает качество отчётности о социальных результатах в течение нескольких лет, по разным программам через инструмент Donor Accountability Score (ранее – Social Results Reporting Score)².

Подборки:

- ❖ *Топ-100 2019 года (бенчмаркинг)*
- ❖ *Топ-10 по социальному воздействию (импакт)*
- ❖ *По направлениям деятельности*
- ❖ *4 звезды*

Профиль благотворительной организации

- ❖ *Контактная информация;*
- ❖ *Рейтинг, включая параметры;*
- ❖ *Описание программ;*
- ❖ *Результаты и социальное воздействие;*
- ❖ *Финансы;*
- ❖ *Комментарии (в т.ч. самой благотворительной организации).*

¹ 8 основных компонентов методики SROI: количество уникальных благополучателей, характеристики благополучателей до программы, социальные результаты программы, результаты контрольной группы (counterfactuals), устойчивость социальных результатов (продолжительность воздействия программы), продолжительность участия благополучателя в программе, внешние оценки (валидация) и распределение расходов (spending breakdown).

² <https://www.charityintelligence.ca/images/Results-Reporting-Guide-v-6.8.pdf>

АВСТРАЛИЯ

CHANGEPATH

Проект **ChangePath** запущен австралийским предпринимателем Сэмом Торпом (Sam Thorp)¹ и направлен на то, чтобы помочь донорам при выборе благотворительной организации (главные принципы – независимость и прозрачность).

Слоган/миссия: выбор благотворительной организации должен быть простым. ChangePath поможет Вам принять решение, какая благотворительная организация Австралии лучше всего соответствует Вашим интересам.

Сайт: www.changepath.com.au

Ресурсы:

- ❖ *В команду проекта входят эксперты в области права, аудита, технологических стартапов и благотворительности. Их работа не оплачивается.*
- ❖ *Финансовые детали неизвестны; только то, что ChangePath не получает каких-либо денег от благотворительных организаций (стремление к независимости и отсутствию конфликта интересов).*



Методология рейтингования:

Объект рейтингования: зарегистрированные благотворительные и некоммерческие организации Австралии (включены в государственный регистр); всего в базе – более 900.

Источники данных: основной массив – данные государственного регулятора², а также данные, собираемые с сайтов каждой благотворительной организации (включая отчёты). Подчеркивается, что ChangePath не гарантирует корректность представленной информации; есть опция – предложить изменения.

Регулярность обновления информации: по мере поступления новой информации (практически, в режиме реального времени); соответственно, рейтинговые значения могут измениться в течение нескольких часов.

Рейтинг благотворительных организаций ChangePath – **7-звёздный**, включая 3 субрейтинга с разным весом:

¹ <https://probonoaustralia.com.au/news/2015/03/aussie-charities-given-controversial-star-rating/>

² The Australian Charities and Not-for-profits Commission (ACNC), <https://www.acnc.gov.au/>

- 1. Прозрачность (0–3 звезды):** объём публичной доступной информации (годовые и финансовые отчёты);
- 2. Финансы (0–3 звезды):**
- ❖ Наличие спада в течение последних 3 лет (если в большинстве лет спад – минимальное значение);
 - ❖ Активы превышают обязательства;
 - ❖ Активы покрывают расходы (в объёме 3 месяца и более).
- 3. Конфиденциальность (Privacy) (0–1 звезда):** наличие / отсутствие опубликованной политики конфиденциальности.
- Кроме того, все благотворительные организации можно проранжировать и отфильтровать по следующим основаниям:
- ❖ Название организации;
 - ❖ Финансовая информация: доходы, расходы, прибыль, дефицит, размер и доля пожертвований от всех доходов; динамика и пр.;
 - ❖ Количество сотрудников, занятых полный день / неполный / волонтеров;
 - ❖ Категории благополучателей;
 - ❖ Направления деятельности;
 - ❖ Размер организации (большая, маленькая);
 - ❖ Наличие возможностей для волонтеров;
 - ❖ Налоговый статус (возможность получения налогового вычета после пожертвования);
 - ❖ Штаты, в которых работает;
 - ❖ Религиозная / нет.

Фрагмент Таблицы реитингования по версии ChangePath:

Name	Revenue	Full-Time Staff	Transparency	Finances	Privacy
Autism Spectrum Australia (Aspect)	\$ 93.919.058	350	★ ★ ★	★ ★ ★	★
Dementia Australia	\$ 21.201.969	26	★ ★ ★	★ ★ ★	★
Anglicare WA	\$ 39.779.747	114	★ ★ ★	★ ★ ★	★
Lort Smith Animal Hospital	\$ 19.924.736	95	★ ★ ★	★ ★ ★	★
Arthritis & Osteoporosis NSW	\$ 2.543.800	9	★ ★ ★	★ ★ ★	★



Профиль организации:

- ❖ краткая и детальная информация по каждому основанию фильтра;
- ❖ краткая и детальная информация по каждому параметру рейтинга, а также пояснение, почему важна та или иная информация;
- ❖ графики и таблицы с финансовой информацией;
- ❖ возможности вовлечения (пожертвования, волонтерство, переход на сайт организации);
- ❖ доступная агрегированная информация по организации: годовые отчеты, профиль на сайте регулятора, политики конфиденциальности и пр.;
- ❖ похожие благотворительные организации.

The Annual Australian Charity Reputation Index

CHARITY RepTrak® 2019 RANKINGS	RANK	RANK CHANGE
CareFlight	1	1
Royal Flying Doctor Service of Australia	2	-1
Guide Dogs	3	-
CanTeen	4	16
The Fred Hollows Foundation	5	10
St John Ambulance	6	-2
Ronald McDonald House Charities	7	-1
Camp Quality	8	4
Surf Life Saving Foundation	9	4
National Breast Cancer Foundation	10	-3

Кто проводит: исследовательское агентство AMR и отделение международного Reputation Institute.

С 2011 года в Австралии проводится ежегодный национальный опрос, в ходе которого жители оценивают 40 самых крупных благотворительных организаций страны.

Отбор организаций для включения в опрос – по объёму доходов, известности у населения и регионам присутствия.

Жители страны оценивают благотворительные организации по таким аспектам как услуги, инновации, рабочее место, управление, гражданская ответственность (Citizenship), лидерство, управление расходами.

По результатам оценки, формируется ежегодный индекс репутации благотворительных организаций Австралии –

The Australian Charity Reputation Index (RepTrak®)¹.

Параллельно с оценкой репутации местных благотворительных организаций, оценивается также ряд коммерческих компаний. По результатам ежегодного исследования также сравниваются индексы благотворительных организаций и коммерческих компаний, динамика индексов двух секторов.

¹ <https://thirdsector.com.au/2018-most-reputable-charities-revealed/>

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

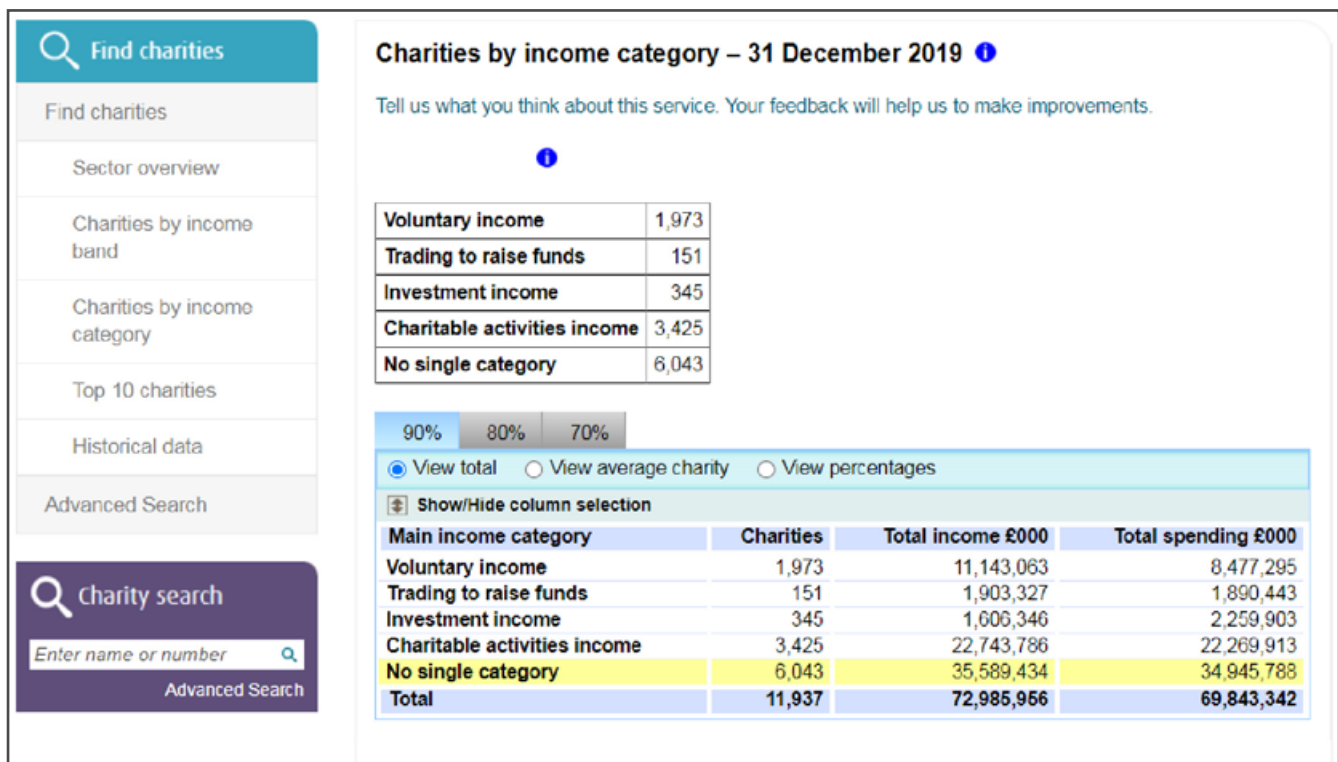


**CHARITY COMMISSION
FOR ENGLAND AND WALES**

В Великобритании более 180 000 зарегистрированных благотворительных организаций; ещё около 600 000 – неформальные сообщества, которые участвуют в благотворительности, оказывая помощь попавшим в беду семьям, пристраивая бездомных животных и пр.¹

миссия не занимает нишу рейтинговых агентств в полной мере (вроде Charity Navigator), поскольку предлагает только перечень зарегистрированных благотворительных организаций³. Однако информационная база регулятора содержит детальные сведения по каждой зареги-

Пример с сайта apps.charitycommission.gov.uk:



Значимый игрок на этом поле – **государственный регулятор, Комиссия по делам благотворительных организаций (The Charity Commission)**². Конечно, Ко-

стрированной благотворительной организации, включая финансовую отчётность, количество сотрудников, сведения о руководстве, миссии, видах деятельности и пр.

¹ <https://about.whatcharity.com/good-charity>

² Комиссия работает с 1840 года. Это старейшая в мире организация, контролирующая благотворительную деятельность. Деятельность данной Комиссии распространяется на Англию и Уэльс. Своя Комиссия по делам благотворительных органи-

заций есть в Северной Ирландии. В Шотландии – собственный независимый регулятор (The Scottish Charity Register).

³ <https://apps.charitycommission.gov.uk/showcharity/registerofcharities/RegisterHomePage.aspx>

Кроме того, задержка или непредоставление отчётности ведет к исключению из списка зарегистрированных благотворительных организаций, а соответственно, к потере налоговых льгот. Таким образом, регистрация в Комиссии – это своеобразный знак качества, гарантия того, что деятельность организации прозрачна и регулируется как правительством, так и обществом [5].

У пользователя есть возможность получить информацию о секторе благотворительности в целом (Sector overview), провести сортировку и ранжирование организаций по размерам (доход), источникам и росту доходов, количеству работ-

ников и волонтеров, расходам и объёму просроченных платежей, инвестициям и пр. Кроме того, на сайте Комиссии есть возможность обратиться с жалобой на деятельность той или иной благотворительной организации (нарушения закона, в т.ч. в сфере фандрайзинга, рекламы и пр.).

Помимо государственного регулятора, информационные и аналитические услуги относительно деятельности благотворительных организаций оказывают ряд независимых агентств⁴.

4 В Великобритании есть и отделения авторитетных американских рейтинговых агентств (например, GuideStar, Charity Navigator), но они не так популярны, как в США.

WHATCHARITY



Платформа WhatCharity запущена частной венчурной компанией Dobook Limited – социальным предприятием (social impact / tech-for-good business).

Дата создания: 2018.

Слоган: Совершать добрые дела не должно быть сложно /
Doing good isn't meant to be complicated.

Сайт: www.whatcharity.com

Компания ставит целью объединить всех участников благотворительного сектора через цифровизацию, прозрачность и эффективность (подчеркивая, что сектор в цифровом плане отстает на 5 лет). Кроме того, ставится цель дать новый импульс сектору через то, чтобы голос каждой благотворительной организации был услышан, через предоставление равных условий для представления своей организации и её деятельности (единый маркет-плейс).

Платформа берет за основу сухие сведения регулятора (The Charity Commission) по каждой зарегистрированной благотворительной организации¹ и представляет

1 Англии и Уэльса, соответственно. В планах компании – со временем включить социальные предприятия и незарегистрированные благотворительные объединения всей Великобритании.

их в более понятном для пользователей виде. Это и визуализация (графики, наглядные схемы и пр.), и возможность самой благотворительной организации (через личный кабинет) обогатить базовые сведения дополнительными данными – фотографиями (в т.ч. из соцсетей организации), развернутыми текстами о реализуемых проектах, планах и достигаемых социальных результатах, а также сообщить, как можно помочь данной организации.

Помимо собственно информационной базы, у представленных благотворительных организаций есть «звёздный» рейтинг, составленный на основе отзывов² благополучателей и доноров.

За счет этого, по мнению команды платформы, у каждого человека появляется доступ к комплексной информации, а также возможность поддержать благотворительную организацию – финансово, через волонтерство и распространение информации.

Хотя платформа имеет доступ к про-

2 Все комментарии предварительно автоматически модерируются (искусственный интеллект) на предмет буллинга и наличие оскорбительных слов; кроме того, у организации всегда есть возможность сообщить о недостоверности предоставленных сведений, публично оставить комментарий и пр.

филям всех 185 000 зарегистрированных благотворительных организаций, представленных в базе Комиссии по делам благотворительных организаций, на начальной стадии платформа сфокусировалась на размещении профилей организаций, которые привлекают частные пожертвования и волонтеров.

Кроме того, каждая благотворительная организация может также направить запрос с просьбой опубликовать и её профиль (запрос выполняется в течение 24 часов); есть и аналогичная кнопка для пользователей в профиле каждой организации — «запросить данные».

Финансовая модель:

- ❖ *доходы от рекламы,*
- ❖ *контракты с компаниями (управление грантовыми конкурсами и пр.),*
- ❖ *платные подписки (стоимость зависит от размеров организации), позволяющие получать услуги в сфере digital (продвижение по модели «доверительного маркетинга»), загружать свои материалы, иметь приоритетный доступ при участии в фандрайзинговых и маркетинговых кампаниях платформы (в т.ч. грантовые конкурсы и pro bono волонтеры), вести блоги на платформе.*

CHARITYCLARITY



Владелец платформы **Charity Clarity**: коммерческая организация EPG Strategic Communications Limited, основное направление деятельности – коммуникации.

Сайт: www.charityclarity.org.uk

Цель: продвижение благотворительных организаций и их деятельности + предоставление донорам надежной информации для принятия решения о поддержке.

Методология платформы Charity Clarity:

Объект рейтингования портала Charity Clarity: благотворительные организации, работающие в Великобритании и зарегистрированные Комиссией по делам благотворительных организаций. В исключительных случаях оцениваются также социальные и иные предприятия, если у них есть благотворительные элементы. Организация должна вести счета не менее двух лет (глубина анализа большинства метрик платформы – 3-5 лет).

В методологию рейтинга заложено три параметра, позволяющие сравнивать между собой благотворительные организации **по 18 показателям**¹:

1. Финансовое состояние (Financial Health)

- ❖ *Задержки с выставлением счетов (Late in submitting accounts);*
- ❖ *Обороты (Working Capital)*
- ❖ *Рост расходов (Expense Growth)*
- ❖ *Общие расходы / доходы (Total net expenditure/Total Income)*
- ❖ *Средний доход сотрудников за последние 3 года (Employees over 3 year average income)*

2. Подотчётность и прозрачность (Accountability & Transparency)

- ❖ *Ясность взаимоотношений с жертвователями (Clarity over Trusteeship process)*
- ❖ *Количество доноров (Number of trustees)*
- ❖ *Гендерный баланс*

¹ <https://www.charityclarity.org.uk/how-do-we-rate-charities/>

(Female Representation)

- ❖ *Количество дополнительных Советов директоров (Number of Additional Boards the Trustees serve)*
- ❖ *Отчётность о социальных результатах (Social Impact Reporting)*
- ❖ *PR*
- ❖ *Доходы от продаж и оказания услуг (Revenues from Trading Activities)*

3. Доступность (Accessibility)

- ❖ *Доступность контактной информации*
- ❖ *Ясная и доступная информация (Clear and Accessible Information)*
- ❖ *Обновляемость (Recently Updated)*
- ❖ *Присутствие в социальных сетях (Social Media Presence)*
- ❖ *Рейтинг в Google (Google Rank)*
- ❖ *Видение и стратегия (Vision and strategy)*

Итоговый рейтинг представлен в виде **5-звёздной** системы

на основе данных параметров.

Numerical Rating	Qualitative Rating	Descriptor
★★★★★	Excellent	Exceeds sector standards and outperforms most charities for this metric.
★★★★☆	Good	Meets sector standards and performs better than most charities for this metric.
★★★☆☆	Average	Nearly meets sector standards and performs as well as most charities for this metric.
★★☆☆☆	Needs Improvement	Fails to meet sector standards and performs below most charities for this metric.
★☆☆☆☆	Poor	Performs far below sector standards and below nearly all charities for this metric.

Пользователь платформы может осуществлять поиск благотворительной организации по важным для него содержательным моментам – типы благополучателей, виды и направления деятельности.

Подборки благотворительных организаций: по рейтингу в целом и по каждому параметру и показателю.

Профиль благотворительной организации:

- ❖ Контактная информация;
- ❖ Миссия (для кого, где, как);
- ❖ Общий рейтинг и оценки по каждому параметру и показателю;
- ❖ Бенчмаркинг (по всем параметрам и показателям);
- ❖ Ссылка на страницу организации на портале Комиссии по делам благотворительных организаций.

Финансовая модель Charity Clarity:

Членские взносы – 4 пакета от £1000 / год до £3000 / месяц. Стоимость зависит от объёма предлагаемых услуг и скидок на дополнительные услуги агентства (от 20 до 100%), в основном в сфере коммуникаций и оценки.

Дополнительные услуги:

- ❖ дью дилиженс и аудит благотворительных организаций
- ❖ оценка социального воздействия
- ❖ тренинги / обучающие мероприятия
- ❖ PR / digital marketing
- ❖ Консалтинг / поддержка в сфере фандрайзинга
- ❖ Ивенты и конференции
- ❖ Консультации специалистов (юрист, в банковской сфере, страхование, SMM, оценка и пр.).

Учитывая основное направление деятельности компании (коммуникации), Charity Clarity организует ивенты и **награды** для благотворительных организаций и социальных предприятий:

- ❖ Благотворительная организация Года: номинируются благотворительные организации и социальные предприятия за выдающиеся достижения и вклад в сообщество за последние 5 лет.
- ❖ Стартап Года: для организаций, зарегистрированных менее 3 лет;
- ❖ Выдающаяся PR-команда: номинируются как собственные PR-команды благотворительной организации, так и внешние агентства, работающие с НКО (медиаохват за последний год).

Среди иных номинаций:

- ❖ *Наиболее предприимчивый (Most Enterprising),*
- ❖ *Награда за социальное воздействие (Social Impact Award),*
- ❖ *Выбор Аудитории (Audience's Choice Award).*

Аналогичным образом предусмотрены и награды, поощряющие индивидуальный вклад (физических лиц) в развитие благотворительного сектора – **Вдохновляющий человек (Inspiring Individual / Inspiring Young Person).**

Победители получают различные бонусы от агентства и партнёров:

- ❖ *Бесплатное членство в Charity Clarity в течение года.*
- ❖ *Эксклюзивные предложения по участию в фандрайзинговых мероприятиях.*
- ❖ *Медиа- и SMM продвижение.*
- ❖ *До трёх дней обучения (тренинги), 50% скидка на последующие мероприятия в течение года.*
- ❖ *Скидки на услуги PR и email маркетинга.*
- ❖ *Скидки от партнёров: банковское обслуживание, финансовые консультации и пр.; профессиональная фото и видеосъемка о благотворительной организации; хостинг, поддержка сайтов и пр.*

ЕВРОПЕЙСКИЕ СТРАНЫ (КРОМЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ)

В отличие от США, в европейских странах (за исключением Великобритании) практики рейтингования благотворительных организаций распространены в меньшей степени. Для европейских систем характерно:

низкий уровень государственного регулирования (зачастую благотворительные организации не обязаны публиковать отчётность и отчитываются только перед налоговыми органами);

высокая степень саморегуляции сектора;

участие в международных и общеевропейских инициативах в области прозрачности НКО (например, Инициатива «Прозрачное гражданское общество», запущенная Transparency International); прозрачности грантодателей и доноров (например, International Aid Transparency Initiative¹, в рамках которой раскрываются

сведения о грантах и иных формах финансовой поддержки НКО, а также о процессе реализации поддержанных программ и проектов); а также инициативы, направленные на повышение прозрачности организаций и инициатив, способных оказать влияние на принятие управленческих решений (например, «Реестр прозрачности Европейского Союза» (Transparency Register), курируемый Советом Европы и Европарламентом²).

К особенностям европейских стран можно отнести и в целом гораздо меньшее, по сравнению с США, количество национальных благотворительных организаций, распространена деятельность международных организаций (например, WWF, Greenpeace Oxfam International, Human Rights Watch и пр.).

¹ <https://www.iatiregistry.org/>

² <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do>

В 2017 году во **ФРАНЦИИ** было зарегистрировано около 2500 благотворительных фондов и около 1650 эндаументов. Деятельность большинства фондов сосредоточена на социальной сфере, в основном – на поддержке детей и молодежи. Более половины фондов действуют на местном уровне. Более трети фондов созданы после 2010 года. Расходы фондов составляют около €10 млрд / год. Самыми большими бюджетами управляют операционные фонды (в основном, сфера здравоохранения и социального обслуживания); набирают обороты и грантодающие фонды (90% новых фондов)¹.

Во Франции нет единой точки входа, где можно легко получить информацию о благотворительных организациях страны², хотя и есть отдельные платформы-листинги и фандрайзинговые платформы с перечнем верифицированных фондов.

Например, с 1997 года в стране действует профессиональная структура, осуществляющая наблюдательные функции (watchdog organization) – **THE FONDATION DE FRANCE PHILANTHROPY OBSERVATORY**³, учреждённая старейшей инфраструктурной организацией (1969)

– сетью благотворительных и филантропических организаций Фонд де Франс (Fondation de France). Основная функция структуры – исследования сектора, сбор аналитических данных, представляющих интерес для широкого круга сторон – доноров, фондов, исследователей, СМИ, обществу.

Профили благотворительных фондов публикуются на сайте организации, представляя собой обычный справочник по направлениям и географии деятельности фондов.

Один раз в 4 года проводится национальное исследование, совместно с Центром фондов и ассоциаций: онлайн-опрос фондов, анализ сайтов, а также официальных сведений, предоставленных Министерством и префектурами.

Аналогичным образом **ФОНД PROMETHEUS** регулярно изучает прозрачность НКО, публикуя барометры прозрачности сектора. Большинство НКО (85%) игнорируют просьбы фонда предоставить сведения о деятельности своей организации⁴.

1 https://www.fondationdefrance.org/sites/default/files/atoms/files/en_3_volets_page-simple_0.pdf

2 <https://www.alliancemagazine.org/analysis/the-state-of-french-philanthropy/>

3 <https://www.fondationdefrance.org/fr/etudes-de-lobservatoire>

4 <http://www.fondation-prometheus.org/wsite/category/publications/barom%с3%a8tres-de-transparence-des-ong/barom%с3%a8tre-2015-2016/>

В ГЕРМАНИИ некоммерческий сектор в целом и благотворительный в частности – один из значимых игроков социальной и экономической жизни страны. Благотворительные организации (Gemeinnützigkeit) имеют особый налоговый статус; всего в стране около 20 000 организаций, осуществляющих пожертвования¹. Практически все виды фондов зарегистрированы в форме общественного объединения (ассоциации)².

Немецкие благотворительные организации активно участвуют в инициативе «Прозрачное гражданское общество» (присоединилось около 940 организаций); принятии Основ надлежащего поведения фондов Федеральной ассоциации немецких фондов (более 4 000 членов) и Европейского центра фондов (более 200 членов) [10].

Широко распространена практика присвоения «знаков качества» организациям, соответствующих стандартам, принятым профессиональным сообществом.

Такой знак качества, например, присваивает **НЕМЕЦКИЙ СОВЕТ ПО ПОЖЕРТВОВАНИЯМ** (Deutscher Spendenrat e.V.)³ – зонтичная, саморегулируемая членская НКО, объединяющая организации, собирающие пожертвования.

С одной стороны, членство в Совете – это репутационная история сама по себе. С другой стороны, Совет осуществляет сбор пожертвований в пользу своих членов, декларируя обеспечение максимально возможной прозрачности, эффективности и устойчивости при работе с пожертвованиями, а также снижая расходы организаций на фандрайзинг.

Члены Совета обязуются раскрывать информацию о своей деятельности, проектах и финансах в рамках годового отчёта (осуществляется контроль финансов). Если организация не соблюдает принципы Совета, то по результатам заседания Арбитражной комиссии возможна потеря членства.

Члены Совета получают поддержку с ведением бухгалтерского учёта (аудит отчётности); участвует в коммуникациях

1 <https://www.phineo.org/themen/unserioese-organisationen-erkennen>

2 Всего в Германии около 600 000 ассоциаций. <https://www.stiftungen.org/en/home/german-foundations/facts-and-figures.html>, https://www.verbaende.com/nachrichten_fuer_verbaende/2017/Der_Deutsche_und_sein_Verein_Zivilgesellschaft_in_Deutschland_wchst_und_wchst.php

3 <https://www.spendenrat.de/>

с государством на законодательном уровне; обмен опытом и коммуникации с членами Совета; обучение и консультации.

Членство разделяется на постоянное и временное (до 3 лет). Размер членского взноса зависит от доходов организации (0,35%, но не менее €200 и не более €6500 в год).

Доноров призывают обращать внимание и на наличие у организации иных репутационных «знаков качества». В частности, «печать» **НЕМЕЦКОГО ЦЕНТРАЛЬНОГО ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ (DZI)**⁴ – в случае успешного прохождения добровольной сертификации. Сейчас такой знак «добропорядочного сборщика денег» есть у порядка 230 организаций (в среднем около 30% заявок не одобряется).

Ещё один знак качества выдает экспертный институт **PHINEO**⁵, осуществляющий добровольную аккредитацию на соответствие стандарту социальной отчётности (The Social Reporting Initiative e.V.)⁶. Аналогично американской платформе ImpactMatters, осуществляется оценка проектов конкретной темы (выбор темы

определяется на ежегодной основе). На конкурсной основе происходит отбор заявок НКО на прохождение глубинной многомесячной оценки, которая включает в себя как анализ документов, так и встречи с руководством и командой организации.

Всего Phineo проанализировал уже более 800 проектов, однако знаки качества получили не более 250 (список организаций, не прошедших сертификацию не публикуется). Топ-10 лучших проектов, эффективно работающих по той или иной теме, активно продвигаются в донорском сообществе, среди общественности и пр.

5-звёздная рейтинговая система⁷

выставляет оценки по каждому параметру, сгруппированному в 2 блока:

1. Потенциальная эффективность проекта

- ❖ Цель и целевые группы;
- ❖ Подход и концепция;
- ❖ Качество реализации;

2. Эффективность организации

- ❖ Видение и стратегия;
- ❖ Управление;

4 Более 200 крупных организаций, собирающих пожертвования, база данных около 1 000 организаций. <https://www.dzi.de/spenderberatung/das-spenden-siegel/>

5 <https://www.phineo.org/themen/social-reporting-standard-srs>

6 <https://www.social-reporting-standard.de/>

7 <https://www.phineo.org/phineo/analysemethode>

- ❖ *Контроль деятельности организации;*
- ❖ *Финансы и контроль;*
- ❖ *Прозрачность и открытость.*

Функцию верификации благотворительных организаций, как в Германии, так и в других европейских странах, выполняют и фандрайзинговые / краудфандинговые платформы.

Крупнейшая в Германии фандрайзинговая платформа **BETTERPLACE**¹ собирает пожертвования на проекты более 3 тысяч немецких НКО, прошедших проверку платформы.

Аналогичным образом **В СЛОВАКИИ** по инициативе фонда Понтис (The Pontis Foundation) в 2009 году запущена платформа **DOBRA KRAJINA**, которая осуществляет проверку всех размещенных на ней проектов. Ежегодно набираются новые организации-участники, проходит повторная верификация действующих участников. В 2019 году на платформе были представлены 60 участников (в 2018 – 64), сумма пожертвований 2018 года составила около €193 000².

1 <https://www.betterplace.org/c/about-us>

2 <https://www.dobrakrajina.sk/sk/clanok/o-dobrej-krajine>



АЗИАТСКИЕ СТРАНЫ

В странах Азии значима роль государственного регулирования; процесс регистрации благотворительной организации достаточно сложен.

В СИНГАПУРЕ детальная информация (в т.ч. финансовая) о деятельности благотворительных организаций представлена **НА ОФИЦИАЛЬНОМ ПОРТАЛЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**¹, который с 2007 года² ведет государственный регулятор. Публичную отчетность обязаны представлять все благотворительные организации, для которых обязательна публикация аудиторского заключения (как часть ежегодной отчетности). Под такие требования отчетности не подпадают организации, деятельность которых осуществляется за счет собственных средств (Self-funded grantmakers).

Карточка организации содержит базовую информацию об организации, финансы, отчетность, соответствие кодексу (Code Compliance) – например, наличие политик в области управления персоналом, отсутствие конфликта интересов при принятии решений и пр.

В Сингапуре сформирован **СОВЕТ ПО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ** (2007); в числе прочего его деятельность направлена на стимулирование благотворительных организаций к прозрачности и эффективному управлению. Среди таких мер – Премия в области прозрачности благотворительной деятельности (Charity Transparency Awards), Премия в области управления благотворительной организацией (The Charity Governance Awards).³

Условия участия:

- ❖ *Регистрация в качестве благотворительной организации, не менее трёх лет;*
- ❖ *Публикация годовых отчетов, включая финансовые за два предшествующих года;*
- ❖ *Ежегодные обороты средств – не менее \$50 000 за предшествующий финансовый год;*
- ❖ *Соответствие кодексу управления благотворительными организациями.*

В ЮЖНОЙ КОРЕЕ, наоборот, нет единого реестра благотворительных организаций; каждая из них регистрируется

1 <https://www.charities.gov.sg/Pages/Home.aspx>

2 Вступление в силу Закона о благотворительности.

3 <https://www.charitycouncil.org.sg/Our%20Work/Charity%20Governance%20Awards.aspx>



в различных профильных министерствах¹. В стране работает много международных благотворительных организаций (наиболее крупный и влиятельный – “Beautiful foundation”²), которые включены в рейтинги Charity Navigator, GuideStar и других платформ. На крупнейшей фандрайзинговой платформе страны ANZA³ представленные благотворительные организации идут обычным списком, без рейтингования.

В 2017 году **В КИТАЕ** было зарегистрировано 6 322 фонда [14]. С 2006 года Министерство внутренних дел Китая обязывает все фонды раскрывать информацию об организации, в том числе о деятельности и источниках доходов (подобно американской форме отчётности 990PF). В 2008 году фонды также подписали декларацию о саморегулировании (the Foundation Self-Regulation Declaration).

В 2016 году был принят Закон о благотворительности, в котором закреплены четкие рамки и руководящие принципы для получения общественными органи-

зациями (включая фонды) благотворительного статуса. В 2018 году Закон был дополнен обязательством для всех благотворительных организаций раскрывать сведения (соответствующие отчёты в Министерство) об управлении и деятельности, включая данные о реализованных проектах, финансах и использовании полученных средств (особенно полученных из государственных источников), заработной плате сотрудникам⁴.

В 2017 году Министерство внутренних дел Китая запустило **НАЦИОНАЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИОННУЮ ПЛАТФОРМУ ПО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ** (全国慈善信息公开平台)⁵, на которой представлены благотворительные организации, в т.ч. те, которые официально уполномочены собирать пожертвования из публичных источников (люди, компании, государство). Цель платформы – облегчить поиск информации о благотворительных организациях, контролировать их деятельность, а также стимулировать благотворительные организации к раскрытию информации об их деятельности и доходах.

1 <https://nfpsynergy.net/skorea-blog>

2 <https://beautifulfund.org/>

3 <https://www.anzakorea.com/anza-charities/>

4 <https://www.cof.org/content/nonprofit-law-china#Types>

5 <http://cishan.chinanpo.gov.cn/platform/login.html>

Ряд инициатив, направленных на повышение прозрачности некоммерческого сектора, продвигаются при поддержке зарубежных организаций. В частности, Фонд Форда оказал поддержку Китайскому Центру фондов⁶ в запуске **ИНДЕКСА ПРОЗРАЧНОСТИ ФОНДОВ**⁷ – базы данных, на которой собраны сведения о более чем 6 000 китайских фондах [14].

Газета China Philanthropy Times ежегодно составляет **РЕЙТИНГ КИТАЙСКИХ БЛАГОТВОРИТЕЛЕЙ** (The China Charity Ranking, 第十三届中国慈善榜)⁸, на основе данных из **6 источников**:

- ❖ сведения об объёмах пожертвований, предоставленные Министерством внутренних дел;
- ❖ сведения о пожертвованиях, предоставленные донорами-участниками (частными и корпоративными);
- ❖ годовые отчёты компаний-участников;
- ❖ сведения о пожертвованиях, предоставленные НКО;
- ❖ сведения о пожертвованиях, опубликованные в СМИ;
- ❖ архивные сведения газеты China Philanthropy Times.

В 2018 году были номинированы 172

филантропа (индивидуальные заслуги) и 721 компания, пожертвовавшие более 1 млн юаней⁹. Также формируется Рейтинг благотворительных фондов (по 50 общественных и частных фондов) и Рейтинг знаменитостей-филантропов.

Аналогичным образом щедрость индивидуальных доноров отмечает исследовательский институт Hurun Research, известным составлением списков богатейших людей Китая (Hurun China Rich List)¹⁰. Ежегодно в **РЕЙТИНГ САМЫХ ЩЕДРЫХ ФИЛАНТРОПОВ** (Hurun Philanthropy List)¹¹ включаются 100 человек, которые сделали максимальные публичные пожертвования в благотворительные фонды, НКО или образовательные учреждения материкового Китая.

Важно отметить, что более 65% благотворительных пожертвований составляют корпоративные (корпоративные фонды и компании – частные и государственные).

Китайские компании также активно участвуют в развитии онлайн-благотворительности (**всего в Китае 20 авторизованных фандрайзинговых платформ**, которые уполномочены собирать по-

6 <http://en.foundationcenter.org.cn/>

7 <http://fti1.foundationcenter.org.cn/>

8 <http://www.chinadevelopmentbrief.cn/news/2018-china-charity-rankings-released-total-donations-amount-to-20-billion-yuan/>

9 Около 9 млн рублей. Суммарно пожертвования участников составили почти 20 млрд юаней (около 181 млрд рублей).

10 В 2018 году в Китае насчитывалось 819 миллиардеров – самое большое количество миллиардеров в мире [14].

11 <https://www.hurun.net/EN/Article/Details?num=93E8C4B53DE6>

жертвования [14]¹). В частности, Интернет-гигант Tencent ежегодно 9 сентября проводит 9/9 Charity Day на своей онлайн-платформе Tencent Charity. В 2019 году было перечислено более €310 млн в пользу благотворительных организаций².

Особенность 2019 года – к благотворительным организациям, представленным на платформе, были повышены требования к прозрачности, включая раскрытие финансовой информации, проведение независимого аудита, а также выборочная проверка представленных организаций.

1 Платформы, уполномоченные Министерством внутренних дел Китая. Согласно открытым источникам, есть случаи недобросовестных сборов (например, <https://global.chinadaily.com.cn/a/202001/15/WS5e1eb945a3101282172712ff.html>).

2 <https://mp.weixin.qq.com/s/x404a0SoJwa0dtaV8u52nQ>



УКРАИНА

Ситуация с рейтингами благотворительных организаций в Украине мало чем отличается от РФ.

В 2017 году, по данным украинского Госстата, в стране было зарегистрировано 16 837 благотворительных организаций¹. По оценкам «Украинского форума благотворителей»², основной вклад вносят не более 500-1000 организаций.

Благотворительный сектор Украины не прозрачен: так, более трети благотворительных организаций не предоставляют в службу государственной статистики отчётов о своей деятельности; даже среди крупнейших благотворительных организаций по сборам, каждая пятая практически отсутствует в публичном информационном поле – не имеет сайта или страницы в социальных сетях³.

Основные инструменты, направленные на выявление и поддержку достойных благотворительных организаций Украины:

1. Верифицированные платформы

– краудфандинговые, фандрайзинговые (онлайн-пожертвования).

Например, прошедшие верификацию фонды получают возможность собирать пожертвования на фандрайзинговой платформе “Украинская биржа благотворительности” (УББ)⁴.

2. Формирование списков проверенных благотворительных фондов

Например, такие списки готовит газета ELLE.ua совместно с платформой «УББ», куда вошли 80 фондов, которые помогают детям, военным, пенсионерам и животным.

1 http://www.ukrstat.gov.ua/edrpo/ukr/EDRPU_2017/ks_opfg/ks_opfg_0117.htm

2 Украинский форум благотворителей – первая в Украине профессиональная ассоциация зарегистрированных международных и украинских благотворительных фондов, организаций и бизнес-компаний, которые занимаются благотворительностью (всего 34 организации). Форум создан в 2004 году по инициативе 7 ведущих международных и отечественных фондов. Форум является членом Европейской сети донорских ассоциаций DAFNE и сети Всемирной инициативы для поддержки грантодающих организаций WINGS, подписантом Украинской сети Глобального договора ООН. <https://ufb.org.ua/>

3 http://www.ukrrudprom.com/digest/Top5_imennih_blagotvoritelnih_fondov_Ukraini.html

4 <https://ubb.org.ua/>

3. Репутационные рейтинги благотворительных фондов (заявочный принцип)

Национальный рейтинг благотворителей¹ – профессиональный рейтинг благотворительных фондов и организаций, которые готовы обнародовать свои налоговые отчёты (добровольные заявки на участие в рейтинговании). Составляет Украинский форум благотворителей с 2013 года (партнёр – журнал «Новое Время» и др.). Результаты объявляют 1 октября – Европейский День благотворительных фондов.

В 2017 году свою отчётность для участия в рейтинге предоставили 89 фондов – 24 крупных (расходы на благотворительность более 10 млн грн²), 41 средний (от 1 млн до 10 млн грн) и 24 маленьких фонда (до 1 млн грн). По данным организаторов, благотворительные пожертвования участников Рейтинга составляют не более 27% суммы всех благотворительных пожертвований в стране³.

1 <https://tsn.ua/ru/ukrayina/fond-semi-svyatoslava-nechitaylo-sredi-luchshih-blagotvoritelnyh-organizacij-ukrainy-874305.html>

2 1 гривна = примерно 2,65 рубля.

3 <https://nv.ua/ukraine/events/rejting-blagotvoritelej-ukrainy->

4. Внешние рейтинги (опрос населения)

Такие рейтинги составляются эпизодически. Например, в 2018 году Агентство социальных и политических институтов (АСПИ) на основе данных опроса⁴ составило рейтинг благотворительных организаций и фондов Украины. Граждане страны оценивали благотворительные организации по 4 критериям, используя 12-ти балльную шкалу: реальная помощь, надёжность, прозрачность, доверие. В итоге, был составлен список топ-15 благотворительных организаций Украины

[kakie-fondy-v-nego-voshli-i-na-chto-oni-tratjat-dengi-a-kto-otkazalsja-1931205.html](https://tsn.ua/ru/ukrayina/kakie-fondy-v-nego-voshli-i-na-chto-oni-tratjat-dengi-a-kto-otkazalsja-1931205.html)

4 <https://bit.ly/33EOJL1>

КЛЮЧЕВЫЕ «РАЗВИЛКИ», КОТОРЫЕ ВАЖНО СОГЛАСОВАТЬ ДО ЗАПУСКА РОССИЙСКОГО РЕЙТИНГА

1. ЦЕЛЬ РЕЙТИНГОВОЙ ПЛАТФОРМЫ, ДЛЯ КОГО И ДЛЯ ЧЕГО

Ключевая цель большинства международных платформ, на которых представлены листинги или рейтинги благотворительных организаций – удовлетворение информационных запросов доноров (в т.ч. жертвующих свой труд и время – волонтеров), предоставление им необходимой информации, позволяющей выбрать достойную поддержки или партнёрства благотворительную организацию. В зависимости от характера запросов можно выделить несколько моделей:

- ❖ *Максимум организаций – минимум времени на принятие решения: простой и понятный рейтинг («мишленовские звёзды»);*
- ❖ *Минимум организаций, но максимум информации (глубинный анализ, «досье», негатив и пр.);*
- ❖ *Только лучшие, знак качества («можно смело поддерживать любую из списка»);*
- ❖ *«Из первых уст» - рейтинги на основе отзывов благополучателей, волонтеров, сотрудников.*

В то же время есть и платформы, которые артикулируют своей задачей помощь именно благотворительным организациям – улучшить коммуникации с донорами и обществом, «дать право голоса», рассказать о благотворительных организациях максимально широкому кругу людей, обеспечить справедливость при сборе пожертвований и пр. (например, WhatCharity). Как правило, это платформы, которые:

Агрегируют из разных источников, визуализируют, «очеловечивают» данные о благотворительных организациях – простые и понятные графики, фото и видео, «прямая речь благотворительной организации» и пр.;

Осуществляют сбор пожертвований, поиск волонтеров в пользу благотворительных организаций – соответственно, нужны фото, видео, человеческие истории.

Рекомендуемая модель для РФ:

сочетание двух подходов – агрегация доступной информации по максимуму зарегистрированных благотворительных организаций России.

В текущих условиях, когда нет ни качественной базы действующих благотворительных организации у регулятора, так и сильного профессионального сообщества, такая модель представляется начальной, представляющей интерес для широкого круга вовлеченных сторон.

Наиболее близкий российский аналог:

платформа-листинг «Открытые НКО» (<https://openngo.ru/>), однако здесь собраны все российские НКО, ранжирование возможно только по объёму государственной поддержки за все годы.

Наиболее близкий международный аналог: GuideStar.**2. ОБЪЕКТ РЕЙТИНГОВАНИЯ**

Масштабные платформы-листинги благотворительных организаций – это прерогатива государственных регуляторов; сплошную базу данных НКО формирует GuideStar (США) на основе доступных официальных данных (налоговая отчётность). Большинство же рейтинговых платформ (ввиду ограниченности ресурсов на сбор сведений и поддержание платформы в актуальном состоянии) сосредотачивает свои усилия на благотворительных организациях, которые **привлекают общественные пожертвования** (частные, корпоративные) или используют волонтерский труд (например, британская WhatCharity).

Соответственно, обычно не рейтингуются следующие типы организаций:

- ❖ *существующие на членские взносы (доноры = благополучатели);*
- ❖ *частные и корпоративные фонды, осуществляющие деятельность исключительно на средства конкретного донора (человека, семьи, корпорации);*
- ❖ *не имеющие минимальных затрат на фандрайзинг (у Charity Navigator 1% и менее);*
- ❖ *объекты социальной инфраструктуры или фонды, собирающие пожертвования исключительно в пользу конкретного объекта (больницы, частные школы, университеты, музеи и пр.);*

- ❖ *религиозные организации (исключение – GuideStar; CharityPath).*

Ещё один способ учесть специфику типа организации – разработка **нескольких систем рейтингования для разных типов фондов** – например, фандрайзинговых, «больничных» и пр. (пример – канадская Charity Intelligence).

Также большинство платформ вводит следующие ограничения:

- ❖ *Размер организации – как правило, объём доходов или привлекаемых от общества средств. Ряд платформ на первом этапе начинает с рейтингования только самых крупных организаций, постепенно расширяя перечень рейтингуемых организаций;*
- ❖ *Период деятельности организации (не менее 2-7 лет);*
- ❖ *Место регистрации или деятельности.*

Рейтинги, которые фокусируются исключительно на **социальной эффективности**, вводят ограничения, связанные со сложностью объекта оценки – например, не рейтингуются благотворительные организации, деятельность которых направлена на изменения общественного мнения (ImpactMatters) или в отношении которых нет достаточного объёма информации.

На верифицированных фандрайзинго-

вых платформах нередко представлены рейтинги **проектов**, хотя перед размещением оценке подвергается и деятельность организации в целом.

«Позитивные» платформы, в качестве первого этапа начинают с рейтингования **ведущих благотворительных организаций**, использующих лучшие практики (победители профессиональных конкурсов и пр.), а затем обращаются за сведениями к крупным донорам (грантодающие организации), к номинации сообщества (предложения от авторитетных инфраструктурных организаций), целенаправленному поиску «лучших» (Charity Intelligence).

Рекомендуемая модель для РФ:

- 1. Российские благотворительные организации** (важно четко зафиксировать определение такой организации, поскольку в настоящее время нет такого правового статуса; максимально соотносить данное определение с новой Концепцией благотворительности до 2025 года [5], в рамках которой планируется ввод такого статуса);
- 2. Зарегистрированные в качестве юридического лица на территории РФ, не ликвидированные и не находящиеся в стадии ликвидации (в**

случае ликвидации уже после рейтингования, такие сведения должны переходить в разряд архивной информации);

3. Дата регистрации – **не менее 1 года** до момента рейтингования (такие требования распространены во многих грантовых конкурсах и пр.);

4. Осуществляющие **финансовую деятельность** (движение по счетам, наличие ненулевых доходов и/или расходов за отчётный период, предоставление налоговой и иной финансовой отчётности);

ИЛИ

имеющие поступления имущества и денежных средств в течение года в размере **более 3 млн рублей** (аналогично упрощенным требованиям Минюста РФ к ежегодной отчётности, а также обсуждаемым предложениям отменить обязательный аудит для таких благотворительных фондов). Соответственно, наличие такого аудиторского заключения и отчёта в Минюст может стать одним из показателей российского рейтинга.

5. Оставить на текущем этапе:

- ❖ *частные и корпоративные фонды, ввиду отсутствия особого статуса*

таких фондов в российском законодательстве;

- ❖ *религиозные организации (согласно российскому законодательству, такие организации могут быть СО НКО, участвовать в грантовых конкурсах, выступать поставщиками социальных услуг и пр.)*

ИЛИ

- ❖ *рейтинговать только те религиозные организации, которые получают общественные или государственные пожертвования (например, участники региональных и федеральных конкурсов, получатели субсидий, участники верифицированных фандрайзинговых платформ и пр.).*
- ❖ *возможно, имеет смысл распространить принцип, применяемый к религиозным организациям, и к членским организациям, объектам социальной инфраструктуры или созданных при них фондах (частные школы, институты, сады, музеи и пр.).*

Наиболее близкий российский аналог:

платформа-листинг «База фандрайзинговых благотворительных фондов» Русфонда (<https://rusfond.ru/navigator>) или база данных НКО от Трансперенси Р – рейтинг получателей грантов ФПГ (<https://www.prongo.ru/?id=7>).

3. КАКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДСТАВЛЕНЫ НА ПЛАТФОРМЕ

В зависимости от целей рейтингования, возможны различные варианты:

1. Все, которые отвечают требованиям к объектам рейтингования;
2. Только «хорошие» (например, все, кто прошли добровольную сертификацию);
3. Только «лучшие» (например, всего 9 организаций на платформе GiveWell);
4. Все, в отношении которых проведена оценка.

Считая приоритетной модель максимально обширного рейтинга, выбор подходит между вариантом 1 или 4.

Вариант 4 обусловлен следующим: в случае отсутствия информации об организации, что не позволяет осуществить рейтингование, возможны три варианта:

А. такие организации не размещаются на платформе;

Риск: открытые и прозрачные организации могут получить низкие оценки, предоставляя данные, тогда как непрозрачные останутся в безопасной «тени»;

В. размещаются все организации, но указано, что данных нет / недостаточно и пр.

Риск: аналогично.

С. размещаются все организации, но присваиваются минимальные оценки (снижение рейтинговых баллов)

Риск: «нулевые звёзды» могут создавать ошибочное мнение, что благотворительная организация плохо выполняет свою работу.

Рекомендуемая модель для РФ:

представить на платформе все благотворительные организации (вариант 1), однако рейтингование осуществлять только в отношении организаций, которые отвечают минимальным требованиям прозрачности (имеют сайт / социальные сети, отчётность), финансово активны. По остальным предоставить комментарий о недостаточности данных, а также о том, что это не есть хорошо.

Возможно, на начальном этапе имеет смысл сосредоточиться на агрегации сведений только по тем благотворительным организациям, которые привлекают частные пожертвования (фандрайзинговые платформы, данные Яндекса, ФНС и пр.); государственные средства; участники грантовых конкурсов; самые крупные по объёмам привлеченных средств или дохо-

дов (топ-500 и пр.); участники профессиональных конкурсов, премий и пр.; а также «самономинирование» (добровольное раскрытие информации).

Информацию по ликвидированным организациям предлагается перемещать в раздел «Архив».

4. ПОДХОДЫ К МЕТОДОЛОГИИ РЕЙТИНГОВАНИЯ

Во главе угла рейтинговых моделей благотворительных организаций может стоять:

- ❖ *Прозрачность деятельности;*
- ❖ *Качество (социальной) отчётности;*
- ❖ *Эффективность деятельности / производимый социальный эффект / социально-экономическая эффективность (затраты-выгоды);*
- ❖ *Финансы и все, что с этим связано;*
- ❖ *Комплексный глубинный анализ.*

Также можно подразделить платформы на следующие типы:

- ❖ *Позитивные листинги только «хороших» или «отличных» организаций (прошедшие аккредитацию, соответствующие жестким требованиям, самые эффективные и пр.);*
- ❖ *Рейтинги с иерархией, когда есть только один лучший (первый) и один худший (последний);*
- ❖ *Подборки лучших без ранжирования – топ-10 или топ-100 по различным*

параметрам;

- ❖ *Рэнкинговые модели, когда все благотворительные организации можно разделить на несколько достаточно широких групп, в зависимости от соответствия критериям методологии (количество звёзд, золотые / серебряные / бронзовые и пр. уровни).*

Рекомендуемая модель для РФ:

на текущем этапе минимума информации, а также приоритетной модели (цели) – сконцентрироваться на **прозрачности** благотворительной организации (в частности, в соответствии с уже имеющимися в секторе Стандартом информационной открытости НКО¹ и Декларацией прозрачности НКО, включая **финансы** (без особого финансового анализа и оценки обоснованности, наличия нарушений и пр.).

Также важным представляется наличие минимальной **содержательной** отчётности – направление деятельности, ка-

¹ <http://www.donorsforum.ru/wp-content/uploads/2018/11/Deklaratsiya.pdf>

тегории и количество благополучателей, возможно – реализованные проекты. Все это предполагает самостоятельный сбор таких сведений **И/ИЛИ** личные кабинеты пользователей, где они могут самостоятельно разместить такую информацию. Возможно, такой блок информации имеет смысл сделать опциональным (аналогично GuideStar) или использовать в отношении части представленных на платформе организаций (например, только по тем, у

которых есть государственная поддержка (включая ФПГ), поддержка фондов-доноров или проекты на верифицированных платформах и пр.).

В любом случае, именно сбор содержательных данных и поддержание базы в актуальном состоянии представляется наиболее трудоемким и затратным. Соответственно, важно продумать оптимальные механизмы, источники информации, партнёрство и пр.

5. НА ЧЬИХ ОЦЕНКАХ ОСНОВАНЫ РЕЙТИНГИ

В зависимости от целей и подхода к рейтингованию, возможны разные варианты, кто именно оценивает и принимает решение:

- ❖ Эксперты – на основе методологии платформы (Charity Navigator);
- ❖ Эксперты – на основе принятых стандартов (например, BBB GVA);
- ❖ Профильные, тематические эксперты по конкретной теме (например, Philanthropedia, частично – ImpactMatters). Такой подход используется в рейтингах, где основной акцент сделан на содержательной стороне деятельности организаций (выявление социально эффективных организаций), на выявлении благотворительных

организаций, которые имеют наибольшее влияние на свою сферу;

- ❖ Специалисты по дью-дилиженс (в частности, фандрайзинговые платформы);
- ❖ Профсообщество – на основе принятых стандартов, как саморегуляция (например, немецкий Совет по пожертвованиям);
- ❖ Общественная оценка причастных – благополучатели, волонтёры, сотрудники (Great Nonprofits, Charity Clarity);
- ❖ Население – через национальный опрос (Австралия, Украина).

Рекомендуемая модель для РФ:

эксперты – на основе методологии платформы.

6. ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

Практически все международные платформы за основу берут официальные данные, которые благотворительные организации обязаны раскрывать (платформы-листинги государственных регуляторов) – как правило, это финансовая и контактная информация.

Помимо этого могут использоваться также следующие источники:

- ❖ *Собственные данные организации в открытом доступе (сайты, соцсети, публичные годовые отчёты и пр.);*
- ❖ *сами НКО – через личные кабинеты на платформе (GuideStar); предоставление комментариев (самостоятельно или по запросу); предоставление сведений по запросу (заполнение различных анкет, чек-листов, предоставление дополнительных документов и пр.); личные встречи;*
- ❖ *отзывы причастной публики – благополучателей, волонтеров, сотрудников, доноров (Great Nonprofits);*
- ❖ *публикации об организации в СМИ;*
- ❖ *накопленная аналитика агентств, дополнительные исследования и пр. (например, Google-рейтинги, медиарейтинги и пр.);*
- ❖ *ресурсы партнёров (например, рейтинг*

ги или предупреждения в отношении благотворительной организации, которые есть на других рейтинговых агентствах).

Рейтинги, основанные на углубленном анализе деятельности благотворительной организации, строятся, конечно, на максимально широком перечне источников информации. Также в зависимости от идеологии платформы, акцент сделан на ограниченных, но надежных официальных данных; углубленном анализе или «теплых» (субъективных) данных.

На разных платформах могут использоваться как данные организации, раскрытые на добровольной основе, так и оценка данных, обязательных к раскрытию.

Рекомендуемая модель для РФ:

- ❖ *официальные открытые данные Минюста, Росстата, ФНС, платформа АО «Интерфакс» (Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности); агрегаторы официальных сведений о контрагентах и пр. За основу рекомендуется брать данные,*

- которые планируется собирать в рамках внедрения Стандарта информационной открытости НКО, обозначенные в Декларации прозрачности НКО;
- ❖ сбор сведений с информационных ресурсов благотворительных организаций (важна максимальная автоматизация данных процессов, партнёрские инициативы);
- ❖ возможность предоставить сведения – через личные кабинеты ИЛИ запрос на информацию;
- ❖ ресурсы партнёров (ФПГ, грантодающие организации, операторы региональных конкурсов, фандрайзинговые платформы, аналогичные платформы – PayPal, Яндекс.Деньги и пр.);
- ❖ создание условий, при которых будет увеличиваться количество благотворительных организаций, мотивированных сообщать больше информации о себе; и разработать системы, осуществляющие сбор сведений о благотворительных организациях без их участия.

7. ПРИНЦИПЫ УЧАСТИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В РЕЙТИНГОВАНИИ

Помимо «сплошного» рейтингования, в международной практике также есть модели, когда участие в рейтинговании является добровольным (или даже на конкурсной основе – см. RHINEO); когда оценивают только организации, которые интересны донорам, а также различные смешанные варианты.

С целью мотивации благотворительных организаций к раскрытию сведений, практикуются как «плюшки» (премии, ивенты, сбор пожертвований на платформе и пр.), так и «санкции» - списки организаций, которые отказались предоставить сведения, публикация разгромных статей в СМИ и пр. (например, CharityWatch).

Рекомендуемая модель для РФ:

«сплошное» рейтингование, бесплатное для рейтингуемой организации. Запрос дополнительных данных у организаций в «ручном режиме» возможен только при наличии достаточных ресурсов на эту деятельность. Аналогичным образом, под вопросом – целесообразность ввода на текущем этапе возможности предоставить комментарий или дополнительные сведения (через личный кабинет или по форме обращения).

Возможно, с целью мотивации благотворительных организаций к раскрытию информации, имеет смысл продумать возможность сбора пожертвований на

рейтинговой платформе; повышение рейтинга в зависимости от объёма раскрытых сведений.

Не рекомендуется ввод «санкционных» мер.

8. ОБНОВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ (РЕЙТИНГА)

В международной практике есть варианты, когда пересчет рейтинга происходит на ежегодной основе или в режиме реального времени (например, при появлении новой инфо, или в случае, когда рейтинг формируется из отзывов посетителей). На фандрайзинговых платформах воз-

можно даже ежемесячная верификация представленных организаций.

Рекомендуемая модель для РФ:

обязательное ежегодное обновление рейтинговых значений; перевод в архивный раздел прекративших деятельность организаций

9. ЗВЁЗДЫ / ШКАЛЫ

В случае, если речь идёт не о добровольной аккредитации на соответствие стандартам профессионального сообщества или о коротком списке «избранных, максимально эффективных НКО», то как правило, используется 5-звёздная или буквенная система. Оценка может быть всего одна или по каждому критерию (субрейтингу).

В ряде моделей практикуется возможность потерять или, наоборот, получить дополнительную звезду в тех или иных ситуациях.

Ряд рейтинговых систем базируется на жестких интервалах (например, доля программных расходов менее фиксированного значения не позволяет претендовать на X звёзд), либо используется бенчмаркинг – сравнение по сектору (если лучше, чем у 50% организаций сектора, то XX звёзд, а если менее – то только X звёзд. См. подробнее кейс **Charity Intelligence**).

Звёзд или шкал может вообще не использоваться, но возможно ранжирование всех представленных организаций по определённым критериям – например, по доходам, количеству сотрудников, волонтеров и пр.

Рекомендуемая модель для РФ:

5-звёздная система рейтингования как интуитивно наиболее понятная (только для организаций, прошедших рейтингование). Организации, которые не отвечают минимальным требованиям к раскрытию информации, звёзд не получают. Возможно, стоит делать 0 звёзд для таких организаций и 1-4 звезды – для остальных.

ЛИБО сонастроить с конкурсом «Точка отсчёта» – золотой, серебряный и прочие стандарты.

Рекомендуется предусмотреть возможность скачивания иконки рейтингового значения (с переходом на страницу организации на рейтинговой платформе), как способ поощрения организаций и распространения информации о рейтинге.

10. КЛЮЧЕВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ МЕТОДОЛОГИИ РЕЙТИНГА

На основе анализа международного опыта, **рекомендуется** обязательное наличие в модели рейтинга РФ следующих компонентов (интегральных фактора / субрейтинга), под углом открытости и прозрачности:

1. Открытость организации в целом (наличие активного сайта / страницы в соцсети, обязательной / публичной отчётности и пр.);
2. Финансовый блок (с учётом бенчмаркинга)¹;
3. Управление (с учётом бенчмаркинга);
4. Качество социальной отчётности: деятельность и результаты (с учётом бенчмаркинга).

При разработке конкретных показателей для каждого компонента, рекомендуется максимально сонастроить с уже разработанным профессиональным сообществом Стандартом информационной открытости НКО, который также используется в конкурсе годовых отчётов «Точка отсчёта»².

Блоки «Управление» и «качество социальной отчётности» - использование методологии, принятой при оценке годовых отчётов НКО в рамках конкурса «Точка отсчёта»³.

¹ См. также следующий пункт.

² <http://www.donorsforum.ru/projects/tochka-otschyota/>

³ <http://www.donorsforum.ru/wp-content/uploads/2019/08/Metodika-otsenki-Otcheta-TO2019.pdf>

Возможно, обладателям «Золотых» и «серебряных» отчётов имеет смысл автоматически присваивать высокие рейтинговые значения по соответствующим блокам.

Возможно, имеет смысл перечислять все награды, которые есть у организации (без влияния на рейтинговое значение).

11. ФИНАНСОВЫЙ БЛОК МЕТОДОЛОГИИ РЕЙТИНГА

Финансы — одна из ключевых составляющих практически всех международных рейтингов. Среди таких критериев может быть:

- ❖ Финансовая прозрачность;
- ❖ Размер доходов, расходов;
- ❖ Активы / обязательства
- ❖ Активы / расходы
- ❖ Наличие спада, финансовых рисков;
- ❖ Потребность в финансировании;
- ❖ Затраты / эффективность (в т.ч. социально-экономическая эффективность);
- ❖ Затраты (%) на фандрайзинг, накладные расходы;
- ❖ Вознаграждение руководства;
- ❖ Средняя зарплата сотрудников.

Рекомендуемая модель для РФ:

Акцент на финансовой прозрачности, наличии аудиторских заключений (для организаций, обязанных их предоставлять), раскрытие базовой финансовой информации (в соответствии со Стандартом информационной открытости НКО), проектом «Мониторинг информационной открытости НКО»¹, методологией оценки конкурсов годовых отчётов «Точка отсчёта».

Не оценивать более тонкие показатели – эффективность фандрайзинга, эффективность затрат и пр.

¹ <http://www.donorsforum.ru/projects/tochka-otschyota/monitoring-informatsionnoj-otkrytosti/>

12. ФИЛЬТРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ПЛАТФОРМЕ

Рекомендуемая модель для РФ:

- ❖ По тематике
(направлению деятельности)¹ и/или категориям благополучателей;
- ❖ По размерам доходов (или 3 категории – крупные, средние, малые);
- ❖ По региону регистрации;
- ❖ По дате регистрации (или 3 категории);
- ❖ По рейтинговому значению;

13. ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ ПЛАТФОРМЫ

На международных платформах практикуется:

- ❖ Платные подписки;
- ❖ Членские взносы;
- ❖ Реклама;
- ❖ Пожертвования, гранты;
- ❖ Оказание услуг для благотворительных организаций (оценка, консультации, PR, SMM и пр.) или доноров;
- ❖ Продажа данных, отчёты, аналитика;
- ❖ Предпринимательская деятельность;
- ❖ Сопутствующие услуги и деятельность (администрирование грантовых конкурсов, организация ивентов и пр.);
- ❖ У фандрайзинговых платформ – комиссии и пр.

Рекомендуемая модель для РФ:
на обсуждение.

¹ В Стандарте информационной открытости НКО предложено воспользоваться классификатором конкурсных направлений Фонда президентских грантов. Возможно, для благотворительных организаций имеет смысл разработать менее дробный и более «человеческий» (например, взять за основу классификаторы российских фандрайзинговых онлайн-платформ).

ИСТОЧНИКИ

1. Берхин В. Нужен ли нам рейтинг благотворительных организаций? // Филантроп, 02.10.2019. <https://philanthropy.ru/analysis/2019/10/02/80926/>
2. Дайджест публикаций мирового филантропического сообщества, <https://ep-digest.ru>
3. Для чего нужны платформы-листинги НКО? // Medium, 04.08.2017. <https://bit.ly/349oFla>
4. Информационная прозрачность и подотчётность российских некоммерческих организаций, реализующих проекты в области защиты прав и свобод человека и гражданина: раскрытие информации, кодекс этики, предупреждение конфликта интересов. АНО Центр антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл – Р», 2015. https://transparency.org.ru/images/docs/research/Transparency_NGO2015.pdf
5. Концепция содействия развитию благотворительной деятельности в Российской Федерации на период до 2025 года. <http://static.government.ru/media/files/Zaxspc8AZmbvFOmrCGuthOzLa4oZ5krx.pdf>
6. Москаленко К. Великобритания: сито милосердия // Русфонд, 25.01.2013. <https://rusfond.ru/charity/008>
7. Наблюдения за некоммерческим сектором в США, Европе и России // Medium, 26.05.2017. <https://bit.ly/2O4MN9n>
8. Обзор международной практики рейтингования сайтов НКО. М.: Evolution&Philanthropy, 2014. <https://bit.ly/2p6U4vF>
9. Обзор рейтинговых организаций. М.: Evolution&Philanthropy, 2008. <https://bit.ly/33FY19C>
10. Павлова О. 20 лучших благотворительных фондов богатейших бизнесменов России // Forbes, 19.04.2019. <https://www.forbes.ru/milliardery-photogallery/200-bogateyshih-rossiyan-2019375027-20-luchshih-blagotvoritelnyh-fondov>
11. Стандарт информационной открытости НКО. <https://www.infoculture.ru/wp-content/uploads/2018/03/Standart-informacionnoi-otkrytosti-NKO.-Metodicheskie-rekomendacii-po-primeneniju.pdf>

12. Фолькер Тен: «Все основные кодексы и стандарты для НКО появились в Германии за последние 20 лет» // Форум доноров, 08.05.2018. <http://www.donorsforum.ru/reports/folker-ten-vse-osnovnye-kodeksy-i-standarty-dlya-nko-poyavilis-v-germanii-za-poslednie-20-let/>
13. Фреик Н. Платформы и источники информации о некоммерческом секторе // Теплица социальных технологий, 04.04.2018. <https://te-st.ru/2018/04/04/platforms-and-sources-of-information-on-the-non-profit-sector/>
14. Чу П. Ван О. Филантропия в Китае. https://istoki-foundation.org/wp-content/uploads/2020/01/Charity_China-2019-Istoki-Foundation.pdf
15. Gunther M. The Limits of Nonprofit Oversight // The Chronicle of Philanthropy, 06.11.2018. <https://www.philanthropy.com/article/The-Limits-of-Nonprofit/245012>
16. Hundley K., Taggart K. America's 50 worst charities rake in nearly \$1 billion for corporate fundraisers // Tampa Bay News, 02.10.2017. <https://www.tampabay.com/news/nation/americas-50-worst-charities-rake-in-nearly-1-billion-for-corporate/2339540/>
17. Klein S., Day L. Resources for investigating tax exempt organizations // ProPublica, 09.05.2013. <https://www.propublica.org/nerds/resources-for-investigating-tax-exempt-organizations>
18. Lowell S. et al. The Ratings Game // SSIR, Summer 2005. https://ssir.org/articles/entry/the_ratings_game
19. Ruvinsky J. Giving Blind: Watchdog organizations don't reach most donors // SSIR, Winter 2012. https://ssir.org/articles/entry/giving_blind
20. Yoruk B., Charity Ratings. Journal of Economics & Management Strategy, Vol. 25, Issue 1, pp. 195-219, 2016. <https://ssrn.com/abstract=2718664>

СПИСОК РЕЙТИНГОВ И ЛИСТИНГОВ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ВКЛЮЧЁННЫХ В АНАЛИЗ

США

1. Charity Navigator. <http://www.charitynavigator.org>
2. GuideStar. <http://www.guidestar.org/>
3. BBS Wise Giving Alliance (Give.org). <http://www.give.org>
4. CharityWatch (American Institute of Philanthropy). <http://www.charitywatch.org>
5. Give Well. <https://www.givewell.org/>
6. Great Nonprofits. <https://greatnonprofits.org/>
7. Wall Watchers' Ministry Watch. <http://www.ministrywatch.com>
8. Combined Federal Camping. <http://www.opm.gov/cfc/>
9. Network for Good. <https://www.networkforgood.com/>
10. Standards for excellence institute. <http://www.standardsforexcellenceinstitute.org/>
11. Philanthropedia. <http://www.myphilanthropedia.org/>
12. Nonprofit Analytics. <https://analytics.excellenceingiving.com/>
13. ImpactMatters. <https://www.impactmatters.org/>
14. Forbes Magazine. <https://www.forbes.com/lists/top-charities/>

Канада

15. Charity Intelligence. <https://www.charityintelligence.ca/>
16. MoneySense's Charity 100. <https://www.moneysense.ca/save/financial-planning/canadas-top-rated-charities-2019-overview/>

Австралия

17. ChangePath (Австралия). <https://www.changepath.com.au>
18. The Australian Charities and Not-for-profits Commission (ACNC).
<https://www.acnc.gov.au/>
19. The Annual Australian Charity Reputation Index

Европейские страны

20. Инициатива «Прозрачное гражданское общество» (Transparency International).
<https://crisp-berlin.org/about/organisation/initiative-transparent-civil-society/>
21. International Aid Transparency Initiative. *<https://www.iatiregistry.org/>*
22. Реестр прозрачности Европейского Союза (Transparency Register).
<http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do>

Великобритания

23. The Charity Commission. *<https://apps.charitycommission.gov.uk/>*
24. WhatCharity. *<https://whatcharity.com/>*
25. Charity Clarity. *<https://www.charityclarity.org.uk/>*

Германия

26. Немецкий Совет по пожертвованиям (Deutscher Spendenrat e.V.).
<https://www.spendenrat.de/>
27. Немецкий центральный институт социальных проблем (DZI).
<https://www.dzi.de/spenderberatung/das-spenden-siegel/>
28. PHINEO, *<https://www.phineo.org/>*
29. BetterPlace, *<https://www.betterplace.org/>*

Франция

30. The Fondation de France Philanthropy Observatory.
<https://www.fondationdefrance.org/fr/etudes-de-observatoire>

Словакия

31. Dobrá Krajina. *<https://www.dobrakrajina.sk/sk/clanok/o-dobrej-krajine>*
32. ĽUDIA ĽUĎOM. *<https://www.ludialudom.sk/>*

Китай

33. Рейтинг китайских благотворителей (The China Charity Ranking, 第十三届中国慈善榜). *<http://www.chinadevelopmentbrief.cn/news/2018-china-charity-rankings-released-total-donations-amount-to-20-billion-yuan/>*

34. Рейтинг самых щедрых филантропов (Hurun Philanthropy List).

<https://www.hurun.net/EN/Article/Details?num=93E8C4B53DE6>

35. Китайский Центр фондов (The China Foundation Center).

<http://en.foundationcenter.org.cn/>

Сингапур

36. Правительственный портал благотворительных организаций.

<https://www.charities.gov.sg/Pages/Home.aspx>

Украина

37. Украинская биржа благотворительности. <https://ubb.org.ua/>

38. Национальный рейтинг благотворителей. <https://tsn.ua/ru/ukrayina/fond-semi-svyatoslava-nechitaylo-sredi-luchshih-blagotvoritelnyh-organizacij-ukrainy-874305.html>

39. Рейтинг благотворительных организаций и фондов Украины,

Агентство социальных и политических институтов (АСПИ). <https://bit.ly/33EOJL1>

В оформлении использованы фотографии из фотобанка Pexels.com

Обзор подготовлен Наталией Фреик

по заказу

Благотворительного фонда

«Социальный навигатор»

Ноябрь, 2019



**Социальный
Навигатор**

Благотворительный фонд поддержки
и развития социальных программ