

**Круглый стол «Информационная прозрачность третьего сектора»
27 января, 2015**

Основные тезисы:

Планируемые исследования в 2015-2016 гг.

WTC

- Исследование частных благотворительных фондов, подготовка бизнес - и образовательных кейсов
- Исследование семейных офисов и других сервис-провайдеров, обслуживающих частные капиталы

Русфонд

- Рейтинг благотворительности регионов
- Русфонд Навигатор

CAF Россия

- World Giving Index
- Сострадание и спонтанность
- Coutts: Миллионы на благо
- Исследование благотворительной деятельности банков

Клуб волонтеров СКОЛКОВО

- Хотели бы увидеть исследования по направлениям некоммерческого сектора, понять, какие из них требуют наибольшей помощи

Фонд фондов

- Хотели бы изучить готовность доноров работать на фонды pro-bono; готовность людей переходить из коммерческого сектора в некоммерческий

Форум доноров (не присутствовали)

- Барометр кризиса
- Ежегодный доклад о состоянии и развитии донорских организаций в России

Обозначенные проблемы и потребности в сфере информационного предложения о некоммерческом секторе

- Проблема доступа к данным о фондах
- Необходимость более тесного сотрудничества с Минюстом
- Необходимость повышения качества данных и удобства их использования
- Необходимо исследовать и обозначить возможности сотрудничества с проектом «Открытые данные»
- Необходима общая аналитика по сектору в целом
- Желательна сравнительная аналитика НКО по специфическим сферам деятельности
- Необходимо выстраивать диалог между донорами и НКО
- Необходима саморегулируемая конструкция и лидерство

- Необходимо сделать мэппинг отрасли и определить, что такое прозрачность для разных целевых аудиторий
- Идея провести конкурс на лучшее исследование по 3-му сектору

«Прозрачность»

- Как сформировать рынок прозрачности? Кому она нужна: государство, сотрудники, доноры и т.п.?
- Главные вопросы: аудитория; ее цели; в каком формате должна быть представлена информация?
- На что смотрят люди, выбирая фонд: на репутацию и известность или на прозрачность?
- “Прозрачность дорога и рискованна”

Ключевые моменты при создании «навигатора» по отрасли

- К чему готов, а к чему не готов рынок?
- Как мотивировать НКО: пряник или кнут? Каковы преимущества самораскрытия и минусы неразглашения информации?
- Возможен ли сбор информации без участия НКО?
- Кто целевая аудитория «навигатора»?
- Рекомендовано провести маркетинговое исследование (к чему рынок готов, к чему не готов, какую информацию готовы предоставлять, и какая информация нужна; нужно ли это самим НКО и донорам; готовы ли раскрывать информацию)
- «Навигатор» должен предоставлять информацию, но не создавать рейтинги
- Есть риск, что крупные игроки некоммерческого сектора не будут предоставлять свои данные, что приведет к неполноте информации и меньшей значимости «навигатора»
- Необходимо принимать во внимание стремительное изменение технологий (пример – краудфандинг), чтобы не остаться заложником старой парадигмы
- Необходимость пилотного проекта
- Ключевой момент - капитализация платформы
- Готов ли российский некоммерческий сектор платить за анализ и штамп «доверия» (на примере Центрального германского института по социальным вопросам)?

Возможные источники финансирования информационной платформы

- Корпоративные доноры
- Частные лица
- Частные фонды

Следующие шаги по созданию информационной платформы

- Сформировать инициативную рабочую группу
- Привлечь в рабочую группу профессиональных аудиторов

- Подключиться к инициативе бизнес-сообщества по разработке схожей платформы
- Необходимо мониторить ситуацию с реестром НКО
- Провести круглый стол для НКО на тему сотрудничества с «Открытыми данными»

По итогам круглого стола была сформирована рабочая группа с целью создания реализуемых решений для усиления прозрачности в некоммерческом секторе.

Если Вы хотите присоединиться к рабочей группе, или у Вас есть идеи и предложения по данной теме, пожалуйста, пишите по адресу: wts@skolkovo.ru