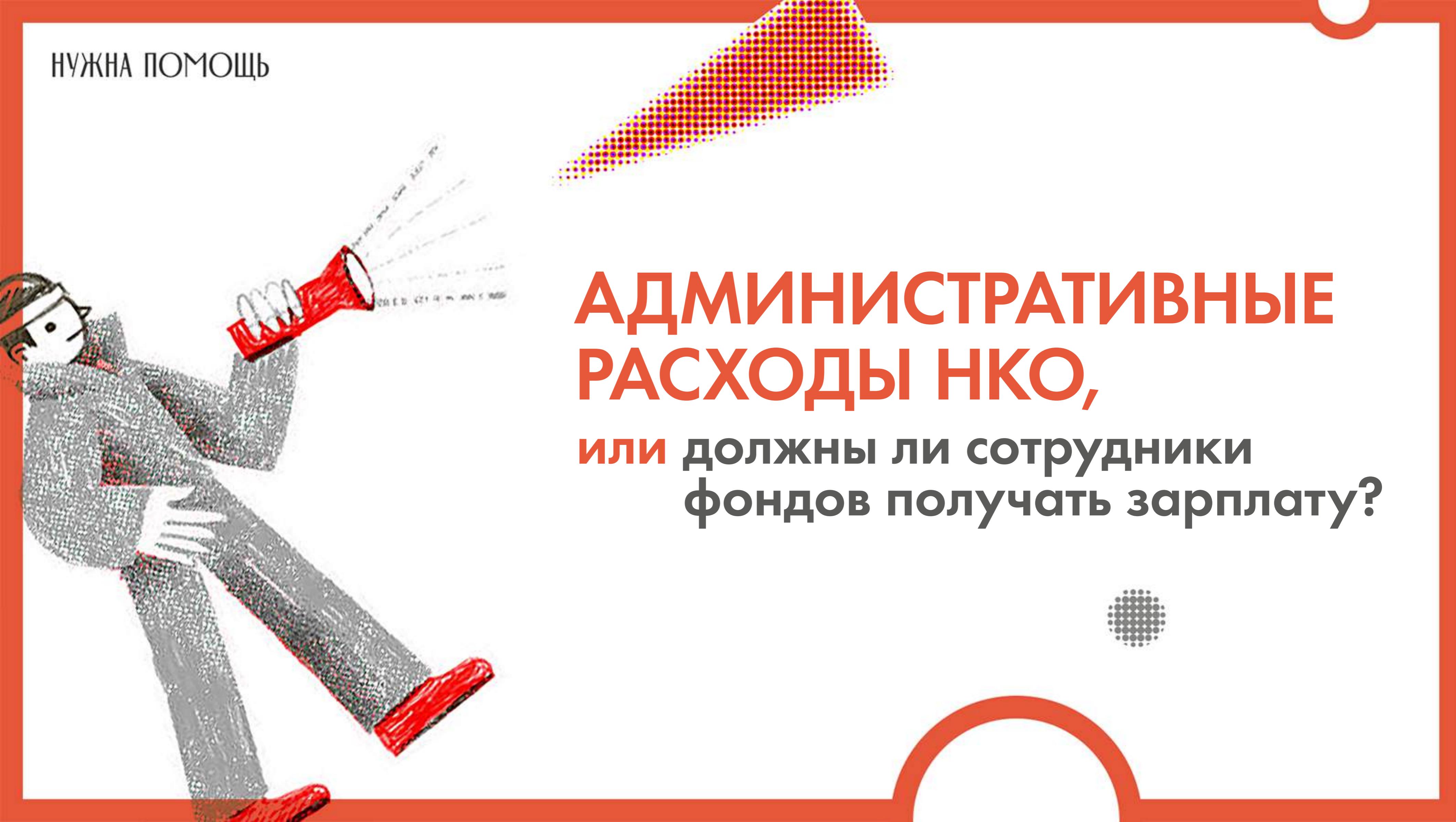


НУЖНА ПОМОЩЬ



АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ НКО, или должны ли сотрудники фондов получать зарплату?

НУЖНА ПОМОЩЬ

Благодарности:



Morgan Lewis



соединение
фонд поддержки слепоглухих



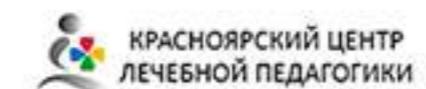
КОВЧЕГ



Благотворительный Фонд Константина Хабенского

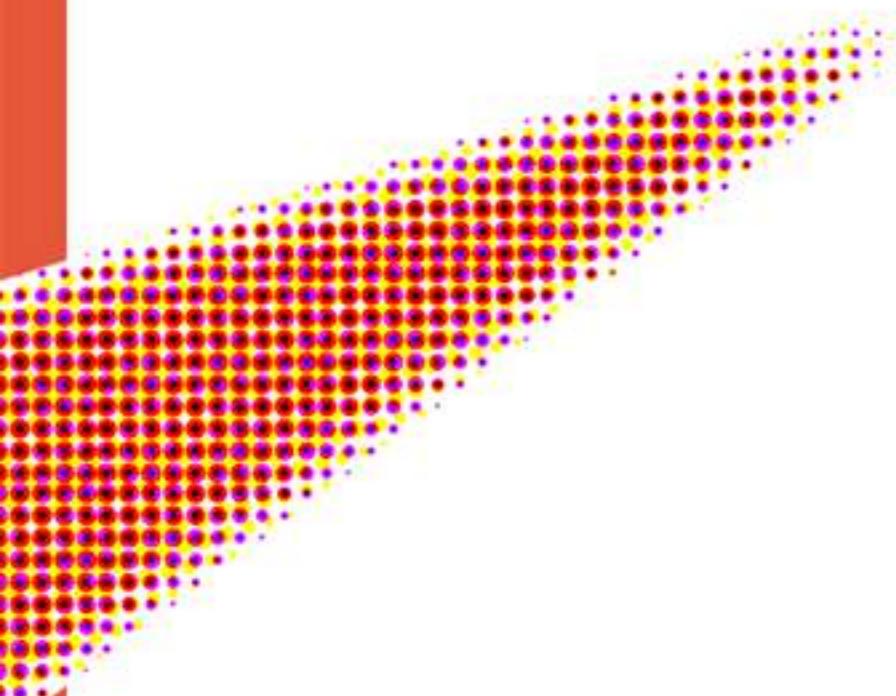


ОРБИ
Фонд поддержки молодых инноваторов



НУЖНА ПОМОЩЬ

Об иссле- довании



Тема ис- следования

В 2016 году БФ «Нужна помощь» в партнёрстве с Deloitte провели исследование **административных расходов российских социально ориентированных НКО (фандрейзинговых фондов)**.

Административные расходы НКО

- Расходы НКО, не связанные напрямую с осуществлением благотворительной деятельности, т.е. с передачей средств и ресурсов благополучателям. Эти расходы направлены на поддержание функционирования самой организации.

НУЖНА ПОМОЩЬ

Место АР в структуре НКО



Они же:

«расходы на содержание аппарата управления», «организационные нужды», «общие административно-хозяйственные расходы», «расходы фонда», «внепроектные расходы»



Адресная
помощь + АР

«Православие и мир»,
«Помоги.org»



Программные
расходы + АР

БФ Константина
Хабенского, «Дети наши»



Только АР (оплата
труда сотрудников)

«Антон тут рядом»

Цель исследования

**Определить отношение
к административным расходам НКО
со стороны:**

1. Российского общества
2. НКО (некоммерческих организаций)
3. Коммерческих компаний



Ключевые вопросы исследо- вания



возмож-
ности ограничения

**Что мешает фондам говорить о необходи-
мости увеличения АР?**

**Кто из частных доноров готов жертвовать при-
цельно на АР фондов (и на какие именно)?**

**На каких условиях корпоративные доноры
готовы оплачивать АР фондов?**

**Как все участники коммуникации могут
преодолеть существующие барьеры?**

Целевая группа

НКО
(фандрай-
зинговые
фонды)

Бизнес

Общество

Метод сбора данных

Анкетный опрос по базе контактов
Deloitte – НКО со штатом 3-30 человек, осу-
ществляющие помощь людям разных категорий

3 фокус-группы с представителями НКО
самых разных направлений и размеров

Анализ публичных отчетов в интернете

Интервью с представителями компаний,
участвующих в благотворительности: 2 фокус-
группы и 7 полуструктурированных интервью

Выборочный опрос массовой аудитории:
опрос по онлайн-панели агентства OMI

Кол-во
участников

45 НКО (Москва,
Санкт-Петербург),
15 НКО из др. городов

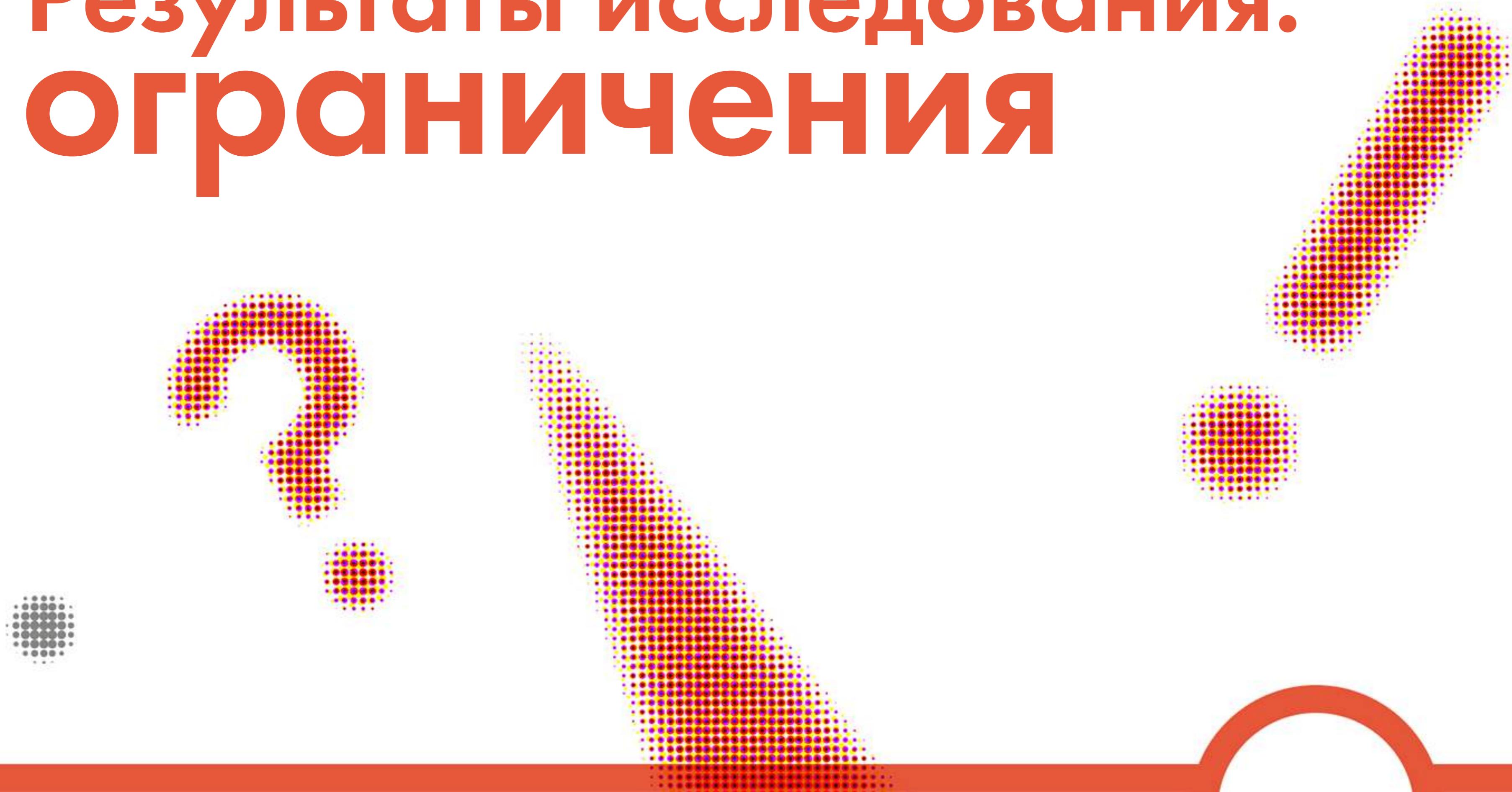
17 НКО (Москва,
Санкт-Петербург),
11 – из др. городов

322 НКО

19 компаний в Москве

8 407 человек

Результаты исследования: ограничения



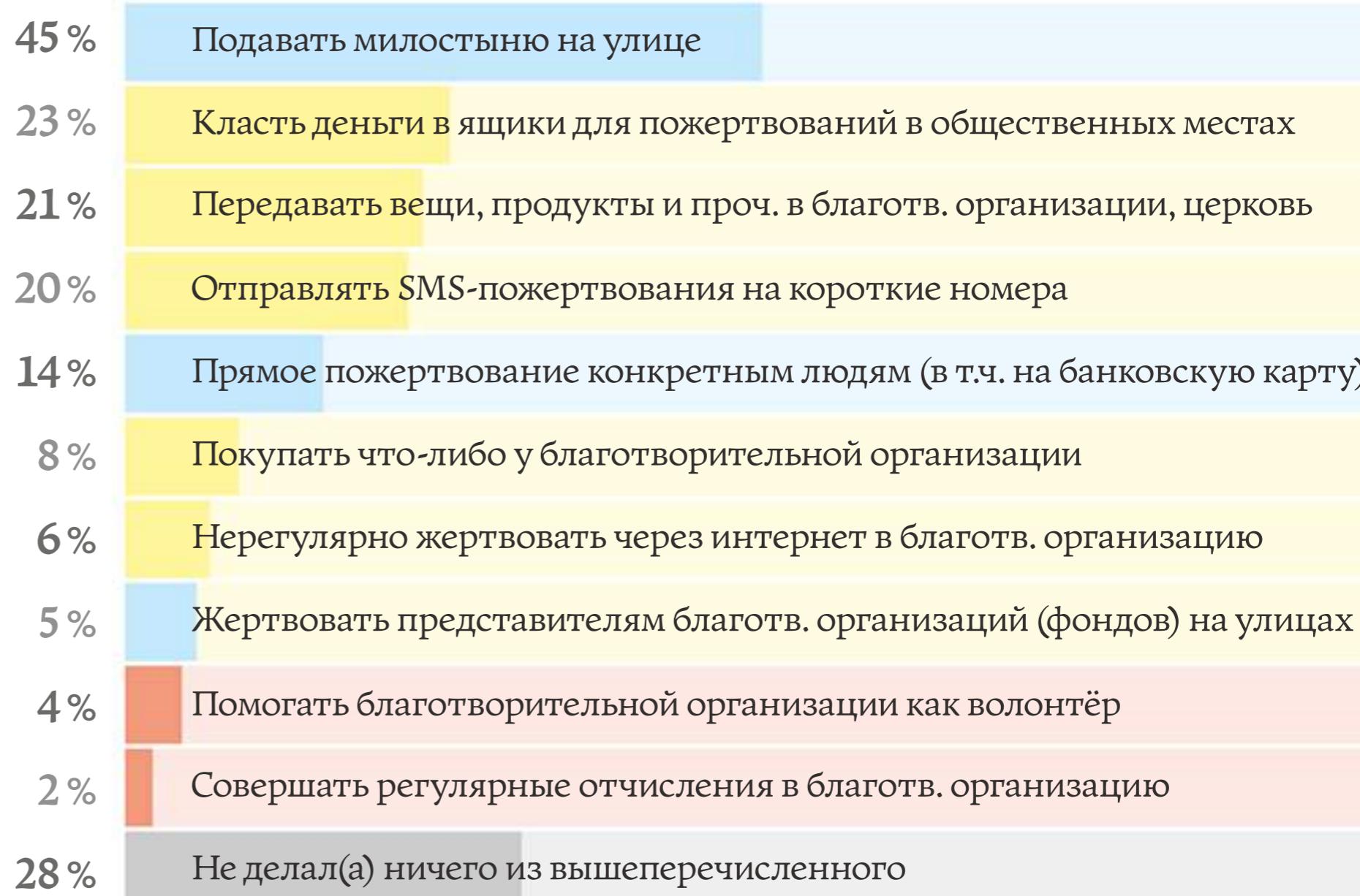
Ограничения со стороны общества

Россияне **жертвуют спонтанно и нерегулярно**. Только 6% респондентов вовлечены в поддержку профессиональной благотворительности.

Социальный эффект помощи:

- Низкий (малый охват и/или большой риск мошенничества)
- Средний (спонтанная и разовая помощь)
- Высокий (поддержка проф. благотворительности)

Доводилось ли вам
за последние 12 месяцев
делать что-либо из перечисленного?



Ограничения со стороны общества

Почти половина опрошенных считают, что **админ. расходы НКО должно оплачивать государство**. Мнение, что эти расходы могут быть частично покрыты из пожертвований обычных людей — самое непопулярное.

Как вы считаете, из каких средств должны оплачиваться зарплаты сотрудников, аренда офиса, канцелярские товары и прочие административные расходы благотворительных организаций/фондов?



Ограничения со стороны общества

Те, кто готовы в будущем жертвовать в благотворительные фонды, согласны отдавать на административные расходы **в среднем 21% от суммы пожертвования** (21,10 руб. из 100 руб.)

Готовы отдавать больше на адм. расходы НКО:

30,5 руб.

28,6 руб.

25,2 руб.

Люди в возрасте 18-24 лет;

Люди, имеющие волонтёрский опыт помощи НКО;

Люди, жертвовавшие НКО через интернет за последние 12 месяцев.

Меньшие суммы на адм. расходы НКО хотели бы отдавать:

14,7 руб.

18,7 руб.

Люди в возрасте 45 лет и старше;

Люди, совершившие SMS-пожертвования за последние 12 мес.

Ограничения со стороны общества

По словам сотрудников фондов, они часто **сталкиваются с предубеждением насчёт зарплат в НКО** со стороны «внешних людей», даже благополучателей. Распространено мнение, что НКО «должны работать за идею»; «нельзя наживаться на благотворительности».



«Защита проекта. Сидят люди, ведущий говорит: “Ну, фонд NN представлять не надо”.

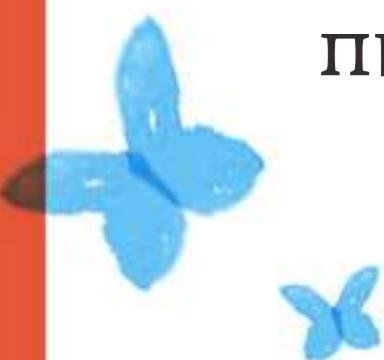
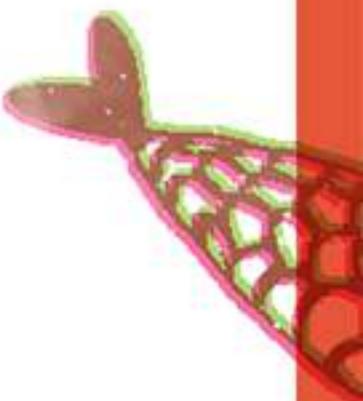
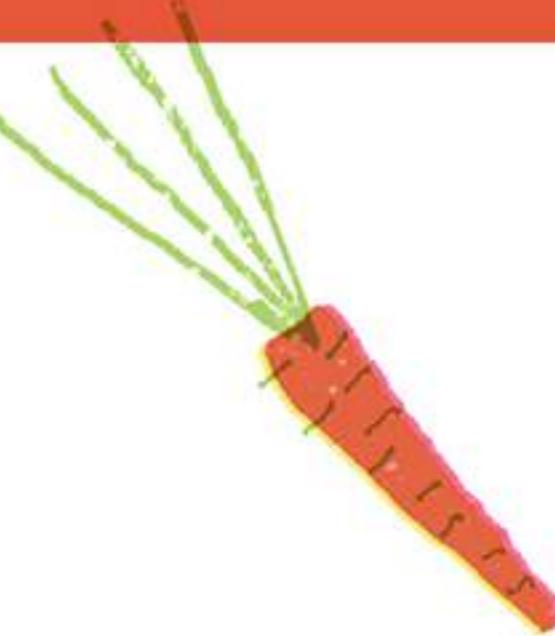
*— “А, это те, которые себе 30% берут?”
Я: “В смысле? Кому — себе? Почему 30?” Все замялись. ... Все отчёты выложены, но такое вот мнение в городе бытует»*

*«Как только речь идёт о том, что люди, которые Вам сделали благо, они тоже хотят кушать, ну, начинаются тут метания: как нам сэкономить, как нам меньше дать и прочее. ... Кроме того, **сами подопечные — родители, дети** — они тоже против, чтоб мы, собирая им деньги, получали зарплату и кушали»*

Ограничения со стороны самых НКО

Сотрудники НКО сами часто не решаются **поднимать тему зарплат и других инвестиций в организацию**. Это укрепляет имидж «активистов, которые питаются бабочками».

«У нас был такой момент, я не знаю даже, курьёзный или нет: у нас была координатор программы онкологии, и мы её на встречу отправили с новым донором, который сейчас уже много лет помогает и один из самых крупных у нас. И на этой встрече **донор спросил: «Вам же, девочки, кушать нужно, да? Нужно закладывать какой-то процент и на зарплаты?»** На что она сказала, что мы не за деньги работаем! А мы об этом узнали только спустя два года, что был вообще такой разговор»



Ограничения со стороны самых НКО

НКО видят себя не партнёрами корпораций, а просителями.

В такой модели взаимоотношений они всецело зависят от милости доноров. Расходы часто покрываются своими силами.



*«Мы в ситуации не определяющих, на что нам просить, а **слушающих** требований грантодателей либо доноров»*

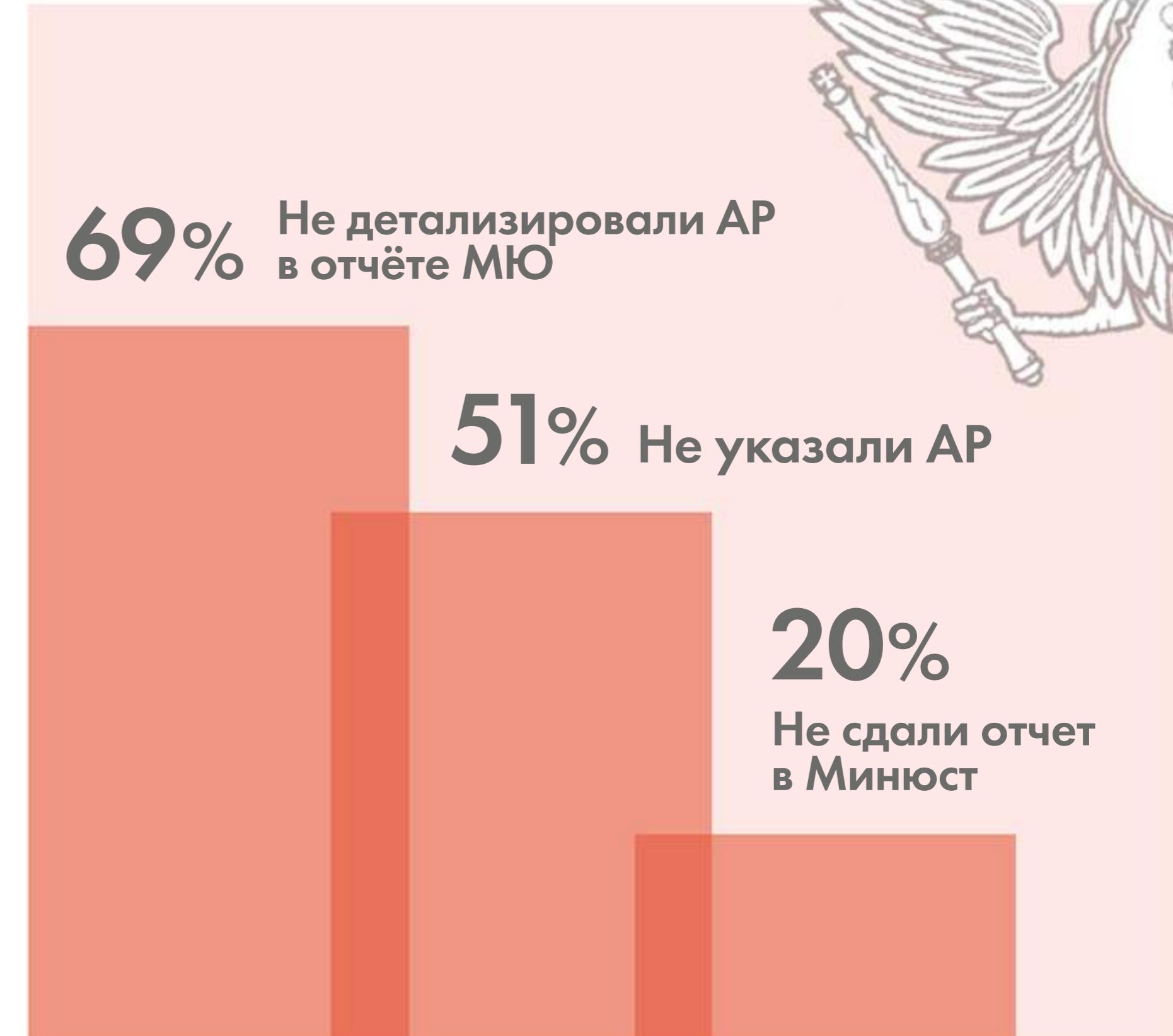
*«У нас были подозрения, что само здание когда-то было захвачено. ... Но тем не менее эти люди уже три года **нас терпят у себя там**»*

«Раньше у меня муж из собственной вначале зарплаты, а потом пенсии оплачивал бензин... Машина в нашей работе используется ежедневно»

Ограничения со стороны самых НКО

НКО молчат об административных расходах и на бумаге. **За 2015 год на сайте Министерства юстиции РФ:**

- 20% фондов не сдали годовые отчёты (или сообщения о продолжении деятельности);
- 51% не указали АР в отчётах;
- 69% не детализировали эту строку.



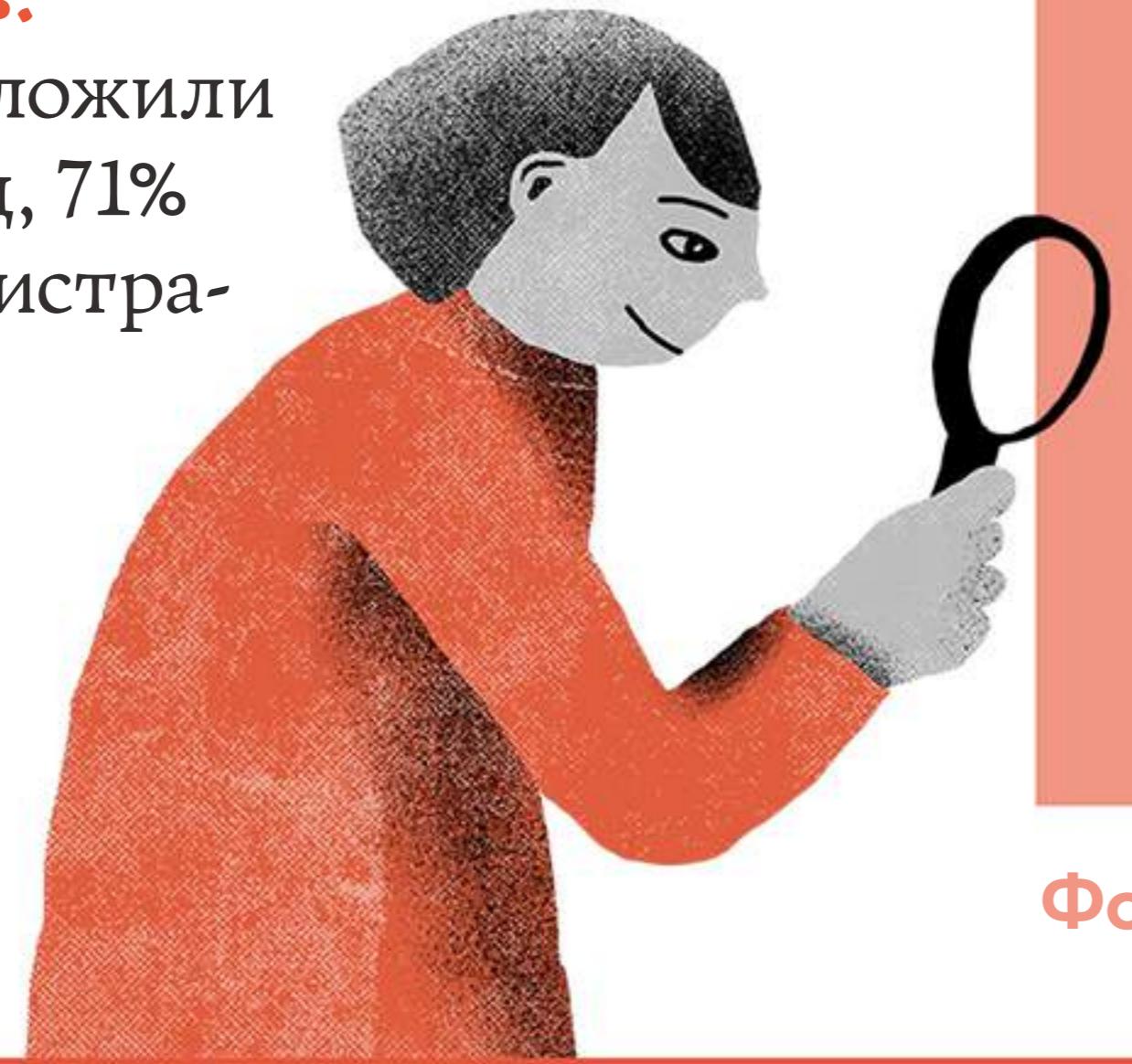
Фонды, отчитавшиеся в МЮ в 2015 г.



Ограничения со стороны самых НКО

На сайтах фондов:

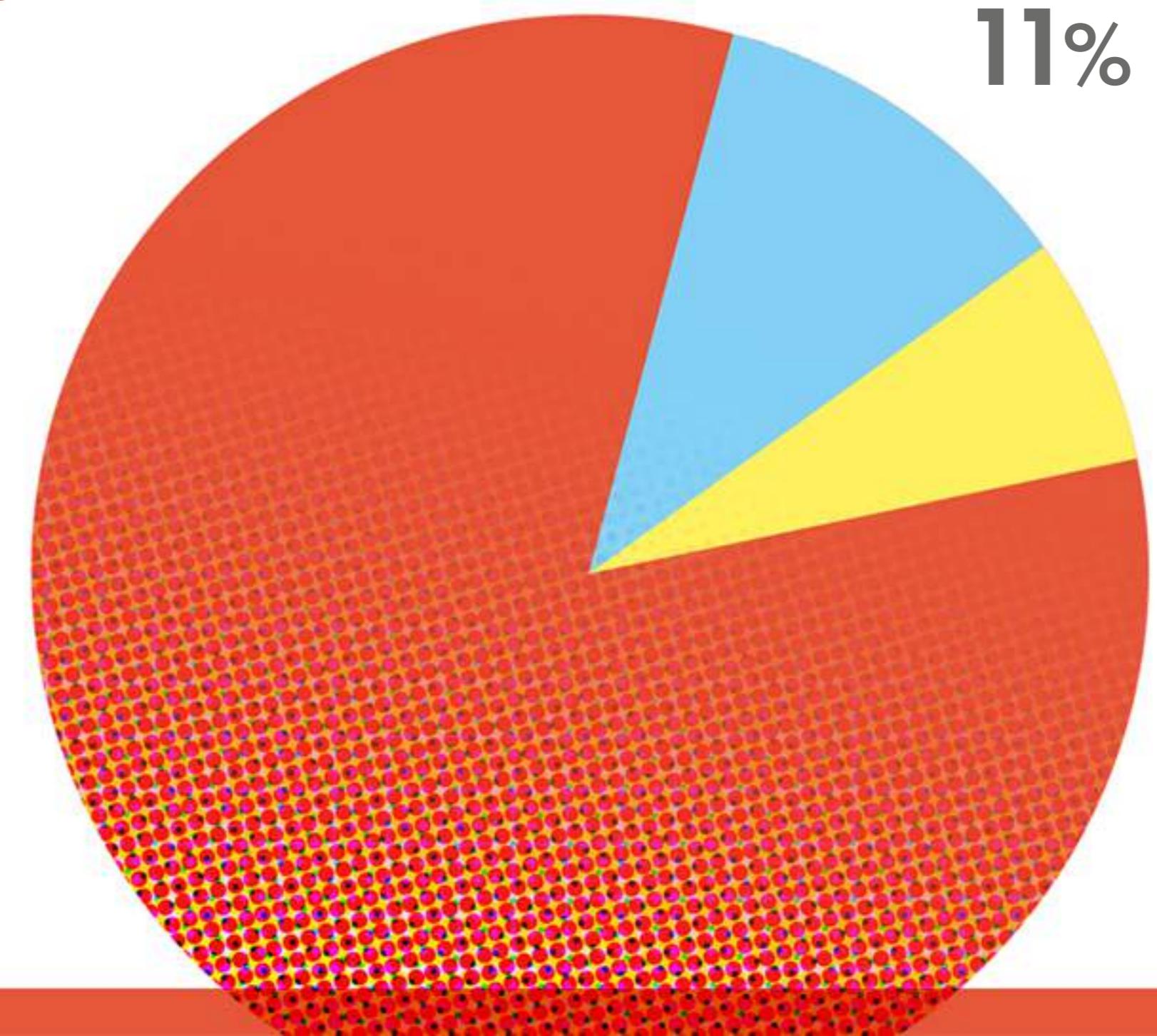
61% фондов не выложили отчёты за 2015 год, 71% не указали административные расходы в отчётах, 83% не детализировали эту строку.



Фонды, отчитавшиеся в 2015 г. на своих сайтах

Ограничения со стороны самых НКО

Расходы российских
фандрайзинговых фондов
непрозрачны.



Цифры
в отчетах значительно
отличаются, либо отчетов нет

11% Цифры в отчетах
совпадают

6% Цифры в отчетах
отличаются незна-
чительно (0,1-5%)

Ограничения со стороны самых НКО

«у нас в среднем от 3 до 15%.

Я ориентируюсь на то, чтобы было 10. Почему она [«административка»] так скачет? Потому что, например, в мае я не понимала, какой она будет по количеству сборов. Поэтому **в апрель запихнули все майские зарплаты»**

«Фактические административные расходы мы оплачиваем **по остаточному принципу»**

НКО не всегда хватает ресурсов сориентироваться во всех **нюансах законодательных ограничений**.

Не все знают о «рубеже 20%» на административные расходы НКО (ФЗ № 135 от 11.08.1995),

а те, кто знают, трактуют его по-разному. В результате некоторые НКО ограничивают свои административные траты сверх необходимого, а другие, наоборот, принимают на себя необоснованный риск.

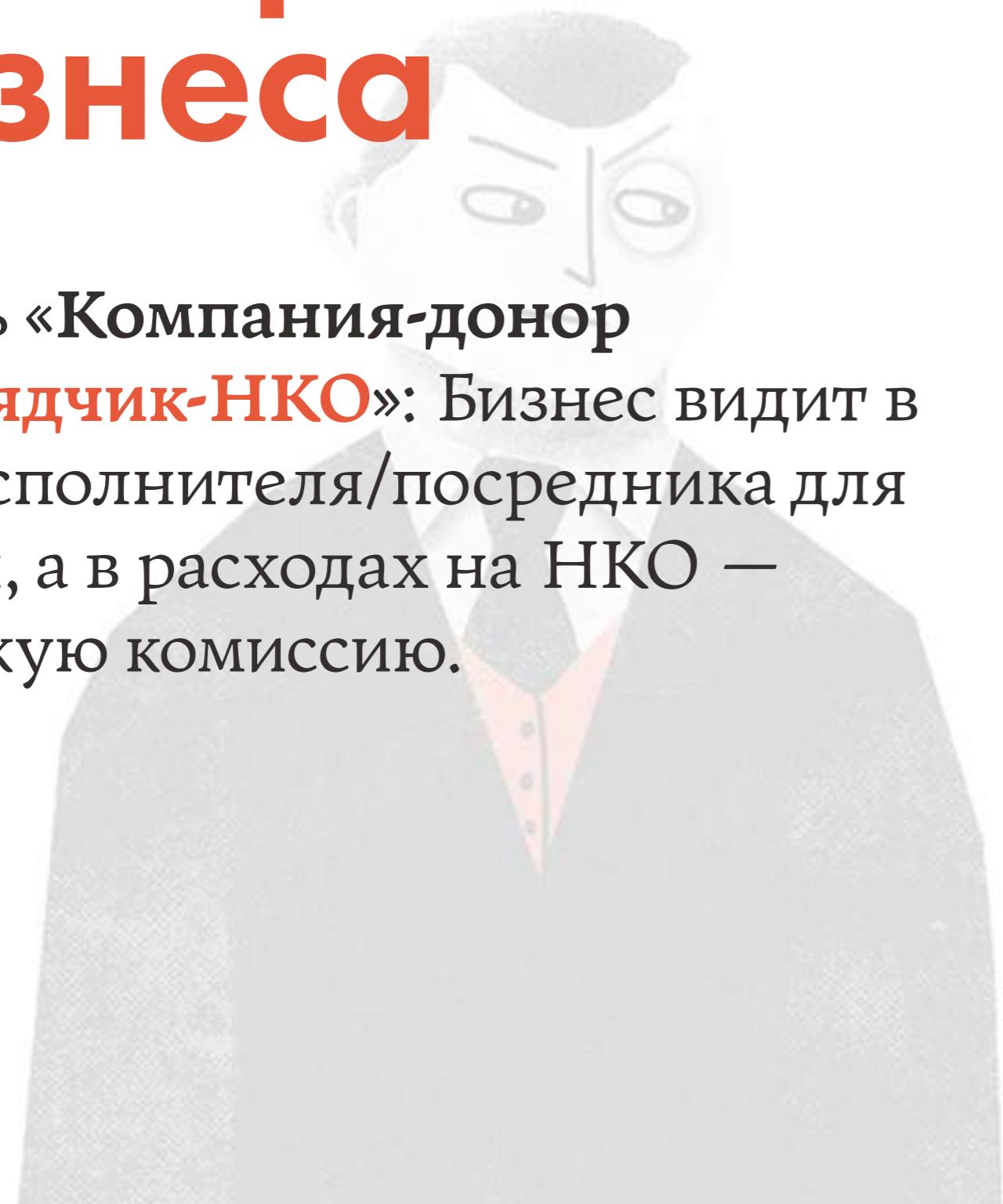
Ограничения со стороны бизнеса



По словам НКО, многие доноры предпочитают адресную помощь, **простые истории успеха**. Понимания корпоративных доноров хватает на оплату проектных расходов.

НКО: «*Бесполезно даже пытаться объяснять, что потратили на аренду помещения, например. Это никому не нравится, и все просто говорят, что для сотрудников этой организации мотивационной историей будет слышать про какие-то конкретные поведенческие результаты. А лучше всего, чтоб вообще кто-то вылечился от аутизма. Тогда будет мотивация*»

Ограничения со стороны бизнеса

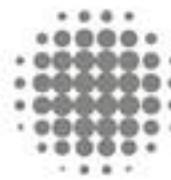


Модель «Компания-донор и **подрядчик-НКО**»: Бизнес видит в НКО исполнителя/посредника для работы, а в расходах на НКО – агентскую комиссию.

Корпоративный донор:
*«Решение социальных проблем, что делают НКО – это как услуга в бизнесе. **Если услуга востребована, то всегда найдется тот, кто за нее заплатит»***

НКО: *«Раз вы нам не даёте на АР, на хлеб с маслом, тогда мы должны заработать. И мы договорились с топ-менеджерами, что будем проводить тренинги по корпоративному волонтёрству. Потом мы разработали программу корпоративных социальных проектов донора, куда **плавненько включили свой проект** с выпускниками детских домов. И получилось, что у нас и на выпускников сумма есть, и мы себе заработали на хлеб с маслом»*

Результаты исследования: возможности



Возможности для НКО

НКО развивает отношения с донорами:



объясняет свои нужды



завоевывает доверие



«возвращает» доноров

НКО:

«Чем дольше мы сотрудничаем с юрлицами, и это сотрудничество успешное, тем больше доверия к организации, и тем больше и чаще люди говорят: «Давайте вот, просто на уставную деятельность дадим»... Мы собираем все контакты и рассылаем им адресные письма, где тоже рассказываем, что за зарплаты такие, и почему мы оплачиваем их. Прямо объясняем словами»

Корпоративный донор:

«В партнёрстве ни у кого не должно быть никаких разногласий и недопониманий, это должна быть очень дружеская, если не семейная, история»

Возможности для НКО

Условия, при которых НКО могут выстроить долгосрочные партнёрские отношения с корпорациями:

+ открытость и

прозрачность отчётности

+ безупречная репутация

+ хорошие менеджерские навыки, профессионализм



Корпоративные доноры:

«Смотрим на административные расходы на предмет разумности и соразмерности. Мы понимаем, что для нормальной реализации проекта нам нужны люди»

«Многое зависит от качества менеджмента в НКО: можно до бесконечности финансировать организацию, и всегда будет мало»

«Наш путь – это создание компетенций в городах присутствия. Потому что нам нужно грантовый конкурс проводить, а это деньги, их нужно кому-то раздавать»

Возможности для бизнеса



**Бизнес инвестирует
в развитие НКО.
В такой модели
административные
расходы рассматри-
ваются как показа-
тель развития орга-
низации.**

Корпоративные доноры:

*«Развитая структура НКО внушиает большие
доверия и уверенности в результате»*

*«Я постоянно консультирую,
мне кажется, это уже одна из
моих непосредственных обязан-
ностей – то, что я взращиваю
НКО, помогаю им не только
с нашими кейсами, но и
привлечь других доноров,
написать для них заявки,
придать масштабность
проекту»*



Возможности для бизнеса

**Развитие НКО-партнера –
залог устойчивого социаль-
ного эффекта бизнеса!**

Стратегическая благотворительность
(переход от адресной к программной и
инфраструктурной помощи) **снижает**
репутационные риски и помогает
устойчивому развитию бизнеса на
территории присутствия.

Корпоративные доноры:

*«Репутацию невозможно купить, особенно в
секторе НКО. Репутация – это действительно
то, что ты заслужил»*

*«Ответственность во многом пока лежит на
доноре, который помогает направить НКО. Ну,
просто в силу экспертизы в бизнесе мы понима-
ем, как мерить проект, как можно отладить ме-
неджмент этого проекта, как можно **простыми**
инструментами получить больше результата,
больше прозрачности»*

*«Если мы размещаем в нашей базе того или иного
партнёра, мы отвечаём перед сотрудниками,
что у них всё в порядке с репутацией, всё в
порядке с отчётностью»*

О будущем, или кто будет оплачивать административные расходы НКО?

Сами НКО

Сектор профессионализируется, сотрудники научатся навыкам продаж, технологиям фандрайзинга

Государство

(субсидии, налоговые льготы для бизнеса и НКО, социальная аренда для НКО)



Средний и малый бизнес

(пока жертвуют несистемно)

+ крупный бизнес

(если доходы будут расти)

НУЖНА ПОМОЩЬ

О будущем, или кто будет оплачивать административные расходы НКО?

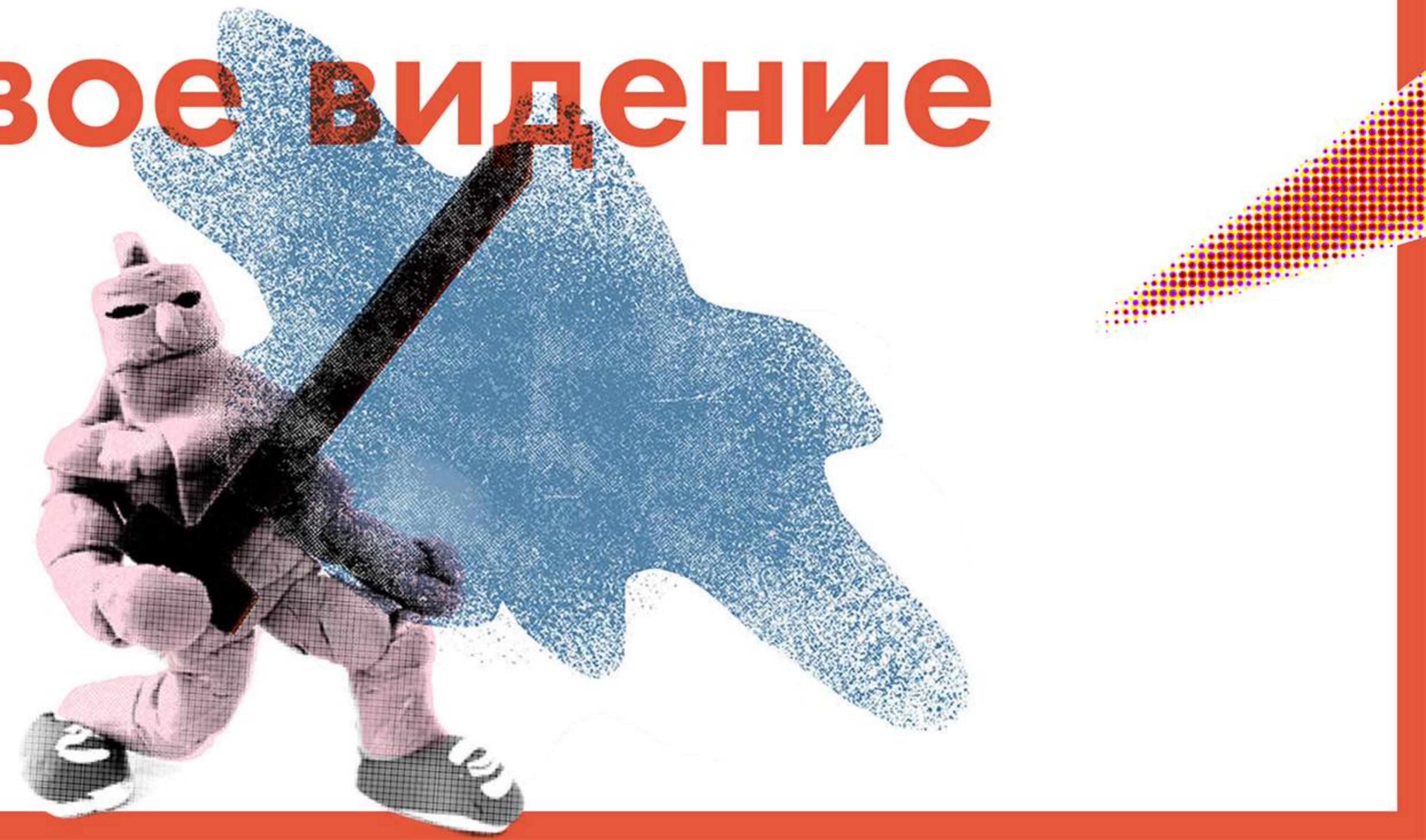
Корпоративный донор:

*«У НКО уже меняется мышление:
появляется некая смелость, запал,
видение проекта более масштабно и
понимание того, что пусть какое-то действие
не принесёт сиюминутной помощи, но мы
выиграем эту войну!»*



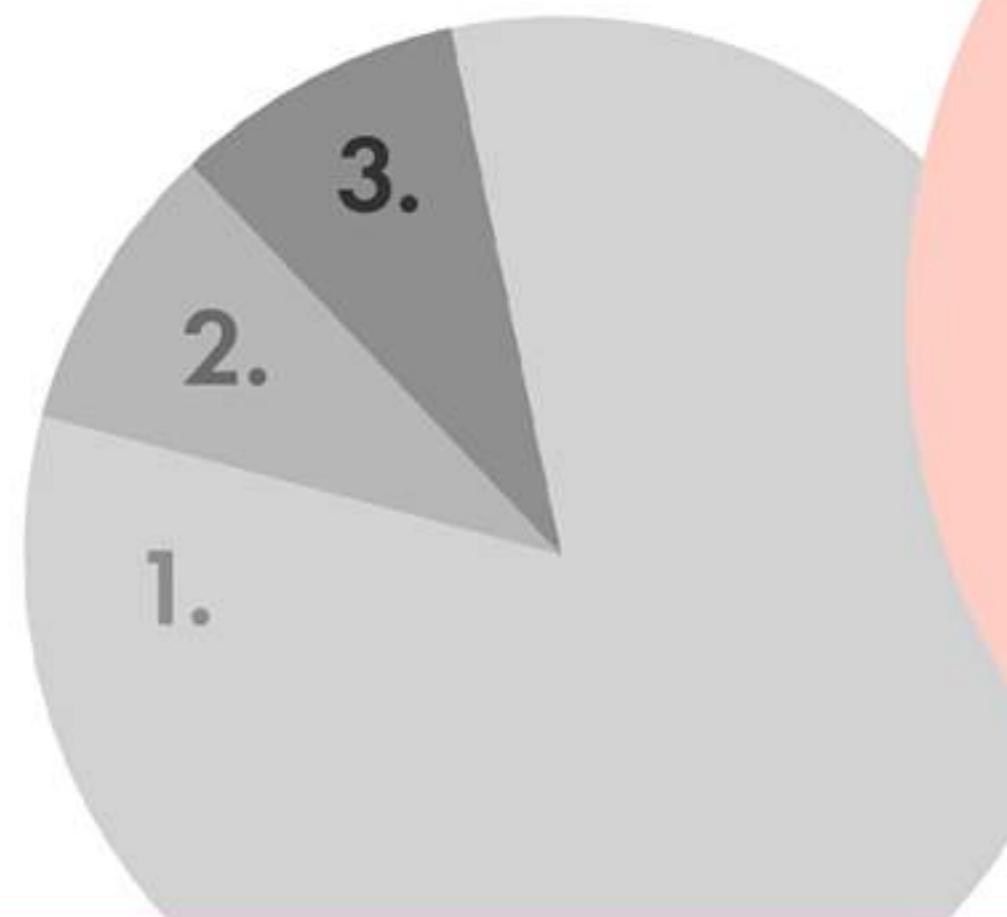
НУЖНА ПОМОЩЬ

Новое видение



Устаревший имидж НКО

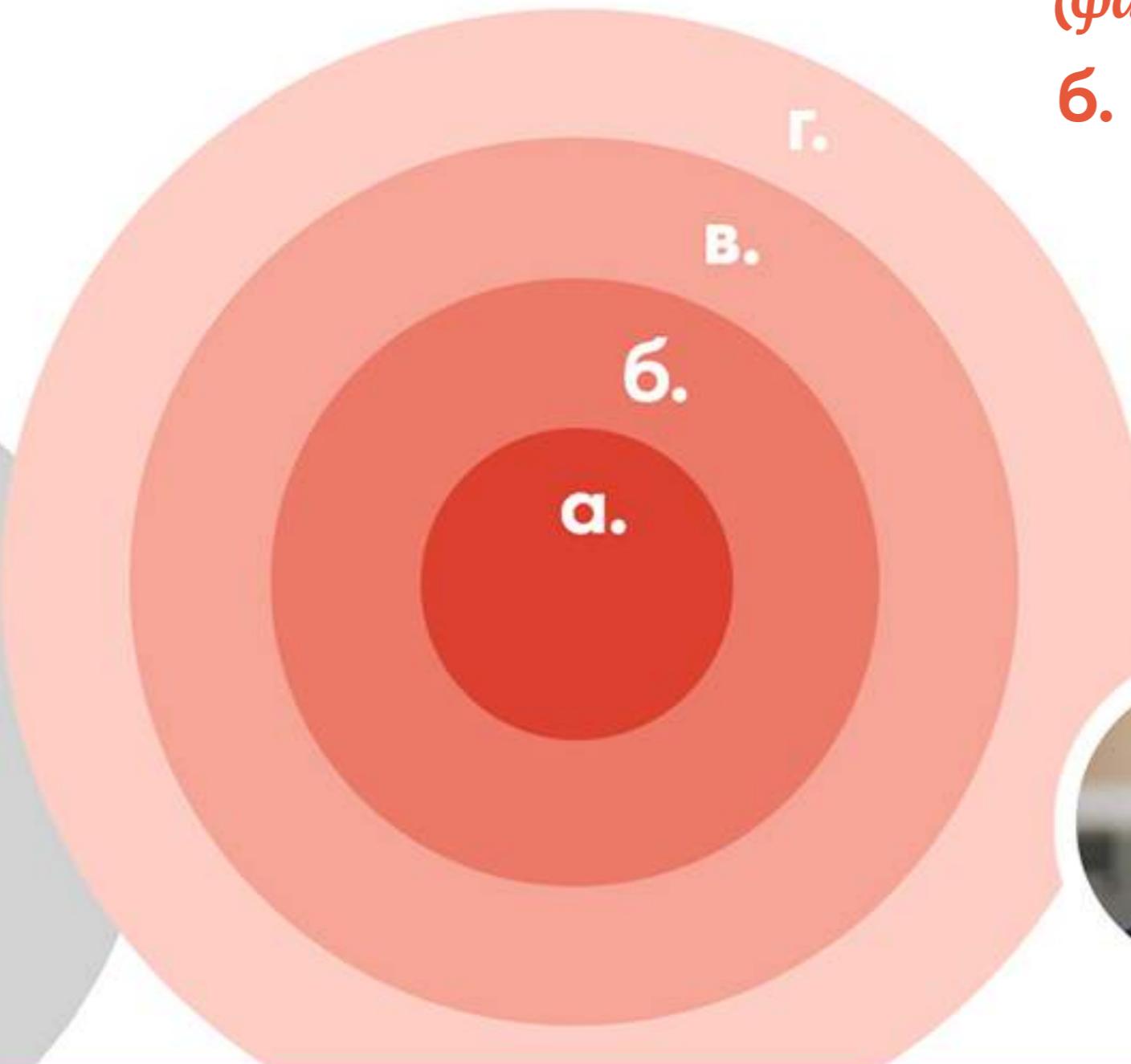
1. Программная деятельность
2. Администрирование
3. Фандрайзинг



VS

Новый имидж НКО

- a. Поддержка социальной миссии
(фандрайзинг и партнёры)
- б. Поддержка социальной миссии
(финансы, кадры, управление)
- в. Прямые расходы
(общие для всех программ)
- г. Прямые расходы
(специфичные для программ)



Куртис Клотц
(Curtis Klotz), аудитор НКО

Дэн Паллотта:

(Dan Pallotta), фандрайзер, автор книги «Charity case: How the Nonprofit Community Can Stand Up For Itself and Really Change the World» (2012)

Не приравнивайте
нравственность
к экономности!



НУЖНА ПОМОЩЬ

Благотворительный фонд помощи социально-незащищенным гражданам «Нужна помощь» развивает инфраструктурные благотворительные, общественные и социально-значимые инициативы, направленные на поддержку всех слоёв населения во всех регионах страны.

Полный отчет можно [скачать здесь](#)*

Будем рады Вашим комментариям и вопросам:

e.yaznevich@nuzhnapomosh.ru

Елизавета Язневич
руководитель отдела исследований

* https://takiedela.ru/wp-content/uploads/2017/03/2016_NP_Administrativnye-raskhody-NKO_Otchet-po-issledovaniyu.pdf