

Благотворительность в условиях кризиса

результаты исследования



PRICEWATERHOUSECOOPERS 

ФОРУМ  ДОНОРОВ



Исследование проводилось при финансовой поддержке
Программы Матра Посольства Королевства Нидерландов:



Ambassade van het

Koninkrijk der Nederlanden

Содержание

Введение 4

Общая информация об исследовании 6

Результаты исследования

Некоммерческие организации:
работать дальше, затянув пояса 7

Доноры – коммерческие компании:
не все потеряно 13

Доноры – частные фонды:
пока гром не грянет... 16

Актуальные сквозные темы 18

Вопросы на будущее 21

Введение

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

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

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

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

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

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

С антикризисным приветом,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'М. Черток', written in a cursive style.

Мария Черток,
директор CAF Россия

Общая информация об исследовании

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

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

Объект исследования:

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

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

Предмет исследования состоял из следующих компонентов (параметров):

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

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

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

Благотворительность в условиях экономического кризиса

результаты исследования

Некоммерческие организации: работать дальше, затянув пояса

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

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

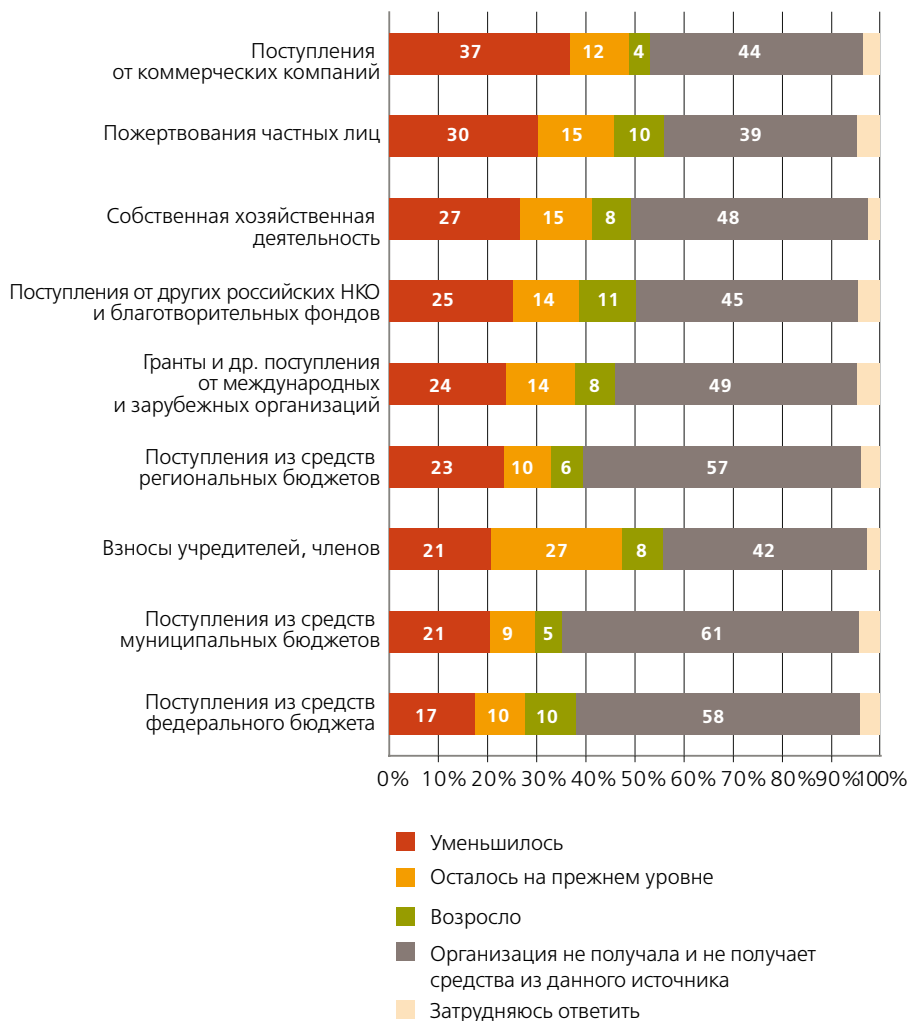
¹ См. доклад «Динамика развития и текущее состояние сектора НКО в России // Аналитический обзор #3, ЦИРКОН, февраль 2009 г. <http://www.zircon.ru/upload/File/russian/publication/4/090206.pdf>

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



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

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



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

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

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



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

Великобритания

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

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

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

Великобритания

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

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

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

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

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

Елена Тополева, директор АСИ

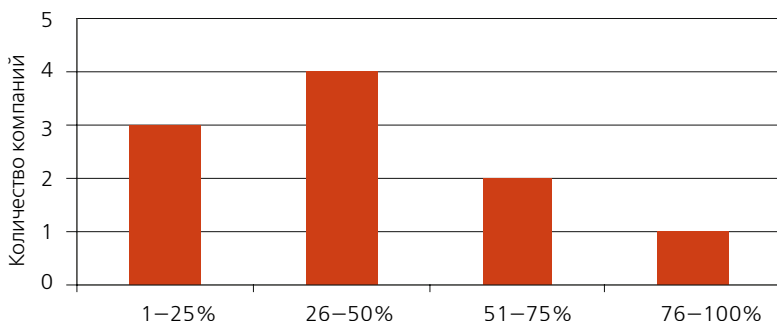
Доноры – коммерческие компании: не все потеряно

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

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



Рисунок 5. Уменьшение благотворительного бюджета



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

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

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

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

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



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

Татьяна Рыбакова, генеральный директор Центра изучения корпоративного гражданства

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

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

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

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

США

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

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

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

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

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

США

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

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

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

Актуальные сквозные темы

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

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

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

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

Татьяна Песоцкая, менеджер по социальным проектам Clifford Chance

Великобритания

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

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

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

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

Ирина Меньшенина, директор по маркетингу и привлечению средств DOWNSIDE UP

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

Сингапур

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

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

Вопросы на будущее

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

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

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

Информация об организаторах исследования



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



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



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



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

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

Регистрационный номер Британской комиссии по благотворительности 268369

