

ВЫ СОЦИАЛЬНО АКТИВНЫ? ЗНАЧИТ, ЭТО КНИГИ ДЛЯ ВАС!



«КАК ЗАВОЕВАТЬ доверие к организации?»

Организации могут делать много хороших дел и оставаться мало кому известными, однако в какой-то момент времени отсутствие широкой общественной поддержки начинает ограничивать возможности их дальнейшего развития. В брошюре подробно описывается набор инструментов, с помощью которых можно повысить уровень доверия к своей организации и как эти инструменты эффективно применять.

Брошюра выложена в свободный доступ на сайте Центра РНО
http://www.crno.ru/publications/books_and_brochures/detail/?ID=31128

«ДРАКОНЫ И ТРАНСПАРАНТЫ: Исчерпывающее руководство по творческому ведению кампаний»

В книге описаны простые, эффективные и эффектные, малозатратные приемы проведения информационных кампаний, в том числе уличных мероприятий, карнавальных и театральных постановок, выставок и экспозиций в защиту прав человека.



Скачать брошюру можно на сайте
Amnesty International:
<http://amnesty.org.ru/node/372>

НЕРАВНОДУШНЫЙ Петербург

Информационные материалы о деятельности общественных объединений в Санкт-Петербурге

июнь 2010



Поющие дипломаты: стр. 18



стр. 6

ПЛАТЕЖНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ



стр. 25

ВЕСЕННЯЯ НЕДЕЛЯ ДОБРА



стр. 44

ВИНЬЕТКА НА ПАМЯТЬ

Осенью 2009 г. ВЦИОМ провел повторный опрос (первый проводился в 2007-м) об участии наших сограждан в благотворительной деятельности. Было опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах России.

Оказалось, что:

Половина россиян (51 %), оказывающих денежную поддержку нуждающимся, тратили на это в год до 500 рублей, тогда как в 2007 г. такую сумму расходовали 66 %. За последние 3 года несколько снизилось (с 73 до 66 %) количество россиян, положительно оценивающих результаты своей благотворительной деятельности.

Более половины россиян в последние несколько лет не принимали участия в благотворительной деятельности (53 % опрошенных в 2009-м и 50 % – в 2007-м). Если же и принимали, то чаще всего в форме подачи милостыни (32 % в 2009-м и 36 % в 2007-м) и передачи вещей, игрушек в детские дома, дома инвалидов и т.д. (18 % – в 2009-м и 19 % – в 2007-м). 4–5 % респондентов вносили средства на счет людям, нуждающимся в помощи, 3–4 % – на счет благотворительных организаций, фондов, а 2–4 % участвовали в концертах, выставках, аукционах.

Главная причина, по которой россияне не оказывают благотворительную помощь ближним, – ворох собственных проблем (на эту проблему сетуют 55 % опрошенных – на 5 % меньше, чем в 2007-м). 18% респондентов вообще не верят, что оказанная ими помощь дойдет до адресата и будет использована по назначению. Несколько снизилось число тех, кто считает, что оказание такой помощи – дело государства (с 17 до 13 %). Наименьшей популярностью среди наших сограждан пользуется аргумент: «В современном мире каждый должен сам решать свои проблемы, не рассчитывая на чью-либо помощь» – так полагают лишь 9 % россиян.

Среди тех, кто занимался благотворительностью в последние 4–5 лет, каждый пятый опрошенный делал это постоянно (20 % – в 2009-м и 17 % – в 2007-м). Более половины наших сограждан участвовали в этой деятельности несколько раз (53% в 2009 и 57% – в 2007). 14 % опрошенных как в 2009 г., так и два года назад, указали, что принимали участие в акциях помощи лишь однажды.

Дополнительную информацию о результатах опроса можно получить на сайте ВЦИОМ www.wciom.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера

Современный фандрайзинг – рецепты, которые работают!	2
Платежный терминал – друг человека.....	6
Зачем НКО электронный кошелек?.....	10
Как сделать, чтобы люди делали пожертвования в Интернете?	14
Сервисы для приема пожертвований – есть ли будущее?.....	16

Благотворительная мозаика

Хорошие новости.....	18
Весенняя неделя добра в Санкт-Петербурге.....	25
Сделай доброе дело.....	28

Помогаем помогать

Юридическая помощь некоммерческим организациям	32
------------------------------------------------------	----

Спектральный анализ

Открытость НКО: взгляд изнутри	36
Устойчивость некоммерческих организаций Петербурга глазами экспертов.....	41

Уроки истории

Виньетка на память	44
--------------------------	----

издается при поддержке

Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями на средства гранта Санкт-Петербурга для общественных объединений



Санкт-Петербург, Лиговский пр., д. 87, оф. 300, т. 718-3794, crno@crno.ru, www.crno.ru
 Центр развития некоммерческих организаций
 Ответственный за выпуск – Екатерина Гусева.
 Дизайн и верстка – Елена Харченко.
 Отпечатано в ООО ИПП «Ладога». Тираж 500 экз.

Слово от редакции

Нынешний номер «Неравнодушного Петербурга» отличается от предыдущих тем, что у него есть тема номера. Наверное, точнее всего сформулировать ее следующим образом – применение современных технологий для сбора частных пожертвований.

С каждым годом интернет-пользователи и блогеры готовы все активнее участвовать в благотворительных программах. Даже экономический кризис, по оценкам крупнейших благотворительных фондов, не оказал существенного влияния на частоту и количество интернет-пожертвований. В свою очередь некоммерческие организации задумываются о привлечении новых сторонников и новых средств с помощью Интернета, но не всегда понимают, как это сделать.

Мы попытались обобщить ситуацию на сегодняшний день, сфокусировав внимание на двух способах – прием пожертвований через платежные терминалы и с помощью электронных кошельков. А кроме того, мы постарались по мере сил продемонстрировать креативность петербургских благотворительных организаций в сфере фандрайзинга.

Интересного вам чтения!



АННА ШМАТКО – один из ведущих сотрудников Санкт-Петербургского центра развития некоммерческих организаций (ЦРНО).

Основная тема нашего с ней разговора – новые инструменты для сбора частных пожертвований.

СОВРЕМЕННЫЙ ФАНДРАЙЗИНГ –

БЕСЕДОВАЛА

Екатерина ГУСЕВА

НП. Аня, нескромный вопрос, а сколько вам лет?

А. Ш. Говорят, нескромными бывают не столько вопросы, сколько ответы. Мне двадцать шесть.

НП. И сколько лет вы уже занимаетесь фандрайзингом?

А. Ш. Ну, это смотря как считать, но, пожалуй, лет девять. Сразу после школы я пришла в АЙСЕК, это такая организация студентов-экономистов. А в феврале 2003 года, съездив на Всероссийский слет студенческих педагогических отрядов в Москву и познакомившись там с замечательными ребятами, профессионалами своего дела, решила создать в Гатчине организацию «Вожатый» с программой «Школа вожатского мастерства». Изначально никто не верил в эту

затею – ни наш Комитет по делам молодежи, ни даже те ребята, которые согласились мне помочь! Но все «срослось». Организация заработала, а я тогда – как раз из-за успешного фандрайзинга – выиграла областной конкурс лидеров и руководителей детских и молодежных общественных организаций «Лидер 21 века». Спустя несколько лет, когда я создавала областную молодежную организацию «Центр молодежных инициатив», тоже пришлось вплотную заниматься поиском ресурсов. А когда на последних курсах ФИНЭКа я пришла работать в Центр РНО, то стала участвовать в подготовке и проведении фандрайзинговых тренингов. Мне очень нравится работать в обучающих программах. Передавать свои знания другим – это классно!

НП. А чем вы сейчас занимаетесь?

А. Ш. Участвую в разработке программы «Современные технологии фандрайзинга».

В частности, мы хотим помочь НКО как можно эффективней использовать современные способы сбора пожертвований, освоить так называемый электронный фандрайзинг. Под этим термином подразумеваются достаточно разные каналы – и благотворительные СМС-сообщения, и электронные кошельки, и пожертвования через платежные терминалы.

НП. Почему вы считаете, что НКО нуждаются в этих инструментах?

А. Ш. Ну, тут как бы сразу точка пересечения нескольких тенденций. Первое – стало расти число активных пользователей Интернета, которые освоили е-торговлю, е-деньги. Второе – даже еще

РЕЦЕПТЫ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ!

до глобального кризиса, а уж после него и подавно, российские НКО обратили внимание на частные пожертвования. Они начали осознавать, что нужно «идти в народ». А для того чтобы фандрайзинг частных пожертвований был успешным, он должен быть удобен жертвователям. Электронные платежи удобны людям. Например, несколько лет назад для того, чтобы сделать благотворительное пожертвование, приходилось идти в сберкассу, заполнять квитанцию... Хорошо еще, если нужную квитанцию, с уже представленными платежными реквизитами, можно было распечатать с сайта, а то ведь зачастую приходилось все эти цифры бесконечно перерисовывать. Не у всякого хватало на это терпения, даже если человек и хотел помочь.

Первыми начали пользоваться новшествами наиболее продвинутые организации – WWF, CAF Россия. У нас в Питере это были «Адвита» и «Ночлежка».

НП. А использование этих инструментов требует каких-то специальных умений, навыков?

А. Ш. В общем, да. Можно представить себе некую градацию по степени сложности электронных инструментов фандрайзинга. И естественно, чем проще инструмент, тем больше организаций им пользуется.

Самый сложный, пожалуй, списание денег с банковских карт, для этого нужен договор с банком, должно быть специально оговорено, сколько банк возьмет процентов за проводку таких платежей. Много всякой писанины. Здесь на помощь НКО пришла программа Благо.ру.

НП. Что это за программа?

А. Ш. Это такой специальный ресурс в Интернете, который позволяет НКО получать пожертвования, не связываясь ни с банком, ни с электронным кошельком. Любая рос-

сийская благотворительная организация может подать заявку на Благо.ру, и если она соответствует определенным критериям, то сможет через них собирать деньги на свою деятельность.

Следующим по сложности идут терминалы. Там тоже нужно подписывать договор.

А вот Веб-кошелек завести достаточно просто, и они сейчас есть у большинства организаций.

Самое простое, с технической точки зрения, это оформить СМС-пожертвование. Да и с точки зрения удобства жертвователя это заманчиво – у каждого в кармане есть телефон, отправить эсэмэску – минутное дело. Но этот инструмент сейчас не очень популярен, поскольку так и не удалось договориться с операторами о снижении процента – они снимают от 30 до 50 % благотворительного взноса. Некоторые фонды принципиально не пользуются этим способом.

А «Потеряшка», например, нашла спонсора, который выплачивает процент от собранных денег оператору, и получается, что как бы все 100 % взноса частного жертвователя идут на целевое использование.

НП. То, что НКО стали ориентироваться на частные пожертвования, на ваш взгляд, повлияло на стиль их деятельности?

А. Ш. Да. Сейчас НКО вынуждены быть более прозрачными. Потому что уже есть примеры того, что если организация не будет отчитываться перед людьми о том, как она тратит собранные средства, то она долго не протянет и бесславно загнется.

Так что НКО лицом к лицу столкнулись с необходимостью налаживать прозрачную систему отчета, показывать, сколько средств поступило и на что потрачено. Например, та же «Потеряшка» копирует каждый чек и вывешивает на своем сайте.

Второй момент – выросла техническая и компьютерная грамотность. Буквально два года назад на фандрайзинговой конференции мы организовывали

«ликбез» – как завести скайп, почтовый ящик и аську, и это было востребовано. А теперь НКО с легкостью заводят электронные кошельки и оперируют электронными деньгами.

Вообще, НКО стали более креативными в своих подходах. Это особенно ярко видно на примере Фонда «Адвита». Несколько лет назад они существенно изменили свою стратегию поиска финансирования. Начали отрабатывать подходы и инструменты, которые охватили бы наибольшее количество людей, пусть даже по мелким суммам. Наладили выпуск и продажу благотворительных открыток. Практически первыми у нас в городе начали использовать сбор денег через терминалы и веб-кошельки. Сделали отличный сайт для пожертвований «Помогать легко» (legko-legko.ru).

Впрочем, и другие организации не тушуются. Ночлежка, например, замечательно работает с волонтерами.

НП. Насколько я знаю, в ЦРНО уже несколько лет действует обучающая программа «Школа фандрайзеров». Что-нибудь изменилось за это время?

А. Ш. Я бы сказала, что за это время

прямо на наших глазах сформировалась профессия, которой люди хотят и видят необходимость учиться. У которой есть свои законы и базисные знания. Есть информация, которой интересно обмениваться, и, соответственно, есть потребность собираться вместе и обсуждать актуальные темы. То есть формируется еще и профессиональное сообщество.

По школе фандрайзеров видно, что не просто меняется состав участников – меняется отношение: это уже не отбывание повинности, участники понимают «что» и «зачем» им нужно, понимают, как получаемые ими знания впишутся в деятельность организации.

НКО поняли, что фандрайзингом нельзя заниматься между делом, «на коленке».

В некоторых организациях создают даже что-то вроде департамента фандрайзинга, где работают несколько человек.

НП. Разрабатывая программу очередной школы фандрайзеров, вы учитываете эти изменения?

А. Ш. Конечно. Раз участники становятся более мотивированными и подкованными, соответственно меняются их запросы на знания. И они легко отличают, какая информация им полезна, а какую им уже неинтересно слушать. Здесь уже общими словами не отделаешься! Любопытно, что если раньше кроме самого фандрайзинга участники интересовались вопросами бухгалтерского и юридического оформления пожертвований, то сегодня они задают вопросы скорее из области финансового управления.

Вообще, работать с профессионалами труднее, но интереснее!

НП. А «Школа фандрайзеров» предназначена только для представителей

организаций из Санкт-Петербурга и Ленинградской области?

А. Ш. Да. Но с 2006 года мы ежегодно проводим специальную практическую конференцию «Белые ночи фандрайзинг»

Согласно исследованию Гарвардского университета, проведенному в 2007 году, посредством интернет-технологий в США на благотворительность за год было собрано \$ 10,4 млрд. Подобных исследований в России не проводилось, а примерная экспертная оценка, сделанная в 2009 году, составляет \$ 6 млн. Среди лидеров сборов – «Российский фонд помощи», «Помоги.Орг» (Pomogi.org), «Подари жизнь», Greenpeace, Всемирный фонд дикой природы в России (WWF). Многие эксперты считают, что чем эффективней будет развит фандрайзинг в Интернете, тем эффективней будут российские НКО.

га». В этом году она будет проходить уже в четвертый раз. У нее статус международной, поскольку на нее приезжают люди из-за рубежа. За три предыдущих года в ней приняло участие более 400 человек из 13 стран и более чем 50 городов России. Кстати, в этом году основная тема конференции «Современный фандрайзинг – рецепты, которые работают». Основной акцент делается на уже апробированном опыте как российских, так и зарубежных коллег, при этом программа строится так, чтобы каждый участник, независимо от своего уровня, мог получить новые полезные знания и умения.

И «Школа фандрайзеров», и конференция, и многие другие мероприятия ЦРНО – это все звенья одной цепи. Мы стремимся дать людям возможность поделиться информацией, обсудить и освоить ее. Мы как бы готовим полуфабрикат: обобщаем технологии, стандартизируем и анализируем информацию, а потом транслируем результат дальше.





АВТОР
Егор КУДАКОВ

– Что вы думаете о сборе благотворительных пожертвований через платежные терминалы?

– Установите лучше стеклянный ящик в каком-нибудь торговом центре!

Из интернет-опроса

ПЛАТЕЖНЫЙ ТЕРМИНАЛ – ДРУГ ЧЕЛОВЕКА



Данная статья написана на основе специального мини-исследования, проведенного в апреле 2010 года. Его целью было обобщить данные по организациям, собирающим частные пожертвования с помощью петербургских платежных терминалов. Часть полученных результатов, интересных скорее для тех, кто сам подумывает о таком способе сбора пожертвований, и не прочь поучиться на чужом опыте, останется «за кадром», но при желании с ними тоже можно ознакомиться.

Счет на миллиарды

По итогам минувшего года в 2009 году рынок платежных терминалов достиг общего объема 649 млрд рублей, ожидается, что в 2010 году этот рост продолжится и объем рынка составит 746 млрд рублей.

Число платежных терминалов в России, по данным аналитического агентства Telesome Daily, превышает 225 тысяч, у нас в городе их насчитывается уже около 9 тысяч.

Лидером рынка моментальных платежей является компания ОСМП (бренд QIWI), укрепившая свои позиции объединением с группой e-port. Сегодня компания занимает 49 % рынка. Второе место принадлежит компании «Киберплат», на ее долю приходится 23 %.

По данным последних исследований, 91 % россиян использует платежные терминалы для оплаты мобильной связи, 31 % – для пополнения банковского счета через пластиковую карту и 27 % – для оплаты доступа в Интернет. Оплата коммунальных услуг (10 %) и стационарного телефона (6 %) пока что менее распространены.

Первые ласточки

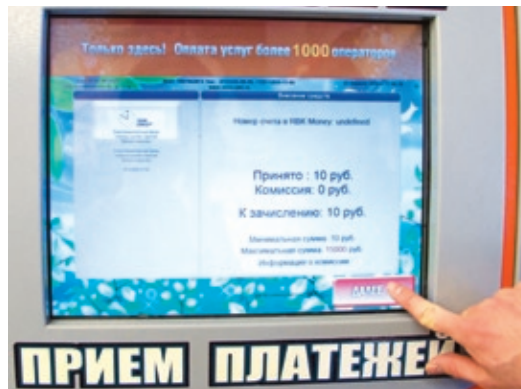
Еще пару лет назад ни один из операторов платежных систем в Санкт-Петербурге не работал с НКО. Основными препятствующими факторами являлись и являются, во-первых, недоверие к НКО (из-за отсутствия коммерческого опыта, сомнительного имиджа НКО и недостаточной законодательной базы). Во-вторых, небольшие объемы денежных потоков, которые готовы обеспечить НКО.

Первым оператором, начавшим предоставлять услуги по подключению общественных организаций в качестве поставщиков, стала «Уникасса» (www.unikassa.ru)

Ключевым фактором, повлиявшим на принятие решения в пользу НКО, стала личная гражданская позиция руководства «Уникассы». На сегодняшний день в этой компании уже создан четкий механизм по предоставлению услуг для НКО; существует даже специальный льготный тариф (1,5 % от собранных средств по договору on-line и 1 % по договору off-line).

Тем не менее, на начало 2010 года только 4–5 операторов в Санкт-Петербурге заключают договоры на подключение НКО. Причины отказов в большинстве случаев носят неформальный характер. Можно описать их одним словом – боязнь.





Поверх барьеров

Так какие же НКО все-таки преодолели барьер страха и недоверия? Или, другими словами, кому с помощью платежных терминалов могут пожертвовать свои деньги жители Петербурга? В ходе исследования было выявлено 37 таких организаций. Из них непосредственно питерскими являются меньше половины – 16 организаций. 13 из них представлены в терминалах «Уникасса» (регион работы Санкт-Петербург и Ленинградская область). Это фонд «АдВита»; центр помощи бездомным животным «Потеряшка»; «Ночлежка»; фонды «Милость», «Родительский мост» и «Подорожник»; приют «Помощь бездомным собакам», благотворительные организации «Шаг навстречу» и «Перспективы»; «ГАООР-ДИ»; «Теплый дом»; «Упсала-цирк» и центр «ЭКОМ». Еще 2 организации собирают пожертвования через систему «Новоплат» (кроме Санкт-Петербурга, у этой системы есть терминалы еще в 20 регионах России). Это Благотворительный фонд помощи детям-сиротам «Время помогать» и созданный в 2009 году Благотворительный фонд «Алеша». И наконец, с помощью системы платежей Robokassa собирает пожертвования региональное общественное движение «Петербургские родители».

Почти все остальные организации являются либо московскими, либо общероссийскими. Исключение составляют 4 организации: Свердловский благотворительный фонд «СВОИ ДЕТИ»; Челябинский фонд «Лучик детства» (обе они собирают пожертвования через Robokassa); Псковский Спасо-Преображенский Миротворский монастырь («Новоплат») и Благотворительный фонд «Мусульманская община Рахман» (КИВИ), зарегистрированный в г. Подольске Московской области. Кстати, если говорить об имеющих явную конфессиональную окраску организациях, то кроме уже упомянутого Спасо-Преображенского монастыря и общины «Рахман» в перечне организаций присутствует еще православное Радио «Радонеж» (КИВИ), православный портал «Предание.ру» (Robokassa), а также Федерация Еврейских общин России (КИВИ).

Цена вопроса

Сколько же денег удастся собрать питерским НКО с помощью платежных терминалов? На сегодняшний день обобщенной статистики в этой сфере не существует. Можно лишь утверждать, что «экономический эффект» по большей части зависит от грамотности

продвижения этого способа помощи и от того, насколько убедительна и наглядна система отчетности.

Еще раз подчеркнув, что это не статистика в полном смысле слова, а разрозненные цифры, либо взятые с сайтов организаций, либо названные ими в состоявшихся во время исследования беседах, приведем все-таки некоторые из них просто для того, чтобы у читателя была дополнительная пища для размышлений.

Например, РБОУ «Центр помощи бездомным животным «Потеряшка», которая в числе первых в Петербурге начала использовать электронные деньги и терминалы для привлечения средств, сначала привлекала на свою работу с помощью терминалов «Уникасса» порядка 7 тыс. рублей в месяц. Сейчас этот показатель достиг 27 тыс. рублей. При этом ежемесячные поступления через «Я.Деньги» на сегодняшний день – всего 700-800 рублей.

Похоже, примерно на таком же уровне находится Фонд помощи детям-сиротам «Время помогать», во всяком случае за апрель 2010 года через терминалы «Новоплат» было собрано около 23 тысяч рублей. Размер пожертвования колебался от 10 до 5 тысяч рублей, а среднее арифметическое получилось 615 рублей.

Фонд «АдВита», опекающий людей с онкологическими заболеваниями, собирает пожертвований заметно больше. Так, всего за 5 дней мая (с 1-го по 5-е число) – через терминалы «Уникасса» было собрано более 57 тыс. рублей и еще около 15 тыс. рублей через «Я.Деньги» и «Вебмани». Среднее пожертвование через терминалы составило порядка 500 рублей.

Чтобы показать, что нашим НКО есть куда стремиться и с кого брать пример, можно в заключение упомянуть результаты сбора средств в рамках интернет-проекта «Pomogi.org» (<http://www.pomogi.org>). В декабре 2009 года через WebMoney было собрано около 640 000 рублей, а через «Яндекс.Деньги» – около 300 000 (при среднем сборе 3 000 000 рублей ежемесячно). Безусловно, такие показатели достигаются за счет «раскрученности» проекта. Ежедневно этот сайт посещают около 6500 человек.



У кого-то из советских писателей был рассказ, где героя терзал вопрос: «Зачем шотландскому гвардейцу ридикюль?», на который он, в конце концов, находил удовлетворяющий его ответ. Мы надеемся, что в этой статье, написанной по материалам проведенного весной 2010 года исследования, читатель не только найдет ответ на вопрос, вынесенный в заглавие, но и получит общее представление о рынке электронных денег.

АВТОР
Егор КУДАКОВ



ЗАЧЕМ НКО ЭЛЕКТРОННЫЙ КОШЕЛЕК?

Что такое ЭД

Давайте сначала разберемся, что понимается под термином «электронные деньги», тем более что, вообще говоря, почти все современные деньги существуют в виртуальном виде, то есть в виде записей на банковских счетах.

Появление универсальных систем «электронных денег», независимых от национальных валют, стало ответом на запрос времени: возникла необходимость в быстром осуществлении так называемых микроплатежей, причем желательно по всему миру. Пример сервиса, требующего подобных платежей, — платные электронные библиотеки. Не каждому требуется годовой абонемент на сумму порядка \$ 100, а вот заплатить за единовременный доступ 50 центов никому не жалко, но как это сделать?

Кредитные карты решением не являются: они были рождены в эпоху, когда никто не думал о существовании хакеров-взломщиков. В результате в Англии,

например, сейчас каждый пятый владелец кредиток уже стал жертвой мошенничества. Причем в замене системы кредиток более защищенной и приспособленной к онлайну банки-эмитенты не заинтересованы: это отлаженная система, которая выстраивалась десятилетиями, в ней участвуют десятки тысяч банковских учреждений, под нее выпущены миллионы кассовых аппаратов, и заменить ее — задача не из легких. Поэтому банки предпочитают скрывать факты мошенничества и выстраивать системы национальных барьеров, которые позволяют решить проблему паллиативно: «отрезанием» регионов, где мошенничества больше всего.

Именно для решения проблем, связанных с медлительностью и слабой защищенностью платежей по кредитным карточкам, голландский аналитик Дэвид Чаум спроектировал в 1993 году систему электронных платежей под названием eCash. По его задумке eCash должна была оперировать долговыми

обязательствами в виде электронных сертификатов, которые мог выпускать банк или иная организация. При необходимости эти обязательства можно было обменять на деньги у эмитента. Позднее данная технология была с успехом адаптирована системой интернет-платежей «Яндекс.Деньги» и другими.

Таким образом, с юридической точки зрения «электронные деньги» представляют собой платежные документы на предъявителя, электронный эквивалент векселей, эмитируемых организаторами системы. Поскольку современные законодательства не предусматривают выпуска электронных векселей, нужные свойства «электронных денег» вводятся договором, заключаемым между системой и ее клиентом. Конечно, с точки зрения клиента необходимо, чтобы эмиссией занималась организация, заслуживающая доверия, предпочтительно банк. Однако строго юридически в данном случае нет необходимости в банковской лицензии, так как эмитент «электронных монет», вообще говоря, не занимается ведением счетов и прочей собственно банковской деятельностью. Ему вполне достаточно договора с существующими лицензированными банками о проведении обменных операций «электронных денег» на обычные. Помимо всего прочего, легко решаются юридические проблемы с анонимностью, платежами несовершеннолетних и т.п.

Как это работает

Любая система электронных денег (электронных платежей) состоит из виртуальных счетов: защищенных записей на сервере владельца системы, к которым имеет доступ только пользователь через так называемые электронные кошельки — программы, позволяющие управлять средствами. Кошельки могут существовать в чисто онлайн-доступе и в форме зашифрованной дискетки-флешки, которую владелец таскает с

На сегодняшний день примерно каждый пятнадцатый житель Российской Федерации открыл и использовал электронный кошелек в одной из систем электронных денег. Лидерами российского рынка электронных денег в Интернете являются компании WebMoney и «Яндекс.Деньги», совокупная доля которых составляет примерно 90 % рынка. За девять месяцев 2009 года российские пользователи пополнили свои электронные кошельки на сумму порядка 10 млрд рублей, а общее число аккаунтов выросло почти до 10 млн.

собой. Пополнение кошельков и вывод средств могут осуществляться самыми разными путями, от них в значительной степени зависит специфика конкретной платежной системы.

В России рынок онлайн-электронной валюты до последнего времени практически монополизировали две системы: «Яндекс.Деньги» и «Вебмани» (WebMoney). Их области применения пересекаются, тем не менее у каждой из систем есть свои особенности.

Специфика «Яндекс.Деньги» заключается в том, что система ориентирована на персональные операции (платежи от юридических лиц не принимаются). Единственной платежной единицей в ней является российский рубль, и ввод/вывод средств из системы осуществляется лишь через учреждения и предприятия РФ (в частности, и через Сбербанк). Комиссия за операцию вывода средств на счета различных банков составляет 2–3 % от суммы платежа. Пополнять кошелек можно прямым

ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

Интернет привлекает благотворителей, потому что это удобный инструмент для сбора денег для помощи тем, кто в ней нуждается. Точно так же он привлекает циничных мошенников, скрывающихся под видом благотворителей. Директор фонда «Здесь и сейчас» Татьяна Тульчинская объясняет, на что следует обратить внимание, чтобы таких мошенников распознать. Правила, конечно, не универсальные, но полезные.

Обратите внимание, указаны ли на сайте банковские реквизиты фонда или счет конкретного лица, а не просто электронные кошельки. 99 % сообщений без реквизитов, только с электронными кошельками — липовые.

Обратите внимание на наличие контактных телефонов. Даже если деньги собирают физические лица, они обычно публикуют свои телефоны, и с ними можно связаться. А уж фонды — тем более. Причем телефон должен быть таким, чтобы по нему можно было получить конкретную оперативную информацию, а не просто номер секретаря.

Обратите внимание, появляется ли на сайте своевременная информация о поступивших пожертвованиях. Если человек сделал перевод и не нашел себя в списке жертвователей даже под ником «аноним», стоит начать волноваться.

переводом (через карточки предоплаты или со счетов других лиц).

В среде русскоязычных интернетчиков самой популярной системой является WebMoney Transfer, которая в ноябре 2008 года справила 10-летний юбилей. Тогда число регистраций в системе WebMoney составляло 6 млн, к апрелю 2009-го оно достигло уже 7,5 млн, к маю 2010-го — 11 млн, из них примерно 70% — россияне. Регистрация бесплатна, операции ведутся с виртуальными валютами WMZ (доллар), WMR (рубль), WME (евро), WMU (гривна), WMB (белорусский рубль), WMY (узбекский сум), WMG (эквивалент золота) и др. Для работы с каждым из перечисленных видов цифровой наличности требуется отдельный кошелек. За любую денежную транзакцию в WebMoney берется комиссия 0,8 %, за исключением перевода внутри системы с кошелька на кошелек того же типа. При необходимости возможна конвертация средств между кошельками разных типов на действующем внутри системы обменном пункте или через покупку/продажу валюты на виртуальной бирже.

Это лишь очень приблизительное описание того, как устроена WebMoney Transfer, — например, популярный самоучитель С. Голубицкого «WebMoney. Ваш электронный кошелек» имеет объем 272 страницы, это при том, что он был выпущен в 2004 году, когда ряда сегодняшних функций (таких, как возможность получения кредитов, ведение торговли в онлайне или операции с золотом) в системе еще не существовало.

Отметим, что хотя «Рунет» и полнится объявлениями о продаже программ взлома кошельков в системе WebMoney, ни одного доказанного случая взлома пока не зафиксировано. В силу этих своих качеств «вебмани» стали стандартом для оплаты различных интернациональных услуг: от оплаты труда программистов до покупки софта по модели «кто сколько заплатит». Практически

все отечественные интернет-магазины принимают «вебмани» без ограничений; расчеты в «вебманих» поддерживаются различными сервисами (юридические, переводческие, справочные и т.п. услуги); ими можно оплачивать услуги ведущих операторов мобильной связи и интернет-провайдеров и даже авиа- и ж/д билеты.

По оценкам экспертов, в области частных платежей «Яндекс.Деньги» и WebMoney идут «ноздря в ноздю», однако в области мелкого интернет-бизнеса безусловное лидерство за WebMoney.

Электронные пожертвования

За рубежом причиной активного интереса организаторов платежных систем к пожертвованиям (Donations) стали те проценты, которые система брала с клиента за перевод. Волна мелких пожертвований в размере от 1 до 3 долларов принесла сотни тысяч дохода на счета виртуальных и мобильных платежных систем, даже при благотворительном сниженном проценте за перевод средств. Второй причиной любви к пожертвованиям стало снижение налогового бремени, предусмотренное законами большинства стран для организаций, участвующих в благотворительных проектах. Ну, и конечно, положительный имидж в глазах общественности.

В России говорить о подобном интересе пока не приходится — и волна пожертвований не так уж высока, и налоговых льгот по-прежнему нет, да и разговоры про важность соответствующего имиджа — по большей части пустое сотрясение воздуха. Тем не менее, определенные сдвиги есть.

«По данным международных исследований считается, что рынок интернет-платежей имеет все необходимые условия для развития, когда количество пользователей Интернет превышает 25 % населения. Если в российском Интернете сейчас присутствует около 40 млн человек, это примерно 30 %, то есть это базовое условие существует. Тем не менее, платежи через Интернет пока не распространены, и несмотря на то что этот рынок растет быстрыми темпами, 30–40 % в год, он остается все еще очень маленьким», — сказала Анастасия Акрамовская, директор по развитию и консультированию филиала Благотворительного фонда «Чаритиз Эйд Фаундейшн» — CAF России, на общественной дискуссии «Интернет — не место для благотворительности?», проходившей в Москве в апреле 2009 года.

Медленно, но верно увеличивается число НКО использующих для сбора частных пожертвований электронные кошельки.

Алгоритм действий при этом примерно таков: после определения цели сбора пожертвований (на текущую деятельность или на конкретную акцию, поскольку на практике встречаются различные варианты) производится регистрация кошелька, затем отлаживается механизм продвижения возможности сделать пожертвование. Ведь электронный кошелек — это всего лишь канал, по которому люди могут сделать пожертвование или взнос. Сам факт его наличия вовсе не означает, что кто-то начнет переводить туда деньги. Для того чтобы эти средства стали действительно эффективными, необходима большая дополнительная работа. Параллельно отрабатываются система вывода средств

(от одновременного вывода по окончании акции до регулярного еженедельного вывода) и осуществление отчетности о полученных пожертвованиях.

Но, как известно, все гладко только на бумаге, а в реальной жизни у некоммерческих организации, ступивших на эту стезю, возникает масса вопросов и юридического, и бухгалтерского, и этического характера. Для помощи в их решении московский Фонд развития некоммерческих организаций «Школа НКО» проводит бесплатные интернет-семинары о фандрайзинге в Интернете, а Центр РНО в 2010 году издал методическое пособие «Использование электронных средств для сбора частных пожертвований».

Статистики и даже достоверных экспертных оценок, касающихся вопроса электронных пожертвований, к сожалению, пока нет, но несколько примеров положительной динамики привести можно. Вот, например, программа «Благо.ру», начавшая свою работу в декабре 2008 года. Она представляет собой один из механизмов сбора частных интернет-пожертвований на благотворительные и иные общепольные цели. На сайте Благо.ру представлены некоммерческие организации, прошедшие экспертизу CAF Россия. Гости сайта могут перечислять пожертвования CAF Россия для последующей их передачи конкретной НКО – участнице программы. Для совершения пожертвований предоставляется

возможность использовать различные системы электронных платежей, а также перечислять средства со своего банковского счета.

Если в начале 2009 года программа «Благо.ру» собирала порядка 80 тысяч рублей в месяц, то по данным на начало мая 2010 г. за последний месяц было собрано почти 325 тыс. рублей, а за год сумма пожертвований составила 3,6 млн руб.

И еще один совсем свежий пример. В феврале 2010 года в каталоге на «Яндекс.Деньги» в разделе «Благотворительность» рубрики «Попробуйте» присутствовало 13 НКО. В мае их стало уже 15. (Кстати, 4 из них – питерские.) Прирост 13 % за 3 месяца – замечательный результат! А если серьезно, то

действительно это не так уж и мало, если учесть, что формальные требования для занесения организации достаточно жесткие. Во-первых, сайт организации должен быть полностью работающим (все разделы сайта заполнены, все внутренние ссылки адекватно обрабатываются); во-вторых, он не должен размещаться на бесплатном сервере; в-третьих, на сайте должны быть указаны действующие контактные данные, и, наконец, на нем должно быть не менее 500 уникальных посетителей в день. Кроме того, знающие люди говорят, что на практике последнее слово остается за компанией «Яндекс», которая даже при соответствии всем этим требованиям может отказать в занесении в каталог без объяснения причины.

КАК СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ЛЮДИ ДЕЛАЛИ

АВТОР

Роман АЛЕКСАНДРОВ

Что такое пожертвование? Пожертвования пришли в Интернет из жизни. Как было в забытой реальности? Музыкант играет протяжную тоскливую (людям грустно) или бесшабашно веселую мелодию (людям весело) и ему кидают деньги. Клоуны веселят народ (весело), жонглеры кидаются факалами (страшно). Нищий на паперти (грустно).

Когда мы находимся во власти эмоций, мы не думаем о деньгах, и если в тот момент они у нас есть – мы готовы их дать.

Но когда мы спокойны – тут же возникает логический вопрос: «Зачем?»

Согласитесь, люди, которые в состоянии сделать пожертвование, – это, как правило, люди более-менее состоятельные. Те, кто легко и бесшабашно транжируют деньги, не будут их жертвовать. Они потратят их с шиком, блеском и треском (опять-таки эмоции). Те же, у кого есть деньги, и те, кто может жертвовать, – задумаются.

Давайте, сразу определимся. Миллиардеры и миллионеры не просто так заработали свои деньги. Это умные ребята. И даже жертвуют они с умом (для налоговых льгот и пиара).

Итак, у нас осталась прослойка – средний класс. Почему не жертвует средний класс? Все очень просто. Во-первых, нет эмоций. Есть расчет. А когда есть расчет – сразу вопросы, кому я жертвую, куда, зачем. Пожертвование видится киданием горсти монет в бездонную черную яму. Нормальные люди в ямы денег не кидают. Да, есть интернет-сервисы по сбору пожертвований, они показывают, какой процент денег на что-либо собрали (ссылку не помню, но там все завязано на PayPal). Есть также система flattr.com. Там человек в начале месяца кладет определенную сумму на свой счет, а потом щелкает на кнопки пожертвований на разных сайтах. В конце месяца эта сумма делится по счетам этих сайтов.

Но это не то. Все эти системы не берут в расчет эмоции. Да, некоторые сайты пытаются – можно, скажем, ставить фото голодных детей. Но все же это опять не то. Все-таки мозг ощущает, что его пытаются обмануть, нет энергии, адреналина. Мы уже привыкли, сидя за компьютером, находиться в состоянии покоя. Все рефлексы мозг уже

ПОЖЕРТВОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ?

запомнил. За компьютером у нас нет сильных эмоций, и адреналин в кровь не поступает. Нет состояния аффекта, при котором голос разума заглушается, и мы совершаем поступки нелогичные. Ведь согласитесь: просто отдать кому-то что-то, когда этого можно не делать, – НЕЛОГИЧНО.

Моя идея состоит в следующем

Вы заходите на сайт и видите объявление. Пожертвуйте любую сумму и получите скидку в интернет-магазине. Вы жертвуете любую сумму и получаете код купона на скидку. Скидка от 10 % до 50 %, узнать ее можно только после оплаты товара. То есть фактически это беспроигрышная лотерея. После оплаты часть суммы возвращается к вам на кредитную карточку или счет в системе электронных денег.

Давайте посмотрим, что имеют каждый из участников этой сделки.

Тот, кто пожертвовал

Во-первых, чувствует, что помог, во-вторых, получил скидку (алчность) и, в-третьих, участвовал в лотерее (азарт, адреналин).

В результате у человека вырабатываются следующие рефлексы: жертвовать – приятно.

Если не выиграл (получил маленькую скидку): обязательно выиграю в следующий раз. Если выиграл: надо почаще пользоваться.

Тот, кому жертвуют

Получает деньги не только от жертвователя, но и от рекламодателя.

Рекламодатель

Во-первых, получает позитивную рекламу бренда. Во-вторых, получает живых клиентов, которые обязательно что-нибудь купят

ПОСПОРИТЬ ИЛИ СОГЛАСИТЬСЯ
с Романом вы можете на сайте
<http://vjoomla.ru/blogs/item/207-donate.html>

в определенный срок (срок действия купона на скидку следует сделать ограниченным по времени, иначе вторичный рынок купонов может вызвать впоследствии коллапс бизнеса).

Мы воздействуем не на чувство жалости или сострадания, а на логику и расчет. А когда человек сидит за компьютером, всерьез можно рассчитывать лишь на эти чувства.

У профессионалов из сферы электронных денег свой взгляд на пожертвования в Интернете. Вот, например, слегка сокращенный вариант материала, подготовленного специально для ресурса MoneyNews.ru и опубликованного на сайте «Банкомёт» (<http://bankomet.com.ua/2009/07/servis-dlya-priema-pozhertvovaniy-est-li-budushtee/>)

СЕРВИСЫ ДЛЯ ПРИЕМА ПОЖЕРТВОВАНИЙ – ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ?

Сегмент пожертвований — самый небольшой и наименее прибыльный из возможного спектра предложений платежных систем и агрегаторов. PR-директор «Яндекс.Деньги» Мария Грачева склонна рассматривать его, скорее, как жест доброй воли в отношении пользователей. Тем не менее, реализация этой функции достаточно проста, к тому же она дает возможность охватить дополнительную сферу хождения виртуальных денежных знаков, хоть и весьма незначительную.

Сервисы по приему пожертвований можно условно разделить на два типа:

1. Виджеты или кнопки платежных систем и агрегаторов.
2. Инновационные, или «социальные», предложения.

Первая группа является наиболее многочисленной. К ней относится сервис «Дай рубль!» от «Яндекс.Деньги». Он существует в двух версиях — для частных нужд, с фиксированными размерами пожертвований и для сборов средств на благотворительность — без

ограничения по размеру платежа. По словам М. Грачевой, второй сервис является более востребованным, хотя и не отражается на общей финансовой картине Системы.

Сюда же относятся такие известные сервисы, как «SMS Копилка», «Вкопилке», копилка FlyPay. По сравнению с предложением «Яндекс.Деньги» они имеют серьезное преимущество — богатый арсенал ввода-вывода денег. Тем не менее, эти сервисы предлагают примерно одинаковый функционал и могут конкурировать между собой в том, что касается размеров комиссии и условий вывода. Далее мы сравним эти условия в сводной таблице.

Вторая группа является более интересной и сложной. В ней используются нестандартные решения, и ориентирована она скорее не на владельцев сайтов, а на сектор пожертвований в более широком смысле, с ориентацией на социальную интеграцию. Здесь можно выделить такие сервисы, как Toodoo.

Donate (Roboxchange), Keeper Ebeded (WebMoney) и Blackbaud (PayPal).

Toodoo.Donate интересен тем, что завязан на социальной сети владельцев сайтов Toodoo. Эта сеть позволяет объединяться в сообщества почитателям различных сайтов, голосовать за них и, вполне логично, жертвовать владельцам на развитие.

Keeper Ebeded — инновационная разработка WebMoney. По словам PR-менеджера WebMoney Transfer Александра Правикова, с ее помощью любой участник социальной сети, подключенной к Keeper Ebeded, может выставить и оплачивать счета или жертвовать, просто авторизовавшись в этом сообществе, даже не имея собственного WMID.

Blackbaud — комплексный инструмент, который представляет собой бесплатный конструктор сайтов и хостинг для

некоммерческих организаций, с интегрированной возможностью приема пожертвований от владельцев счетов в системе PayPal.

Говорить о преимуществах того или иного сервиса можно в основном в рамках одной типологической группы, либо с учетом индивидуальных потребностей пользователя. Например, вряд ли можно рекомендовать сервисы 1-й группы для серьезной монетизации проекта. В то же время 2-я группа предполагает такие концептуальные решения и перемены, на которые вряд ли пойдет рядовой блогер.

В целом можно поспорить с утверждением о том, что добровольные пожертвования не имеют будущего в «Рунете». Все зависит от того, насколько они вписываются в концепцию того или иного проекта и являются обоснованными в маркетинговом отношении.

Сравнительная таблица условий сервисов по сбору пожертвований

СЕРВИС	СПОСОБ ОПЛАТЫ	КОМИССИЯ	ВЫВОД ДЕНЕГ
smskopilka.biz	Прием СМС-платежей	Комиссия 30–40 %	Вывод автоматический 20-го числа следующего месяца
Toodoo.donate	Широкий выбор платежных средств агрегатора ROBOXchange	Комиссия 5 %	Вывод 1-го числа следующего месяца
Vkopilke.ru	Прием наиболее популярных электронных денег	Комиссия на вывод 2 % + стандартная комиссия платежной системы	Вывод денег в любое удобное время при достижении \$ 1
FlyPay.ru	Широкий выбор платежных средств агрегатора FlyPay	Комиссия 10 %	Вывод при достижении суммы, эквивалентной размеру копилки
Яндекс.Деньги	Прием ЯД	Стандартная комиссия на P2P системы ЯД – 0,5 %	Пожертвования поступают на кошелек ЯД
PayPal (Blackbaud)	Прием пожертвований внутри системы PayPal	Комиссия \$ 0,30 (с пожертвования) + 4,95 % с получателя	Средства поступают непосредственно на привязанный счет PayPal

ИНФОРМАЦИЯ ВЗЯТА С САЙТОВ ОРГАНИЗАЦИЙ

ХОРОШИЕ НОВОСТИ

Поющие дипломаты



Мила Хафизова-Янке & Оskar Янке, исполнение немецкой шуточной песни «Кактус»

28 марта в Зимнем саду отеля «Астория» состоялся концерт «Клуба поющих дипломатов и компании» (The Club of Singing Diplomats and Co), на котором выступили дипломаты и их друзья. Входной билет на этот концерт стоил 1000 рублей.

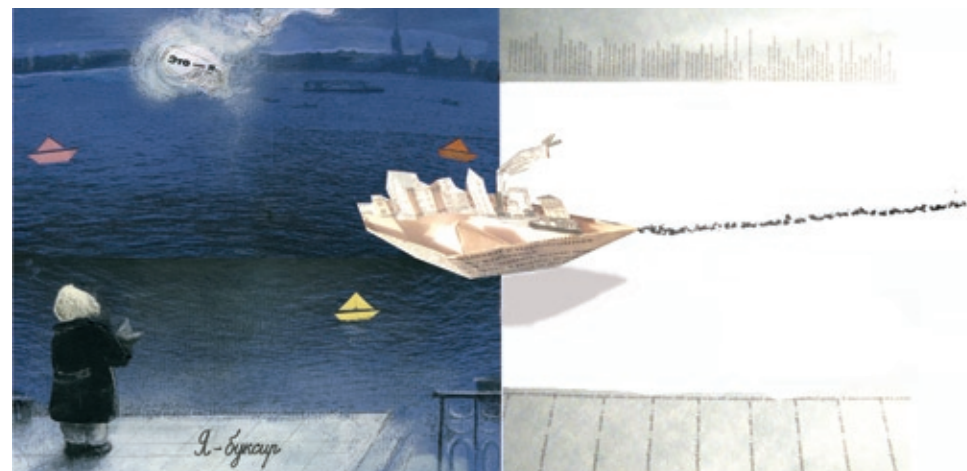
Все собранные от продажи билетов средства – 91 000 рублей – были направлены на программы помощи подопечным благотворительной организации «Перспективы» – молодым людям-инвалидам из психоневрологического интерната № 3 г. Петергофа.



Людмила Подгайская, Мила Хафизова-Янке & Клаудиа Альварес (академ. Директор испанского языкового и культурного центра «АДЕЛАНТЕ») исполняют испанскую песню.

«Я – буксир...»

В Ночь музеев (в ночь с 15 на 16 мая, с 21.00 до 6.00) во дворе Фонтанного дома волонтеры «АдВиты» продавали всем желающим только-только выпущенную издательством «Розовый жираф» книгу Бродского «Баллада о маленьком буксире».



Эта очень красивая книга – результат доброго волеизъявления самых разных людей. Права на публикацию наследники Иосифа Бродского передали издательству бесплатно. Художник Екатерина Марголис бесплатно сделала макет и иллюстрации, а также написала пронзительное послесловие. Бюро «Виртуальная галерея» бесплатно подготовило книгу к печати в типографии. Издательство «Розовый жираф» купило бумагу, а московская типография «Новости» бесплатно напечатала тираж.

А все деньги от продажи этой книги пойдут на лечение детей-подопечных фондов «АдВита» и «Подари жизнь». Книга вышла тиражом 10 тысяч экземпляров и продается за 300 рублей, так что организаторы рассчитывают, что в фонды за счет продажи книги поступит не менее 3 миллионов рублей.

К сожалению, в книжных магазинах Петербурга эта книжка продаваться не будет, возможно, появится только в

«Порядке слов», так как условия акции очень жесткие – все сто процентов средств от продажи идут на благотворительность, а совсем без наценки готов взять только один этот магазин, остальные пока нет. Но, возможно, книгу можно будет приобрести в «АдВите».

Данное издание – не совсем первая ласточка: весной прошлого года в издательстве «ЭКСМО» тиражом 35 000 экземпляров вышла «Книга, ради которой объединились писатели, объединить которых невозможно», тоже благотворительный проект.

По словам сотрудника Фонда помощи хосписам «Вера» (фонд является инициатором этого проекта) Марии Граусман, книга собрала более пяти миллионов рублей в помощь пациентам хосписов – тяжелым онкологическим больным. Эти деньги пошли не только в Первый московский хоспис, но и в хосписы в поселке Ломинцево Тульской области, в Ярославле и Санкт-Петербурге.

Пасхальный заяц на службе благотворительности

В марте и апреле в сети магазинов постельного белья Yves Delorme прошла акция «Купили игрушку – помогли детям». Каждый покупатель мог поддержать работу Благотворительного фонда помощи детям «Теплый дом», купив за 1000 рублей забавного мягкого пасхального зайца или медведя.

Всего по итогам акции в фонд поступило 108 000 рублей. Эти средства будут использованы для организации летнего семейного палаточного лагеря на полуострове Киперорт в июле 2010 года, в котором смогут отдохнуть и укрепить семейные отношения 150 детей и родителей.



Цвета Победы

В преддверии праздника Победы журнал «Антикварное обозрение» организовал благотворительный аукцион «Цвета Победы», средства от которого были направлены в Общественный фонд «ПОБЕДА» для реализации губернаторской благотворительной программы «ДОЛГ» по оказанию адресной помощи ветеранам Великой Отечественной войны.

На открытии аукциона, который состоялся 29 апреля, присутствовала вице-губернатор Санкт-Петербурга Л. А. Косткина. Вице-губернатор подчеркнула, как важна для наших ветеранов любая помощь, позволяющая им жить достойно.

Сумма, которую удалось заработать в ходе проведения аукциона и которая была перечислена в Общественный фонд «ПОБЕДА», составила 168 320 рублей.

Космическая резина

22 апреля 2010 года в арт-пространстве клуба «Квартал» состоялся благотворительный аукцион авторских резиновых сапог, созданных учениками школы дизайна Divina Harmonia и лучшими дизайнерами города.

Собранные средства в размере 22 950 рублей были перечислены в благотворительную организацию «Эврикайд», оказывающую помощь семьям и детям, находящимся в трудной жизненной ситуации.

Это уже вторая благотворительная акция, осуществленная школой дизайна Divina Harmonia: в декабре 2009 года они провели конкурс и аукцион авторских футболок, созданных творческими людьми города. Тогда на благотворительные цели было собрано 31 500 рублей.



Мини-футбол помог детям

15 мая 2010 года на спортивном стадионе Военного института физической культуры (ВИФК) состоялся III Благотворительный турнир по мини-футболу. Команды шести известных компаний Петербурга приняли в нем участие, чтобы помочь детям из детских домов обрести профессию и место в жизни.

Призовые места в турнире заняли команды компаний «ЮИТ Лентек», ЗАО «Петроэлектросбыт» и ОАО «Телекомпания Санкт-Петербургское кабельное телевидение». Остальные места распределились между командами холдинга «Союз-Энерго», ЗАО «Планета Фитнесс СПб» и телеканалом «100 ТВ». Всего участвовало около 100 игроков и болельщиков.

Практически каждый участник мероприятия лично поддержал проект, внося свою лепту во время благотворительной лотереи. Благодаря корпоративным и частным пожертвованиям удалось собрать более 250 тыс. рублей на проект благотворительного фонда «МИЛОСТЬ»

по социальной адаптации детей из детских домов и кризисных центров Петербурга и Ленобласти.

В результате около 15 старшеклассников из детских домов на базе детского лагеря смогут заниматься с психологами, которые помогут им поверить в себя, сориентироваться в мире профессий, получить стимул и мотивацию на получение образования. Педагоги пройдут курс повышения квалификации, чтобы в дальнейшем проводить эту работу самостоятельно. Будет организована серия профориентационных и образовательных экскурсий для детей на ведущие предприятия Петербурга, а также в учебные заведения.

«Мы рады, что турнир стал доброй традицией Петербурга! Компании подают замечательный пример социальной ответственности, расширяя благотворительное бизнес-сообщество города», – комментирует событие исполнительный директор благотворительного фонда «МИЛОСТЬ» Ирина Астапенко.

Купи открытку – помоги бездомным

С мая 2010 года у жителей и гостей Северной столицы есть возможность убить сразу двух зайцев: послать близким людям оригинальную открытку и помочь бездомным. Совместно с магазинами «Логос», «Этно», «Алхимия» и «Тирупати» организация «Ночлежка» запустила акцию «Благотворительная открытка в помощь бездомным людям».

В начале XX века выпуском благотворительных иллюстрированных открытых писем занимались многие благотворительные организации, но, конечно, безусловным лидером являлась Община святой Евгении. За двадцать лет (с 1896-го по 1917-й) Община святой Евгении издала 6400 наименований открыток общим количеством более 30 миллионов.

Деньги от продажи благотворительных открыток шли на содержание бесплатных лечебниц, ночлежек, сиротских приютов, а в годы войны – на помощь пострадавшим. После Октябрьской революции выпуск благотворительных открыток довольно скоро сошел на нет. Однако эта традиция была недавно возрождена Фондом «АдВита». Для открыток в пользу больных детей были использованы рисунки детей, находящихся под патронажем фонда.

Открытка в пользу бездомных выполнена в старославянском стиле и называется «Аз есть добро», что означает «я есть добро», «я несу добро». Ее создал замечательный петербургский художник Николай Чирятнев, чьи работы ценят коллекционеры из России, Европы и Азии. Цена открытки сравнительно невысока – 50 рублей.

Для организаторов и партнеров акции важны два момента: привлечь внимание к проблеме бездомности и к ситуации беззащитности, в которой оказывается гражданин без документов, семьи, дома. А также дать почувствовать, что помочь – это просто.

ВЫ МОЖЕТЕ ПОМОЧЬ,

купив открытку в магазинах – партнерах акции по следующим адресам:

- Эзотерический магазин «Логос» – ул. Мира, 7, м. «Горьковская», (812) 233-21-94;
- «Этно» – Пушкинская ул., 10, м. «Восстания»/«Маяковская», (812) 713-15-83;
- «Этно» – ул. Ефимова, 6, м. «Сенная», (812) 310-26-97;
- «Алхимия» – Пушкинская ул., 9, м. «Восстания»/«Маяковская»;
- «Тирупати» – Стремянная ул., 4, м. «Маяковская», (812) 712-56-99.



ЛЮБЫЕ ВОПРОСЫ можно задать организаторам:
89117487137 – Юля, 89633415871 – Зара, 89218719920 – Даша.
Подробная информация: http://vkontakte.ru/topic-15274000_22550111



Спасибо стало большим!

15 мая на 9-й Советской ул. открылся большой городской благотворительный магазин «Спасибо!». Благотворительный – это значит, что одни люди приносят ненужные вещи, другие – покупают то, что им нравится, а вырученные деньги идут на благотворительные цели.

Первый магазин «Спасибо!», специализировавшийся на детских вещах, открылся в марте этого года на Пулковской. Теперь магазин объединит в себе взрослый и детский отделы с одеждой, обувью, аксессуарами, книгами, бытовой техникой и многим другим. Кроме того, в «Спасибо!» можно будет купить билеты на благотворительные фестивали и концерты. Вырученные средства по-прежнему переправляются в фонд помощи детям с пороком сердца «Детские сердца». Участвовать в развитии движения вызвались многие художники и дизайнеры, – они будут сдавать на продажу свои работы с перечислением 40 % на благотворительность, поэтому в магазине можно будет

найти украшения, авторские игрушки и предметы интерьера.

На базе магазина будут проходить акции, связанные с использованием и переработкой вещей. Так, в «Спасибо!» можно будет принести макулатуру и использованные батарейки, которые организаторы сами отдадут на утилизацию.

ТОЧНЫЙ АДРЕС МАГАЗИНА:

9-я Советская ул., 22, во дворе.

Для того чтобы попасть во двор, нужно набрать код 136 или пройти на один дом дальше и свободно войти во двор со стороны сквера. Во дворе вход к нам отдельный – это голубой раскрашенный козырек! Ближайшие станции метро: «Площадь Восстания» и «Чернышевская», а от станции метро «Маяковская» можно подъехать на 5-м, 11-м троллейбусах, 181-м или 74-м автобусе. Остановка: «Сквер Галины Старовойтовой».

Время работы: с 11 до 19 часов.

Группа студентов-социологов на городской акции «Сделай доброе дело» (м. «Садовая») 24 апреля (проведение социологического опроса по добровольчеству)



В акциях Весенней недели добра с 17 по 24 апреля 2010 года приняло участие почти 4,8 тыс. добровольцев Санкт-Петербурга (94 % из этого числа – молодежь). Было проведено 120 общественно полезных добровольческих акций, благополучателями которых стали более 13,6 тысячи детей и взрослых. Санкт-Петербургская региональная общественная организация «Благотворительное общество «Невский Ангел»» в 2010 году, как и в предыдущие годы, выступило инициатором создания Регионального координационного комитета по подготовке и проведению Весенней недели добра, в состав которого вошли 30 представителей 27 организаций. Из них: 14 – НКО, 4 – государственные учреждения, 4 – высшие учебные заведения, 2 – органы власти, 2 – СМИ и 1 коммерческая компания. На базе Ассоциации юных лидеров Санкт-Петербурга и Городского центра поддержки добровольческих инициатив проводились практические семинары и консультации для организаций-участников ВНД по передаче опыта планирования, организации и проведении общественно полезных добровольческих акций.

АВТОР

Светлана МИХАЙЛОВА

ВЕСЕННЯЯ НЕДЕЛЯ ДОБРА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Большинство акций, проводившихся во время ВНД в нынешнем году, было так или иначе связано с празднованием 65-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне: поздравления, помощь и забота о ветеранах ВОВ, поисковые работы, уборка исторических памятников, воинских захоронений, создание школьных музеев, встречи с ветеранами, праздничные обеды и концерты.

Добровольцы активно занимались благоустройством садов и парков города, уборкой территорий, посадкой деревьев и кустарников, к которым привязывали ленточки с символикой Весенней недели добра. Была проведена

народная инвентаризация зеленых насаждений в целях разработки законопроекта о расширении перечня парков и скверов Санкт-Петербурга.

Проводились представления и концерты для воспитанников детских домов, экскурсии, развивающие игры, уход за детьми в детских домах и больницах. Многие акции были посвящены сбору детских вещей, игрушек для воспитанников детских домов и детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, обеспечению светоотражающими элементами младших школьников, сдаче донорской крови.

Специальной добровольческой акцией, приуроченной к Году учителя, стала



акция «Красивый учитель в современной школе». Состоялось дефиле с показом одежды, мастер-классы по визажу, уход за руками, консультации психологов.

Особенностями проведения Весенней недели добра в Санкт-Петербурге в 2010 году стало участие Координационного совета по воспитательной работе со студентами совета ректоров вузов Санкт-Петербурга в поддержке добровольческих акций студентов; участие районных центров по работе с детьми и молодежью и подростково-молодежных клубов; участие 7 локальных координаторов, каждый из которых самостоятельно организовал более 5 добровольческих акций. Самым активным локальным координатором Весенней недели добра стал сектор молодежной политики администрации Петроградского района, которым было организовано и поддержано проведение 63 добровольческих акций.



Акции для семей
в «Доме молодежи
Санкт-Петербурга»



Помощь ветеранам, уборка в квартирах и мытье окон



Уборка мемориалов посвященных ВОВ

Государственную поддержку проведения Весенней недели добра в Санкт-Петербурге осуществляли: Городской центр поддержки добровольческих инициатив, Комитет по социальной политике Санкт-Петербурга, Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями. В 2010 году правительством Санкт-Петербурга

выделены средства городского бюджета для рекламы ВНД и обеспечения символики для поддержки добровольческих акций.

Благодаря компании «Пресс-курьер» каждый доброволец, участвовавший в акциях Весенней недели добра, мог получить подарочный вариант настенного календаря на 2010 год.



Праздники в больницах города проводили добровольцы Петроградского района





Городская уличная акция «Сделай доброе дело», 24 апреля (м. «Садовая»)

СДЕЛАЙ ДОБРОЕ ДЕЛО!

24 апреля в центре города с 16.00 до 18.00 на углу Малой Садовой улицы и Невского проспекта проходила объединенная добровольческая акция «Сделай доброе дело». По замыслу организаторов она должна была одновременно являться и кульминацией, и ярким завершением Весенней недели добра. Подготовлена она была молодыми лидерами общественных организаций Санкт-Петербурга при поддержке правительства Санкт-Петербурга, Санкт-Петербургского регионального координационного комитета ВНД-2010 и Ассоциации «Санкт-Петербургский Круглый стол молодежных и детских общественных объединений».



В рамках акции добровольцы раздавали прохожим шарики, значки, ленты с символикой ВНД и тематические буклеты, рассказывая о добровольческом движении и своих социальных проектах.

Оперативную подготовку акции взял на себя «Санкт-Петербургский Круглый стол молодежных и детских объединений». Акция получила ресурсную поддержку Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями и Санкт-Петербургского городского центра поддержки добровольческих инициатив. В рамках акции 150 добровольцев 19 государственных и негосударственных организаций в футболках и кепках с символикой ВНД раздавали прохожим шарики, значки, ленты с символикой ВНД, рассказывали о своем участии в молодежном добровольческом движении и о том, что это движение собой представляет. И самое главное – раздавали тематические буклеты и листовки, в которых содержалась контактная информация для желающих стать добровольцами. То есть лозунг, вынесенный в название акции, был не риторическим.





граффити-команда
из НОО «Энергия Наций»

продемонстрировали удивительные трюки с «yo-yo». Граффити-команда из НОО «Энергия наций» на глазах у прохожих под ритмы тамтамов создала полотно, посвященное 65-летию Великой Победы.

Молодые социологи провели небольшой опрос среди прохожих по теме «Молодежь и добровольчество». В течение двух часов им удалось опросить около 100 человек в возрасте от 10 до 67 лет. Среднеарифметический возраст респондентов – 26 лет. Участникам опроса было предложено вспомнить свое первое доброе дело. Это оказалось не под силу 27 %. Остальные ответы можно разделить на следующие группы: 32 % – помощь чужим людям, 24 % – помощь маме (близким), 12 % – участие в субботниках, 6 % – помощь животным.

Оказалось, что 29 % участников опроса уже являются добровольцами, т.е. в «свое свободное время и безвозмездно совершают добрые дела». 53 % – готовы участвовать в добровольческих акциях, остальные участники либо сомневаются (12 %), либо пока не готовы стать добровольцами (6 %).

Акция прошла в атмосфере праздника и привлекла внимание прохожих. Ее участниками стали горожане и гости города. По оценкам организаторов, их число достигло 5 тысяч человек.



Молодые социологи провели опрос
по добровольчеству



ОРГАНИЗАЦИИ, ПРИНЯВШИЕ УЧАСТИЕ В АКЦИИ «СДЕЛАЙ ДОБРОЕ ДЕЛО»:

- Межрегиональная общественная организация «Школа единоборств «ДоМо»»,
- Региональное детско-юношеское гражданско-патриотическое общественное движение «Союз юных петербуржцев»,
- «Театр Дождей»,
- граффити-команда из НОО «Энергия наций»,
- СПб ОО «Благотворительное общество «Невский Ангел»»,
- Межрегиональная детская общественная организация Санкт-Петербурга и Ленинградской области «Ю-Питер»,
- Общественный молодежный совет Пушкинского района Санкт-Петербурга,
- Региональная молодежная общественная организация «Ассоциация юных лидеров Санкт-Петербурга»,
- ГУ «Дом молодежи Санкт-Петербурга»,
- Межрегиональная детско-молодежная общественная организация содействия всестороннему личностному развитию, патриотическому и нравственному воспитанию детей и молодежи «Мишки»,
- Санкт-Петербургский фонд социальных программ «МАРИЯ»,
- Региональная общественная организация «Центр взаимной интеграции «Аккорд»»,
- Некоммерческая организация благотворительный фонд помощи нуждающимся детям Санкт-Петербурга «Солнце»,
- СПб ОО «Мир тесен»,
- Администрация Петроградского района, сектор молодежной политики и взаимодействия с общественными организациями,
- Региональная культурно-просветительская общественная организация «Санкт-Петербургский центр Брахма Кумарис»,
- Общественная организация «Национальное движение волонтеров им. П.Ф. Лесгафта»,
- Всероссийская общественная организация «Молодая гвардия Единая Россия».

ЮРИДИЧЕСКАЯ ПОМОЩЬ НЕКОММЕРЧЕСКИМ ОРГАНИЗАЦИЯМ

Во всех странах малоимущие граждане не имеют денег, чтобы нанять профессионального юриста для решения своих юридических проблем. Однако их потребность в юридической помощи имеет тенденцию увеличиваться. Исследование, проведенное в 1994 году Американской ассоциацией юристов (ААЮ), показало, что 47 % семей американцев с низким или средним доходом ежегодно сталкиваются с проблемами юридического характера, не имея возможности оплачивать квалифицированного юриста. Оценив социальную потребность в предоставлении бесплатной юридической помощи тем, кто не может оплатить услуги квалифицированного юриста, многие страны стали создавать государственные программы бесплатной (субсидируемой) юридической помощи малоимущим как по уголовным, так и по гражданским делам. Однако ресурсов этих программ зачастую не хватало, чтобы предоставить помощь всем нуждающимся, и поэтому власти ограничивали как перечень лиц, которым подобная помощь может быть оказана, так и категории дел, по которым она оказывается. По этой причине частнопрактикующие юристы, юридические фирмы и профессиональные объединения юристов решили со своей стороны помочь тем, кто остался за бортом государственной программы.



АВТОР
Александр ЛАПИДУС

Такая помощь, получившая название «про боно», стала оказываться не только малоимущим гражданам, но и некоммерческим негосударственным организациям (далее НКО), действующим на благо гражданского общества. Подобные юридические услуги бесплатны для населения и НКО, а работа юристов не оплачивается государством: данная практика традиционно воспринимается в качестве формы социальной ответственности юридической профессии.

Право бедности

Упоминание о необходимости оказания профессиональной юридической помощи тем, кто не может такую помощь оплатить, можно найти в документах XIII–XIV веков, когда французская гильдия адвокатов (*batonnier*) признала обязанность адвокатов осуществлять юридическую помощь малоимущим даже тогда, когда полностью отсутствовала государственная поддержка или иное финансовое возмещение за предоставленные услуги.

В настоящее время услуги про боно во Франции предоставляются в основном в области *l'access au droit* – в виде консультаций с целью обеспечения доступа граждан к правовой информации и для того, чтобы граждане могли принимать взвешенные с юридической точки зрения решения. Услуги про боно не предоставляются по вопросам, связанным, например, с судебным представительством или представительством по уголовным делам, то есть в тех сферах, где услуги адвокатов оплачиваются в рамках государственной системы субсидируемой юридической помощи.

Подобное же развитие деятельности про боно, равно как и ограничение оказания юридической помощи про боно по отраслевому принципу, имело место в Ирландии. Совет адвокатов Ирландии,

регулирующий деятельность барристеров, с сентября 2005 года принял схему «добровольной помощи», согласно которой создавалась процедура оказания барристерами бесплатной помощи гражданам через сеть некоммерческих организаций, собирающих от граждан заявки на помощь про боно.

В России практика предоставления бесплатной юридической помощи, оказываемой по «праву бедности», получила свое распространение с реформой 1864 года и развитием присяжной адвокатуры.

«Про боно» (от лат. *pro bono publico* – ради общественного блага) – это оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям, а также частным лицам, которые не могут подобную помощь оплатить.

В России учреждения, оказывающие юридические услуги про боно, могут именоваться также «юридическими клиниками».

Юридические услуги про боно оказываются бесплатно и не включают в себя иную благотворительную деятельность, не связанную с непосредственным применением навыков юриста, в частности финансирование различных программ и проектов, организация и проведение мероприятий, передача в дар вещей или денежных средств и т. п.

Материал из «Википедии» – свободной энциклопедии

В советские годы малоимущие граждане также могли получить квалифицированную юридическую помощь. Так, например, во время войны, несмотря на существенное сокращение численного состава адвокатуры, бесплатная юридическая помощь оказывалась военным служащим, членам их семей и инвалидам.

Несколько лет назад практика про боно, в рамках которой помощь оказывается именно некоммерческим организациям, стала развиваться в России, однако некоммерческих организаций, получивших профессиональную помощь в разрешении их юридических проблем, все еще мало. Это связано с двумя моментами:

СПРАВОЧНИК «Петербург: где получить бесплатную юридическую помощь?»

Американской ассоциацией юристов в рамках проекта «Правовое партнерство» подготовлен справочник организаций «Бесплатная юридическая помощь в Санкт-Петербурге и Ленинградской области». Справочник выложен в свободный доступ на сайте «Pro bono. Бесплатная юридическая помощь»:

http://rlpp.ru/files/0/Prava_gr_i-dostup/bench-book/Spr_bespl_yur.pom_Spb_Lenobl.pdf

во-первых, юридических фирм, принявших практику про боно в качестве одного из направлений своей деятельности, не так много, а во-вторых, еще очень мало некоммерческих организаций, знающих о такой возможности.

Координация практики про боно

Развитие практики про боно в различных странах столкнулось со многими трудностями, начиная от незнания юристами проблематики некоммерческого сектора и кончая сложностями, возникающими у представителей некоммерческих организаций при формулировании своих юридических потребностей. Ощущалась необходимость в посреднике между двумя «мирами» (юристов и НКО), помогающем сторонам общаться на одном «языке».

В тех странах, где потребность во внешней координации деятельности про боно уже осознали и ощутили как юридические фирмы, так и некоммерческий сектор, роль посредника взяли на себя координационные центры – специальные некоммерческие организации, иницирующие подобные проекты. Потенциальные клиенты обращаются к соответствующему посреднику с заявкой на оказание услуг про боно, а посредник, в свою очередь, ищет среди участников программы конкретного юриста или фирму, согласных оказать помощь про боно. Это в целом значительно упрощает и ускоряет процесс «знакомства» юридической фирмы и НКО.

Координационный центр осуществляет содействие в налаживании контактов между юридической фирмой и некоммерческой организацией и помогает в поддержании этих отношений в долгосрочной перспективе. Одной из основных задач центра является обеспечение удовлетворенности как результатом труда, так и самим процессом сотрудничества. Для этого необходимо, чтобы у сторон совпадали ожидания от сотрудничества. Эти ожидания включают в себя одинаковое (и юристом, согласившимся оказать услугу про боно, и представителем

некоммерческой организации, обратившейся за помощью) осознание поставленного перед юристом вопроса, общего объема работы, времени выполнения и конечного результата.

Таким посредником, например, стала созданная в 1997 году в Великобритании организация Solicitors Pro Bono Group, позднее переименованная в LawWorks. Благодаря координирующей деятельности LawWorks только за 2007 год была оказана помощь по 35 000 юридических проблем. Сегодня партнерами LawWorks являются 79 различных юридических фирм.

Практика функционирования координационных центров про боно широко распространена в США и Великобритании и становится все более популярной в странах континентальной Европы.

Институт «Право общественных интересов» (PILI), организовавший Венгерский центр юридической помощи про боно (Hungarian Pro Bono Clearinghouse) в 2006 году, позже активно участвовал в создании Чешского центра про боно (Pro Bono Centrum), а также в подписании Венгерской, а затем и Польской декларации принципов про боно.

«Право общественных интересов» в России

Осенью 2007 года начал свою работу Российский центр координации юридической помощи про боно (Russian Pro Bono Clearinghouse) – проект, реализуемый Институтом «Право общественных интересов» (PILI).

Помощь оказывается в самых различных юридических областях (за исключением вопросов уголовного права, так как оно обычно не входит в сферу деятельности юридических фирм): по вопросам регистрации или перерегистрации НКО, налогообложения, трудовых и договорных

отношений, интеллектуальной собственности и отношений, связанных с арендой и собственностью. Короче говоря, в любых сферах, где требуются юридические знания. Юристы частных юридических фирм могут также помочь в проведении правовых исследований и составлении юридических документов – то есть там, где их опыт может быть наиболее эффективно использован.

КОНТАКТЫ

Центра координации юридической помощи pro bono:

Институт «Право общественных интересов» (PILI), для Александра Лапидуса.

Почтовый адрес: 101000, Москва, ул. Маросейка, 9/2, стр. 8, офис 34.

Эл. почта: moscow@pili.org (с обязательным указанием в теме письма «pro bono»).

Тел.: +7 495 628 00 20;

факс: +7 495 661 49 21;

www.pili.ru

Однако следует отметить, что помощь про боно при содействии центра оказывается только некоммерческим организациям и только в решении проблем, которые носят правовой характер. Кроме того, в силу ограниченности ресурсов центр не может гарантировать, что помощь будет оказана любой обратившейся НКО и/или по любой имеющейся проблеме.

Координационный центр обращается к юридическим фирмам для оказания юридической помощи про боно на регулярной основе, и поэтому запросы о такой помощи со стороны НКО могут подаваться в центр в любое время.

КТО ГОТОВ К ПРОЗРАЧНОСТИ?

Во многих странах существует порядок, в соответствии с которым НКО ежегодно составляют и публикуют в открытой печати отчеты о своей деятельности, в том числе финансовые, с данными о заработной плате и других выплатах руководителям и сотрудникам НКО. Они беспрепятственно предоставляют любую

информацию о себе по запросам населения, общественных организаций и СМИ. Руководителям обследованных НКО был задан вопрос, может или не может такая практика быть принята подавляющим большинством российских НКО.

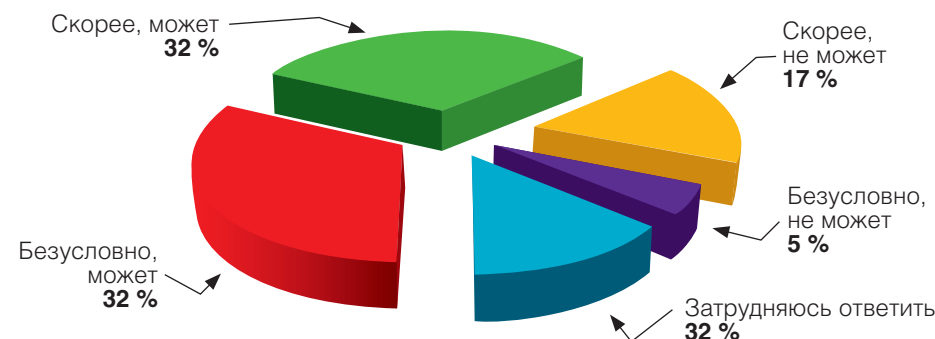
Больше половины (**64 %**) руководителей обследованных некоммерческих организаций считают, что подобная практика открытости может быть принята подавляющим большинством российских

ОТКРЫТОСТЬ НКО: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

Предлагаем вниманию наших читателей некоторые результаты всероссийских обследований негосударственных некоммерческих организаций, проведенных Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора Государственного университета – Высшей школы экономики (ГУ-ВШЭ) в 2009 году. Обследования проводились в рамках мониторинга состояния гражданского общества по программе фундаментальных исследований ГУ-ВШЭ. Программа исследования, включая инструментарий, разработана И. В. Мерсияновой и Л. И. Якобсоном. Сбор информации осуществлен ООО MarketUp при поддержке компании Evolution&Philanthropy. Обследование негосударственных некоммерческих организаций проводилось методом личного опроса руководителей НКО по полуструктуризированной анкете. Объем выборки составил 1002 НКО. Опрос проводился в 33 субъектах РФ, включая Москву и Санкт-Петербург.

Рисунок 1

Может ли практика открытости быть принята подавляющим большинством российских НКО?
(% от опрошенных, N=1002)



НКО. Чаще всего данной точки зрения придерживаются руководители НКО:

- использующих труд добровольцев;
- имеющих четкую внутреннюю организационную структуру и стратегию деятельности;
- предоставляющих свою финансовую информацию в открытом доступе;
- взаимодействующих с федеральными органами власти.

Каждый пятый руководитель НКО полагает, что практика открытости не может быть принята подавляющим большинством российских НКО. **14 %** респондентов не смогли ответить на данный вопрос (рис. 1).

Среди обследованных НКО **41 %** уже размещают свою финансовую информацию в открытом доступе. **56 %** пока этого не делают. **3 %** респондентов не ответили на данный вопрос.

В настоящее время практика размещения финансовой информации в открытом доступе более свойственна фондам (**52 %**) и общественным организациям (**46 %**). Наиболее закрыты в этом смысле объединения юридических

лиц – только **17 %** НКО данного типа размещают свою финансовую информацию в открытом доступе.

Больше некоммерческих организаций, размещающих свою финансовую информацию в открытом доступе, зафиксировано среди НКО:

- имеющих четкую внутреннюю организационную структуру и документально оформленную стратегию деятельности;
- имеющих сайт организации;
- взаимодействующих с органами местного самоуправления и федеральными органами власти.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОЗРАЧНОСТИ

57 % НКО, размещающих свою финансовую информацию в открытом доступе, делают это в публичном годовом отчете организации.

17 % размещают такую информацию на собственном интернет-сайте, **16 %** – в публикациях в СМИ.

В **76 %** обследованных НКО существуют различные «элементы открытости», в том числе:

проводятся пресс-конференции, делаются публикации в СМИ	28 %
даются консультации (в том числе по телефону, онлайн)	28 %
публикуются годовые отчеты о деятельности организации	25 %
существует сайт организации в Интернете	22 %
проводятся независимые аудиторские проверки финансовой деятельности	19 %
публикуются годовые финансовые отчеты	16 %

Чаще других используют различные «элементы открытости» НКО:

- «не местные», имеющие филиалы и представительства;
- использующие труд добровольцев;
- имеющие внутреннюю организационную структуру, миссию, стратегию деятельности, этический кодекс;
- размещающие финансовую информацию в открытом доступе;
- взаимодействующие с органами местного самоуправления, региональными и федеральными властями, другими НКО.

Также явно прослеживается следующая тенденция: чем больше наемных сотрудников в НКО, тем с большей вероятностью она использует различные «элементы открытости».

Рисунок 2

Каким образом организация представлена в Интернете?

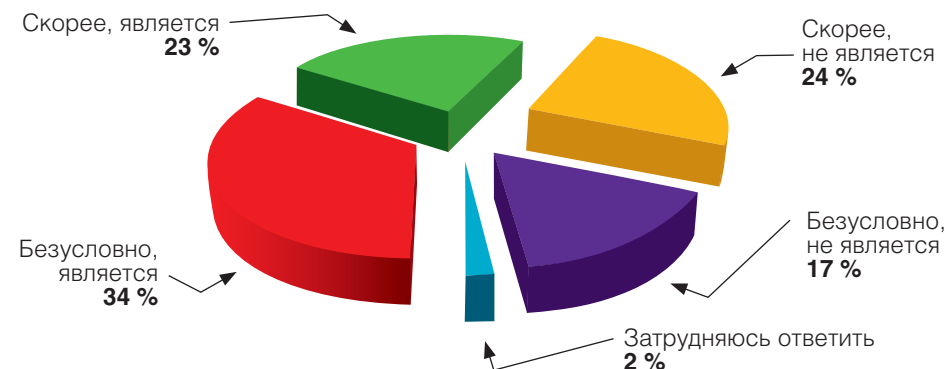
(% от опрошенных, N=1002)



Рисунок 3

Является или не является активное использование Интернета одним из условий повышения эффективности работы Вашей организации?

(% от опрошенных, N=1002)



НКО И ИНТЕРНЕТ

44 % обследованных НКО не имеют своего представительства в Интернете (рис. 2). Чаще всего это организации, зарегистрированные до 1990 г., «местные», не имеющие филиалов и отделений, не получающие прибыль от своей деятельности, не имеющие наемных сотрудников, не использующие труд добровольцев, не имеющие четкой внутренней организационной структуры, миссии, стратегии деятельности, не взаимодействующие с органами местного самоуправления, региональными и федеральными властями, другими НКО.

Среди остальных НКО вариантами представления организации в Интернете являются: собственный сайт (**33 %**), размещение информации на тематических сайтах, в электронных изданиях (**18 %**), сотрудники участвуют в тематических блогах/форумах (**13 %**), НКО осуществляет регулярную информационную рассылку (**11 %**), рекламу и тематическую видео- или аудиоинформацию размещают в Интернете всего по **7 %** НКО.

Чаще имеют собственный сайт в Интернете НКО:

- «не местные», имеющие филиалы и отделения;
- получающие прибыль от своей деятельности;
- имеющие свыше 30 наемных сотрудников;
- использующие труд добровольцев;
- имеющие четкую внутреннюю организационную структуру, миссию, документально оформленную стратегию деятельности;
- взаимодействующие с органами местного самоуправления, региональными и федеральными властями, другими НКО;
- имевшие опыт получения государственных грантов.

По мнению **57 %** опрошенных руководителей НКО, использование Интернета является одним из условий повышения эффективности работы организации. Противоположного мнения придерживаются **41 %** респондентов (рис. 3).

Таблица 1

Через какие каналы чаще всего распространяется информация о Вашей организации?

(% от опрошенных)

КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ	2007	2009
Сотрудники, члены, участники или добровольцы организации	41	59
Местные и региональные газеты и журналы	46	52
Потребители услуг организации	20	38
Информационные материалы (брошюры, листовки и т.д.)	23	32
Передачи на региональном и местном телевидении	32	33
Интернет	22	36
Информационные стенды в помещении организации	18	22
Передачи на местных и региональных радиостанциях	18	21
Слухи	16	28
Информационные таблички (вывески) возле входа в помещение организации	16	19
Центральные газеты и журналы	12	12
Собственные печатные и электронные СМИ	10	17
Передачи на центральном телевидении	10	8
Информационные стенды в помещениях органов власти и организаций	8	9
Рекламные щиты на улице	7	7
Передачи на федеральных радиостанциях	3	6
Реклама на транспорте	3	4
Другое	3	3
Никакие	8	4
Затрудняюсь ответить	2	3

Сравнение результатов обследования 2007 и 2009 годов показало, что доля организаций, использующих Интернет как

основной канал информирования населения о деятельности своей организации, возросла с 22 до 36 % (табл. 1).

25 февраля 2010 года состоялась итоговая встреча экспертной группы по определению Индекса устойчивости НКО Санкт-Петербурга за 2009 год.

Подготовку, проведение, а также обнародование результатов этого исследования, как и в предыдущие годы, взял на себя Центр РНО.

УСТОЙЧИВОСТЬ НКО ПЕТЕРБУРГА ГЛАЗАМИ ЭКСПЕРТОВ

От оценки к изменениям

Для определения показателя индекса устойчивости, как обычно, была собрана экспертная группа специалистов, представляющих различные сектора общества. На этот раз в ее состав вошли:

Мария ГАГАРИНА – Благотворительный фонд развития человеческого потенциала (Гагаринский фонд),

Игорь КАРЛИНСКИЙ – СПб РБОО помощи лицам без определенного места жительства «Ночлежка»,

Астрид Шорн – СПб РОО «Немецко-русский обмен»,

Михаил Горный – СПб центр «Стратегия»,

Галина Курганова – Информационно-аналитический центр НГО медико-социальной сферы,

Олег Лейкинд – Фонд Д. С. Лихачева,

Мария Островская – СПб БОО «Перспективы»,

Александр Кострикин – Национальная академия ювенологии и Национальный

совет молодежных и детских объединений России,

Татьяна Кичигина – Санкт-Петербургское региональное отделение Российского Красного Креста,

Елена Кобец – экологическое объединение «Беллона»,

Роман Боярков – Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями Администрации Санкт-Петербурга и

Анна Скворцова – СПб БОО «Центр развития некоммерческих организаций».

В этом году организаторы впервые предложили экспертам не ограничиваться озвучиванием проблем сектора, а попытаться обозначить возможные пути их преодоления. Таким образом, расширилась роль индекса – он стал не только инструментом оценки, но и инструментом изменений, определения точек приложения усилий НКО-сообщества города и тех, от кого зависит деятельность некоммерческих организаций Петербурга.

Ухудшение на всех фронтах?

Индекс устойчивости НКО Санкт-Петербурга, полученный в результате обсуждения, ухудшился по сравнению с предыдущим годом на 0,2 балла (с 5,0 до 5,2).

Можно отметить, что наибольший отрицательный градиент наблюдался у показателя финансовой жизнеспособности (0,5). Впрочем, ухудшение показателя защиты общественных интересов (Advocacy) было немногим меньше – 0,4. Собственно говоря, улучшение положения эксперты диагностировали только на «правовом поле» с 5,9 на 5,4.

Как и в прошлом году, наиболее высоко был оценен показатель инфраструктуры (4,2), а самый низкий результат этого года – это уже упоминавшийся показатель финансовой жизнеспособности (5,5), что, вероятнее всего, связано с мировой экономической ситуацией (в прошлом году самый низкий результат был у показателя правового поля).

Полученные результаты означают, что в целом устойчивость некоммерческого сектора в Петербурге относительно

невысока и имеет тенденцию к понижению. Прогресс НКО сектора затрудняется как экономическими факторами, так и действиями властных структур и СМИ, а также недостаточно последовательными усилиями самих некоммерческих организаций, неполным использованием потенциала развития как отдельных организаций, так и некоммерческого сообщества в целом.

Кто правее?

Хочется отметить следующий любопытный факт. В этом году впервые в истории определения индекса устойчивости был проведен онлайн опрос (для проведения опроса использовалась платформа <http://www.virtualexs.ru>). Всем, кто связан с третьим сектором Петербурга, было предложено оценить показатели, аналогичные тем, которые использовали эксперты при определении индекса устойчивости НКО, с той только разницей, что от респондентов требовалась не численная, а качественная оценка, то есть просто сказать улучшилось или ухудшилось положение в этой сфере, по их мнению, в 2009 году по сравнению с 2008-м. В опросе принял участие 61 человек.

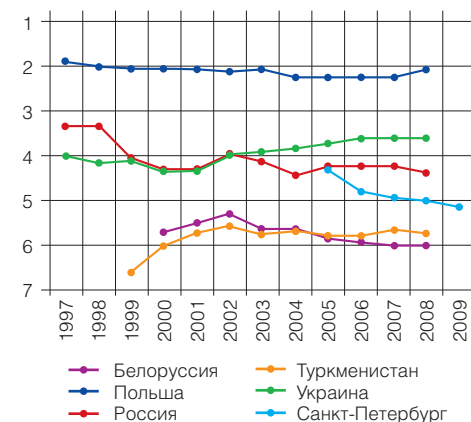
Мнение экспертной группы и участников онлайн опроса совпало лишь при оценке двух показателей, таких, как: «Организационные возможности» (остались на прежнем уровне) и «Финансовая жизнеспособность» (сократились). При оценке показателя «Правовое поле» большинство участников онлайн опроса констатировали сохранение прежнего уровня, в то время как эксперты считают, что ситуация улучшилась. По всем остальным показателям эксперты признали ухудшение ситуации, а большинство участников онлайн опроса посчитали, что ситуация осталась на прежнем уровне.

Резолюция экспертов

В резолюции, принятой экспертами, говорится: «Часть факторов, затрудняющих работу НКО, связана с несовершенством федерального законодательства и тенденциями, которые проявляются на территории всей страны. Однако некоторые сложности могут быть устранены или разрешены на уровне Санкт-Петербурга совместными усилиями городских властей и НКО сообщества.

Если Санкт-Петербург ориентируется в своем развитии на крупные европейские города, нам необходимо развитое, крепкое гражданское общество. Именно сильное, устойчивое сообщество некоммерческих организаций позволяет наладить в городе такую жизнь, когда уважаются права человека, когда активные граждане, молодежь могут проявить себя в конструктивном русле, национальные, культурные и другие меньшинства уважаемы и имеют голос, социально незащищенные группы имеют доступ к качественным услугам. Сильные некоммерческие организации, объединяя активных и ответственных граждан, специалистов по социальной политике, образованию, экологии, городскому развитию, позволяют сделать жизнь в городе

Индексы устойчивости НКО



разнообразной и справедливой, в центре которой стоит человек.

Мы надеемся, что представители некоммерческих организаций, городских властей и СМИ обратят внимание на обозначенные проблемы и пути их преодоления и приложат усилия к тому, чтобы некоммерческий негосударственный сектор Петербурга успешно и устойчиво развивался и эффективно выполнял свои задачи по службе обществу».

Среди конкретных рекомендаций, данных экспертами, были и рекомендации, непосредственно относящиеся к теме нашего выпуска:

- Расширение возможностей НКО по привлечению средств для реализации социально-значимых проектов через более активное внедрение практик частных пожертвований (в том числе через платежные терминалы);
- Проведение обучающих семинаров для НКО в сфере финансового менеджмента;
- Развитие корпоративного волонтерства через привлечение бизнес-компаний к реализации различных социально-значимых проектов.



ВИНЬЕТКА НА ПАМЯТЬ



Для сбора денежных пожертвований в дореволюционной России чаще всего использовались следующие три способа: распространение марок того или иного номинала (между прочим, именно так оформлялись в советское время взносы в разные «добровольно-принудительные общества»); подписные листы, и, наконец, сбор в разные опечатанные ёмкости (так называемый кружечный сбор). В первом случае жертвователю давались марки-квитанции на сумму пожертвования. Во втором и третьем — в качестве памятки о пожертвовании иногда вручалась виньетка*. Например, для благотворительных сборов во время праздника Пасхи, как правило, использовались виньетки с изображениями пасхальных яиц.

АВТОР

Глеб ДОБРОТВОРСКИЙ

К началу XX века в Санкт-Петербурге и других городах России развилось производство малоформатных сувениров, которые впоследствии получили название «знаки кружечных сборов». (Первый каталог, описывающий знаки кружечного сбора России, был составлен Д. Ф. Трахтенбергом в 1920–1921 годах и выпущен в Париже.)

Необходимость подобных изделий обуславливалась тем, что мероприятия по сбору средств зачастую проводились в течение целого дня по всему городу, и чтобы по два-три раза не просить пожертвования у одних и тех же горожан, стали выпускать специальные знаки, которые вручались жертвователю после того, как деньги опускались в кружку. Эти знаки прикалывали к одежде, поэтому на виньетках той поры очень часто видны проколы. Побочным, но важным эффектом было то, что человек, не сделавший пожертвования и, соответственно, не имевший такого знака, начинал испытывать определенный моральный дискомфорт, что в результате повышало сборы.

Можно выделить четыре основных типа знаков

Первый – знаки, непосредственно предназначенные к прикалыванию на одежду. Как правило, они изготавливались из бумаги, картона, ткани, жести. Сейчас эти знаки являются предметом интереса коллекционеров – фалеристов. (Как знать, может, в следующем веке значок фестиваля «Добрый Питер» тоже станет украшением чьей-то коллекции.)

Второй тип – «непочтовые марки», по внешнему виду схожие с обычными почтовыми марками. Они изготавливались из бумаги (с клеем или без него), нередко зубцовка заменялась просечкой, проколами или же марки выпускались вообще без зубцов.



Третий – квитанции на бумаге. Их особенность заключалась в наличии специального текста, отпечатанного на одной стороне (реже – на обеих), который информировал о целях выпуска, номинале пожертвования и пр. Часто квитанции брошюровались в книжечки и имели обложку.



* ВИНЬЕТКА (ж. франц.) – картиночка, украшенье в книге, заставка. II Ярлычок на товаре, сделанный картинкою (словарь В. И. Даля).

И, наконец, последний тип – сувенирные или агитационные крупноформатные листки. Во многом они походили на открытки, однако изготавливались на более тонкой бумаге. Обычно на них



Листок Скобелевского комитета

печатался какой-нибудь специальный текст, например, воззвание, обращенное к потенциальным жертвователям.

Оформление знаков варьировалось от предельно простых марок-квитанций до художественных произведений. Это зависело от возможностей организации, осуществляющей сбор, и особенностей его проведения.

Например, весной 1911 года в Санкт-Петербурге был проведен первый «День белого цветка». Перед началом акции в районные комитеты развезли заготовленные букеты из искусственных ромашек, листовки и памятные жетоны. Курсистки – слушательницы Высших женских курсов и Женского медицинского института – забирали букеты и расходились по городу. Цветы они укладывали в небольшие бело-желтые корзины. Ленты

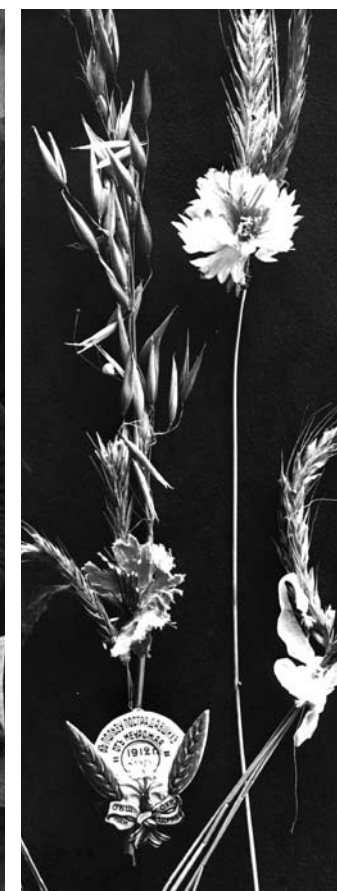
и заколки продавщиц тоже должны были быть ярких тонов. Наиболее результативными оказались сборы на трамвайных остановках – видимо, подействовала расклейка плакатов в трамвайных вагонах: организаторы подчеркивали, что ценен каждый пятачок. Прейскуранта на букеты не было – каждый давал, сколько может, и за копейку, и за рубль полагался одинаковый букет. Жертвователям, дававшим 5 и более рублей, вручали памятный значок. Деньги опускали в жестяную запломбированную коробку, пломбу снимали только при подсчете денег в районном комитете. Отчет о

собранных средствах и их использовании печатался в газетах.

«День цветка» вызвал такой отклик среди населения, что стал проводиться не менее четырех раз в год. Цветы были разные, каждый символизировал какую-то одну проблему. Букеты из белой ромашки раздавали в день борьбы с чухоткой, букетики из колосьев ржи – при сборе в пользу голодающих крестьян; люди, покупающие розовые цветы, помогали сиротам.

Продажей букетов собирали деньги и для солдат русской армии. Весной 1913 года (конец Балканской войны 1912–1913 гг.)

тысяча двести сборщиков – добровольцев, студентов и курсисток должны были раздать петербуржцам несколько тысяч букетов и 160 тысяч памятных жетонов для тех, чьи пожертвования составили более 10 рублей. «Благая цель праздника, интеллигентный состав сборщиц и сборщиков общества, преимущественно из учащейся молодежи, сделали свое дело, и уже с 11 часов утра начал чувствоваться недостаток в жетонах, – сообщал репортер «Петербургского листка». – Оргкомитет мероприятия вынужден был спешно затребовать с завода все остатки от заказа на жетоны, но и



это помогло не более чем на час. Тогда в районных комитетах дамы сами приступили к изготовлению букетов, но после обеда и их не хватило, и публике, опускаясь в кружки свои пожертвования, пришлось довольствоваться скромными листками, посвященными деятельности общества»...



Саратовская копия рисунка марки Санкт-Петербургского городского общественного управления

В годы Первой мировой войны были распространены мероприятия по сбору пожертвований на нужды войны, им давали соответствующие названия – «День мыла», «Казачий день», «День флажков». В эти дни на улицах продавали маленькие флажки разных размеров, чаще всего сделанные из бумаги или картона. Как правило, они представляли собой государственные или национальные флаги стран – союзников России. В коллекциях фалеристов чаще всего встречаются русский, французский и британский флаги.

На виньетках той поры можно было встретить портреты лидеров госу-

дарств – союзников. Также очень популярна была виньетка в виде Георгиевского креста. Широко использовались виньетки в форме погон различных российских полков и чинов, изготовленные из бумаги или картона.

Зачастую тот или иной удачный сюжет виньетки использовался несколько раз или заимствовался. Трудно сказать, было ли это связано с тем, что для разных городов заказ выполняла одна и та же типография, или же те или иные сюжеты были рекомендованы «сверху». Наиболее часто копировались сюжеты первого выпуска благотворительных марок С.-Петербургского (Петроградского) городского общественного управления. Они были повторены в Луганске, Николаеве, Ташкенте, Саратове и других.

Специфика проведения повторных сборов (скажем, через год) приводила к тому, что то или иное общество заказывало знаки точно такого же сюжета, но при этом несколько меняло текст. К примеру, Общество памяти Н. И. Пирогова осуществило целых четыре выпуска с изображением санитарного вагона. При этом в третьем выпуске поменялось название, поскольку общество было переименовано в комитет, а последний выпуск вместо всяких названий имел надпись: «Рука дающего не оскудеет».

Из «негосударственных» организаций лидером по выпуску знаков (по крайней мере, в годы Первой мировой войны) являлось общество Красного Креста. Менее распространены были знаки Зеленого (общество помощи инвалидам) и Белого Креста (общество помощи семьям и детям погибших воинов). Кстати, в годы Гражданской войны Белый Крест обрел второе значение – помощь движению Белой гвардии.

ВЫ СОЦИАЛЬНО АКТИВНЫ? ЗНАЧИТ, ЭТО КНИГИ ДЛЯ ВАС!



«СЕТЕВОЙ АКТИВИЗМ: методы и рекомендации»

В подготовленной Amnesty International брошюре вкратце описано все самое необходимое для того, чтобы грамотно использовать современные средства распространения информации, такие как мобильный телефон, блоги, электронная почта и сайты социальных сетей, в борьбе за права человека.

Скачать брошюру можно
на сайте Amnesty International:
<http://amnesty.org.ru/node/1350>

«КАК ПОЖАЛОВАТЬСЯ на беспорядок в лесу и добиться его устранения»

В пособии собрана информация о том, куда и как граждане могут обратиться при обнаружении в лесу нарушений действующего законодательства – незаконных рубок, замусоривания лесов, захватов и застройки лесных земель, неправильного обращения с огнем.

Здесь же приводятся ссылки на основные требования законов и правил, образцы писем в органы государственной власти. Приводимые образцы писем касаются реальных нарушений, но фамилии и адреса авторов изменены.

Пособие можно скачать
на Лесном форуме Гринпис России:
<http://www.forestforum.ru/info/besporjadok.pdf>

