

# Добрая традиция

сбора пожертвований

**с комментариями  
и примерами**



# Добрая традиция и культура благотворительности

Сбор пожертвований безусловно остается в третьем секторе Эстонии недостаточно использованной возможностью для финансирования важных инициатив и лучшего вовлечения людей.

В рейтинге World Giving Index за 2016 год по количеству людей, жертвующих деньги на благотворительность, Эстония разделила 94 место с Португалией, Египтом, Сьерра-Леоне и Молдовой; всего в рейтинге рассматривалось 140 стран. По результатам исследования, за предыдущий месяц деньги на благотворительность пожертвовали 20% жителей вышеупомянутых стран. Этот процент жителей Эстонии остался на уровне прошлого года. Исходя из этих результатов можно сделать вывод, что на одного жертвующего деньги человека найдется четверо, которые этого еще не сделали.

В Эстонии живут сотни тысяч человек, которые не участвуют в благотворительности, но могли бы позволить себе каждый месяц жертвовать около одного евро на добрые дела. И десятки тысяч тех, для кого не было бы проблематичным систематически делать пожертвования на большую сумму.

Если бы они тоже стали делать пожертвования, то собранные суммы помогали бы в разрешении острых общественных проблем.

По данным налогово-таможенного департамента в 2015 году на долю 1200 организаций, входящих в регистр НКО со льготами по подоходному налогу, пришлось 31,4 миллиона евро пожертвований. Данная сумма превысила суммы пожертвований за предыдущие годы. Однако

из статистики видно, что год от года могут наблюдаться заметные колебания, вызванные конкретными очень крупными пожертвованиями.

Львиную долю пожертвованных денег делит между собой весьма небольшое количество собирающих пожертвования организаций, среди которых доминируют НКО религиозного профиля и приходы. В то же время 2/3 получателей пожертвований собирают менее 10 тысяч евро в год, а 1/4 получателей — менее тысячи евро.

## **Зачем собирать пожертвования?**

Пожертвования — это один из возможных источников дохода для НКО наряду с членскими взносами, субсидиями государственных и муниципальных учреждений на проекты и деятельность, а также доходами от оказания услуг или иной хозяйственной деятельности. Все эти методы хороши по-своему и несомненно найдутся такие организации и деятельность, которые не нуждаются в сборе пожертвований.

Однако у сбора пожертвований есть преимущества перед другими способами финансирования. Например, в отличие от проектных субсидий, цели и условия которых продиктованы донором, пожертвованиями распоряжается сама НКО. Тот факт, что вместо того или иного учреждения какую-либо деятельность из своего кошелька будут финансировать десятки, сотни, а то и тысячи людей, создает у них «чувство собственника», что свидетельствует о важности данной деятельности. Делающие пожертвования люди — потенциальные единомышленники, популяризаторы и волонтеры.

## **Развитие культуры пожертвований**

Бытует мнение, что эстоноземельцы не особенно склонны делать пожертвования. Настолько ли безнадежны попытки укоренить сбор пожертвований?

Безусловно, наши традиции благотворительности и в особенности пожертвований слабее, чем во многих других странах. Но культура и традиции зачастую меняются быстрее, чем принято думать. В одном из всемирных флагманов благотворительности — в США — практика пожертвований стала массовой и перестала быть уделом немногих богачей примерно в течение одного десятилетия после Первой мировой войны. Мы в Эстонии тоже можем задуматься, какие действия кажутся нам сегодня нормальными и повседневными, хотя 10-15 лет назад были преимущественно неизвестны.

Все же, среда, культура и традиции (экономическое благосостояние общества не столь важно для пожертвований, как принято считать) лишь являются частью более сложной мозаики. Во многом на благотворительность людей влияет местный третий сектор — общая дееспособность и видимость организаций граждан, а также то, как много и как именно они уделяют внимание сбору и использованию пожертвований.

Таким образом, на данном этапе развития культуры благотворительности на каждой НКО, собирающей пожертвования или лишь раздумывающей об этом, лежит особая ответственность: мы же и создаем эту культуру и воспитываем умных благодетелей не только для своей организации или сферы, но и для всего общества.

В помощь на этом пути Союз НКО и фондов EMSL совместно с рядом благотворительных организаций составил добрую традицию сбора пожертвований.

## **Как и кому поможет добрая традиция?**

Добрая традиция, естественно, не охватывает всего необходимого для успешного сбора пожертвований. Подходящие вашей организации и привлекательные для потенциальных благодетелей находчивые решения — посещение массовых мероприятий с ящиком для пожертвований, кнопка для пожертвований на автомате по приему тары и прочее — каждая организация должна найти самостоятельно.

В доброй традиции прописаны принципы, которых должна придерживаться каждая организация, независимо от цели или метода сбора пожертвований. Так гарантируется прозрачность сбора и использования пожертвований, этичность и уважительное отношение к тем, кто делает пожертвования. А это создает предпосылки для роста числа таких людей и собранных сумм.

Некоторые из принципов доброй традиции применимы лишь для организаций, собирающих пожертвования (пр. положения, касающиеся налоговых льгот или годового отчета, устава, а также публикации информации о руководителях и сотрудниках). Большая же часть применима и в случае, если пожертвования собирает частное лицо, будь то для осуществления какой-то своей идеи или для помощи кому-либо. Все шесть принципов доброй традиции под силу каждому.

Однако следует учитывать, что не все положения доброй традиции можно объективно измерить — например, то, что кому-то кажется нормальным сбором пожертвований, другой может принять за неуместное давление. Или что именно представляет собой хозяйственное

**Пожертвование** — добровольный денежный или вещественный подарок, с которым не сопряжено никаких ответных услуг для делающего пожертвование. Пожертвования можно собирать для передачи нуждающимся в помощи или для поддержки деятельности самой организации, собирающей пожертвования. Пожертвование может быть одноразовым или регулярным. Есть ряд возможностей для сбора пожертвований: ящики для сбора пожертвований, телефоны для пожертвований, банковские переводы, продажа изделий и услуг с соответствующей наценкой и т.д.

использование пожертвования? Поэтому мы снабдили принципы доброй традиции пояснениями и примерами.

Ясно, что даже самые детальные комментарии не смогут разрешить все дилеммы, которые могут возникнуть в жизни. Разумно постоянно держать ухо востро, брать пример с передового опыта других организаций и учиться на их ошибках. Всегда уместно задать вопрос самому себе – какого поведения я сам ожидаю от организации, которой я сделал пожертвование?

Удачи в развитии культуры пожертвований!

## Добрая традиция сбора пожертвований

Подтверждая, что действует в соответствии с доброй традицией сбора пожертвований, собирающий пожертвования обязуется следовать следующим принципам:

**1. Информацию о собирающем пожертвования легко найти.** Это значит, что на сайте собирающего пожертвования опубликованы цели организации, годовые отчеты и обзоры использования поступивших пожертвований, а также устав, имена членов правления и сотрудников и контактные данные организации. Делающих пожертвования также оповещают о связанных с пожертвованием налогах и льготах.

Основная информация и базовые документы каждой НКО в Эстонии доступны для всех желающих в коммерческом регистре; доступ к части данных можно получить за небольшую плату. Однако хороший собиратель пожертвований не переутомляет интересующегося благодетеля, а сделает всю информацию предельно просто доступной. Самым подходящим местом для этого является сайт организации.

Чем больше информации есть у благодетеля, тем сильнее его связь с собирающей пожертвования организацией и

проблематичной сферой, в которой организация действует.

При этом понятно, что мало кто углубляется в уставы и годовые отчеты, хотя при работе над ними следует иметь в виду, насколько они удобны и понятны читателю. В дополнение к официальным документам буквально в паре предложений на сайте должно быть сказано, чем занимается организация и почему она нуждается в пожертвованиях. Если есть несколько направлений деятельности, следует упомянуть каждое по отдельности.

Организация должна быть способной привести цифры как по обширности проблемы, над решением которой работает, так и по предлагаемому решению.

Например, Продуктовый банк резюмирует свою деятельность следующим образом: мы передаем еду оттуда, где есть излишки, туда, где ее не хватает. Эта фраза проиллюстрирована при помощи числовых данных: сколько в Эстонии людей, живущих в относительной и абсолютной бедности, а также сколько пригодной в пищу еды идет на выброс. На сайте также можно найти информацию о том, сколько тонн еды Продуктовый банк помог передать нуждающимся и скольким людям была оказана помощь.

ЦУ «Школа без притеснений» сообщает на своем сайте, что число жертв притеснений в школах, где внедрена их пилотная программа, сократилось на 17%. Однако два года спустя с момента первого пилотного проекта нет данных, которые были бы также легко доступны.

Центр по правам человека описывает различные виды своей деятельности, а также упоминает в разделе об обеспечении права на получение убежища лицом, бежавшим в Эстонию из-за войны или притеснений, что в течение четырех лет было проконсультировано 70% лиц, ходатайствующих об убежище, а также перечисляются относящиеся к делу достижения в области адвокации.

Если призыв сделать пожертвования оформлен в виде плакатов или рекламных клипов, что не дает возможности представить более подробную информацию, то

призыв должен по меньшей мере содержать ссылку на возможности найти дополнительную информацию.

Пожертвования, сделанные организациям, входящим в регистр НКО со льготами по подоходному налогу, можно вычесть из своего налогооблагаемого дохода. Для этого НКО должна знать личный код лица — в случае банковского перевода он как правило автоматически передается организации, однако в иных случаях НКО обязана информировать человека об этой возможности и запросить личный код. Соответствующая информация может располагаться возле призыва сделать пожертвование.

**2. При сборе пожертвований необходимо четко говорить, зачем собираются пожертвования и каковы ожидаемые результаты деятельности, проводимой с использованием пожертвованных средств.** Если пожертвования собираются для того, чтобы затем помогать нуждающимся, жертвующее деньги лицо имеет право предварительно узнать, насколько большая часть пожертвования пойдет на расходы, связанные со сбором и передачей пожертвований окончательному получателю.

Пожертвования можно собирать как для работы самой организации, так и для передачи кому-либо еще. Обе цели одинаково почетны, но жертвующее средства лицо до принятия решения имеет право знать, на что будут использованы его деньги.

Некоторые организации при этом сильно углубляются в детали. Например, сайт Детского фонда клиники Тартуского университета дает возможность выбрать 18 видов деятельности для поддержки. НКО приютов для животных рекламирует возможность стать виртуальным хозяином какого-нибудь животного и подчеркивает, что пожертвование в сумме 10 евро обеспечит животному еду на один месяц, за 16 евро можно чипировать питомца и т.д.

Зачастую, пожертвования являются одним из нескольких источников дохода организации. Но и в этом случае иногда можно сказать, на что будут потрачены пожертвования. Например, Эстонское общество дебатов сообщает,



что пожертвования используются для развития потенциала добровольцев при помощи поддержки их участия в турнирах, для заказа профильной литературы и т.п.

Как в Эстонии, так и за рубежом негативную реакцию часто вызывает вопрос постоянных расходов НКО (зарплаты, расходы на офис, связанные со сбором пожертвований расходы, как, например, реклама). Распространено мнение, согласно которому у НКО вообще не может быть таких расходов.

Нет единого правила, в какую сумму могут обходиться сбор пожертвований и другие расходы НКО. Дело НКО — следить за тем, чтобы их расходы были разумными, но при этом и просвещать лиц, жертвующих деньги, объясняя, почему эти расходы необходимы. Самореклама с использованием аргумента, что за счет пожертвований не платятся зарплаты, усугубляет мнение, согласно которому это нечто плохое, что некрасиво в отношении других организаций.

**З** **Для совершения пожертвования не оказывается давления. Собирающая пожертвования организация уважает право делающего пожертвования лица самостоятельно решать, хочет ли оно сделать пожертвование и в какой сумме, и если хочет, то надлежит ли опубликовать его имя, как благодетеля, или же нет.**

Пожертвование всегда является исключительно добровольным. Не нуждающийся в обоснованиях отказ сделать пожертвование — право каждого человека.

В прессе в связи с этой темой освещались прежде всего созданные при школах и регулярно собирающие среди родителей пожертвования целевые учреждения. Например, эти пожертвования идут на организацию досуга учеников и приобретение учебной экипировки. Оставляя за скобками юридический спор о том, является ли каждый конкретный случай дополнением к мероприятиям учебной программы или ее частью (в последнем случае встает вопрос равного и бесплатного доступа для всех), некоторые родители ощутили давление, когда их просили пожертвовать. Например,

они опасаются, что в случае отказа от пожертвования к ре-бенку в школе будут хуже относиться.

Во избежание подобного напряжения собирающему по-жертвования разумно лишний раз подчеркнуть, что пожерт-вования являются добровольными. Прежде всего это важно для тех случаев, когда для сбора пожертвования к человеку обращаются напрямую, будь то с ящиком для пожертвова-ний на улице, по телефону или в письменном виде.

Надлежит избегать эмоционального манипулирования, в т.ч. искажения или выборочной репрезентации фактов, в результате чего человек может в дальнейшем сожалеть о принятом решении сделать пожертвование. Хотя это может дать желанную сумму спрашивающему, в долго-срочной перспективе такое поведение наносит ущерб репутации благотворительности и усложняет работу тех, кто собирает пожертвования.

Безусловно недопустимы комментарии, в которых от-ветственность за сохранение или усугубление проблемы перекладывается на плечи человека, отказывающегося сделать пожертвование, или же комментарии в стиле «Неужели страдания детей оставляют вас совершенно безразличным?!» или «Вам правда жалко пару евро на благо своей родной школы?!».

Публикация имени человека, сделавшего пожертвова-ние, в годовом отчете и на сайте организации зачастую остается единственным способом его отблагодарить (например, если у организации нет контактных данных человека, сделавшего пожертвования). В интересах ор-ганизации предельно возможная прозрачность в части источников финансирования. К примеру, от тех же пар-тий публикацию имен сделавших пожертвования требу-ет и закон. В случае всех остальных организаций человек, сделавший пожертвование, может остаться анонимным и он не должен обосновывать это желание. В свою оче-редь, НКО имеет право решить, принимает ли она ано-нимные пожертвования или нет.

Во избежание неразберихи НКО может отметить на своем сайте в рубрике информации о пожертвовании, что

имена сделавших пожертвования, как правило, находятся в открытом доступе, однако, если человек не хочет публикации своего имени, он должен об этом сообщить. Как правило, не публикуется сумма поступившего пожертвования. Исключение составляют пожертвования в особо крупных размерах, однако, это нужно согласовать с человеком, сделавшим пожертвование.

**4. Собирая пожертвования в поддержку кого-то другого, следует уважать право нуждающегося в помощи на приватность. Информацию о нем нельзя публиковать без согласия нуждающегося в помощи. Особое внимание следует уделить защите прав детей.**

Зачастую сбору пожертвований способствует распространение истории нуждающегося в помощи в информационных каналах организации и прессе. Собирающий пожертвования должен обеспечить, чтобы страдания человека в тяжелой ситуации не увеличились из-за огласки, когда информация о его болезни или невозможности свести концы с концами выносятся на суд общественности. Это особенно важно, учитывая, что у таких людей, как правило, нет опыта общения с прессой и понимания возможных негативных сторон внимания со стороны общественности.

Например, по словам руководителя проекта Утиног ралли Рагнара Пыллукиви (организатор — Союз родителей больных раком детей Эстонии), Союз по возможности старается не афишировать нуждающиеся в помощи семьи через прессу. «Борьба с болезнью ребенка необычайно тяжела. Дополнительная нагрузка от прессы, пренебрежительные не имеющие отношения к делу комментарии, к примеру, об одежде ребенка — все это очень сильно западает в душу».

Также работающий с больными детьми благотворительный фонд «День моей мечты» постановил за правило для своих добровольцев сохранять конфиденциальность информации о семьях, которую волонтеры узнают в ходе своей работы. С семьей договариваются о том, какой

информацией — имя ребенка, резюме с мероприятия, фото-видео — можно поделиться с теми, кто поддержал фонд. На сайте никогда не публикуются фамилии детей и детали их болезней. На ознакомительных мероприятиях рассказывается о деятельности и влиянии фонда и мечтах детей в целом, а не о конкретных историях.

В случае интереса со стороны прессы собирающий пожертвования обязан обговорить с журналистами границы допустимого и следить за тем, чтобы их придерживались. Например, организовавшая для бездомных банные дни НКО «Соцзащита Олевисте» сталкивалась с тем, что хотя журналистов просили не снимать в парилке, все же нашлись те, кто это сделал.

**5. Собранные в качестве пожертвований деньги используются хозяйственно, целенаправленно и по назначению.** Если нет возможности использовать уже поступившее пожертвование, собирающая пожертвования организация оповещает об этом благодетеля и предлагает варианты для возвращения пожертвования или же договаривается по дальнейшему использованию пожертвования.

В конце года Союз НКО EMSL иногда получает письма от организаций, которые говорят, что некоторые средства из их (проектного) бюджета остались не использованными и во избежание возврата средств они хотели бы поскорее заказать какое-нибудь обучение или консультацию. Конечно, нет ничего плохого в стремлении образовывать свой коллектив и стремление организации с ограниченными ресурсами использовать подвернувшуюся возможность можно понять. Однако в собственном кошельке мы едва ли распорядились бы средствами схожим образом, тратя все до последнего цента к определенному дню.

Хозяйственное поведение как раз и подразумевает, что деньги благодетелей не тратятся расточительнее, чем собственные, скорее, наоборот.

Надо быть готовым и к тому, что иная кампания будет успешнее запланированной и соберет больше денег,

чем необходимо для достижения цели. Можно также пояснить, что собранные пожертвования невозможно использовать для той или иной цели (к примеру, нуждающийся в помощи умирает до начала лечения) или же это не целесообразно (появилась другая и лучшая возможность финансирования). Один из первых сборов пожертвований НКО «Улыбайся же» был предназначен для больного раком мальчика, и удалось собрать сумму, значительно превышающую запланированную. НКО решила пустить оставшиеся деньги на лечение другого ребенка, из-за чего возник конфликт с отцом использовавшегося в кампании мальчика, который считал, что все собранные деньги должны пойти их семье. Так же думала и часть людей, сделавших пожертвования.

В случае, если людей, сделавших пожертвования, мало, и их контактные данные известны, то можно посоветоваться с ними в свете новой информации.

Например, совет выпускников Раквереской реальной гимназии собирал пожертвования, чтобы поддержать поездку школьного театра на фестиваль в Россию. Позже выяснилось, что поездка отменяется из-за проблем с визами. Совет выпускников связался с каждым человеком, сделавшим пожертвование, и все согласились с тем, что их пожертвование может покрыть расходы школьного театра в дальнейшем.

В случае обширных кампаний полезно не ставить слишком узкие цели (например, собирать пожертвования не для одного ребенка, а для помощи детям, болеющим той же болезнью, хотя последнее может не вызвать такую же эмоциональную ответную реакцию) или заранее оповещать сделавших пожертвования о возможностях быть в курсе использования сделанного пожертвования (в т.ч. в части возможных необходимых изменений в планах). Проще всего призывать людей следить за деятельностью организации при помощи канала в соцсетях, сайта и/или новостной рассылки. В случае особо крупных мероприятий может быть уместным оповещение общественности при помощи прессы.

Пожалуй, сложно найти юридическое обоснование для

того, чтобы запросить назад уже сделанное пожертвование. Однако если сделавший пожертвование чувствует себя разочарованным, разумно и достойно вернуть ему средства, вместо того чтобы вступать в публичный спор. Например, Целевое учреждение Ааду Луукаса вернуло Swedbank по требованию последнего пожертвование в объеме 5000 евро, потому что банк был недоволен решением фонда присвоить ежегодный титул человека миссии ЦУ «В защиту семьи и традиции».

**6. Собирающий пожертвования выполняет данные сделавшим пожертвования людям обещания как по использованию пожертвования, так и по оповещению об этом. Об использовании пожертвования и о достигнутых при помощи пожертвования результатах отчитываются на сайте и, по возможности, напрямую перед человеком, сделавшим пожертвование.**

Если сделавшему пожертвование было сказано, что вся сумма пойдет напрямую нуждающемуся в помощи и ничего больше не будет делаться на эти деньги — именно так и надлежит поступать (исключение составляют приведенные в предыдущем пункте обстоятельства). Если вы обещали предоставить сделавшим пожертвование людям информацию о том, каких результатов вы достигли при использовании пожертвования, нельзя отказываться от этого под предлогом занятости с новыми проектами и новыми благодетелями.

Разумно заранее продумать, какие обещания даются человеку, делающему пожертвование. Следует избегать расплывчатых формулировок («будем держать вас в курсе», «будем использовать пожертвования лишь на благо нуждающихся в помощи»), которые люди могут по-разному истолковать и потому в дальнейшем разочароваться.

Рассказывая о достигнутом при помощи пожертвований, лучшие НКО не ограничиваются лишь только перечислением непосредственных результатов (например, собранная сумма и число купленных на нее вещей или оказанных услуг или т.п.), а стараются максимально подчеркнуть и доказать при помощи цифр долгосрочное

влияние, а также проанализировать полученный опыт. Таким образом воспитывается и требовательность делающего пожертвования к деятельности НКО.

Общение заметно упрощает наличие в распоряжении НКО контактных данных сделавшего пожертвование человека, прежде всего – адрес эл. почты. Это позволит держать их в курсе (с разумной регулярностью) деятельности организации, в т.ч. по использованию их пожертвования (по данным опроса Etoг от 2013 г., в этом заинтересованы 2/3 людей, сделавших пожертвования, но получила ее лишь примерно 1/4), что создает благоприятную почву и для будущих пожертвований.

Для тех людей, чьи контактные данные невозможно заполнить, подобная информация публикуется на сайте НКО.

## Как присоединиться к доброй традиции?

1. Прочитай внимательно – желательно вместе с коллегами – принципы доброй традиции и подумай, отвечает ли им деятельность твоей НКО. Если не отвечает, то начни с необходимых изменений в своей деятельности.
2. Сообщи о своем желании присоединиться к доброй традиции координатору сети из Союза НКО EMSL ([info@heakodanik.ee](mailto:info@heakodanik.ee); по этому же адресу обращайся с возникшими вопросами). Твой адрес будет добавлен в рассылку, при помощи которой ты узнаешь о деятельности сети: например, о дискуссиях и тренингах.
3. Добавь на свой сайт ссылку на добрую традицию ([www.heakodanik.ee/annetamine](http://www.heakodanik.ee/annetamine)) и скачай логотип «Хорошего сборщика пожертвований» ([www.heakodanik.ee/logod](http://www.heakodanik.ee/logod)). Можешь использовать его на своем сайте, мероприятиях и публикациях, чтобы потенциальные благодетели знали, что ты отвечаешь условиям доброй традиции.

**Подробнее:**  
[www.heakodanik.ee/annetamine](http://www.heakodanik.ee/annetamine)

**Дополнительная информация:**  
[info@heakodanik.ee](mailto:info@heakodanik.ee)

**EMSL**

Vabariiklaste liit

Составитель: Урмо Кюбар

Распространение доброй традиции сбора  
пожертвований поддерживает  
Целевой капитал гражданского общества



SISEMINISTEERIUM



KÜSK

Kodanikuühiskonna  
Sihtkapital

---

KODANIKUÜHISKONNA TOETUSEKS