

Как да изберете организация, на която да дарите

Има много добри организации - този кратък наръчник ще да ви помогне да се уверите, че дарявате за каузи, които най-много заслужават.

От Мери Ярисон

(откъси)

Базираната в Сан Диего организация „Невидимите деца” разпространи 30-минутно видео, озаглавено „Кони 2012” (*Kony 2012*). Само за първата седмица от излъчването си в YouTube то събра почти 112 милиона гледания, което накара списание „Тайм” да го определи като най-бързо разпространилото се видео за всички времена.

Видеото запознава зрителите с африканския военен диктатор Джоузеф Кони и показва опустошението, което неговата Армия на съпротивата е причинила на жителите на Уганда от края на 80-те години на XX век насам. То описва убийства, мъчения, осакатявания и хващане в пленничество на десетки хиляди деца, които са използвани като войници или сексуални роби. Тактиката на Кони е ужасяваща - това никога не е било поставяно под съмнение - и видеото „удря” по най-чувствителните струни на човешката душа.

Милиони американци незабавно подкрепят „Невидимите деца” в тяхната мисия Кони да бъде заловен до края на 2012 години. Те купуват тениски и гривни, правят дарения и се чувстват горди, че допринасят за прекратяването на такава неправда и насилие. Но само няколко дни след пускането на видеото се разбират някои съмнителни неща за финансите на „Невидимите деца” - че само 37 % от средствата им са предназначени за помощ в Африка, а останалите се харчат за такива неща като заплати за близо 150-те служители на организацията, пътувания и производство на филми.

Творческият директор на „Невидимите деца” - Джедида Дженкинс, казва в едно интервю: „Истината за „Невидимите деца” е, че ние не сме организация, която предоставя помощ и нямаме намерение да бъдем такава”. В допълнение вестниците в страната публикуват информация, че Кони от години не оперира от Уганда. И изведнъж донорите се чувстват измамени, защото не са знаели цялата истина. Въпреки че може би много хора са щели да направят дарение на „Невидимите деца” независимо от това обстоятелство, според експертите те е нямало да го направят

незабавно, когато емоциите са взели връх над разума. Няколко прости стъпки са щели да им дадат възможност да направят по-информиран избор как и къде да дарят.

Стъпка 1: Изберете си проблем, който е близък до вас

Барбара Харман оглавява семейната фондация Харман и редактира „Филантропски каталог: по-добър Вашингтон“, годишник, който описва и препоръчва около 70 благотворителни организации. Тя казва, че първата крачка да станеш ангажиран донор е да се запиташ от какво се интересуваш. Независимо дали човек дарява около празниците или за първи път, хората стават последователни дарители и се чувстват по-горди от даренията си, когато те допринасят за инициатива, която чувстват важна. „Аз мога да направя малко непланирано дарение, ако някой приятел ме помоли, казва Харман. - Но не се чувствам ангажирана, докато наистина не се идентифицирам с организацията“.

Робърт Загорски, който доброволчества няколко пъти седмично и в последните години е направил дарения на повече от 60 групи, предлага да изберете няколко каузи, които наистина са ви присърце. За него такива са темите за глада и бездомността, образованието и животните. Загорски е избрал около 15 местни групи, които подкрепя. И въпреки че постоянно ги оценява и добавя нови организации, той казва, че никога няма да се откаже да подпомага някоя от основните организации, които е избрал - „В никакъв случай, защото ме е грижа за проблема и знам какво въздействие има моята подкрепа“.

Стъпка 2: Решете дали искате да дарявате на местно или на глобално ниво

Мненията кога се постига по-голямо въздействие - като се дарява за малка местна или за голяма национална организация - варират в голяма степен. Краткият отговор е, че и двете си заслужават и всичко зависи от това какъв проблем искате да решите.

От една страна международните организации помагат на хората по света, които са в крайна нужда, и в някаква степен разпространяват доброто от името на Съединените щати. Американският Червен кръст например помага за намаляване на последствията от глобалните бедствия, изпращайки служители и доброволци, когато настъпят големи трагедии. След земетресението през 2011 и цунамито, което удари Япония, Американският Червен кръст, който е базиран във Вашингтон, предостави повече от

240 милиона долара за покриване на най-належащите нужди, предоставяйки временни домове, уреди и други неща от първа необходимост.

Имайте предвид обаче, че много често след бедствие се появяват много нови организации. След земетресението и цунамито Гари Алмонд, регионален президент на „Better Business Bureau”, каза в свое изявление: „За съжаление отново и отново виждаме как измамници ще се опитат да се възползват от щедростта на обществото след бедствията. Затова е много важно да отделите време и да направите проучване преди да дарявате средства за помощи след бедствията”. Винаги бъдете внимателни с групи, които да били създадени много бързо за подпомагане на определена нужда.

Помощите след бедствия не са единствената област, в която даряването на голяма и добре позната институция е по-добрият избор - в много случаи големината на организацията е най-силната ѝ страна. Наличието на финансова сигурност и на голяма мрежа от служители и доброволци позволява на големите благотворителни организации да решават системни проблеми - всичко от епидемии до лоши пътища и инфраструктура - ефективно. Базираната във Вашингтон Фондация на Обединените нации организира кампания, наречена „Само мрежи”, и от 2006 година насам е предоставила на семейства в Африка повече от 6.5 милиона мрежи за легла, третирани срещу насекоми. Тези мрежи могат да намалят маларията с 90 на сто.

Едно от слабите места на този вид дарителство е, че не можете да видите въздействието на вашето дарение у дома. И в самия Вашингтон има много бедност и болести, а вие може да искате да помогнете на някого във вашата общност да избегне глада, да научи английски език или да повиши трудовите си умения. Може да искате да облагородите изоставен район, покрай който минавате всеки ден или да помогнете с почистването на брега на Чесапийк.

Стъпка 3: Онлайн проучване

След като вече сте решили кой проблем ви е най-присърце и сте избрали обхвата на организацията, която искате да подкрепяте, има три интернет страници, които могат да ви помогнат да задълбочите и стесните избора си.

Charity Navigator (charitynavigator.org), която стартира преди 10 години от екип от двама съпрузи, използвали за модел фирмата за инвестиционни проучвания „Морнингстар”, е отлична първа стъпка. Неговата функция за търсене изкарва

списъци на организации, подбрани по различни критерии. Можете да филтрирате по категории като „изкуство/култура/общество”, „околна среда” или „здраве”, или по обхват или обем на работа (регионален, национален, международен).

Независимо от ограниченията на сайта, един инструмент е особено полезен - възможността потенциалните донори да сравняват финансовите данни на до пет организации едновременно. Този инструмент проучва данни като общи приходи и разходи, процент от приходите, използвани за програмни и административни разходи, дали организацията има независимо избран борд и независимо одитирани финанси. Всички тези критерии могат да бъдат използвани за определяне на финансовото състояние на организацията и дават на донорите добра представа какво да гледат в организациите, които не са представени на страницата.

Друго място, което си заслужава да проверите, е GuideStar (guidestar.org). Тя ви дава поглед върху формуляр 990¹, който някои организации, освободени от федерални данъци, трябва да попълват. Барбара Харман препоръчва да сравните формуляр 990 за няколко години, тъй като така можете да видите тенденции, които биха ви убягнали, ако гледате само една година.

Например, ако една организация прави основна промяна на нейната база-данни и интернет страница, привлича консултант, който да преработи програмите ѝ и заедно с това обновява офисното си оборудване, може да има драстично големи общи и административни разходи за съответната година, в сравнение с други години. Ако гледате данните за три или четири години, такива аномалии биха се изяснили.

Накрая, групата за наблюдение CharityWatch (charitywatch.org) може ви даде полезни насоки и информация, които да подпомогнат проучването ви. Богатата им колекция от статии предлага много информация - там можете да намерите отговорите на общи въпроси, включително какъв процент от приходите си една организация трябва да задели за общи и административни разходи като заплати, режимни и фондонабиране. Според Charity Watch правилният отговор е „не повече от 25%”.

¹ Бел. преводача – Формуляр 990 е документ, който трябва да попълват нестопанските организации в САЩ, които са освободени от данъчно облагане. Официалното му име е „Return of Organization Exempt From Income Tax” и има няколко варианта в зависимост от големината и типа организация.

Стъпка 4: Наблюдавайте за червени зони

За да бъдат дългосрочно устойчиви, нестопанските организации трябва да отговарят на много от изискванията за бизнес организации, като например да имат различни източници на приходи и добри одитни политики.

За да бъде включена във „Филантропския каталог“, една организация трябва да предостави информация за най-големите си донори и да обясни различни неща, които изглеждат необичайно. Някои от „червените зони“, за които групата Харман следи, са:

- Прекомерни заплати, като например заплата на изпълнителния директор, която изразходва 15 % от бюджета на организацията;
- План за приходи или разходи, който много се различава от бюджета за предходната година, индикирайки лоши бюджетни практики или нереалистични очаквания;
- Значителен дефицит;
- Част от членовете на управителния съвет не правят редовни дарения. Вие не искате хора, които стоят в борда, само за да изглежда това добре в биографията им. Ако някой се интересува от дадена организация до степен да се включи в нейния управителен съвет, той или тя би трябвало да е достатъчно загрижен, за да дарява средства на тази организация;
- Недиверсифицирани приходоизточници.

Експертите определят като друг предупредителен знак, ако организацията иска пари в брой - тя трябва да се стреми документацията ѝ да е проследима и чиста, което означава, че парите в брой не са добра идея. Чек или кредитна карта се считат за най-добрият начин за правене на дарение.

Стъпка 5: Обадете се или посетете своите избраници

Всяка филантропска организация има екип или доброволци, които могат да разговарят с вас за нейните цели и как ги постигат. Тези хора би трябвало да могат да обсъждат

програмите в детайли и по информиран начин и да обясняват как хората в нужда имат достъп до тях.

Въпроси, които можете да им задавате, са: Какви нужди или проблеми се опитва да реши вашата организация? Как го прави? Защо е избрала да го прави по този начин? Как измерва ефекта от дейността си? Какви са пречките, с които се сблъсква? От каква помощ се нуждае?

„Много често срещаме хора, които са избрали една организация, защото съдържа думата ”рак” в името си и мислят, че тя прави проучвания по темата”, казва Сандра Миниути, вицепрезидент маркетинг и финансов директор на Charity Navigator. „Но ако тя всъщност прави застъпничество или финансово подпомага пациентските грижи, тези хора няма да са получили това, което са искали, дори и ако организацията е много добра в това, което прави.”

Ако потърсите допълнителна информация и имате повече време, много организации, особено по-малките, ще се срещнат с вас или ще ви разведат из техните офиси или центрове. Още по-добре ще бъде, ако можете да отделите един ден за доброволческа дейност при тях. Може би няма по-добър начин да прецените дали една организация се управлява добре от това да придобиете практически опит от дейността ѝ.

Стъпка 6: Започнете отрано

Основното проучване на една организация е много работа. За да го направите добре, ви е необходимо време. А няколко дни преди края на годината - когато много офиси са затворени или работят с намален капацитет - едва ли ще са достатъчни.

„Това може да се отложи. Дори и да планирате да го направите около Деня на благодарността, изведнъж става края на декември”, казва Харман. „Ако дарявате на 31 декември, колко задълбочени можете да бъдете?”

Статията е публикувана през декември 2012 г. в „The Washingtonian”.

Източник: <http://www.washingtonian.com/articles/work-education/how-to-choose-the-right-charity-to-get-your-donation/>