

Сфера профессиональной благотворительности в России и роль крупных филантропов в ней

—
Диалог владельцев частных капиталов, НКО, бизнеса и государства
в поиске общих целей и ценностей

Приветствие

Коллеги,

в марте 2022 года стартовал партнерский проект объединенной команды компаний **Sber Private Banking, Philin Philgood** и **Frank RG** по исследованию сферы благотворительности и роли крупных филантропов в ней. Этот проект был бы невозможен без тесной кооперации между всеми участниками исследования — банками, некоммерческими организациями, филантропами, экспертами.

Наша объединенная команда была рада внести свой вклад в исследование этой важной темы. Мы верим, что данные помогают принимать решения, полезные для всех участников сферы, позволяют увидеть преимущества, проблемы, возможности. На наш взгляд, среди важных задач, стоящих перед участниками сферы на ближайший год, — повышение осведомленности общества о профессиональной благотворительности в целом и рост уровня взаимного доверия между участниками сферы. Мы надеемся, что прозрачность, достоверность и доступность информации в данном исследовании будет способствовать решению этих задач.

Команда Sber Private Banking



Евгения Тюрикова
Глава Sber Private Banking



Юлия Ульянова
Руководитель направлений
Наследование и Филантропия



Ирина Куконкова
Руководитель по
коммуникационной политике



Регина Мамкина
Руководитель направления



Никита Варлахин
Менеджер направлений
Наследование и Филантропия

Команда Philin Philgood



Евгения Белотелова
Управляющий партнер



Евгений Фонталин
Управляющий партнер



Анастасия Бондарь
Руководитель проекта



Екатерина Кузнецова
Аналитик

Команда Frank RG



Юрий Грибанов
Генеральный директор Frank RG



Анастасия Кудрякова
Старший проектный лидер



Юлия Бабенкова
Аналитик



Даниил Тимошин
Младший аналитик

Благодарности (1/3)

Мы благодарим некоммерческие организации за открытость, партнерский подход и участие в исследовании в качестве экспертов

БФ CSS	БФ «Галчонок»	ФЦК школы «Летово»	БФ «Солнечный город»
БФ «Абсолют-Помощь»	БФ «География Добра»	БФ «Линия Жизни»	БФ «Старость в радость»
МОО «Аистенок»	Фонд поддержки современного театра	МБОО «Ночлежка»	МОО «Старшие Братья Старшие Сестры»
БФ «АиФ. Доброе сердце»	БФ «Даунсайд Ап»	БФ «Нужна помощь»	БФ «Фонд борьбы с лейкемией»
БФ «Антон тут рядом»	Фонд «Дедморозим»	Фонд помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца»	АНО «Физическая реабилитация»
БФ «Арифметика Добра»	БФ «Дети Марии»	БФ помощи взрослым онкобольным «Огромное Сердце» Ольги Сергеенко	БФ «Дальше»
БФ поддержки деятелей искусства «Артист»	БФ «Добрый город Петербург»	БФ «Подари жизнь»	БФ Владимира Потанина
БФ «Берегиня»	БФ «Друзья»	БФ «Подарок Ангелу»	БФ Константина Хабенского
БФ содействия образованию детей-сирот «Большая Перемена»	БФ «Живи сейчас»	БФ «Подсолнух»	ФЦК «МИСиС»
БФ «Дети-бабочки»	БФ помощи взрослым «Живой»	БФ «Помощь рядом»	РБОО Центр лечебной педагогики «Особое детство»
БФ «Бюро Добрых Дел»	БФ «Жизненный путь»	БФ «Правмир»	АНО «Школа практической онкологии» им. Андрея Павленко
БФ помощи хосписам «Вера»	БФ «Жизнь как чудо»	БФ «Путевка в жизнь»	БФ «Школы мира»
БФ «ВТБ-Страна»	БФ помощи детям-сиротам «Здесь и сейчас»	БФ «Рауль»	БФ «Я есть!»
БФ помощи людям в сложной жизненной ситуации «Второе дыхание»	АНО «Квартал Луи»	БФ «Фонд поддержки слепоглухих «Со-единение»	
	БФ «Клуб добряков»		

Благодарности (2/3)

Мы благодарим филантропов за открытость, партнерский подход и участие в исследовании в качестве экспертов

Юрия Алашеева

Аркадия Столпнера

Рубена Варданяна

Евгению Тюрикову

Сергея Дашкова

Юрия Ускова

Дмитрия Сааву

Ростислава Шатенка

Владимира Смирнова

Вячеслава Шуленина

Благодарности (3/3)

Мы благодарим команды банков за открытость, готовность делиться данными и участие в исследовании в качестве экспертов

команду **Азиатско-Тихоокеанского банка:**

- советника председателя правления Александра Рукавишникава,
- начальника отдела исследований Елену Жаркову,
- руководителя управления стратегического маркетинга и исследований Екатерину Курылеву;

команду **Альфа-Банка:**

- руководителя отдела бренда и благотворительности Кристину Вдовину,
- руководителя направления благотворительности Анастасию Глухову,
- начальника управления исследований и аналитики Ольгу Сироткину,
- главного эксперта по маркетинговым исследованиям Светлану Музалеву,
- руководителя направления по информационной политике Наталью Заславскую;

команду **Локо-Банка:**

- вице-президента банка Евгению Бесчастных;

команду **МТС Банка:**

- руководителя пресс-центра Луизу Ярочевскую,
- руководителя программ по устойчивому развитию и ESG Анастасию Григорьеву;

команду **Райффайзенбанка:**

- Head of PR Максима Селиванова,
- Head of Client Relationship Ольгу Павлову,
- руководителя группы внутренних коммуникаций и КСО Дарью Здерихину,
- Product analyst Happiness&Monetization Division Елену Ким;

команду **Росбанка:**

- Product Owner, аналитического CRM Анну Грачеву,
- руководителя направления устойчивого развития Екатерину Плужник;

команду **СберБанка:**

- руководителя направления «Благотворительный сервис Вместе» Елену Шлегель, Дивизион «Особенные решения»,
- руководителя направления по аналитике данных Анну Садовую, Дивизион «Корпоративные клиенты 360»,
- аналитика данных Ярослава Кутузова, Дивизион «Корпоративные клиенты 360»,
- руководителя направления Алексея Ковалева, Дивизион «Особенные решения»,
- ведущего инженера по разработке Карину Бездетнову, Дивизион «Особенные решения»;

команду **Тинькофф:**

- Head of Private Banking Илью Опренко,
- ESG Coordinator Ольгу Рехлясову,
- Head of Sustainability Татьяну Полякову,
- PR Tinkoff Private Verу Орлову;



команду **Банка Уралсиб:**

- руководителя службы внешних коммуникаций Ирину Волину,
- руководителя дирекции сопровождения премиального и частного банка Евгению Шмидт.

Содержание

Источники данных [[стр. 7](#)]

Основные выводы [[стр. 9](#)]

Сфера профессиональной благотворительности в России [[стр. 13](#)]

Роль крупных филантропов в благотворительности [[стр. 30](#)]

- Крупные филантропы в мире [[стр. 30](#)]
- Крупные филантропы в России [[стр. 54](#)]
- Как НКО взаимодействуют с крупными филантропами [[стр. 71](#)]

Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность бизнеса [[стр. 78](#)]

- Корпоративная социальная ответственность бизнеса в России [[стр. 78](#)]
- Роли банка в сфере профессиональной благотворительности [[стр. 89](#)]

Сфера профессиональной благотворительности в разных странах [[стр. 95](#)]

- США [[стр. 98](#)]
- КНР [[стр. 104](#)]
- Индия [[стр. 107](#)]
- Австралия [[стр. 110](#)]
- Норвегия [[стр. 113](#)]
- Бразилия [[стр. 116](#)]

Сценарии развития сферы профессиональной благотворительности в России [[стр. 119](#)]

Приложение. Методика исследования и результаты опроса [[стр. 129](#)]

1 Источники данных

Источники данных



10

филантропов приняли участие в интервью

1250

респондентов приняли участие в опросе



10

банков приняли участие в интервью

6

банков приняли участие в бенчмарк-исследовании



41

НКО приняли участие в интервью

37

НКО приняли участие в бенчмарк-исследовании

В список участников интервью вошли 2 UHNWI, 6 HNWI, 2 владельца бизнеса, топ-менеджера.

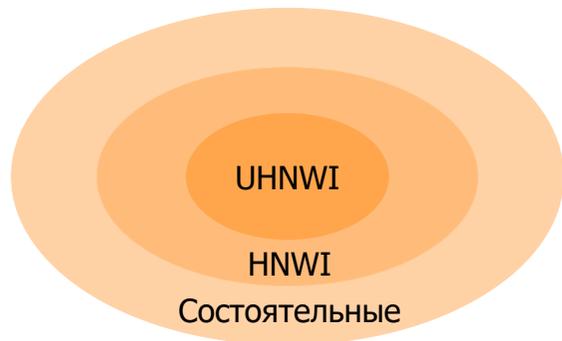
Во всероссийском панельном опросе приняли участие респонденты разного уровня достатка, в том числе клиенты private и premium banking российских банков с капиталом от 6 млн руб.

Банки-участники исследования — крупнейшие российские банки из топ-50 по объему транзакций клиентов.

В исследовании приняли участие 8 частных и корпоративных фондов, 33 фандрайзинговых фонда:

- 4 частных фонда
- 4 корпоративных фонда
- 2 фонда целевого капитала
- 6 АНО, БО, ОО с оборотом более 10 млн
- 20 федеральных фандрайзинговых фондов
- 5 региональных фандрайзинговых фондов

Филантропы



Основные определения:

UHNWI-филантропы — люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом от 30 млн долларов США, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

HNWI-филантропы — люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом от 1 млн долларов США, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

Состоятельные филантропы — люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом от 6 млн рублей, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

Бизнесмены — владельцы крупного бизнеса и топ-менеджеры крупных компаний, принявшие участие в интервью.

2 Основные выводы

Основные выводы исследования (1/2)

Россия

- В России средства, направленные на благотворительность и корпоративную социальную ответственность, в 2021 году составили 380 млрд руб., из которых пожертвования частных лиц — это 74–94 млрд рублей. Около 37% всех пожертвований частных лиц составляют пожертвования HNWI-благотворителей с капиталом от \$1 млн. Кроме этого объема помощи часть средств компаний и частных лиц для реализации проектов в сфере благотворительности и социальной помощи направляется также в фонды целевого капитала, капитал которых на конец 2021 года составлял 54 млрд руб.
- Среди основных участников сферы профессиональной благотворительности в России — НКО, государство, компании, частные лица. Чтобы реализовывать долгосрочные системные проекты, НКО необходима системная поддержка якорного донора. Доноры с разовым пожертвованием от 1 млн руб. предоставляют не менее 20% финансирования для НКО.

Филантропы — владельцы крупных капиталов

- **С ростом капитала растет вовлечение в филантропическую активность** и размер средств, направляемый частными лицами на благотворительность.
- Для состоятельных филантропов в России характерно **сочетание различных видов помощи** некоммерческим организациям, от создания собственных фондов и структур и перечисления средств напрямую в НКО и до экспертной поддержки организаций, менторства. Для них важна эмоциональная сопричастность, ощущение пользы от реализуемых инициатив.
- При планировании своей благотворительной деятельности состоятельные **филантропы руководствуются прежде всего тактикой, а не стратегией**. О стратегии задумываются те, кого волнует тема наследия. В настоящий момент запрос на стратегию постепенно формируется в кругу филантропов, как и запрос на площадку для обмена опытом филантропической деятельности.
- У состоятельных филантропов существует определенное **отрицательное отношение к словам «филантроп» и «благотворительность»**, которые имеют негативный оттенок чего-то «одноразового», «несознательного», «донорства». В то время как большинство опрошенных филантропов предпочитает осознанный подход к вложению своих средств в социальные проекты и отрицательно относится к тому, чтобы их называли донорами, меценатами или благотворителями.
- При выборе НКО для поддержки для состоятельных филантропов первостепенную роль играют абсолютная прозрачность организации и **уверенность в том, что их деньги эффективно сэботают**, приведут к значимым изменениям в обществе. Также для них важны доверие команде НКО и устойчивость, системность проектов, которые она реализует.
- Ожидания филантропов от НКО заключаются прежде всего в росте профессионализма сектора, бизнес-подходе при планировании и реализации проектов, **выстраивании взаимоотношений на принципах партнерства**, этичной и грамотной коммуникации.

Основные выводы исследования (2/2)

Россия

НКО

- При том что состоятельные филантропы играют важную роль в жизни фондов, по-прежнему **нет четких критериев для сегментации состоятельных доноров**, принципов и правил работы с ними. Лишь немногие НКО выстраивают системную работу с этой категорией своих сторонников, рассматривая их как партнеров и стараясь вовлекать в деятельность организации.
- Главными **каналами привлечения состоятельных филантропов** для НКО являются личные связи учредителей и членов попечительского совета либо руководства НКО, а также рекомендации других филантропов, которые их поддерживают. НКО по-прежнему испытывают сложности с тем, чтобы расширять эту категорию своих сторонников, и рассчитывают на содействие бизнеса, банков, у которых есть необходимые связи и опыт.
- Поддержка состоятельных филантропов крайне важна для **НКО, которые реализуют долгосрочные, системные проекты**, а также вкладываются в развитие организации. Вложения в команду и инфраструктуру организаций являются базисом для роста и профессионализации некоммерческого сектора, и зачастую именно состоятельные филантропы охотнее откликаются на такие потребности НКО, на своем опыте понимая их важность.

КСО

- Несмотря на близкие глобальные цели, которые лежат в основе корпоративной социальной ответственности бизнеса и благотворительности, между ними существует различие, связанное с большей системностью и измеримостью результатов политики КСО, а также ее неотъемлемой связью с бизнес-эффектами. КСО опирается на цели устойчивого развития ООН, которые применяются странами по всему миру и адаптируются под локальные особенности, как например, указ Президента РФ от 21 июля 2020 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Несмотря на имеющуюся политику и стандарты в отношении КСО в российских компаниях, малая часть сотрудников указывает на их наличие и только часть топ-менеджеров пользуется возможностью влиять на объемы корпоративной благотворительности.

Банки

- Банки, в отличие от других компаний, находятся в уникальной позиции. Как участник финансовой системы, банк обеспечивает проведение переводов: доноры переводят средства на счета фондов, фонды оплачивают услуги и покупают товары для своих подопечных. Как компания, банк следует политикам корпоративной социальной ответственности бизнеса. Банк, занимаясь благотворительными проектами, выстраивает доверительные отношения с обществом, вовлекает сотрудников и клиентов в благотворительность и помогает как партнер, строя сообщества владельцев капиталов для обмена экспертизой и опытом.

Основные выводы исследования (3/3)

Мир

- Неравенство между доходами самых богатых и самых бедных увеличивается по всему миру, тогда как средние размеры капиталов самых богатых людей по всем странам становятся ближе. Это порождает необходимость в перераспределении ресурсов между населением и активную помощь нуждающимся в ней. Свой вклад в исполнение этой важной задачи, с которой в полной мере не успевают справляться государственные системы, вносит наиболее ответственная часть населения, участвуя в благотворительности.
- По оценкам Credit Suisse, на конец 2020 года в мире насчитывалось 208 тыс. человек с состоянием более \$30 млн. Общая сумма их пожертвований составила \$175 млрд или \$590 000 на человека, это менее 0,5% от капитала таких клиентов. Доля пожертвований UHNWI-филантропов составляет 23% от всех мировых расходов на благотворительность. В основном состоятельные филантропы в мире жертвуют на образование, искусство и культуру, в меньшей степени на здравоохранение. Основной причиной заниматься благотворительностью для состоятельных филантропов в мире является возможность вдохновить других.
- Сфера профессиональной благотворительности является очень чувствительной с точки зрения репутации. Остро встает вопрос взаимного доверия между донорами и фондами. Доверие населения к фондам восстанавливается медленно, и государства разных стран стремятся к прозрачности в сфере благотворительности, одновременно избегая усложнения деятельности самих НКО.
- В мире с развитием инноваций, усложнением финансовых систем и способов инвестирования развивается вариативность оказания помощи. Появляется криптофилантропия, не привязанная к фиатным деньгам. Активно развивается локальная филантропия, привязанная к помощи местным сообществам; оказание помощи НКО не для адресной поддержки определенных групп, а для поддержки функционирования самих НКО, деятельность которых направлена на комплексное решение проблем.

3 Сфера профессиональной благотворительности в России

От подаяния начала 10 века к профессиональной благотворительности

Историческое развитие сферы благотворительности в России

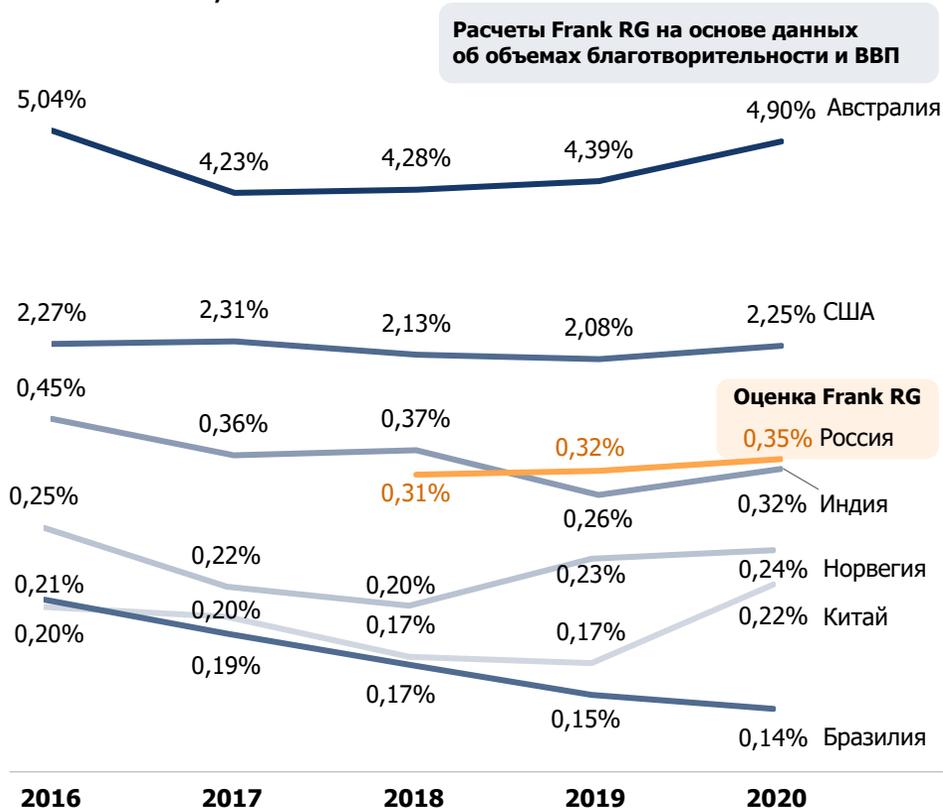


Благотворительность в России имеет богатую историю и существует уже более 1000 лет. За все это время она претерпела множество реформ, полное исчезновение в ходе Гражданской войны 1917 года, возрождение в середине 90-х годов. Серьезные изменения произошли в результате влияния кризисов 1998, 2008 и 2014 годов, которые пресекли серьезный рост данной сферы, но сделали ее более устойчивой.

В условиях 2022 года благотворительным фондам приходится приспосабливаться под стремительно меняющиеся условия: сокращение иностранного финансирования, уход платежных систем сокращают возможности для роста фандрайзинга.

Объемы средств, направляемые на благотворительность, растут как в денежном выражении, так и в доле от ВВП во многих странах

Доля благотворительности в ВВП стран (за исключением средств, направляемых благотворительным НКО государством), **2016–2020 гг., %***



Благотворительность в России не так развита, как в США и Австралии:

- Китай значительно отстает не только от США, но и от Индии и Австралии, как по объемам средств, так и по доле от ВВП.
- Австралия имеет самое высокое отношение объема средств, направляемых на благотворительность, к ВВП. В данной стране в том числе и одно из самых развитых законодательств в мире в сфере благотворительности.

Однако доля средств, направляемых на благотворительность, растет как в денежном выражении, так и в объеме номинального ВВП в течение последних трех лет.

Перед участниками профессиональной благотворительности в России встают следующие вызовы, помимо оказания системной поддержки и помощи благополучателям: стабильность источников финансирования благотворительных НКО, повышение доверия к деятельности фондов со стороны доноров-физических лиц, профессионализация сферы.

Среди того, что может повлиять на объем сборов на благотворительность в денежном выражении, поддержка фондов государством, а также повышение регулярности массовых пожертвований и рост вовлечения благотворителей — владельцев крупных капиталов.

* Размерность в % на графике не равномерна.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, 2022.

В сфере профессиональной благотворительности в России задействованы некоммерческие организации (НКО), люди, компании, государство

Сфера профессиональной благотворительности



Источник: Frank RG, Philin Philgood, 2022.

В России не существует единого реестра благотворительных НКО

На 2021 год

209 тыс.

НКО зарегистрировано в Минюсте на конец 2021 года

-6,3% с 2016 года

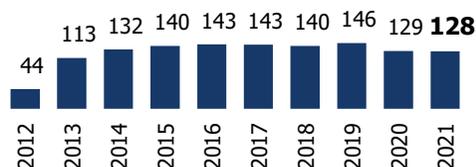
По организационно-правовой форме делятся на:



Источник: Минюст, <https://minjust.gov.ru/ru/pages/doklady-ob-osushestvlenii/>, структура по ОПФ — Росстат.

128 тыс.

НКО относятся к социально ориентированным НКО



Доля НКО, которые занимаются направлением, %:



Источник: Росстат.

45 тыс.

Социально ориентированных НКО зарегистрированы на 05.10.2022 в реестре Минэкономразвития (ведется с августа 2021 года):

- В данном реестре содержатся детские сады, больницы, частные образовательные учреждения, компании, снимающие социальные ролики для государства, и др.
- Несмотря на выделение социально ориентированных НКО (СО НКО) и попытки отделить благотворительные организации в данном списке, тэгом благотворительность помечено только около 600 организаций.
- Текстовый поиск слов (поддержка, благотворительность, донор, жертвователь, помощь) дает возможность выделить около 11 тысяч организаций (10 689 СО НКО).

Источник: Реестр МЭР.

11 тыс.

Социально ориентированных НКО занимаются непосредственно оказанием благотворительной помощи

оценка **Frank RG**

оценка **Если быть точным***

Из них

1 043

СО НКО следующих организационно-правовых форм: фонды, АНО, ассоциации, общественные организации; встречаются в рейтингах Русфонда, Эксперт РА, Forbes и в других открытых источниках. Публичные, действующие, которые сдают отчеты.

Это целевая группа НКО в исследовании

* Проект фонда «Нужна помощь». Единая платформа для НКО, бизнеса, журналистов и представителей других отраслей, которые работают с социальными проблемами в России.

23% исследуемых НКО представлены во всех субъектах РФ, 23% представлены в Москве или Московской области и 54% НКО работают только в регионах

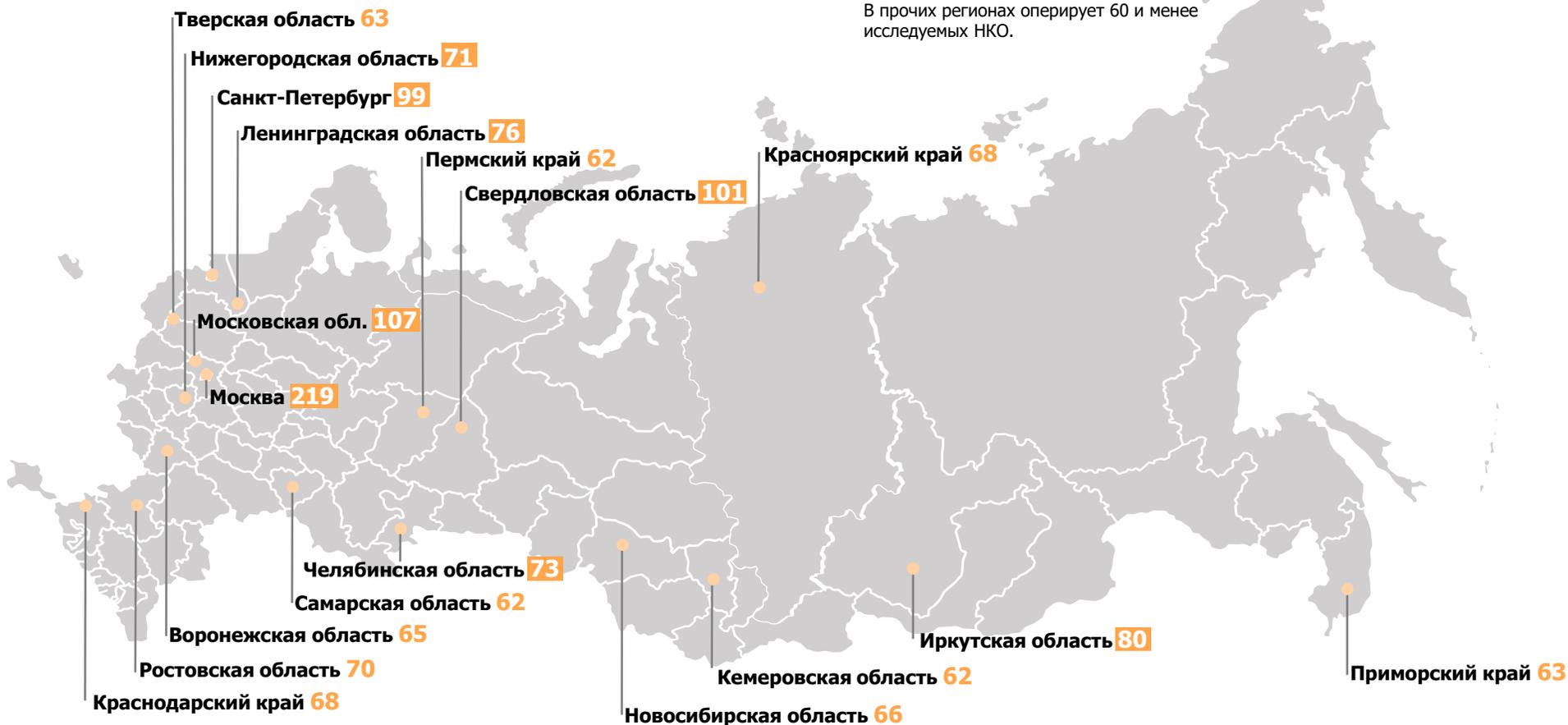
Количество НКО, представленных во всех регионах РФ: 238

Количество НКО, действующих в странах СНГ: 12

71 Регионы, на территории которых действуют более 70 исследуемых НКО*. Значение - количество НКО.

61 Регионы, на территории которых действуют от 60 до 70 исследуемых НКО. Значение - количество НКО.

В прочих регионах оперирует 60 и менее исследуемых НКО.



*Количество исследуемых НКО — 1 043.

Объем средств на благотворительные цели и КСО за 2021 вырос на 23%

Средства, направленные на благотворительные цели и КСО, 2021 г., млрд руб.

360–380 млрд*

+23%
за ГОД



В России помощь благополучателям оказывается не только с помощью НКО, компаний и государства, но и напрямую («серая» благотворительность, в основном частными лицами). Фокус данного исследования — сфера профессиональной благотворительности. Но для понимания общего уровня трат на благотворительные цели и корпоративную социальную ответственность нам важно оценить весь объем помощи в денежном выражении, который получают те, кто в ней нуждается.

Самая большая категория — это затраты компаний на корпоративную социальную ответственность, которые включают в том числе и корпоративную благотворительность: спонсорство, гранты и пожертвования, pro bono — волонтерство, безвозмездное оказание услуг (245 млрд руб.).

Вторыми по важности являются средства, направляемые частными лицами (74–94 млрд руб.). Данный объем возможно отразить лишь диапазоном, поскольку «белым пятном» в данном случае является тот объем средств, который население направляет в качестве прямой адресной помощи (16–36 млрд рублей — пожертвования напрямую, например, на личные карты благополучателей).

Третьей существенной категорией является финансирование благотворительных НКО коммерческими компаниями (28 млрд руб.).

По оценке Frank RG, коммерческие компании, государство и частные лица в сумме тратят на благотворительность и КСО 360–380 млрд рублей.

*За исключением пожертвований в религиозные организации и пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК).

Капитал ФЦК на конец 2021 года – 44 млрд рублей (данные Эксперт РА).
Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО.

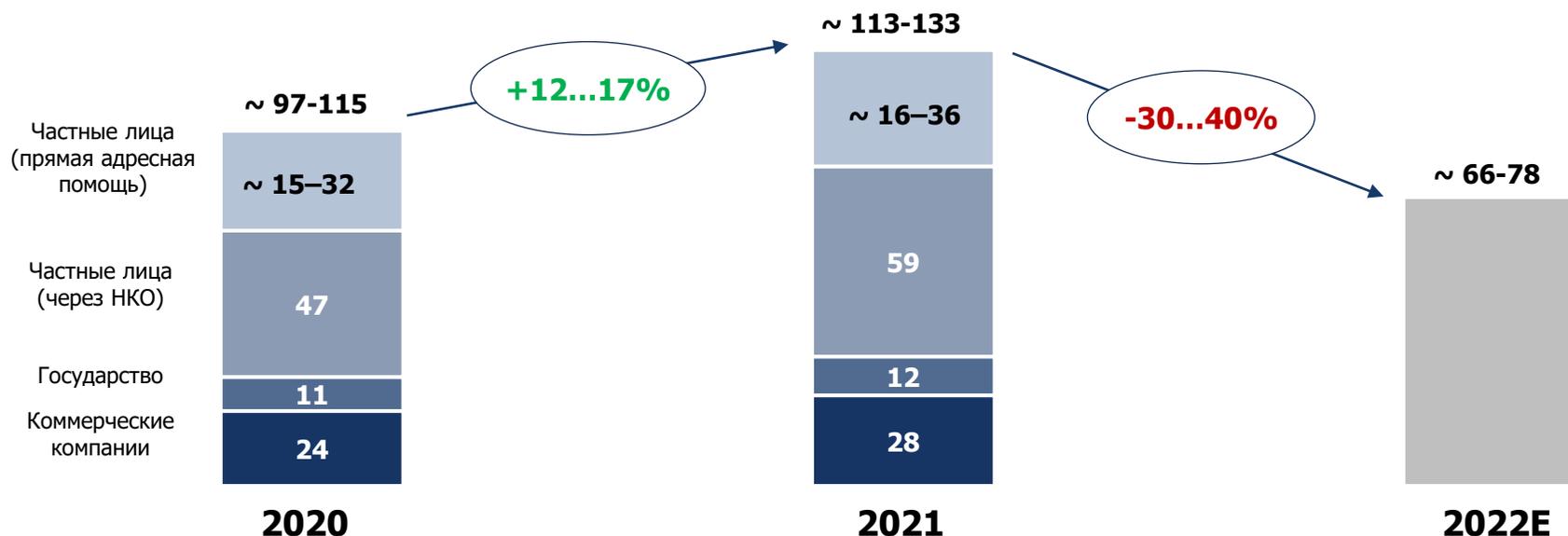
** Оценка Frank RG и Philin Philgood на основе доли затрат компаний на благотворительные цели и выплаты социального характера работникам в прибыли компаний, а также данных отчета «Лидеры корпоративной благотворительности, Форум доноров, 2021».

В 2022 году объем средств, направленных на благотворительные цели, без учета КСО, может упасть на 30% - 40%

Как отмечают руководители некоторых социально ориентированных НКО, в 2022 году объем финансирования со стороны компаний сократился. Спрос на грантовую поддержку в свою очередь вырос. Если в 2021 году было подана 21 551 заявка, то в 2022 было подано 22 732 заявки на получение финансирования от Фонда Президентских грантов.

В целом, фонды стали меньше рассчитывать на поддержку от частных лиц. Также НКО стремятся не менять объемы помощи для своих подопечных, однако сокращают/откладывают финансирование системных проектов. При этом, достаточно сложно оценить, насколько пострадают объемы поддержки, оказываемой компаниями в рамках корпоративной социальной ответственности бизнеса. Часть компаний покинула российский рынок, однако в 2022 году могут продолжать использоваться те объемы помощи, которые были направлены компаниями в начале года.

Средства, направленные на благотворительные цели*, за исключением КСО, 2021 г., млрд руб.



*За исключением пожертвований в религиозные организации и пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК).
Капитал ФЦК на конец 2021 года – 44 млрд рублей (данные Эксперт РА).
 Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО.

Результат влияния части факторов, с которыми столкнулись участники сектора благотворительности в 2022 году, можно будет оценить на горизонте 2-3 лет



Участники сектора ощутили в феврале-марте 2022 года



Участники сектора ощутили к концу 2022 года



Имеет отложенный эффект

Инфраструктурные

Экономические

Поведенческие

Негативные факторы



Проблемы, связанные с платежами и переводами:

- уход платежных систем;
- прекращение работы ряда платформ для сбора средств.



Увеличение расходов на благотворительную деятельность, например:

- рост стоимости медикаментов;
- рост стоимости поиска доноров костного мозга.



Снижение размера трат на благотворительные цели у ряда частных лиц из-за сберегательной модели поведения.



Уход компаний, оказывающих помощь НКО, с российского рынка.



Бизнес находится в режиме экономии и сбережения ресурсов, что влияет на размеры помощи от компаний.



- Отток персонала из НКО.
- Снижение числа волонтеров.



Позитивные факторы



Рост пожертвований через СБП.



- Отмена плановых проверок, налоговые послабления в рамках поддержки экономики страны в условиях санкций.
- Грантовая поддержка государством на прежнем уровне.



Повышение размера трат на благотворительные цели у ряда частных лиц как способ повлиять на ситуацию и справиться со стрессом.



Объем капитала в эндаумент-фондах на 2021 год составляет 44 млрд рублей

Топ-10 фондов целевого капитала (эндаументов) по размеру целевого капитала на 2020 год, млрд руб.

Эндаумент-фонды	Управляющие компании
Сколтех 4 788	ВТБ Капитал Управление активами, Альфа-Капитал
Российский Фонд культуры 2 380	Сбербанк Управление Активами
ФК «Динамо-Москва» 2 268	ВТБ Капитал Управление активами
ЕУСПб 2 067	Апрель Капитал, ТКБ Инвестмент Партнерс
МГИМО 1 742	Газпромбанк «AAA Управление Капиталом», ВТБ Капитал Управление активами
РВИО 1 691	Газпромбанк «AAA Управление Капиталом»
Школа «ЛЕТОВО» 1 226	Сбербанк Управление Активами
НИУ ВШЭ 1 220	ВТБ Капитал Управление активами, УК «УРАЛСИБ», УК «ОТКРЫТИЕ»
Транссоюз 1 074	ВТБ Капитал Управление активами
СПБГУ 1 052	ВТБ Капитал Управление активами

Часть средств компаний и частных лиц для реализации проектов в сфере благотворительности и социальной помощи направляется также в фонды целевого капитала (эндаумент-фонды). Эндаумент-фонд аккумулирует капитал и отдает средства в доверительное управление различным управляющим компаниям. Доходы от капитала фонда формируют стабильный источник финансирования для благотворительных НКО и оказывают положительное влияние на их устойчивость в долгосрочном периоде.

Средний «возраст» эндаумент-фондов, которые сейчас действуют в сфере благотворительности, около семи лет. Больше половины фондов целевого капитала поддерживают образование (55%), социальную сферу (15%), культуру (13%)*.

Пандемия COVID-19 подтолкнула многие благотворительные НКО к тому, чтобы задуматься о стабильности источников их финансирования. НКО стали создавать фонды целевых капиталов как инструмент для снижения рисков, связанных с устойчивостью. При этом законодательство в 2020 и 2022 годах также изменилось в лучшую сторону, дав НКО право формировать целевой капитал, а также включив ПИФ в состав активов фондов**.

На конец 2020 года совокупный целевой капитал эндаумент-фондов составил 35 млрд руб. (прирост год к году +20%), а на 2021 год — 44 млрд руб. (+27%).

В 2021 году рост числа эндаумент-фондов стал наибольшим за всю историю России: на конец 2021 года в России действует 224 эндаумент-фонда. Поддержка эндаумент-фондов в последние годы становится важной составляющей деловой репутации и социальной ответственности бизнеса.

* Источник: Аналитический обзор НРА. Российские эндаументы: ускорение развития, сентябрь 2021 г.

** Источник: Постатейный комментарий к N275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций», Ассоциация «Юристы за гражданское общество», 2020 г. ; Эндаументы в России: состояние и перспективы. Аналитический доклад / АНО «Институт реформирования общественных финансов». — М.: Благотворительный фонд Владимира Потанина, 2022.

Половина всех поступлений НКО приходится на корпоративные и частные НКО



Объем сборов фандрайзинговых НКО составляет суммарный объем сборов корпоративных и частных НКО вместе взятых, 42,3 млрд руб. против 43,6 млрд руб. в 2020 году. Половина всех поступлений приходится на корпоративные и частные НКО, лицами принимающими решения в которых являются владельцы крупных капиталов.

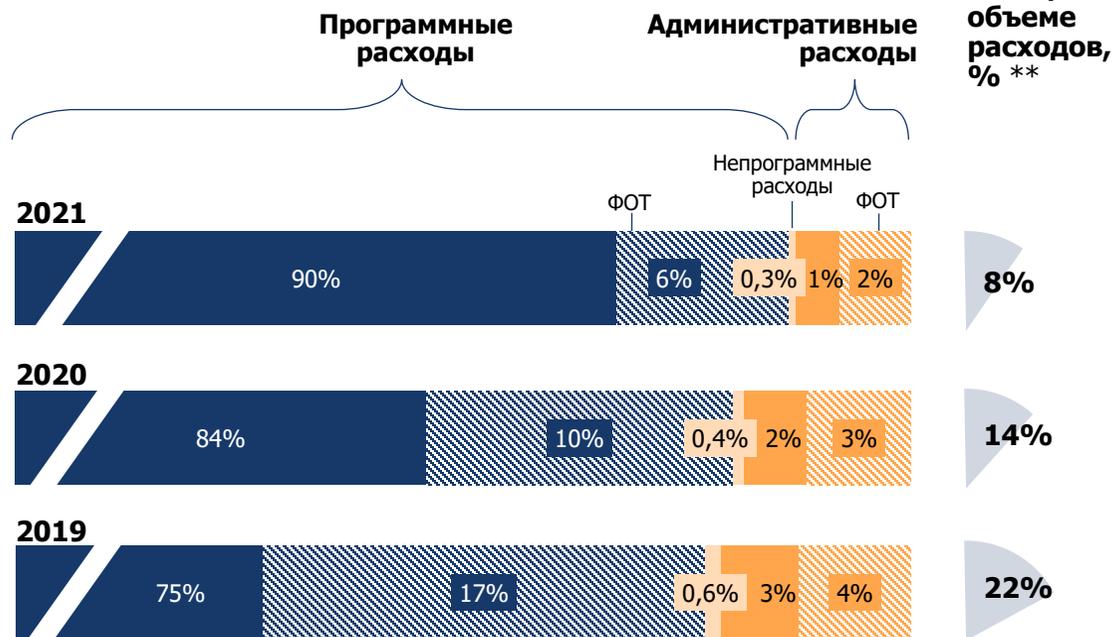
Корпоративные и частные НКО расходуют примерно 90% поступлений, фандрайзинговые только 77%. Это связано с тем, что:

1. Крупные фонды формируют подушку безопасности на будущие периоды (финансовое планирование).
2. Некоторые благотворительные программы рассчитаны на 2–3 года, соответственно, средства на такие программы закладываются заранее и расходуются в течение длительного периода.
3. У корпоративных и частных НКО программы рассчитаны на один год, привязаны к операционному циклу бизнеса.

Фандрайзинговые НКО расходуют меньше средств, чем корпоративные и частные суммарно, 32,5 млрд руб. против 39,2 млрд. Вклад частных и корпоративных фондов в расходы на благотворительность составляет 54%.

Любая благотворительная НКО — это прежде всего люди, которые стоят за идеей и ее реализацией

Типы расходов НКО и затраты на фонд оплаты труда, %*



Для НКО это сложнейший вопрос, потому что без административных расходов нельзя системно развиваться. Доноры очень тяжело идут на поддержание административной деятельности.

руководитель НКО

Основа расходов НКО — ФОТ программных сотрудников. Несмотря на то, что для благотворительных фондов существует ограничение: 20% на административные расходы, хорошим тоном считается — 10%, при этом ФОТ программных сотрудников относится к программным расходам и зачастую составляет значительную их часть.

Большинство НКО по-прежнему испытывает трудности с покрытием административных расходов, которые идут в том числе на развитие организации и инфраструктуру. Чаще всего для этого НКО используют «мягкие источники» (массовые пожертвования на уставную деятельность) либо включают процент на административные расходы в договор с корпоративными донорами.

Доноры менее охотно жертвуют на это свои средства, отдавая предпочтение программной деятельности. Однако без вложений в административную часть и инфраструктуру невозможно развитие некоммерческих организаций и сектора в целом.

В НКО, принявших участие в бенчмарк-исследовании, несмотря на рост расходов на оплату труда (+30% за 2021 год и +32% за 2020 год), в объеме расходов снижается доля ФОТ. На 2021 год она составляет 8% в общем объеме расходов, при этом большая часть ФОТ — это затраты на сотрудников, работающих в рамках программ.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты benchmark-исследования НКО, 2022.

* Использованы данные 22 НКО: Артист, Ассоциация дислексии, Вера, География добра, Дальше, Даунсайд Ап, Дети Марии, Друзья, Живой, Жизненный путь, Здесь и сейчас, Клуб Добряков, Линия Жизни, Подарок Ангелу, Правмир, Путевка в жизнь, Рауль, Со-единение, Старость в радость, Фонд поддержки современного театра, Школа практической онкологии, Я есть.

**Использованы данные 32 НКО: АиФ. Доброе сердце, Арифметика добра, Артист, Ассоциация дислексии, Большая перемена, Вера, Второе дыхание, Галчонок, География добра, Дальше, Даунсайд Ап, Дедморозим, Дети Марии, Добрый город Петербург, Друзья, Живой, Жизненный путь, Здесь и сейчас, Клуб Добряков, Линия Жизни, Огромное сердце, Подари жизнь, Подарок Ангелу, Правмир, Путевка в жизнь, Рауль, Со-единение, Солнечный город, Старость в радость, Фонд поддержки современного театра, Физреабилитация, Школа практической онкологии, Я есть.

Российские НКО прибегают к интеллектуальному волонтерству экспертов высокого уровня

Большая часть организаций отметили: нет определенной закономерности, что они берут только людей с опытом в НКО или только с опытом в бизнесе. Важнее их навыки и мотивация.

Чаще всего это люди из разных сфер (НКО, бизнес, социальная сфера), бэкграунд которых зависит от позиции, на которую они приходят. Из-за низких зарплат сложно привлечь профессионалов высокого уровня в НКО (отметили 7 опрошенных), особенно это касается IT-специалистов, специалистов в маркетинге, топ-менеджеров.

40% организаций считают справедливой для директора НКО зарплату на уровне от 250 тысяч и более. В качестве модели предлагался крупный фандрайзинговый фонд с оборотом от 200 млн рублей в год, находящийся в Москве, с разветвленной программной деятельностью.

У большинства опрошенных НКО есть постоянные волонтеры. Некоторые крупные организации используют этот ресурс при рекрутинге в команду, то есть при найме приоритет отдается человеку, который ценностно совпадает с фондом.

Более молодые команды видят большой потенциал в этой группе и путь в команду начинается с волонтерства.

Некоторые НКО выделили как отдельную категорию интеллектуальное волонтерство от экспертов высокого уровня, требующих индивидуального подхода:

Это такое волонтерство высокого уровня, когда люди с высокой экспертизой, статусные, с высокими позициями в различных индустриях консультируют нас по нашему запросу.

руководитель НКО

Бэкграунд сотрудников НКО

16/41 Нанимают сотрудников с опытом в бизнесе.

20/41 Нанимают сотрудников без привязки к предыдущему опыту.



Волонтерская активность в НКО

22/41 Работают с постоянными волонтерами.

4/41 Редко прибегают к помощи волонтеров и считают это преимуществом.

3/41 Работают с профессиональными волонтерами.

Примечание: частные и корпоративные фонды не прибегают к помощи волонтеров, исключение составляет интеллектуальное волонтерство сотрудников.

Большую часть поступлений НКО составляют пожертвования от частных лиц

Источники финансирования НКО, %, 2021 г.*



Формы поступления средств в НКО, %, 2021 г.



*Не отражено на графике: иностранные источники с долей в 0,06%.

**Другое: поступления через фандрайзинговые и краудфандинговые платформы; через кассу банка, квитанцией; доходы от реализации услуг (товаров) организации и остальные поступления.

***Поступления от банков, сервисов такси и других организаций, переводящих в пользу благотворительных организаций средства в размере определенного процента от трат клиентов. Например, средства от акции Добрые километры от Ситимобил, средства от Тинькофф в размере кешбэка.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты benchmark-исследования НКО, 2022.

Использованы данные: АиФ. Доброе сердце, Арифметика добра, Артист, Ассоциация дислексии, Большая перемена, БЭЛА, Дети-бабочки, Вера, Второе дыхание, Галчонок, География добра, Дальше, Даунсайд Ап, Дедморозим, Дети Марии, Добрый город Петербург, Друзья, Живой, Жизненный путь, Здесь и сейчас, Квартал Луи, Клуб Добряков, Линия Жизни, МБОО Ночлежка, Обнаженные сердца, Огромное сердце, Подари жизнь, Подарок Ангелу, Правмир, Путевка в жизнь, Рауль, Со-единение, Солнечный город, Старость в радость, Физреабилитация, Фонд поддержки современного театра, Школа практической онкологии, Я есть.

В рамках исследования Philin Philgood и Frank RG проанализировали данные от 36 НКО из разных групп (см. [слайд 137](#)). Основными источниками финансирования НКО являются пожертвования частных лиц и пожертвования от компаний, в сумме обеспечивающие почти 90% сборов.

Среди наиболее популярных форм получения финансирования — перевод средств по реквизитам и поступления через формы оплаты на сайте.

Массовые пожертвования многие НКО рассматривают как самый стабильный источник, но у него есть свои особенности, в частности необходимо уметь выстраивать системную коммуникацию с донорами, а еще говорить о важности регулярных пожертвований.

Гранты в основном поддерживают масштабные системные проекты, важность которых непросто объяснить массовым донорам, также часть грантов можно направить на административные расходы, на автоматизацию или даже на развитие фандрайзинга. Однако при этом большинство НКО старается аккуратно подходить к грантовому финансированию, чтобы избежать зависимости от грантовых средств.

Что касается бизнеса, то **корпоративные доноры** больше, чем массовые доноры, склонны поддерживать дорогостоящие масштабные проекты. Они понимают их важность, но в кризисный период бизнес первым сокращает финансирование на социальные программы и благотворительность. Зависимость от корпоративных доноров также может стать причиной проблем НКО с наступлением кризиса.

Деятельность фонда имеет высокий потенциал для инструментов так называемого массового фандрайзинга, и мы всегда были эффективны в коммуникации с самой широкой аудиторией. Диверсификация источников средств между бизнесом различного калибра и людьми с разным уровнем дохода сформировала финансовую устойчивость фонда. Это позволяет нам быть гибче и избегать прямой зависимости от конкретных крупных жертвователей.

Руководитель НКО

Чаще всего частные лица жертвуют на помощь детям, социально уязвимым группам населения и животным, а также на медицину и здравоохранение

Доля частных лиц, которые жертвуют на данную тему *, %

Количество НКО, поддерживающих тему



Стабильно популярными направлениями пожертвований для частных лиц являются направления, связанные с уязвимостью детства (лечение детей, помощь детям-инвалидам, сиротам), медициной, помощью другим социально-уязвимым группам населения и животным.

Большая часть из исследуемых НКО (1 043 НКО) работает с популярными направлениями помощи.

Развитие среды проживания, помощь после ЧС являются более нишевыми направлениями.

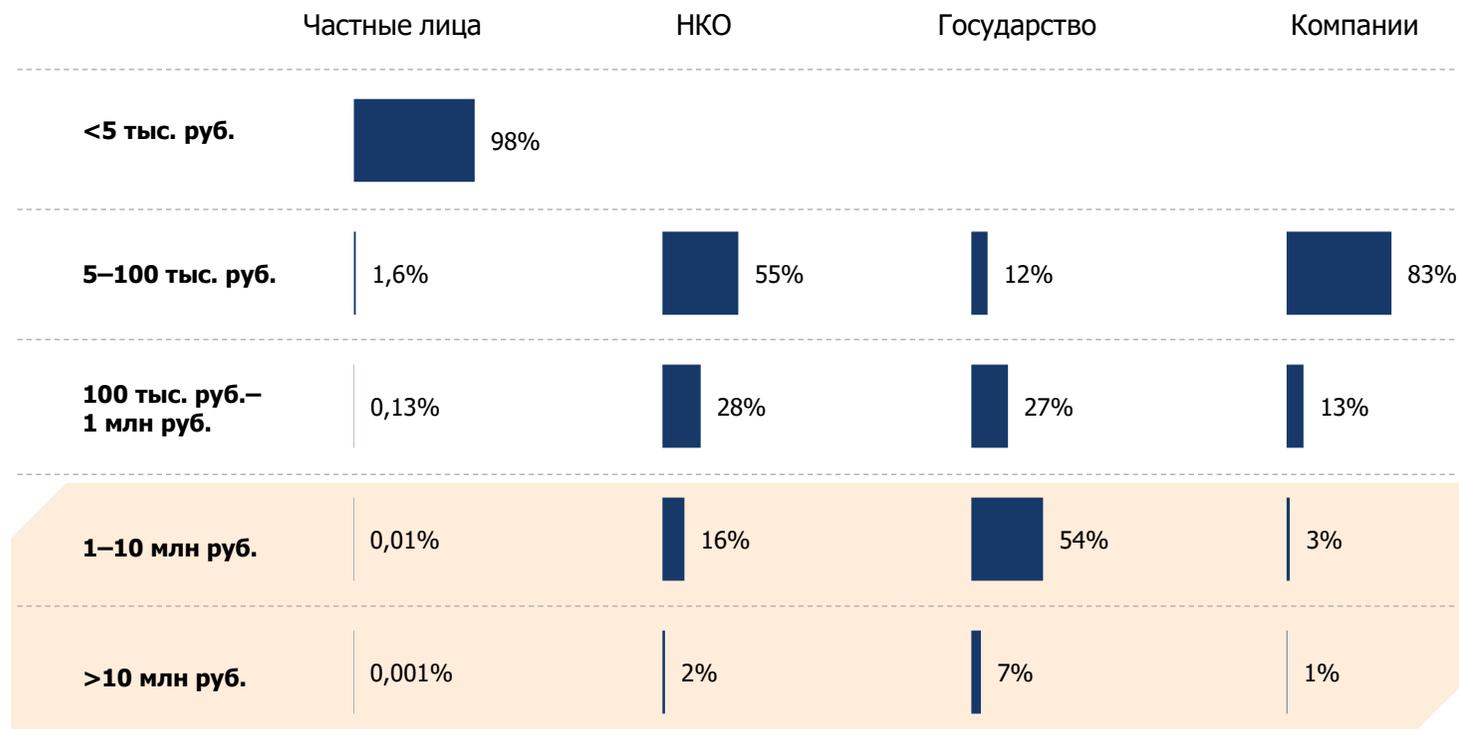
При этом характер помощи, оказываемой самими НКО в рамках направлений, может быть как только системным — без адресных сборов на конкретных подопечных (15/41 опрошенных НКО), так и сочетанием адресной помощи и поддержки системных проектов в различных пропорциях (22/41 опрошенных НКО).

* В вопросе возможен выбор нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты анонимного опроса, 44 респондента с капиталом от 6 млн руб., 2022.

Для реализации масштабных проектов НКО нужна поддержка крупных доноров

Количество пожертвований по объему разового пожертвования, денежные поступления в рублях, %, 2021г.



Раньше мы были уверены в том, что нужно много маленьких доноров, но при этом сейчас видим, что без крупных тяжело. Я бы сказала, что для текущей деятельности много маленьких все-таки лучше, потому что это более устойчивая модель. Но для проектов, направленных на стратегическое развитие, крупные доноры более продуктивны.

Руководитель НКО

Крупные доноры, по оценке Frank RG, обеспечивают от 20% до 40% объемов сборов НКО

Доля состоятельных доноров с разовым пожертвованием в диапазоне от 100 тысяч до 10 млн руб. среди НКО, предоставивших данные в рамках benchmark-исследования, максимально достигает 54%, но только когда речь идет о грантах и субсидиях от Фонда президентских грантов либо государственных организаций. Несмотря на малое количество доноров, разовое пожертвование которых может превышать 1 млн руб., объем средств, который они предоставляют, составляет, по оценке Frank RG, от 20% до 40% привлеченных НКО средств.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты benchmark-исследования НКО, 2022. Только денежные поступления.

Использованы данные: АиФ. Доброе сердце, Арифметика добра, Артист, Ассоциация дислексии, Большая перемена, Вера, Второе дыхание, Галчонок, География добра, Дальше, Даунсайд Ап, Дедморозим, Дети Марии, Добрый город Петербург, Друзья, Жизненный путь, Здесь и сейчас, Клуб Добряков, Линия Жизни, МБОУ Ночлежка, Обнаженные сердца, Огромное сердце, Подари жизнь, Правмир, Путевка в жизнь, Рауль, Со-единение, Солнечный город, Старость в радость, Фонд поддержки современного театра, Физреабилитация, Я есть.

С ростом капитала частного лица растут и средние траты на благотворительность

Средний размер трат клиента на благотворительность в зависимости от объема активов клиента на счетах в банке, либо размещенных через банк*, тыс. руб., 2021 г.



Доля клиентов, которые сделали более 1 пожертвования в год, %

В рамках benchmark-исследования мы опросили 6 банков, входящих в топ-50 по объему средств клиентов физических лиц на счетах в банке (доля рынка 48% по состоянию на конец мая 2022 года).

Размер пожертвования клиента банка прямо пропорционально зависит от суммы капитала клиента. Особенно различия становятся заметны, начиная с сегмента клиентов с капиталом от 10 млн рублей.

Таким образом, сегмент клиентов с капиталом до 1 млн рублей переводит на счета благотворительных НКО по реквизитам в среднем 2,7 тыс. рублей в год, сегмент клиентов с капиталом от 10 до 30 млн рублей переводит в среднем 146 тыс. рублей в год, а состоятельные клиенты с капиталом от 100 млн рублей переводят в среднем на счета по реквизитам 1,5 млн рублей в год.

Наблюдаются и различия в способе перевода. **Более высокодоходный сегмент клиентов больше переводит денежные средства именно на счета по реквизитам.** Массовые и верхне-массовые клиенты с капиталом до 10 млн рублей склонны тратить примерно одинаковый объем средств с помощью карт и в форме перевода на счет.

Данные benchmark-исследования банков показали, что клиенты и массового, и высокодоходного сегментов делают в среднем одинаковое количество пожертвований: 10–11 платежей по картам и 3–4 перевода на расчетный счет в течение года.

В среднем почти половина клиентов банка, совершивших траты на благотворительные цели, делает это более чем 1 раз в течение года. При этом доля «повторных» жертвователей выше в сегментах клиентов с капиталом от 1 до 10 млн рублей, которые в среднем жертвуют 7–15 тыс. рублей в год.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты benchmark-исследования банков, 2022.

Использованы данные: МТС Банк, Райффайзенбанк, Росбанк, Сбербанк, Тинькофф, АТБ.

*Клиент относится к определенному сегменту по активам, исходя из совокупного объема средств на конец года, которые клиент держит в банке (на картах, текущих, накопительных счетах и депозитах) либо разместил через банк (любые инвестиционные и инвестиционно-страховые продукты).

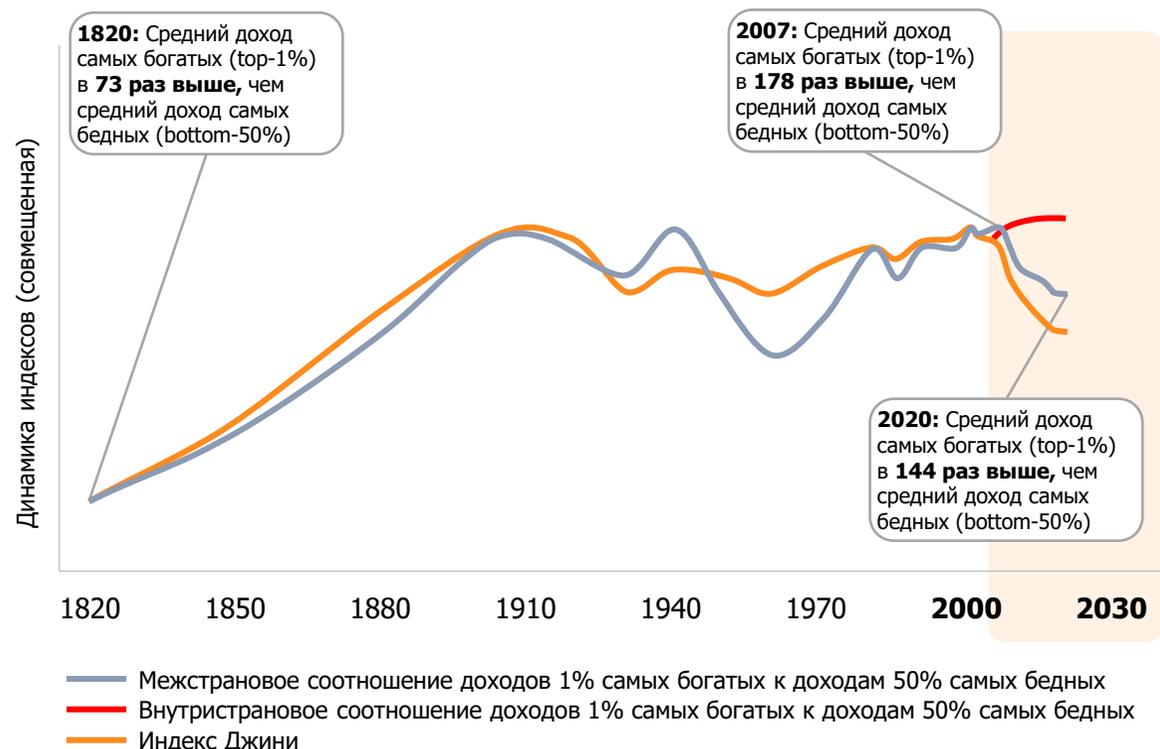
**МСС 8398: Благотворительные организации и социальные службы — сбор средств.

4.1 Роль крупных филантропов в благотворительности

– Крупные филантропы в мире

Разрыв между доходами 1% самых богатых и 50% самых бедных снижается между странами и увеличивается внутри стран

Индексы мирового неравенства, 1820–2030 гг., условные единицы



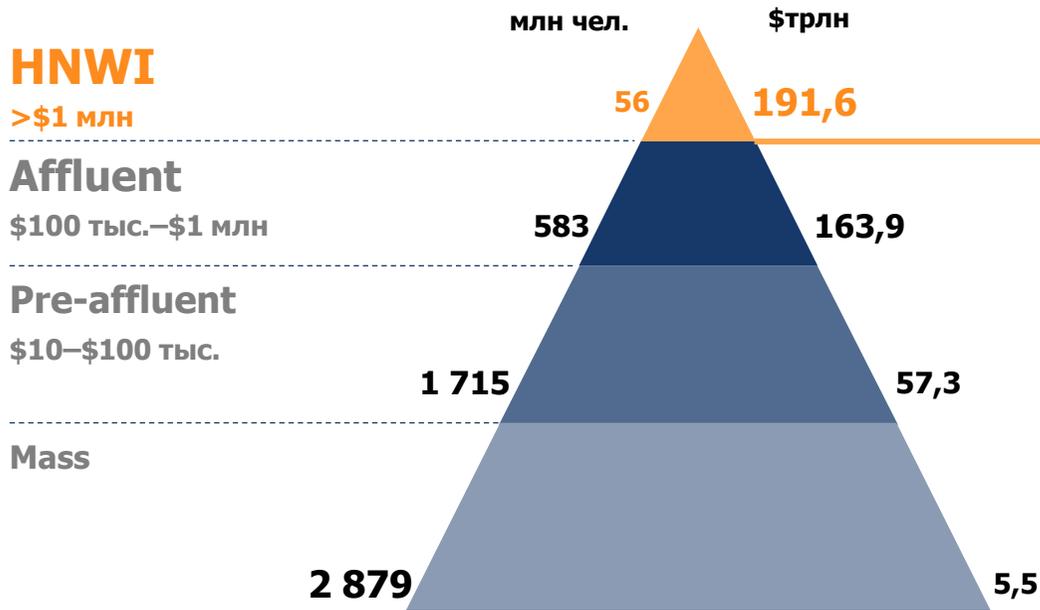
Мировое неравенство выросло с 1820 г. по 1910 г. и с тех пор осталось на высоком уровне. Современное глобальное неравенство близко к уровням начала XX века, на пике западного империализма. В то время как неравенство увеличилось внутри большинства стран, **за последние 20 лет неравенство между странами уменьшилось**. В 2007 году средний доход самых богатых превышал средний доход самых бедных в мире в 178 раз, к 2020 году разрыв сократился до 144 раз.

В то же время внутри стран неравенство значительно возросло. Разрыв между средними доходами 10% самых богатых и 50% самых бедных людей внутри стран почти удвоился, с 8,5 до 15 раз.

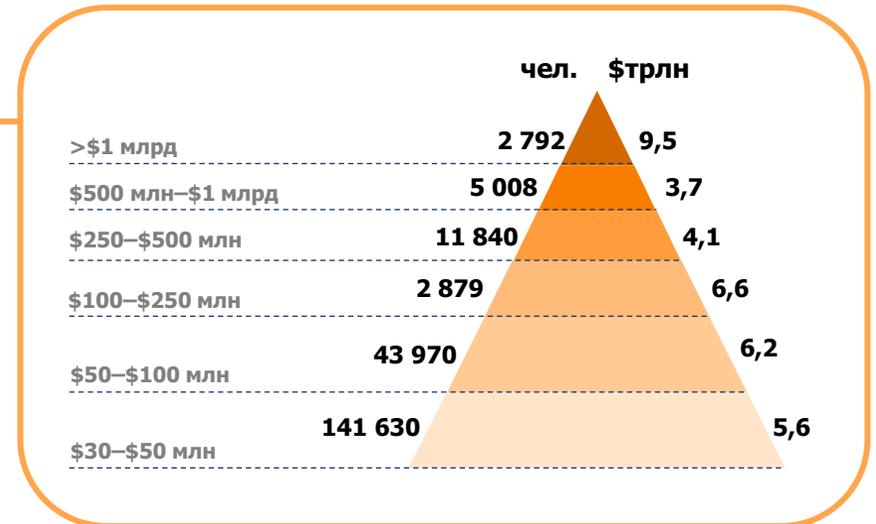
Северная Америка стала бесспорным лидером по количеству 1% самых богатых с 1930 года.

В мировом рейтинге богатейших людей в последние десятилетия присутствует относительно большая доля жителей стран Ближнего Востока, Латинской Америки и России. Эти регионы занимают значительно большую долю в мировом рейтинге 1% самых богатых людей, чем в рейтинге 10% самых богатых, что отражает высокий уровень неравенства внутри данных стран.

На 1,1% населения с капиталом более \$1 млн приходится 46% благосостояния



Источник: Credit Suisse, Global Wealth report, 2019–2020 гг.



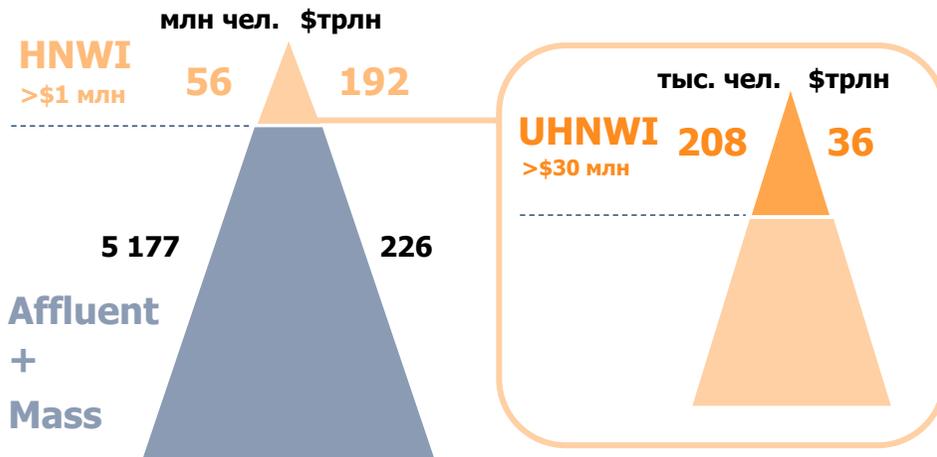
Источник: Wealth X World Ultra Wealth Report, 2021

По оценкам Credit Suisse, в 2021 г. мировое благосостояние выросло на 7,4% по сравнению с 2019 г. и составило более \$418,3 трлн. Максимальный темп роста показывает сегмент HNWI (от \$1 млн): объем капитала вырос за год на 11%. Объем капитала в сегменте mass (менее \$10 000) за 2020 г. вырос на 2% и к началу 2021 г. составил \$5,5 трлн, показав небольшой восстановительный рост после падения на 16,7% в 2019 г. Группа UHNWI увеличилась на 24%, показав самый большой годовой рост с 2003 года.

1,1% населения с объемом капитала более \$1 млн (сегмент HNWI) контролируют 45,8% общего мирового состояния — \$191,6 трлн — рост в абсолютном выражении на 11% по сравнению с 2019 г., при этом количество HNWI выросло на 11,1%, с 51,9 млн человек до 56 млн человек. Теперь UHNW нужно больше \$1 млн, чтобы принадлежать к богатейшему 1% людей.

Пожертвования UHNWI-филантропов составляют 36% от всех расходов частных лиц на благотворительность в мире

Частные лица и их благосостояние, \$трлн



Источник: Credit Suisse, Global Wealth report, 2019–2020 гг.

Траты всех доноров на благотворительность, \$млрд, 2020 г.



Источник: WEALTH-X, Family wealth transfer, 2021.

По оценкам Credit Suisse, на конец 2020 года в мире насчитывалось 208 тыс. человек** с состоянием более \$30 млн. Общая сумма их пожертвований составила \$175 млрд или \$590 000 на человека, это менее 0,5% от капитала таких клиентов. Доля пожертвований UHNWI-филантропов составляет 23% от всех мировых расходов на благотворительность и 36% от всех расходов на благотворительность частных лиц.

Ожидается, что к 2026 году численность ультрабогатых людей в Азии превысит показатели Европы, что обуславливает интерес к практикам и ценностям азиатской филантропии.

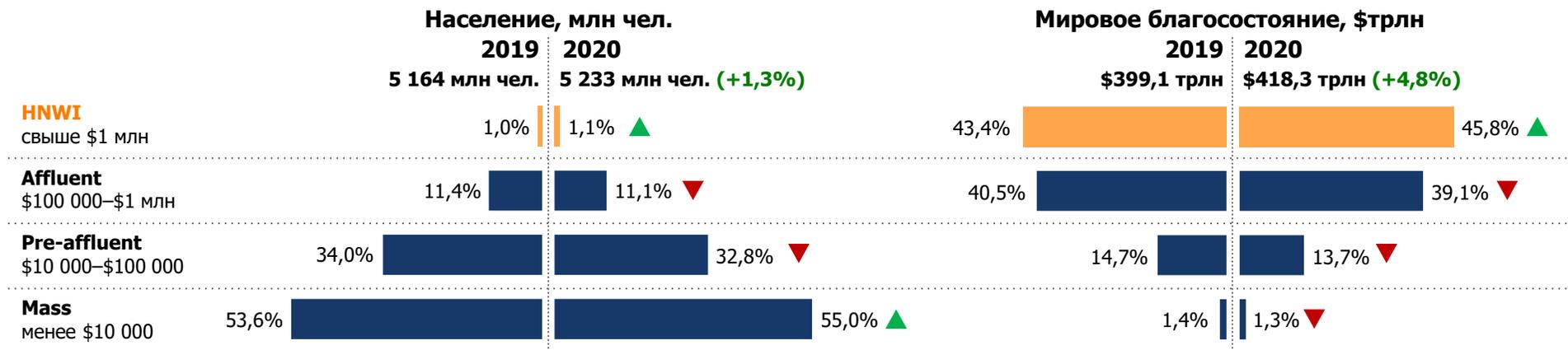
Значимую долю новых состояний обеспечивает технологический сектор, и состоятельные люди именно из этого сектора наиболее часто занимают первые строчки среди наиболее щедрых филантропов. «Техно-филантропы» привносят в филантропию соответствующие ценности и подходы, в частности, большую готовность к риску, к применению нетрадиционных филантропических механизмов.

Согласно прогнозам Knight Frank, в 2021–2026 гг. численность UHNWI в мире увеличится на 28% до 0,8 млн человек.

*UHNWI — люди с капиталом от \$30 млн, включая недвижимость. Данные не включают пожертвования компаний, принадлежащих UHNWI. Пожертвования приведены к долларам США.

**UHNWI — люди с капиталом от \$30 млн. В капитал не включается недвижимость.

Темп роста размера пожертвований HNWI на благотворительность ниже роста их состояний



Источник: Credit Suisse, Global Wealth report, 2021.

По оценкам Credit Suisse, в 2020 г. у сегмента HNWI (от \$1 млн) объем капитала вырос за год на 10,6%. Объем капитала в сегменте mass (менее \$10 000) за 2020 г. вырос на 2%. Группа UHNWI увеличилась на 24%, показав самый большой годовой рост с 2003 г.

1,1% населения (сегмент HNWI) контролируют 45,8% общего мирового состояния, при этом количество HNWI выросло на 7,9%, с 51,9 млн чел до 56 млн чел. По данным Capgemini, численность HNWI в мире в 2021 году выросла до 22,5 млн человек, на 7,8% по сравнению с 2020 годом.

Благосостояние более бедных сегментов, таких как affluent, pre-affluent и mass, наоборот, снизилось в 2020 году. Что отражает текущую тенденцию к усилению неравенства. Рост объема благотворительных пожертвований не успевает за ростом благосостояний HNWI.

Согласно опросу Vistra, большинство HNWI (62%) выделяют до 5% своего состояния на благотворительную деятельность; 35% выделяют 6–10%, 3% — 11–15%.

+38,6%

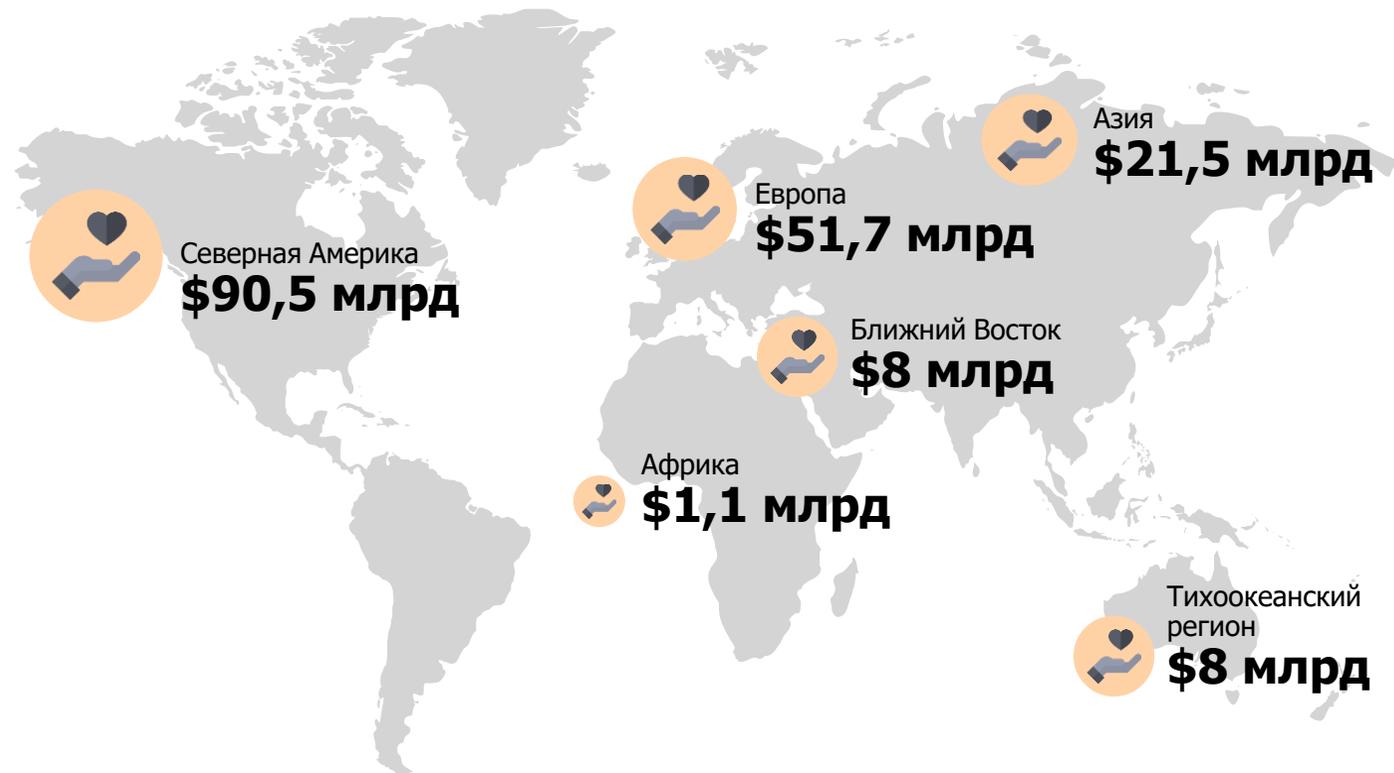
Рост состояний 660 миллиардеров США 2020–2021 гг. Совокупный объем к январю 2021 г. — \$4,1 трлн.

+4,1%

Рост пожертвований UHNWI на благотворительность в 2020 г.

51,6% частных пожертвований UHNW совершают американцы, 29,5% — европейцы

Траты UHNWI на благотворительность, \$млрд, 2020 г.

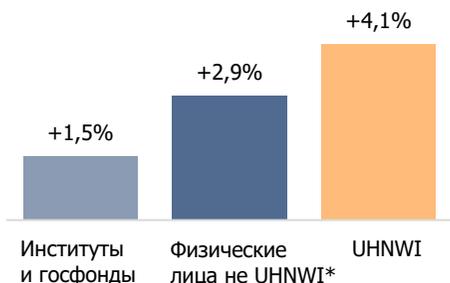


UHNWI — владельцы капитала от \$30 млн. В данный объем пожертвований не входят расходы компаний, в том числе тех, которыми владеют UHNWI, на благотворительность.

Сумма, потраченная всеми UHNWI на благотворительность в мире в 2020, по размеру соответствует годовым расходам США на образование, занятость и социальное обеспечение. Объем пожертвований в каждом регионе зависит как от количества владельцев крупных капиталов в регионе, так и от культурных традиций, религиозных убеждений, социального обеспечения, государственных налоговых политик и льгот, наличия функционирующей инфраструктуры НКО. Например, в Америке существует многолетняя традиция благотворительности и действуют около 1,8 млн благотворительных организаций. А объем пожертвований в некоторых странах Европы сдерживается низким уровнем неравенства и объемными государственными расходами на социальное обеспечение.

Dollars up, donors down: в США и других западных странах сокращается число доноров из менее состоятельных групп населения

Прирост объемов мировых благотворительных пожертвований, 2020 г.



В период пандемии состоятельные люди по всему миру выделяли беспрецедентно значимые суммы на благотворительность, речь идет как об отдельных пожертвованиях, так и суммарных объемах.

По данным Wealth-X, наибольший прирост в 2020 году наблюдался в сегменте частных пожертвований состоятельных лиц — 4,1%. На самом большом «рынке» благотворительных пожертвований, США, этот показатель достиг 6,2%. Частные лица, компании и государственные фонды увеличили свои пожертвования на 2,9% и 1,5% соответственно.



В США и других западных странах, с одной стороны, увеличиваются объемы пожертвований HNWI на благотворительность, с другой — сокращается число доноров из менее состоятельных групп.

Более того, и среди пожертвований состоятельных людей выделяется лишь несколько человек или семей, которые обеспечивают до 80% всех пожертвований.

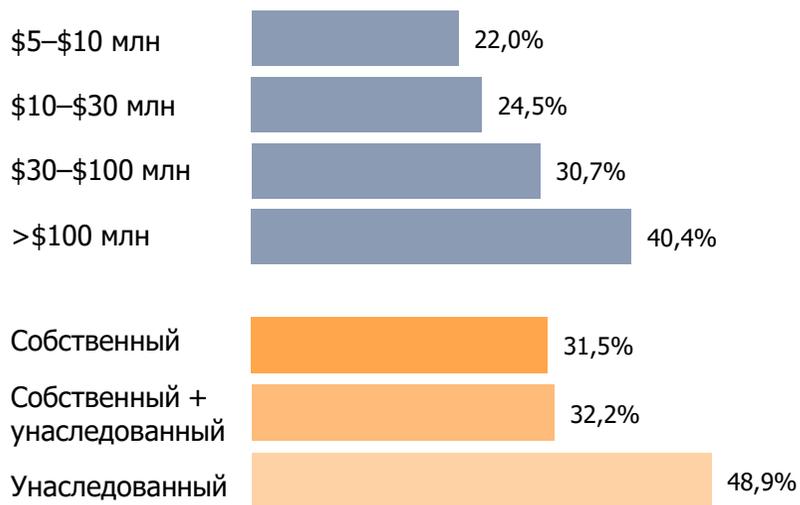
36% Расходов всех физических лиц на благотворительность идет от UHNWI-филантропов и их частных фондов

Это приводит к изменению баланса сил: занятие благотворительностью становится делом состоятельных людей; для НКО это означает сокращение числа доноров и рост зависимости от единичных состоятельных доноров, которые обеспечивают основную долю пожертвований; пересмотр фандрайзинговых стратегий и изменение принципов работы со сторонниками.

*UHNWI — люди с капиталом от \$30 млн. Данные не включают пожертвования компаний, принадлежащих UHNWI. Пожертвования приведены к долларам США. Источник: WEALTH-X, Ultra High Net Worth Philanthropy, 2022.

Интерес к филантропии у HNWI-наследников повышается с увеличением размера капитала

HNWI, которые занимаются благотворительностью по размеру и источнику капитала, %, 2021 г.



Часть капитала переходит наследникам, имеющим другие ценности и подход к благотворительности. Сейчас 48,9% HNWI с унаследованным капиталом интересуется благотворительностью, тогда как среди HNWI с собственным капиталом этот процент достигает только 31,5%.

В течение следующих десятилетий будет передано от \$40 до \$140 триллионов от одного поколения к другому; около трети этих состояний — в управление НКО. Отсюда большой интерес к особенностям филантропических практик молодого поколения, ожидание существенных изменений во всем секторе благодаря поколенческому сдвигу.

Новое поколение филантропов:



жертвует на филантропию раньше, при жизни, а не на смертном одре; результаты своих инвестиций хочет увидеть также при жизни, причем речь о конкретных изменениях (бездомность, климат и пр.), о более стратегической филантропии и изменениях систем;



чаще жертвует **на решение определенной проблемы**, а не в пользу конкретной НКО; в большей степени, чем старшее поколение, их волнуют вопросы изменения климата (входит в топ-3 приоритетов);

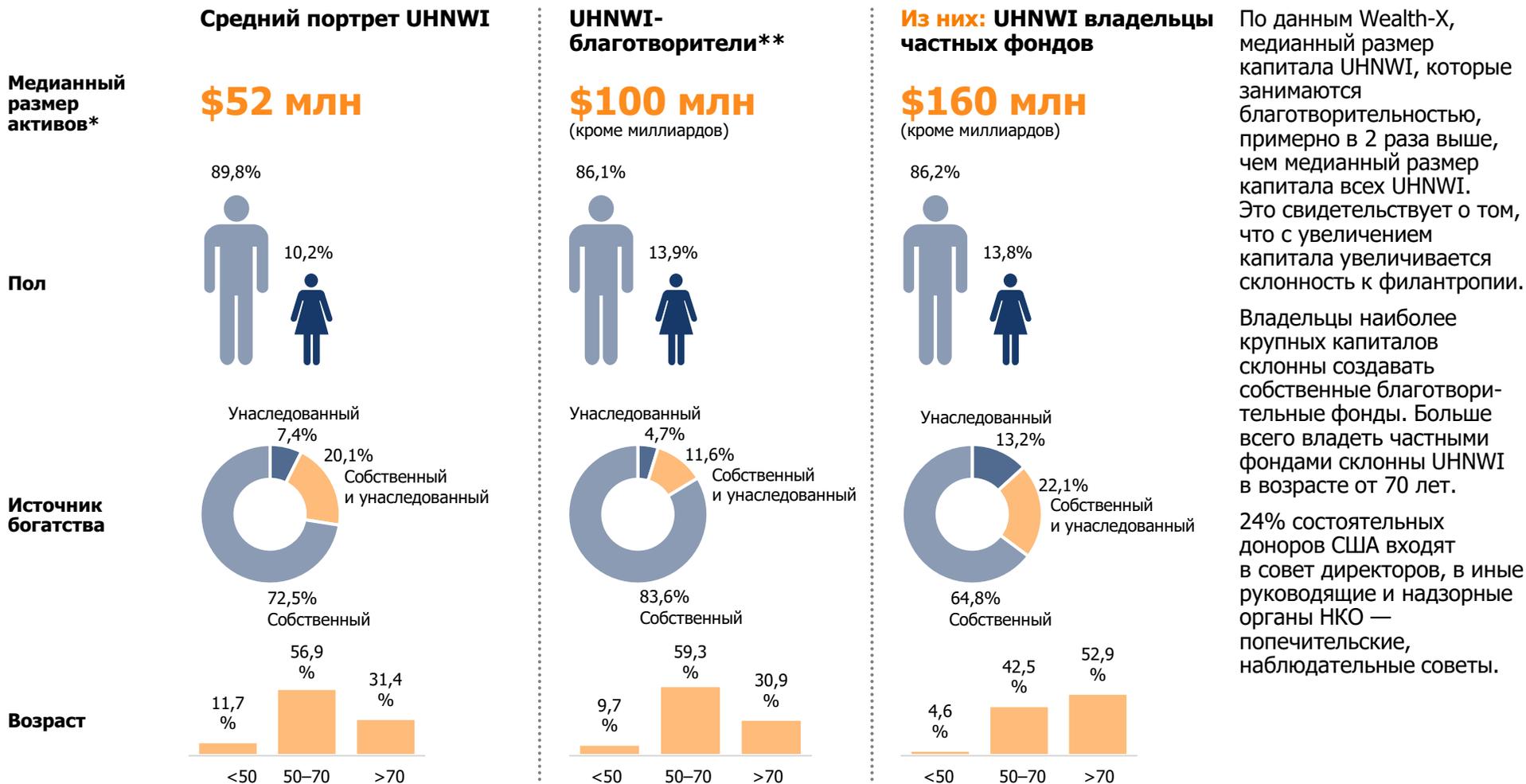


более технически подкованное, склонное к риску и экспериментам, чаще **участвует в филантропии вне традиционных консервативных форм** (вместо создания собственного фонда и пожертвований в НКО — участие в фондах DAF), с использованием коммерческих и гибридных структур и механизмов (например, управление благотворительными средствами через коммерческую компанию, импакт-инвестирование, встраивание филантропии в свой бизнес), чаще отдают приоритет низовым, а не только «респектабельным» НКО;



чаще **инвестируют не только финансы**, но и другие ресурсы — временные, интеллектуальные, социальные; чаще лично вовлечены в процессы принятия решений, в разработку благотворительных программ; чаще поддерживают развитие компетенций НКО; больше рассказывают о своем участии в филантропии, вдохновляя других.

Среди UHNWI-благотворителей на 11% больше доля людей с собственным капиталом, чем среди UHNWI в среднем



По данным Wealth-X, медианный размер капитала UHNWI, которые занимаются благотворительностью, примерно в 2 раза выше, чем медианный размер капитала всех UHNWI. Это свидетельствует о том, что с увеличением капитала увеличивается склонность к филантропии.

Владельцы наиболее крупных капиталов склонны создавать собственные благотворительные фонды. Больше всего владеть частными фондами склонны UHNWI в возрасте от 70 лет.

24% состоятельных доноров США входят в совет директоров, в иные руководящие и надзорные органы НКО — попечительские, наблюдательные советы.

*Не включают пенсионные накопления и страховые программы.

**Владельцы крупных капиталов, которые делали за последние 5 лет пожертвования на общую сумму \$100 000 млн или единовременное пожертвование больше \$50 000 млн.

Источники: WEALTH-X, Ultra High Net Worth Philanthropy, 2022; CSS, Philanthropic Landscape Report, 2021.

Каждый десятый UHNWI-филантроп в США и Европе посвящает большую часть своего времени благотворительности

Доля состоятельных филантропов, которые посвящают больше всего времени данной сфере*, в регионах мира, 2021 г.



В США 10,1% UHNWI посвящают себя деятельности в некоммерческом секторе и общественных организациях.

В регионах, где сфера благотворительности находится в зрелой фазе, в США и Европе, каждый десятый UHNWI-филантроп не только участвует в благотворительности деньгами, но и посвящает ей большую часть времени.

В Азии, где гражданское общество и сфера благотворительности еще не развиты, состоятельные филантропы продолжают работать в коммерческом секторе.

Сколько времени российские филантропы готовы уделять благотворительности

4/10 много

3/10 готов участвовать регулярно

2/10 готов участвовать периодически

Количество времени, которое владельцы капиталов в России тратят на благотворительность, варьируется в зависимости от их возраста, сферы деятельности, степени занятости в основном бизнесе, наличия ресурсов. Кто-то готов выделять достаточно много времени на социальные проекты, кто-то хотел бы участвовать больше, но не позволяет текущая загруженность. Для других это образ жизни и занимает более 80% времени, то есть тесно вплетено в их рабочее расписание (учитывая то, что от операционного бизнеса респонденты либо отходят, либо фактически отошли).

«Я для себя определил, что количество ресурсов — временных, денежных — ограничено, и если хочется что-то делать, то надо быть вовлеченным».

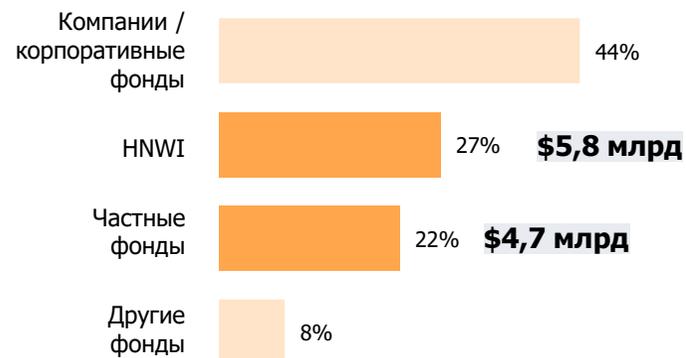
крупный филантроп

*Сфера, которой UHNWI посвящает большую часть своего времени, не обязательно является сферой, в которой UHNWI приобрел свое состояние.

Источники: Philin Philgood, результаты экспертных интервью, WEALTH-X, Ultra High Net Worth Philanthropy, 2022.

36% HNWI за рубежом увеличили свои пожертвования в 2020 году

Поддержка по типу доноров, %, \$млрд*, 2020 г.



Поддержка по типу доноров, %, количество доноров, 2020 г.



По данным Candid, в 2020 г. 27% всех пожертвований на COVID-19 пришли от HNWI (\$5,8 млрд). Согласно исследованию Vistra, 36% HNWI увеличили свои пожертвования в 2020 г.

Пожертвования HNWI на благотворительность увеличились на 13% по сравнению с первой половиной 2020 года и составили \$5,8 млрд. Из них \$4 млрд выделила бывшая жена Джеффа Безоса, Маккензи Скотт. Пожертвования частных фондов в США увеличились больше чем в 2 раза и составили \$4,7 млрд.

В США 86% состоятельных домохозяйств сохранили или увеличили свои пожертвования в ответ на COVID-19. По сравнению с 2017 г., в 2020 г. средняя сумма пожертвования увеличилась на 48% (средняя сумма — \$43 195; для среднего несостоятельного домохозяйства — \$2 581).

Такое увеличение благотворительных пожертвований говорит о способности состоятельных филантропов обеспечивать устойчивость благотворительного сектора.

*США, в пожертвованиях HNWI учитывались только публичные пожертвования свыше \$50 000.

Источник: Philanthropy and COVID-19, Candid, Center for Disaster Philanthropy, 2021, Vistra, Global private wealth and the future of philanthropy, 2021, BofA Study of Philanthropy: Charitable Giving by Affluent Households, 2021.

Самая популярная категория благотворительных пожертвований HNWI — развитие системы образования

Топ-5 целей расходования средств на благотворительность среди владельцев крупных капиталов, которые готовятся передать активы наследникам, 2021 г.



Образование, безусловно, является самым популярным благотворительным направлением. Деньги помогают в финансировании инфраструктуры, выделении средств на научные исследования, подготовке учителей или предоставлении стипендий. Самые крупные пожертвования по-прежнему направляются на высшее образование, что подчеркивает важность традиции альма-матер, которая всегда была сильна в США и теперь распространяется на университеты по всему миру. Кроме этого, филантропы чаще всего жертвуют на то, что им ближе. Многие состоятельные филантропы делятся знаниями на специальных семинарах, а некоторые преподают в университетах, что еще больше усиливает их интерес к пожертвованиям в образование.

Искусство и культура занимают второе место на фоне неуклонного сокращения государственного финансирования. Пожертвования на здравоохранение и медицинские исследования долгое время были популярным благотворительным делом — учитывая часто значительные улучшения качества жизни и здоровья, которые могут быть достигнуты — и это, вероятно, было поддержано пандемией COVID-19. Интерес к экологическим проблемам остается довольно скромным во всех слоях населения, однако он неуклонно растет. Совершенно очевидно, что молодое богатое поколение проявляет весьма твердую приверженность делу охраны окружающей среды.

\$1 млрд

Пожертвовал частный фонд Azim Premji на образование в Индии в 2020 г., по сравнению с \$260 млн общих пожертвований на образование в стране.

Также фонду принадлежит университет, который помогает получить образование несмотря на финансовое положение студентов.

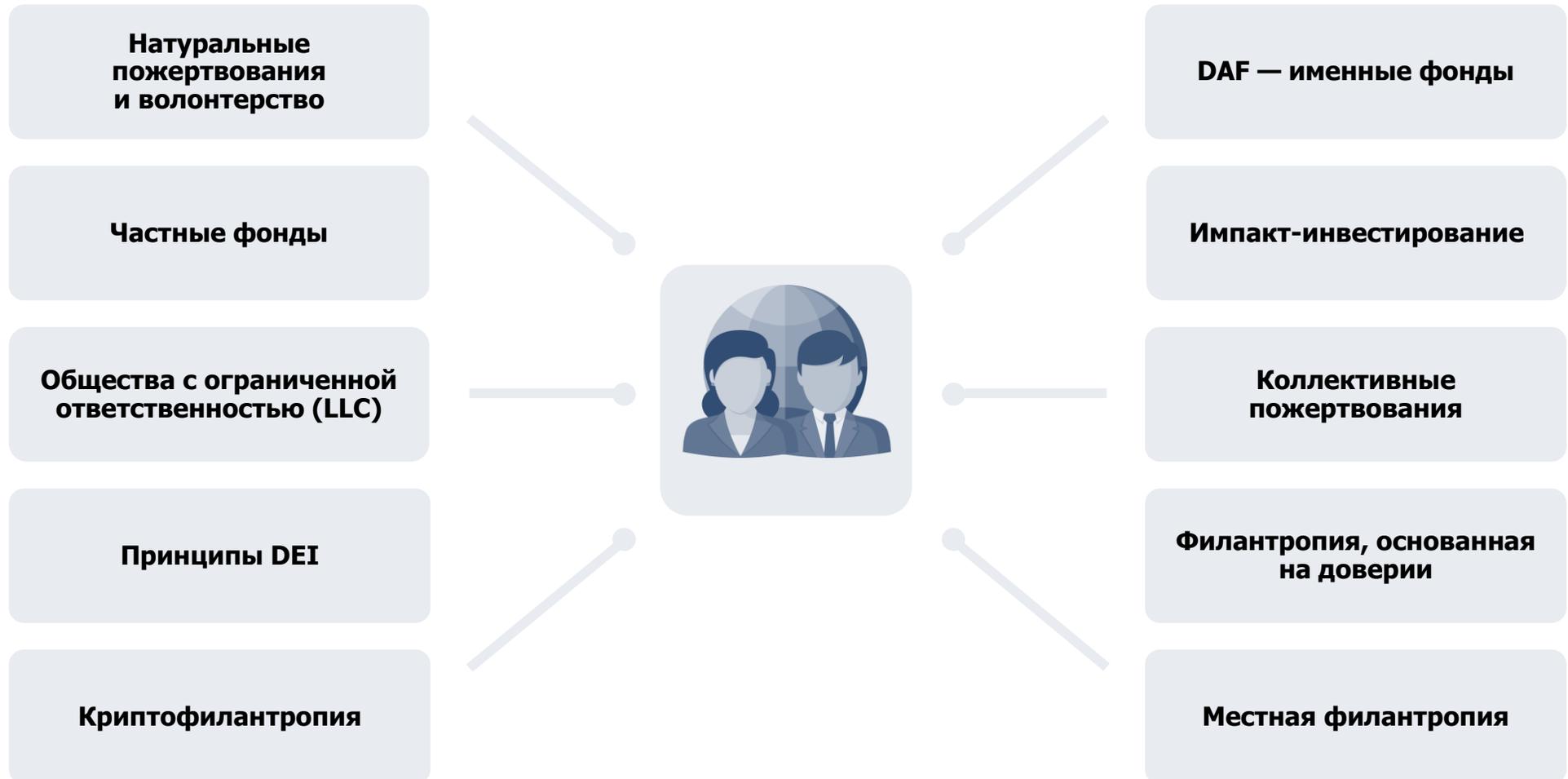
Большая часть HNWI-филантропов в мире жертвует на благотворительность, чтобы вдохновить других



Основной причиной заниматься благотворительностью для состоятельных филантропов в мире, согласно опросу Vistra, является возможность вдохновить других (55% респондентов). Наименее существенна для них возможность внести вклад в будущее для следующего поколения (19%).

В разных регионах существуют заметные тенденции, в первую очередь связанные с традициями, религией и культурой. В Латинской Америке 42% респондентов отметили, что филантропия хороша для бизнеса и имиджа, хотя в среднем этот показатель составляет 30%. Такой результат может быть расценен как высокий уровень цинизма, но эксперты Vistra считают, что в Латинской Америке он связан с желанием поддержать людей, работающих в компаниях, которыми владеют HNWI-филантропы.

Вариативность и гибкость филантропических практик состоятельных людей в мире растет



Участие состоятельных людей в филантропии — это не всегда и не только перечисление денег в фонды, но и волонтерство

Все чаще HNWI видят свое участие в филантропии как решение проблем (problem solvers). Возможность использовать свои бизнес-навыки, подключение своей сети контактов и связей к деятельности НКО зачастую значительно увеличивают социальный эффект; это возможность для HNWI принять непосредственное участие в достижении миссии НКО и в то же время выразить свою признательность.

Одним из таких эффективных способов можно назвать участие HNWI в попечительском совете некоммерческой организации¹:

- 24% состоятельных доноров США входят в совет директоров, в иные руководящие и надзорные органы НКО — попечительские, наблюдательные советы и пр.
- Членство в попечительском или наблюдательном совете благотворительной организации ведет к увеличению объемов пожертвований (более, чем у трети); у 20% — к сокращению.
- Среди советов для начинающим филантропов — стремиться к профессионализму, а значит, начинать с небольших инициатив и сумм, выбирать те направления, которые действительно понятны и беспокоят самого человека, жертвовать поначалу анонимно, так как ошибки неизбежны.

Средний чек пожертвования, \$, 2020 г.*



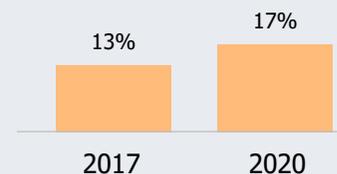
В среднем, волонтерство и непосредственное участие в деятельности НКО повышает средний чек пожертвования. Так, в 2020 году состоятельные домохозяйства США с опытом волонтерства жертвовали в 2 раза больше, чем те, где такого опыта не имели (\$20 838 и \$9 047, соответственно).

30,4%



состоятельных домохозяйств США занималась волонтерством в 2020 году, в первую очередь речь о pro bono волонтерстве, менторстве**.

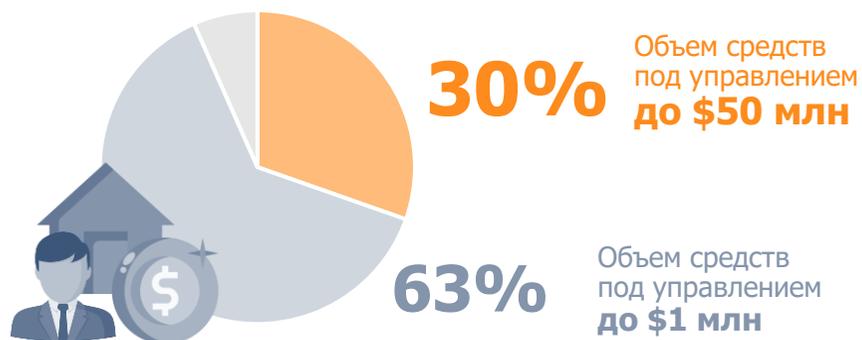
Домохозяйства, жертвующие свой транспорт, %



Растет доля состоятельных домохозяйств США, жертвующих свой транспорт (+4 п. п. за 3 года)².

Частный благотворительный фонд — это вопрос не только репутации, но и видимого результата благотворительной деятельности филантропа

Доля фондов, управляющих следующими средствами*, из примерно 100 000 частных фондов в США в 2020 году.



Участие HNWI в филантропии через собственные благотворительные фонды (частные и семейные фонды) является одной из распространенных и традиционных форм благотворительности.

- Частный фонд имеет четкую миссию и практики филантропии конкретной семьи. Согласно исследованию Vistra, принципы, установки, мотивация, поведение UHNWI, которые занимаются благотворительностью через частные фонды, значительно отличаются от тех, кто их не имеет.
- В США и многих западных странах предусмотрены определенные ограничения на деятельность частных фондов. В частности, они обязаны ежегодно расходовать не менее 5% своих активов (на практике, в среднем речь идет о расходовании 7,5%).

В последние годы растет численность HNWI, желающих учредить собственный частный фонд. Это особенно характерно для Ближнего Востока, где учреждение собственного фонда или фонда с именем своей семьи — это во многом вопрос репутации, осязаемого результата своей благотворительной деятельности.

Объем грантов, выданных фондами по размеру активов, \$млн**



В совокупности 1157 частных фондов, участвовавших в исследовании Foundation Source, выделили примерно на 1000 грантов и на \$15 млн больше в 2020 году (\$362,8 млн) чем в 2019 году (\$348,2 млн).

Использование **обществ с ограниченной ответственностью** — **новый филантропический инструмент в технологическом секторе США**



Управление благотворительной деятельностью через компании с ограниченной ответственностью (ООО) — новейший механизм, характерный в большей степени именно для UHNWI США из технологического сектора. Через такие коммерческие организации осуществляется широкий круг филантропических практик с целью достижения социального эффекта — выдача грантов, адвокационные кампании, импакт-инвестирование, поддержка социального предпринимательства и пр. Использование модели ООО часто критикуется за отсутствие прозрачности и излишнюю увлеченность технократическими подходами при решении сложных социальных проблем.

Среди признанных достоинств данной модели — ее гибкость, возможность добиваться социальных изменений, используя более широкую линейку возможностей, недоступных для регулирования некоммерческого сектора. Кроме гибкости, ООО обеспечивают также **большую интеграцию различных социальных мероприятий**, чтобы обеспечить прогресс в достижении своей миссии.



Компания Chan Zuckerberg Initiative LLC, учрежденная Марком Цукербергом и его женой Присциллой Чан, осуществляет не только традиционные благотворительные пожертвования, но также поддерживает политические кампании, занимается импакт-инвестированием и запускает новые предприятия.

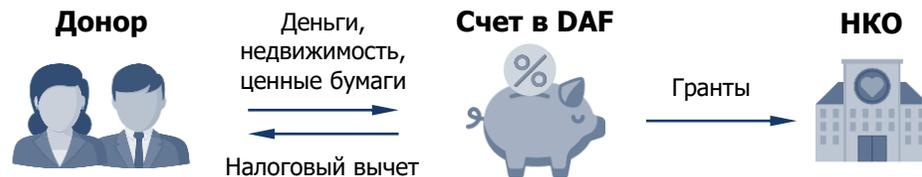


Emerson Collective LLC, основанный Лорен Пауэлл Джобс, предоставляет гранты в дополнение к инвестициям в предпринимательские и кинематографические проекты.



DAF — альтернатива частным фондам

Альтернативой частному фонду и LLC может стать фонд, рекомендованный донором (именные фонды, donor-advised fund, DAF) — благотворительные инвестиционные счета, управляемые общественной благотворительной организацией в интересах доноров. Доноры пополняют счет (и имеют право на благотворительный налоговый вычет), при этом они могут рекомендовать выплаты со своего счета определенным НКО позже в будущем, в удобное обозначенное время. Управляющая счетом благотворительная организация (спонсор) обеспечивает полное администрирование — от инвестирования до дальнейшего распределения средств в виде грантов указанным (рекомендованным) донорами благотворительным организациям.



Преимущества DAF по сравнению с частным фондом: они дешевле в содержании; позволяют начать участвовать в филантропии с небольших сумм (как правило, речь идет о \$5–10 тысячах); обеспечивают большую гибкость для следующих поколений, освобождая тем самым детей от выполнения поставленной миссии семейного фонда.

DAF в США

1 млн

организаций

\$159 млрд

общий размер активов

7%

состоятельных домохозяйств сделали пожертвования через DAF в 2020 г., по сравнению с 5% в 2017 г.

Поступления и траты опрошенных фондов DAF, \$млрд, 2020 г.

Поступило в фонды DAF

\$47,85

Направлено из DAF в НКО

\$34,67

Тренд социальной ответственности среди HNWI привел к появлению практики **импакт-инвестирования**

Импакт-инвестирование — филантропическая практика, набирающая популярность у HNWI. Учитывая, что во многих странах нормативная правовая база, регулирующая импакт-инвестирование, пока находится в стадии формирования, 2/3 импакт-инвесторов из числа HNWI считают эту деятельность скорее дополнением, чем заменой их традиционным благотворительным пожертвованиям.

У доноров, особенно молодых, меняется отношение к благотворительности. Новое поколение HNWI в большей степени стремится к пересечению своего «бизнеса» и «благотворительности», стирая четкую грань между двумя ранее считавшимися разнонаправленными процессами — инвестированием (вложения) и «раздачей» богатства (траты). Будучи взаимосвязанными и согласованными, эти два вида деятельности становятся мощным инструментом в достижении миссии, приводят к пересмотру инвестиционных политик фондов. Так, основная часть филантропического капитала (примерно \$1,5 трлн) размещена в эндаументах и инвестиционных фондах, которые участвуют в глобальных финансовых рынках.

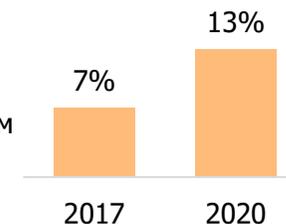


50%

опрощенных в Великобритании предпочли вместо пожертвования в благотворительную организацию купить продукцию социально ответственного предприятия*

В США участие состоятельных домохозяйств в устойчивом и импакт-инвестировании к 2020 году почти удвоилось, по сравнению с 2017 годом (13,2% и 7,2%, соответственно). Более того, почти 60% заявили, что их импакт-инвестиции были дополнением к их существующим благотворительным пожертвованиям².

Участие состоятельных домохозяйств США в импакт-инвестировании, %**



Во всем мире наблюдается экспоненциальный рост интереса к стратегиям инвестирования в охрану окружающей среды; ожидается, что все больше управляющих компаний будут предлагать своим клиентам возможности инвестировать в соответствии с их ценностями. Например, в Австралии 3/4 частных банкиров и консультантов по благосостоянию, которые управляют инвестициями HNWI на сумму более \$3,3 трлн, отмечают растущий интерес своих клиентов к вопросам изменения климата. Более 2/3 клиентов стремятся увеличить свои благотворительные пожертвования в эту сферу^{***}.

Коллективные пожертвования — эффективный способ достижения благотворительных целей

Объединение доноров в клубы по интересам, совместные пожертвования, акселераторы и фонды венчурной филантропии становятся все более популярными у HNWI, позволяя объединять ресурсы, совместно принимать решения и разделять риски.

В США насчитывается около 2000 кругов дарителей, объединяя около 150 тысяч человек и привлекая \$1,3 млн ежегодно. К 2025 году прогнозируется рост до 3000 кругов.

Среди наиболее распространенных форматов — круги дарителей (giving circles), в т. ч. закрытые элитарные клубы для HNWI; объединенные фонды (pooled funds).



Наследная принцесса Норвегии Метте-Марит учредила группы женщин-филантропов Maverick Collective и Maverick NEXT, которые поддерживают экспериментальные инициативы в сфере здравоохранения, инвестирование в женщин и девочек, чтобы покончить с крайней нищетой. Для членов группы проводят интенсивные тренинги, чтобы они смогли стратегически использовать свои интеллектуальные и финансовые ресурсы для благотворительных целей.

Данные практики наиболее активно развиваются в традиционных тематиках образования (клубы выпускников университетов, формирование целевых капиталов), местных сообществ конкретных территорий. Такие объединения появляются и активно поддерживаются донорами в ответ на острые общественные дискуссии — расовое и гендерное равенство, борьба с пандемией, климатические изменения и прочие вопросы.

HNWI используют и иные креативные способы для привлечения дополнительных ресурсов на цели, которые их заботят. В частности, одна из таких тактик — обязательство донора удвоить собранные средства в ходе фандрайзинговой кампании за определенный период времени.



Интересный опыт кругов благотворителей представлен в Индии — Dasra Giving Circles. Речь идет о формировании круга из 10 доноров, каждый из которых обязуется в течение трех лет выделить по 1 млн рупий в объединенный фонд. Dasra берет на себя задачи тщательного изучения конкретной проблемы и готовит список НКО, практикующих эффективные подходы в решении проблемы. Лучшая НКО получает интенсивную поддержку в течение трех лет: грант в размере 85% объединенного фонда, остальные 15% — покрытие расходов Dasra; ежеквартально публикуется отчетность для инвесторов о прогрессе.

Развиваются новые способы благотворительности, не связанные с фиатными деньгами, например — криптофилантропия

Вновь возрождается интерес к криптофилантропии. Во многом это ответ на растущий спрос со стороны частных лиц и организаций, стремящихся пожертвовать криптовалюту, чтобы снизить свои налоговые обязательства в условиях растущей неопределенности регулирования. Развитию криптофилантропии в США благоприятствуют значительные налоговые льготы для пожертвований в криптовалюте. Криптовалюта активно используется в странах, где есть сложности с традиционной банковской системой (например, Венесуэла), активный поток пожертвований в криптовалюте направляется в страны Африки.

- Крупнейшая платформа для пожертвований криптовалюты The Giving Block рассчитывает в 2022 году привлечь более \$1 млрд (в 2021 году — более \$100 млн).

1 200 Клиентов было у платформы The Giving Block к началу 2022 года



- Молодые инвесторы в криптовалюты все чаще стремятся раздать свои зачастую неожиданные богатства на добрые дела. Например, Виталий Бутерин, соучредитель блокчейн-платформы Ethereum, пожертвовал 50 триллионов токенов на сумму \$1,2 млрд в Индийский фонд помощи против COVID-19.
- Численность людей, оперирующих с криптовалютой (а также крипто-HNWI), каждый год удваивается, поэтому доноры криптовалюты становятся все большей демографической группой для НКО. Платформа The Giving Block в конце 2021 года объявила о запуске специализированного сервиса пожертвований премиум-класса, адаптированного для потребностей HNWI и (Private Client Services), включая услуги по налогам, бухгалтерии, оценке и пр., возможность делать пожертвования в т. ч. анонимно, сразу нескольким НКО одним пожертвованием и пр. Наибольшие пожертвования совершаются в пользу благотворительных организаций, в эндаументы университетов и религиозные организации.



Несмотря на экспоненциальный рост криптофилантропии, речь пока не идет о повсеместном поступлении криптовалюты в НКО, больше речь об узком нишевом сегменте. Много дискуссий вокруг криптофилантропии связано с практическими и этическими моментами — анонимные пожертвования из потенциально сомнительных источников, нестабильность криптоактивов, неурегулированность сферы.

Ценности DEI в филантропии — разнообразие, инклюзивность, равенство

Повестка DEI (Diversity, Inclusion, Equity) — одна из ключевых и набирающих обороты на протяжении последних лет не только в западном мире.

Логичным образом ценности DEI внедряются и в филантропии HNWI, услугах по управлению благосостоянием. Так, это интерес к растущему уровню благосостояния женщин в целом и среди HNWI в частности. В настоящее время под контролем женщин находится треть мирового богатства.

При этом их благосостояние растет быстрее, чем в мире в целом (ежегодный прирост составляет \$5 трлн); женщины-HNWI жертвуют чаще и больше, чем мужчины-HNWI



92%

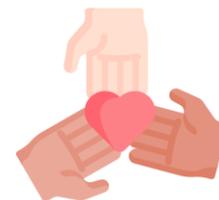
**женщин-HNWI
занимается
благотворительностью**

Аналогичным образом, наблюдается рост интереса к не-западной филантропии, в т. ч. со стороны HNWI — азиатской, исламского мира (например, на закат и садаку ежегодно приходится до \$1 трлн);

Увеличиваются объемы поддержки для НКО, возглавляемые или работающие для менее представленных групп, с целью преодоления гендерного, расового и иного социального неравенства, формирования более инклюзивного мира.

В 3,8 раз

выросли в США объемы пожертвований на борьбу с расовой несправедливостью в 2020 году по сравнению с 2011 годом



Донорские организации вносят изменения в свои грантовые и отчетные процедуры, расширяя доступ к финансированию для новых, малых НКО, учрежденных представителями коренных народов, ЛГБТ+, уязвимыми группами и пр.

Внедрение принципов DEI ведет к созданию более разнообразных советов директоров благотворительных фондов (больше женщин, людей с разным цветом кожи и бэкграундом); сокращению разрыва в оплате труда.

- Меняется роль благополучателей в сторону расширения их участия в проектировании и управлении программами, фандрайзинге, поиск более инклюзивного языка, тема уважения человеческого достоинства благополучателей.
- Параллельно, растет давление на доноров, исповедующих противоположные взгляды; в т. ч. порицание НКО, принимающих пожертвования от таких доноров.

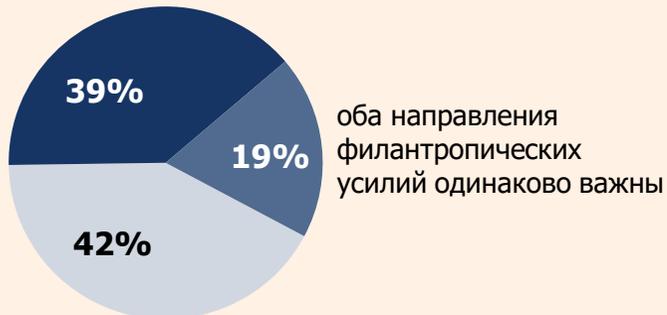
Place-based/Community-led philanthropy — местная филантропия, поддержка местных сообществ

В последние годы все большую поддержку получает развитие так называемой местной филантропии, ориентированной на решение проблем конкретной территории, опору на местные решения, экспертизу, ресурсы, на формирование устойчивых и жизнестойких местных сообществ.

Для крупных доноров, в частности из числа HNWI, поддержка местной филантропии приобретает дополнительную моральную окраску — «начни со своего двора» (giving in your own backyard), «делай добро там, где сам живешь». В частности, увеличиваются пожертвования на поддержку местного малого бизнеса, производство местных товаров, услуг, НКО и пр.

Доля HNWI, которые считают для себя более важным

поддерживать глобальные проекты
(это особенно характерно для молодых HNWI стран Азии, получивших образование за границей)



вносить вклад именно в поддержку местных сообществ

1/2 HNWI проживают более чем в одной стране, причем вероятность этого возрастает по мере увеличения состояния, согласно исследованию Barclays

Предпринимаются и целенаправленные усилия по вовлечению HNWI в улучшение мира, начиная с наведения порядка на самых близких для них территориях. Например, в Силиконовой долине (США) 6 семейных фондов апробируют подходы, которые расширят участие местных UHNWI в поддержке местных НКО, работающих с уязвимыми группами (Magnify Community Pledge).

Magnify
Community

В период пандемии особенно усилился запрос на выделение пожертвований НКО на условиях взаимного доверия

Trust-based philanthropy: выделение грантов НКО на принципах доверия

Филантропия, основанная на доверии — выделение НКО грантов не на конкретный проект, а на уставную деятельность (достижение миссии организации, для чего нужны административные расходы, оргразвитие, обучение сотрудников и пр.); суммы не на один год, а сразу на несколько лет. При этом — максимальное облегчение грантовых, финансовых и отчетных процедур.

Гранты, выделяемые на НКО



В 2020 году доля нецелевых грантов увеличилась, заняв долю в 46,3%. Что является самым сбалансированным соотношением между целевыми и нецелевыми расходами за последние 10 лет.



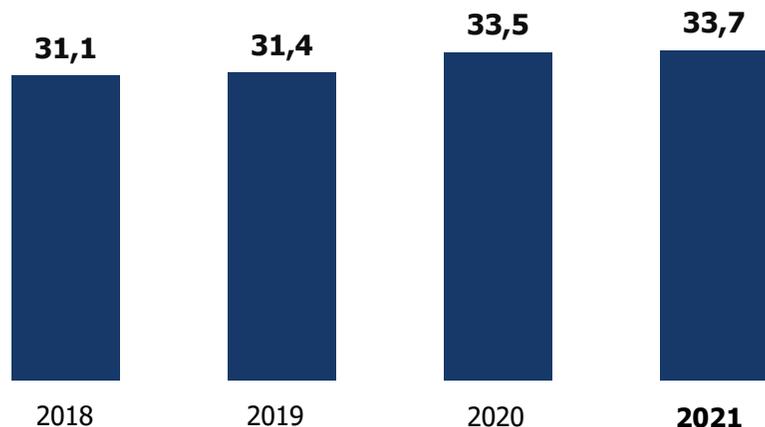
Яркий пример такого подхода — гранты Маккензи Скотт, которая после развода с Джеффом Безосом выделяет значимые средства на благотворительность, бросая вызов устоявшимся практикам филантропии в целом, и HNWI в частности. За последние 2 года она целенаправленно пожертвовала около \$12,3 млрд, выступив для 465 НКО в роли эдакого Тайного Санты. Команда внешних консультантов (их имена не раскрываются, но в их число точно входит авторитетная Bridgespan Group) в течение нескольких месяцев выявляла и оценивала НКО, которые работают в недофинансированных областях, чей вклад важен для системного искоренения неравенства. Отобранным НКО была предложена финансовая поддержка без подачи какой-либо грантовой заявки, не обязаны они и отчитываться за полученные суммы, нередко многомиллионные. Как отмечает Скотт, ей было важно сделать процесс участия в конкурсе «человеческим и мягким». Предложения о выделении финансирования были для некоторых НКО настолько неожиданными, что нередко их просто отправляли в папку «Спам». «Миллиардер, поднявший планку», «самый значимый филантроп эпохи COVID» — далеко не полный перечень эпитетов в отношении Маккензи Скотт.

4.2 Роль крупных филантропов в благотворительности

– Крупные филантропы в России

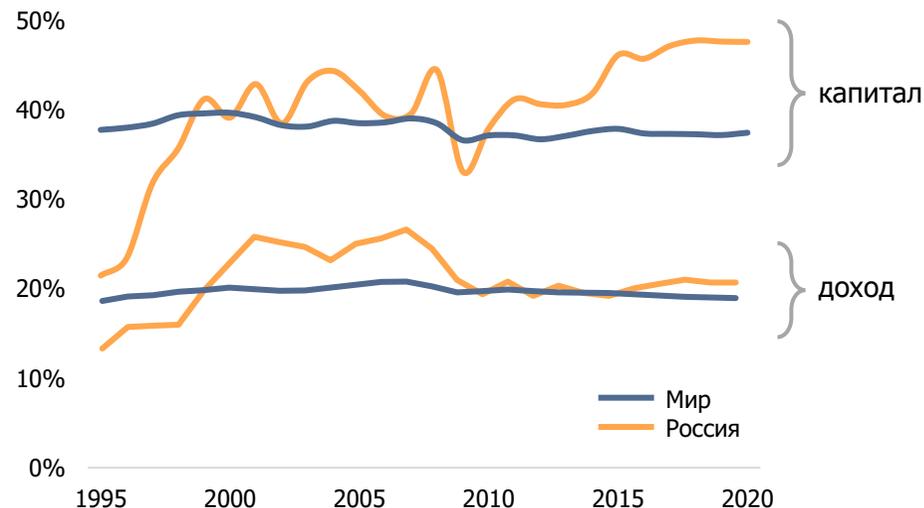
В России 34 тысячи человек являются владельцами крупного капитала от \$1 млн

Состоятельные люди России с финансовыми средствами от \$1 млн, тыс. чел.



Источник: оценка Frank RG, 2021 г. на основе данных benchmark-исследований.

Доля капитала и дохода 1% богатейших людей в мире и России, 1995–2020 гг., %



Источник: World Inequality Lab, World inequality report, 2022.

Доля капитала и доходов 1% богатейших россиян резко увеличилась после 1991 года. С 2010 до 2020 года, доля дохода 1% богатейших была близка с среднемировой, в отличие от доли капитала. Эта доля, по оценкам World Inequality Lab, составила 48% в России и 38% в мире (по оценкам Credit Suisse, 58% и 52%, соответственно).

Benchmark-исследования Frank RG показывают, что в 2021 году финансовые активы от \$1 млн, размещенные в РФ на банковских счетах и в инвестиционных продуктах, имели около 34 тыс. человек.

Источник: Frank RG, 2022.

Около 37% частных пожертвований в России — средства HNWI-филантропов

Средства, направленные на благотворительные цели и КСО, 2021 г., млрд руб.

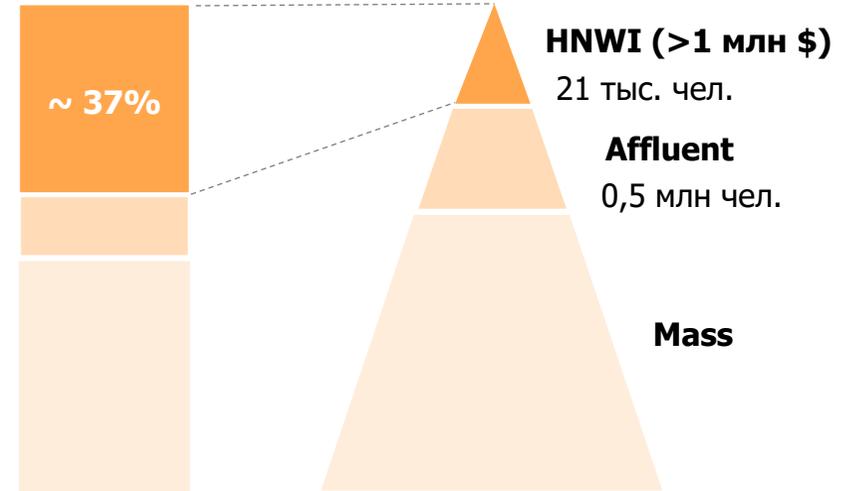
360–380 млрд*

+23%
за ГОД



~ 74–94 млрд руб.

35 млн человек

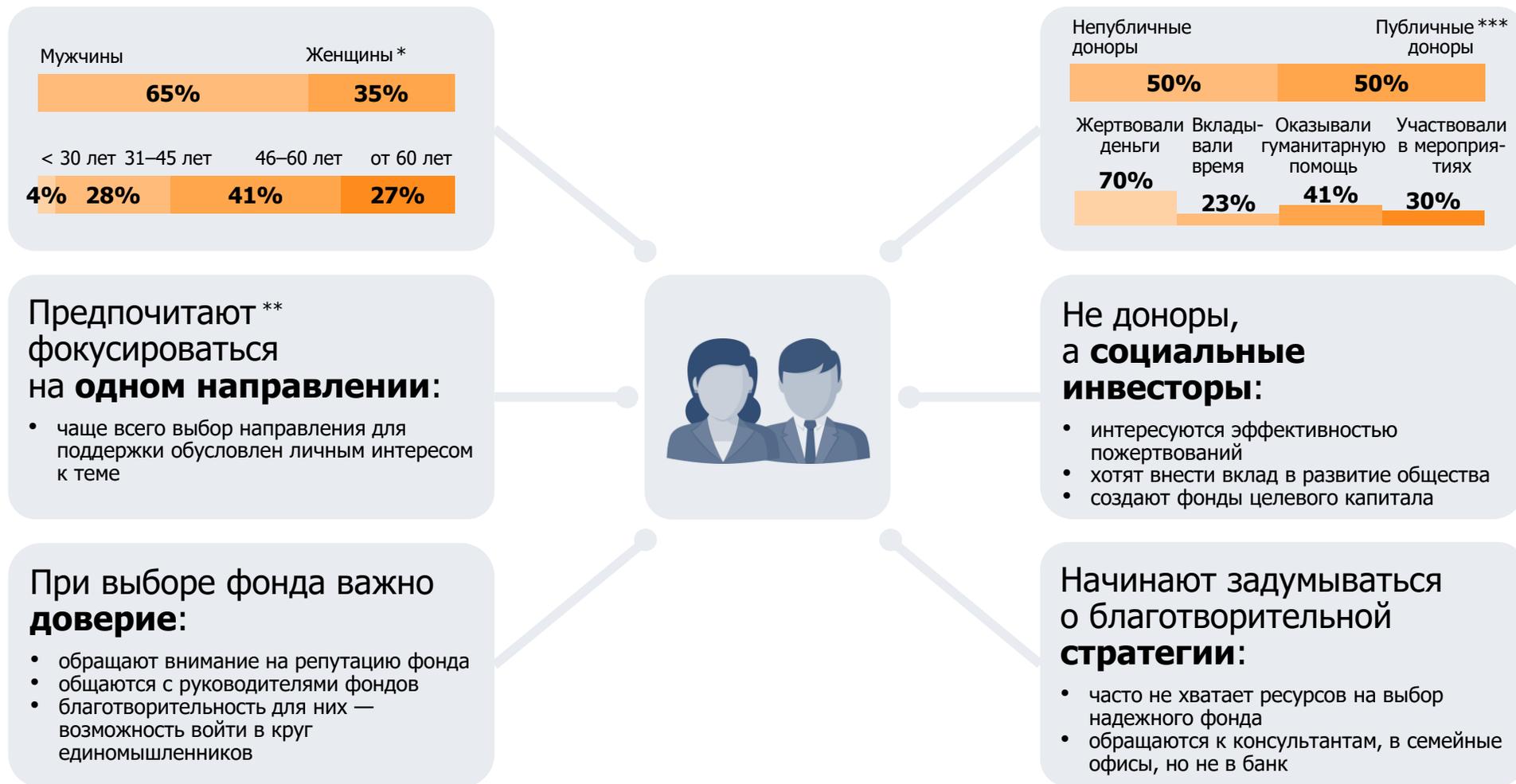


Благотворительность в России финансируется за счет компаний, частных лиц и государства. Компании финансируют собственные корпоративные фонды и расходуют средства на корпоративную социальную ответственность (КСО). По оценке Frank RG, объем КСО-расходов в России составляет **245 млрд рублей**. Коммерческие компании, государство и частные лица в сумме предоставляют НКО **113–133 млрд рублей**. **16–36 млрд рублей** — пожертвования напрямую, например, на личные карты благополучателей.

Около 37% всех пожертвований частных лиц составляют пожертвования HNWI-благотворителей — **31 млрд рублей**.

*За исключением пожертвований в религиозные организации и пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО.

Портрет российского состоятельного филантропа



*Источник: Frank RG, Private Benchmark, 2021, клиенты Private banking.

**Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты интервью с состоятельными филантропами: 2 UHNWI, 6 HNWI, 2 владельца бизнеса, топ-менеджера.

***Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты анонимного опроса, 44 респондента с капиталом от 6 млн руб., 2022.

Российские состоятельные филантропы в отличие от массовых доноров стали жертвовать больше в последнее время

«Изменилось ли ваше участие в благотворительности за последние 2 года?», %



Половина состоятельных филантропов (52%) стали жертвовать больше после начала пандемии и только 8% стали жертвовать меньше.

Среди массовых жертвователей доля тех, кто стал жертвовать меньше (18%), превысила долю тех, кто сократил пожертвования (14%). Однако 8% массовых жертвователей начали заниматься благотворительностью в последние 2 года — это существенный прирост вовлечения.

Есть значительная разница в поведении состоятельных и массовых филантропов в последние 2 месяца (на май 2022 года): 38% состоятельных и только 6% массовых доноров увеличили пожертвования.

«Изменилось ли ваше участие в благотворительности за последние 2 месяца?», %



Крупные филантропы, поучаствовавшие в интервью, отмечали, что рост вовлеченности связан не только с внешними факторами, но и с внутренним развитием собственных проектов, желанием вовлекаться во что-то новое и амбициозное.

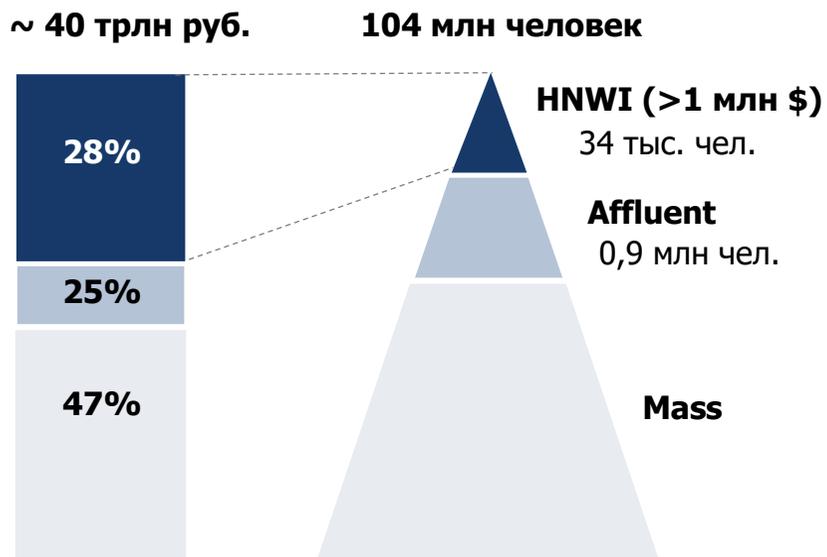
«Новое открывается — постоянно что-то происходит. <...> Это не связано с кризисом, это связано с объективным развитием моих проектов».

Часть филантропов все же отмечает, что в текущих условиях возможностей для благотворительной деятельности становится меньше.

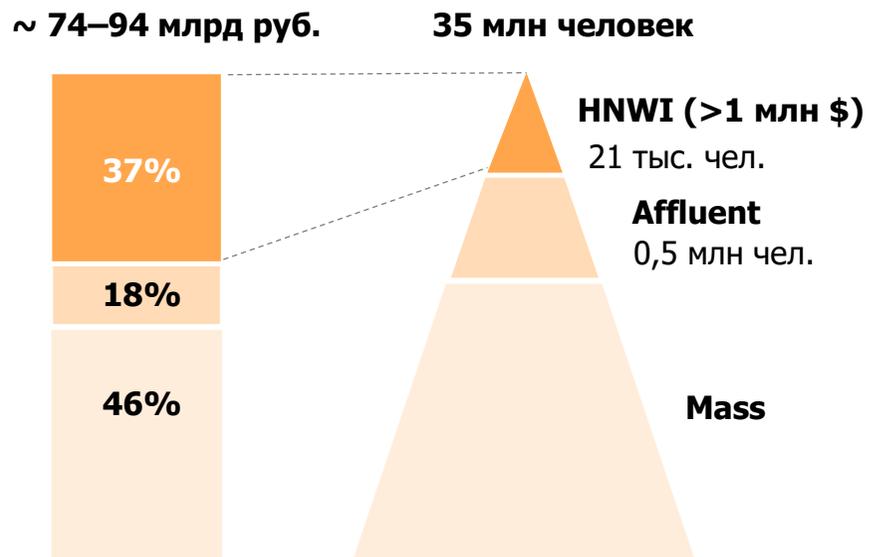
«Я ожидаю, конечно, существенного снижения благотворительных возможностей — бюджетов и прочего».

HNWI в 2021 году потратили около 31 млрд рублей на благотворительность, это 0,3% от капитала всех HNWI в России

Сегментное распределение частных лиц в России (доноры и не доноры) и их капитал, 2021 г., чел., руб.



Количество доноров и размер трат на благотворительные цели (включая «серую» благотворительность), 2021 г., чел., руб.



Размер трат HNWI на благотворительные цели по оценке Frank RG составляет около 31 млрд руб. Это 37% от общих трат частных лиц на благотворительность и примерно 0,3% от капитала всех HNWI (доноров и не доноров). Для сравнения, доля трат UHNWI клиентов в мире от капитала всех таких клиентов составляет 0,5% (см. [слайд 25](#)).

Среди филантропов, принявших участие в интервью, не было выделено явной закономерности о том, как формируются бюджет на благотворительные цели. Среди упомянутых практик — ориентация на фиксированный процент от прибыли / дохода; траты в зависимости от целей и планов фонда, учредителем которого является филантроп; обсуждение внутри семьи по итогам года в зависимости от полученной прибыли и возможностей. 7 из 10 респондентов указали, что время от времени совершали также и спонтанные пожертвования.

В рамках пути российского HNWI-филантропа возможен разный уровень вовлечения в благотворительную деятельность

Узнать



От друзей и знакомых



От своей компании и стейкхолдеров



От НКО (реклама и личная просьба)



Личная история

Получить консультацию



От family office



От консультантов, юристов



От банка



От инфраструктурных НКО

Поучаствовать в благотворительности

34%*

Помогать напрямую нуждающимся

Жертвовать через основной бизнес

12%

86%

Жертвовать фондам спонтанно

Участвовать в органах управления фонда

18%

40%

Жертвовать фондам регулярно

Создать частный фонд

20%

38%

Участвовать в благотворительных мероприятиях

Помогать фондам экспертизой

24%

Состоятельные филантропы, как и массовые жертвователи, склонны к эмоциональным пожертвованиям — 86% состоятельных филантропов в России совершают эмоциональные пожертвования. При этом из аналитики по результатам интервью видно, что доля этих пожертвований незначительная в общем объеме и редко превышает 5% (2–5%). 34% состоятельных филантропов помогли напрямую, а 38% — участвовали в благотворительных мероприятиях. В активностях, которые требуют большего вовлечения со стороны филантропа, принимает участие меньше людей, например, участвуют в органах управления фонда и имеют собственный фонд 18% и 20% состоятельных филантропов соответственно.

*Доля состоятельных людей в России, которые вовлечены в данную благотворительную активность.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты опроса и экспертных интервью, 2022.

Состоятельные филантропы, как правило, сочетают различные способы участия в благотворительности и считают важным способом помощь фондам экспертизой

Типы вовлечения и способы участия в благотворительности состоятельных филантропов

Способ	Детали / примеры	Ответы*	Способ	Детали / примеры	Ответы*
Жертвовать фондам спонтанно	Небольшие доли от общего объема пожертвований (2–5%)	7/10	Участвовать в органах управления фонда	Участие в попечительском совете / органах управления	3/10
Создать частный фонд	Есть собственный фонд / группа НКО	6/10	Участвовать в благотворительных мероприятиях	Участие в благотворительных мероприятиях фондов, аукционах Meet for Charity	1/10
Помогать фондам экспертизой	Интеллектуальное волонтерство: <ul style="list-style-type: none"> • помощь на волонтерских началах своей экспертизой (консультации pro bono, помощь с фандрайзингом и пр.) • менторство 	6/10	Жертвовать через основной бизнес	<ul style="list-style-type: none"> • Регулярное выделение годового бюджета в прибыли компании • Пожертвования в зависимости от прибыли в году 	1/10
Жертвовать фондам регулярно	Пожертвования в благотворительные фонды	5/10	Помощь напрямую нуждающимся	Прямая адресная помощь: конкретная помощь подопечному	1/10
	Пожертвования в эндаумент-фонды	3/10			

70% респондентов в качестве основной формы поддержки выделяют средства на благотворительность через собственные фонды и некоммерческие структуры. Уделение НКО собственного времени и помощь собственной экспертизой также один из важных способов поддержки, который выделяют сами филантропы. 8 из 10 филантропов предпочитают помогать системным проектам, поскольку считают, что это приносит больше пользы и позволяют решать проблемы комплексно. Чаще всего филантропы используют сочетание различных способов вовлечения в благотворительность, каждый из которых требует разного количества времени и ресурсов и встраивается в их образ жизни.

*Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты экспертных интервью, результаты интервью с состоятельными филантропами, 2022.

Филантропическая активность HNWI-благотворителей развивается в сторону большего вовлечения и публичности

Стараются **вовлечь семью** в филантропию:

- часть решений уже принимают совместно с супругой / супругом / детьми
- стремятся передать интерес к благотворительности следующему поколению, наследникам

НКО готовы взаимодействовать с филантропами в формате **win-win**:

- HR-эффекты
- личный пиар
- позитивный GR-эффект и отношения с властью
- влияние на продажи основного бизнеса



Готовы **объединяться с другими филантропа-ми** для достижения целей:

- считают, что это позволяет масштабировать проекты, придумывать идеи

Признают, что важно рассказывать о филантропии в **публичном** пространстве:

- возможность «заразить идеей» знакомых, привлечь единомышленников
- обмен опытом и практиками в благотворительности

«

Я стараюсь не делиться, но есть вещи, которые нельзя не озвучивать. Есть определенная доля публичности, связанная с тем, что о проекте надо рассказывать, чтобы привлечь правильных людей [в проект]. Речь не о личных мотивах.

крупный филантроп

«

Кооперация позволяет масштабировать проекты, дает больший эффект. Обычно я приглашаю партнеров в мои проекты и готов быть драйвером. Проблемы коммуникации есть с обеих сторон — и со стороны благотворителей, и со стороны фондов и НКО. Нет ощущения общности — есть те, кто дает деньги, и те, кто их берет.

крупный филантроп

У части состоятельных филантропов уже сформирован запрос на долгосрочную стратегию благотворительности



8/10

состоятельных филантропов,

принявших участие в интервью, не имеют formalized стратегии филантропии

Филантропы хотят видеть четкую стратегию у НКО, но личную стратегию формируют редко.



У меня нет личной стратегии, положенной на бумагу. Стратегия — просто делать то, что доставляет удовольствие.

крупный филантроп

Те, кто имеет стратегию (2/10), сформировали ее на срок **10–25 лет**.



Стратегические планы — это планы на десятки лет, не годы. Поэтому меня всегда удивляло, когда спрашивали, буду ли я входить в рабочую группу по стратегическому планированию на 2022–2024 год. Я не буду.

крупный филантроп



5/10

Банков,

принявших участие в интервью, консультируют клиентов private banking по вопросам благотворительности, в 1 — составляют стратегию для частных фондов клиентов

Банки формируют стратегию по ESG-тематике, а собственные планы по благотворительности строят **в рамках 1 финансового года**. Существуют ежегодные проекты и постоянные партнерские или собственные фонды.



Мы достаточно мудрые, чтобы не строить планов на 5 лет, а тем более сейчас.

руководитель направления благотворительности банка



Мы обрисовали стратегию, планы у нас не меняются, будем действовать по обстановке.

руководитель направления благотворительности банка



2/41

НКО,

принявших участие в интервью, имеют formalized стратегию на 10 лет

Стратегия в том или ином formalized виде есть у 24 организаций. Как правило, она формируется **на 3–5 лет** и может представлять собой документ с программами, целями по ним и плановыми показателями либо зафиксированные результаты стратегической сессии.



Это интересно тем [организациям], кто переходит с адресного уровня на системный. Сейчас вижу, что люди задумываются об этом на этапе создания фондов.

руководитель фандрайзинговой НКО

Однако не существует единого стандарта, что должна включать в себя стратегия НКО. Чаще всего это неpublicные документы, и сложно оценить их полноту и качество. В своей деятельности НКО зачастую руководствуются тактикой, а не стратегией. Одна из причин этого заключается в том числе в высокой турбулентности внешних условий, влияющих на некоммерческий сектор. В настоящий момент большинство опрошенных НКО находятся в процессе пересмотра стратегии.

Состоятельные филантропы помогают в основном детям и социально-уязвимым группам населения

Доля состоятельных людей, которые жертвуют на данную тему, %

Количество НКО, поддерживающих тему



Российские состоятельные филантропы больше склонны жертвовать средства на лечение детей и социально-уязвимым группам населения. Данной тематикой занимается большая часть НКО.

Сфера культуры, искусства и науки традиционно финансируется немногочисленной группой наиболее состоятельных филантропов. Так, 4 из 10 филантропов, участвовавших в интервью, отметили сферу образования как приоритетную для себя.

По результатам интервью филантропов, чаще всего выбор направления для поддержки обусловлен личным интересом к теме: например, владелец капитала учился в учреждении, которое впоследствии решил поддержать, его волнует будущее собственных детей, поэтому он вкладывается в образование.

Рациональная филантропия (вижу проблему — ищу способ ее решения) пока еще меньше распространена и упоминается в интервью 2 из 10 опрошенных

Некоторые филантропы отвечали, что следуют зову сердца и выбирают то, что им «просто нравится», либо то, в чем они видят наибольшую ценность для себя. Личным интересом руководствуются 6 из 10 опрошенных владельцев крупных капиталов.

Большая часть состоятельных филантропов в России жертвует на благотворительность, чтобы внести свой вклад в развитие общества



Источник: Frank RG, Philin Philgood, результаты анонимного опроса, 44 респондента с капиталом от 6 млн руб., 2022.

Для большинства владельцев капиталов (7/10 филантропов, с которыми были проведены интервью) главная мотивация для занятия благотворительностью — это **желание привнести значимые изменения, внести свой вклад в развитие общества**.

«Мне хочется, чтобы Россия была местом, где хочется жить, работать и растить детей. У нас куча проблем, и если мы их не решим, кто их решит?»

крупный филантроп

Источник: Philin Philgood, результаты глубинных интервью с филантропами, 2022.

Также среди важных мотивов для занятия благотворительностью — личный интерес к той или иной проблеме. Чаще всего это именно пересечение личного интереса и желания внести свой вклад, сделать что-то глобальное.

Третий наиболее часто упоминавшийся фактор — это эмоциональная сопричастность, удовольствие, которое человек получает от занятия благотворительностью, от общения с людьми, работающими в НКО.

Обратная связь от благополучателей также сильная мотивация для занятия благотворительной деятельностью.

Чаще всего среди проблем НКО крупные филантропы упоминают неграмотное финансовое и бизнес-планирование, проблемы с целеполаганием, неделовой подход

! Неграмотное финансовое планирование

«Менеджер фонда говорит: "Мы собрали три миллиона рублей, чтобы построить детский дом". А как можно за три миллиона построить детский дом? Он стоит других денег. Выяснилось, что все эти люди ни о чем не думали, когда запускали программу, я поразился их безответственности».

крупный филантроп

! Отсутствие индивидуального подхода, неверный выбор tone of voice коммуникации

«[НКО] пишут СМС, а не звонят [мне]. Хотя по голосу могли бы понять, какой человек — веселый или нет, какой у него голос. В благотворительности действие не должно быть искусственным, и тогда все само собой идет».

крупный филантроп

! «Потребительское» отношение к капиталу филантропов со стороны НКО

«Проблемы коммуникации есть с обеих сторон — и со стороны благотворителей, и со стороны фондов и НКО. Нет ощущения общности — есть те, кто дает деньги и те, кто их берет».

крупный филантроп

«[У НКО неприемлемая] реакция на отказы. Ты сразу понимаешь, человек приходит с тобой не подружиться, а просто получить твои деньги».

крупный филантроп

! Недостаточная прозрачность НКО

«Необходима большая прозрачность, отчетность. На российском рынке благотворительности точно есть куда развиваться, и, может, это привлечет больше участников и меценатов».

крупный филантроп

! Предпочтение масштабных и устойчивость проектов

«Не хватает четкого формулирования того, а чего они хотят добиться вообще, какой у них план. Нет часто четкой стратегии, стратегии не в смысле мотивов, а в смысле — примерно через три года мы хотим прийти в эту точку».

крупный филантроп

! Отсутствие бизнес-подходов

«Мне показалось, что это еще очень далеко от ритма бизнеса. Я когда участвовал [в попечительском совете], мне было очень тяжело перестроить себя на скорость, с которой они работали в НКО».

крупный филантроп

Адресная помощь vs системные проекты, по мнению крупных филантропов



8/10 филантропов, принявших участие в интервью, предпочитают вкладывать свои средства в системные проекты

По мнению крупных филантропов, системные проекты позволяют достичь больших изменений, имеют больший охват и масштаб влияния, что определено важно для большинства филантропов и отвечает их амбициям. Кроме того, у владельцев капиталов есть представление о том, что любую проблему необходимо решать комплексно, на уровне государства, системы, а не точечно.

«Я за развитие направления. Я за удочки, а не за рыбку».

крупный филантроп

«Скорее про системные проекты. Например, такая область, как сироты — я какое-то время в этом участвовал — там главное не игрушки возить в детдома, а сделать так, чтобы детей не было в детских домах. Когда собирают деньги на операцию ребенку, у меня внутренний протест: почему мы не можем как общество решить это фундаментально».

крупный филантроп

Системные проекты (с потенциальным охватом более 50 млн человек) более привлекательны для владельцев капиталов благодаря тому, что они дают возможность добиться действительно серьезных системных преобразований в обществе, улучшить жизнь большого числа людей.

Кого-то системные проекты привлекают своей уникальностью, сложностью, возможностью сделать что-то новое, чего никто прежде не делал.

«Меня интересуют сложные проекты, меня интересуют вызовы».

«Через пару лет погружения в эндаумент Вышки мне показалось, что и Вышка довольно успешный богатый вуз, и эндаумент там был больше миллиарда, что мой импакт — вложенный час времени, вложенный рубль в эту инициативу не дает супер-отдачи. Много людей, кто этим занимается, но такого вызова и удовлетворения я не участвовал. Хотелось чего-то еще более радикального, где был бы более мощный челлендж».

крупный филантроп

Для 2 из 10 респондентов **более привлекательны локальные**, но системные проекты с охватом от 1 до 50 тыс. человек (например, это может быть развитие локальных сообществ, региона присутствия своего бизнеса / родного лица). Один из респондентов отметил, что для него привлекательны более локальные проекты с охватом 100+ благополучателей, которые затем предполагается масштабировать на более широкую аудиторию.

1 респондент отметил, что для него оба варианта — и адресная, и системная помощь — имеют свои плюсы. Адресная помощь не менее важна, потому что позволяет помочь конкретному человеку в беде.

«Прямая помощь всегда выигрывает перед любой институционализированной за счет того, что нет 20% административных расходов. Конкретный человек это всегда конкретный человек, если удалось сделать что-то хорошее, ну и слава богу».

крупный филантроп

Состоятельные филантропы оценивают эффективность не только через численные показатели, но и через личное ощущение пользы

Что вы понимаете под эффективностью работы фонда?*



Ты сидишь вдвоем с директором и говоришь: я должен быть уверен всегда, что мы делаем полезное дело. Если уверенность уйдет, то неважно, что вы продаете СМИ или в благотворительном сообществе, я завтра же это все брошу. Если я буду понимать, что мы занимаемся туфтой, какой смысл? Ты должен делать что-то настоящее — маленькое, большое, но оно должно быть не искусственное.

крупный филантроп



Все очень боятся потерь, неэффективности, поэтому идут по более консервативному пути, где все очевидное, где гарантированно будет результат.

Мне кажется, это не всегда правильно. Классно, когда есть организации, которые готовы рисковать и вкладывать не только в самые низкорисковые проекты, но и в проекты с неочевидной отдачей.

крупный филантроп

Несмотря на то, что не все филантропы имеют долгосрочную стратегию благотворительной деятельности, почти для 76% состоятельных респондентов опроса важны ощутимые результаты работы НКО в краткосрочной перспективе.

Для всех респондентов важно видеть результат своего пожертвования, что их деньги сработали. При этом, что касается оценки эффективности работы проекта, который они поддерживают, мнения владельцев капиталов разнятся. Часть из них отмечает, что оценка эффективности — это сложно и дорого, чаще всего на это требуется привлечение внешних экспертов и выделение ресурсов, а также внутренняя инфраструктура для сбора данных. НКО непросто найти средства на такие проекты, чаще всего к оценке эффективности подходят формально либо проводят ее в рамках гранта на полученные средства.

При том что эффективность реализуемых программ важна для большинства состоятельных доноров, им важно видеть, что вложенные ими средства сработали и привели к ощутимым изменениям. На первый план для таких филантропов выходит не финансовый отчет, а субъективное ощущение полезности, нужности того дела, которое они поддерживают. При этом отдельные респонденты отмечают, что важно поддерживать и долгосрочные проекты, которые не показывают программные результаты.

* Только среди респондентов, которые жертвовали деньги, время или вещи фонду лично или через бизнес, исходя из ответов на вопросы 10, 11, 12 (см. приложение).
 Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.
 Источник: Frank RG, Philin Philgood, 2022.

Филантропы видят необходимость в росте профессионализма участников сферы и корректной коммуникации между донорами, НКО и обществом

Как решать проблемы взаимодействия крупных доноров и НКО?



4.3 Роль крупных филантропов в благотворительности

**– Как НКО взаимодействуют с крупными
филантропами**

Массовые пожертвования до 5 тысяч рублей формируют не менее 8% от общего объема пожертвований НКО

Количество и объем переводов клиентов банков на благотворительные цели в 2021 году, структура по типам клиентов, %

Тип клиента банка	Количество переводов, %	Объем средств, %
Физические лица с активами*	< 1 млн руб.	91%
	от 1 до 10 млн руб.	5,01%
	от 10 до 30 млн руб.	0,34%
	от 30 до 100 млн руб.	0,11%
	от 100 млн руб.	0,52%
Коммерческие компании с оборотами	до 120 млн руб.	0,35%
	от 120 млн руб. до 2 млрд.	0,12%
	свыше 2 млрд руб.	2,41%
НКО с оборотами	до 120 млн руб.	0,15%
	от 120 млн руб. до 2 млрд.	0,06%
	свыше 2 млрд руб.	0,13%

* Активы на счетах в банке или размещенных с помощью банка в инвестиционно-страховых инструментах.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, benchmark-исследование банков, 2022. АТБ, МТС Банк, Райффайзенбанк, Сбербанк, Тинькофф.

Количество пожертвований в НКО по объему разового пожертвования по типам доноров, в 2021 году, %

Тип донора	Объем разового пожертвования	Количество пожертвований, %
Физические лица	0–5 тыс.	98%
	5 тыс.–100 тыс.	1,57%
	100 тыс.–1 млн	0,12%
	1 млн–10 млн	0,01%
	свыше 10 млн	0,001%
Коммерческие компании	0–100 тыс.	0,30%
	100 тыс.–1 млн	0,05%
	1 млн–10 млн	0,01%
	свыше 10 млн	0,002%
НКО	0–100 тыс.	0,02%
	100 тыс.–1 млн	0,01%
	1 млн–10 млн	0,01%
	свыше 10 млн	0,001%

Пожертвования от 1 млн руб. формируют от 20% до 40% объема поступлений в НКО, по оценке Frank RG

Источник: Frank RG, Philin Philgood, benchmark-исследование НКО, 2022.

Согласно benchmark-исследованию банков, проведенному Frank RG и Philin Philgood, клиенты с активами до 1 млн рублей, которые, вероятнее всего, будут попадать в категорию благотворителей с небольшим размером среднего пожертвования, занимают долю 91% по количеству пожертвований и формируют объем поступлений около 8% от общих трат на благотворительные цели всех типов клиентов банков.

Клиенты банков с активами от 1 млн рублей могут переводить средства на благотворительные цели напрямую со своих счетов в банках. Такие переводы формируют не менее четверти объема от всех переводов частных лиц в исследуемых банках. При этом состоятельные клиенты — владельцы бизнеса также влияют на объемы средств, направляемых на благотворительные цели в собственных компаниях и НКО, что отражено в банковской статистике в рамках benchmark-исследования: наиболее значительные объемы средств направляются коммерческими компаниями и НКО.

Количество разовых пожертвований от 1 млн рублей составляет 0,03% от всех пожертвований в НКО

Количество пожертвований в НКО по объему разового пожертвования, 2021 г., %



Разовые пожертвования от 1 млн. руб., которые совершают доноры, составляет 0,03% количества разовых пожертвований в НКО.

Это небольшое количество пожертвований, по оценке Frank RG, формирует от 20% до 40% объемов поступлений в НКО, участвовавших в benchmark-исследовании (см. [слайд 25](#)).

С одной стороны, НКО понимают, что группа состоятельных доноров важная и требует индивидуального подхода. При работе с такими донорами руководители НКО, с которыми были проведены интервью, отмечали следующие особенности: необходимость баланса между этичностью способов коммуникации с донорами и необходимостью их вовлечения в деятельность НКО; регулярность и системность контакта; личный контакт с руководством фонда; вовлечение в работу фонда как полноправного партнера, фокус на партнерских отношениях; важность понимания сегмента донора и осознания масштаба возможных проблем, с которыми можно приходить к таким донорам.

Однако большинство НКО не ведут отдельной статистики и не анализируют закономерности поведения этой группы.

Это сложный сегмент, который сложно привести к общему знаменателю, потому что это индивидуальная работа.

руководитель НКО

26/41

фондов выделяют состоятельных филантропов в отдельную категорию, но критерии расплывчатые

22/41

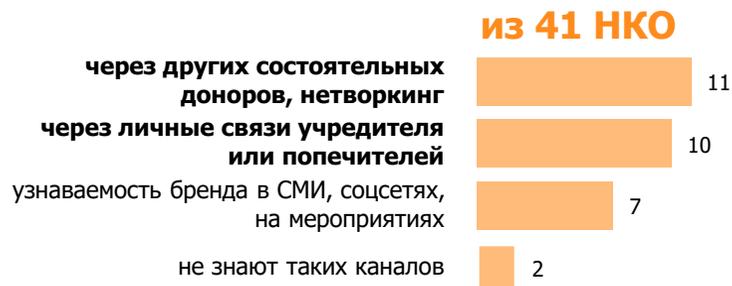
НКО отмечают, что отношения с состоятельными донорами — долгосрочные

Мы в начале просим довольно подробную встречу-интервью для того, чтобы понять, какие приоритеты есть, к какому коммитменту по времени человек готов. Мы стараемся подробно понять, чем мы можем быть полезны. Адекватность коммуникации дальше будет заключаться в том, насколько мы внимательны были к этим запросам на входе и насколько мы в течение года контракта удовлетворили высказанные нам в начале запросы.

руководитель НКО

НКО стараются привлечь состоятельных доноров через личные связи руководства, учредителей и попечителей либо через других состоятельных доноров

Каналы привлечения состоятельных доноров



В основном НКО привлекают состоятельных доноров через нетворкинг и личные связи своих учредителей или попечителей, но подчеркивают, что мир владельцев капиталов для НКО достаточно закрытый. Для эффективного привлечения благотворителей фонду нужен «проводник», «свой» человек, который смог бы найти подход, понять мотивацию доноров и определить общие ценности.

Рекомендации других состоятельных доноров, личные связи также играют большую роль. В то же время НКО заявляют, что стараются максимально оберегать своих учредителей, понимают, что ресурс доноров (время и материальный вклад) на участие в жизни фонда ограничен.

Представители НКО отмечают большую роль нетворкинга и комьюнити владельцев капиталов.

Почти весь благотворительный сектор для крупных доноров — это люди из другой оперы, которые увлекают своей идеей, своей пассионарностью. Нужен сильный человек в совете, который будет делать для тебя эту работу — приглашать нужных, отсеивать ненужных, знакомить, выбивать договоренности.

руководитель НКО

Также можно вовлекать потенциального благотворителя через приглашение **посмотреть на реальную работу проекта**, как она устроена:

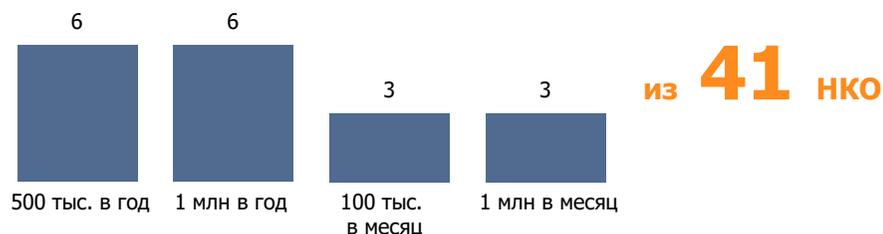
Если у вас есть «оффлайновое измерение» проекта, то используйте это преимущество при работе с меценатами. Например, если фонд помогает школе, пригласите благотворителей на экскурсию по кампусу — вы можете дать им возможность увидеть проект вживую. Многочисленные несрежесированные сцены оставят у ваших будущих меценатов яркие впечатления и дополнят рассказ о вашей НКО.

руководитель НКО

У трети интервьюируемых НКО есть поддержка не менее чем от 5 состоятельных филантропов

Кол-во НКО, в зависимости от определения крупного филантропа

«Крупный филантроп — это тот, кто жертвует от ... рублей в год»



Все НКО по-разному определяют, кого считать крупным донором. Выявить какой-либо закономерности по сегментации доноров не удалось. Чаще всего НКО отвечали, что это человек, который жертвует от 500 тысяч рублей, от 1 млн рублей в год.

Для других НКО это доноры, которые жертвуют от 1 млн рублей в месяц и от 100 тысяч рублей в месяц.

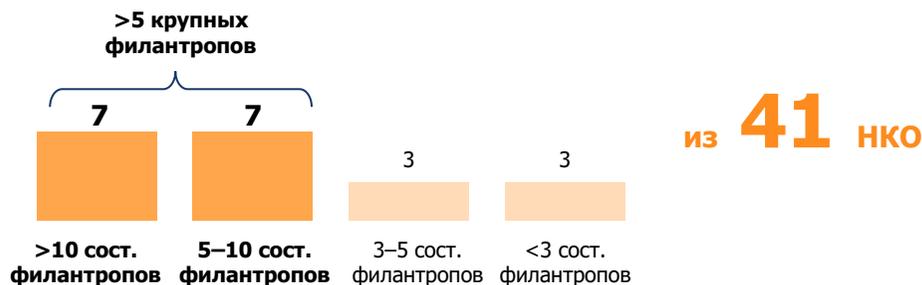
При этом практически все представители НКО отвечали, что это люди, к «которым нужен индивидуальный подход».

Это те, кого ведем лично я или попечитель фонда. Я их не делю по чеку, скорее это те, перед кем есть внутренние обязательства, с кем важен личный контакт.

Не все сотрудники (фандрайзинга) могут обслуживать очень высокий сегмент. Если я вижу, что человек сложный (по уровню вопросов, дохода), то таких людей веду лично, не передаю в фандрайзинг. Это выделение на основании моего субъективного ощущения, у кого есть потенциал, с кем не справится команда.

руководитель НКО

Кол-во НКО, в зависимости от того, сколько состоятельных филантропов их поддерживают



Средний размер пожертвования от крупных доноров также весьма различается, большинство назвать его не смогли (не ведут такую статистику). Самый частый ответ: «По-разному — от нескольких сотен тысяч до 1 млн рублей, нескольких млн» (8 НКО из 40).

Фонды с бизнес-подходом к фандрайзингу анализируют средний размер пожертвования в зависимости от категории, к которой относится благотворитель.

При анализе пожертвований мы вводим условные категории меценатов, ориентируясь на средний чек (например, до 10 млн руб. или от 10 до 100 млн руб.).

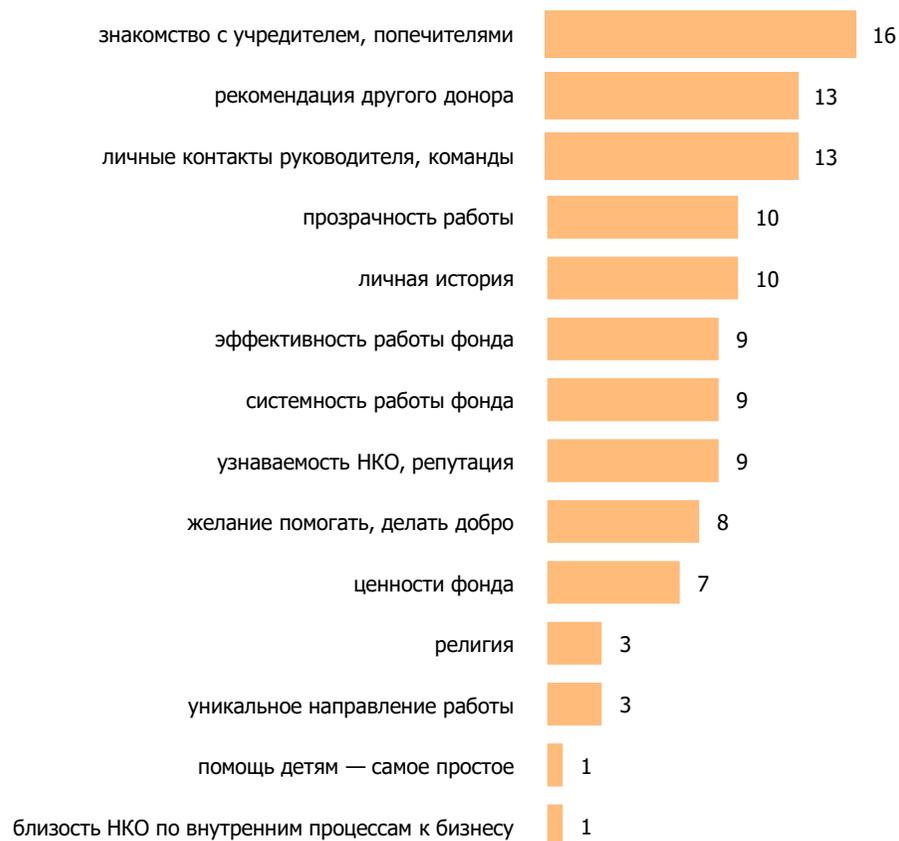
Конечно, ваши принципы общения останутся неизменными: готовность человека пожертвовать 1000 руб. или 100 млн руб. не влияет на это.

Но и определенные особенности коммуникации нельзя не учитывать: во втором случае формат общения будет чуть иным. Вероятно, вы столкнетесь с более плотным графиком мецената, коммуникацией через ассистента и некоторыми другими особенностями, которые будут иметь значение при установлении и развитии долгосрочных отношений.

руководитель НКО

По мнению НКО, состоятельные филантропы, выбирая их организацию, ориентируются на личные предпочтения, а также смотрят на репутацию НКО

«По каким критериям состоятельные филантропы выбирают вашу НКО для поддержки?»



По мнению НКО, чаще всего филантропы выбирают НКО, если знакомы с учредителем, попечителями. Часто упоминалось узнавание об НКО по рекомендации другого донора, который является знакомым для благотворителя.

НКО с большим опытом взаимодействия с владельцами частных капиталов подчеркивают, что для них важно качество управления в НКО, выстроенные бизнес-процессы и устойчивость проекта:

Поддерживая тот или иной проект, вы будете смотреть, как он был выстроен изначально и как он управляется сейчас. Если вы крупный жертвователь, меньше всего вам хочется поддерживать что-то, что выглядит так, что развалится завтра, что не соответствует вашим представлениям об устойчивости бизнес-проекта.

руководитель НКО

С точки зрения таких НКО, ключевую роль при принятии решения состоятельным филантропом играет сочетание субъективных факторов (личная история, ценности) и объективных факторов (амбициозность проекта, большая идея, доказанная эффективность подхода, качество управления).

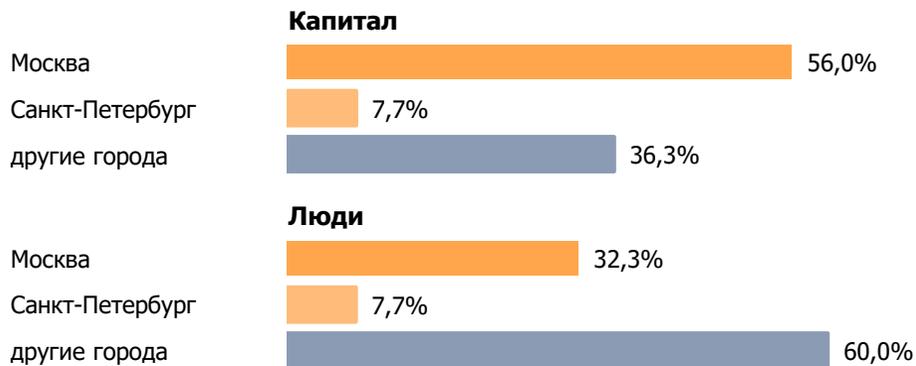
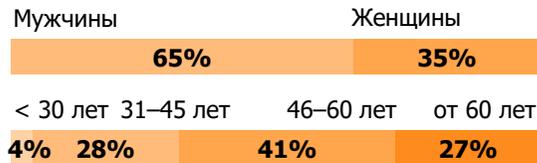
НКО отмечают также важность эффективности работы организации и наличия четкой стратегии при принятии решения крупным донором:

Я говорю: я работаю так, чтобы вам было не стыдно, что вы мне даете деньги.

руководитель НКО

Выбор НКО для поддержки может являться отражением ценностей и взглядов филантропа

Распределение состоятельных людей в России по полу, возрасту, региону, 2020 г.



Отдельные НКО приводили некоторые социально-демографические характеристики своих состоятельных сторонников, также упоминали религиозный фактор.

Здесь есть корреляция с возрастом основателя фонда — в нашем случае это 35-летние.

руководитель НКО

У нас фонд нерелигиозный, но мы много взаимодействуем с храмами, с православными фондами и донорами. У нас учредитель был очень православный человек, для меня это тоже очень важно. Есть категория очень крупных православных меценатов, у которых при больших заводах есть крупные фонды. С этой категорией доноров нужно уметь общаться.

руководитель НКО

Семейные филантропы через свою личную историю, личный опыт приходят к участию в благотворительности:

Очень часто они имеют много детей и вкладывают в образование детей большие ресурсы. Многие из них сталкиваются с проблемами со своими детьми и понимают, сколько это требует усилий, и для них это дополнительная ценность.

руководитель НКО

5.1 Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность бизнеса

– Корпоративная социальная ответственность бизнеса в России

Внутри компаний существует различие между корпоративной социальной ответственностью (КСО) бизнеса и благотворительностью

	Традиционная модель благотворительности 	Стратегическая модель благотворительности 	КСО 
Мотивация	Альтруизм	Долгосрочные расчеты бизнеса	Стратегические расчеты корпорации, объединяющие цели компании и интересы местных сообществ
Инициатива	Реакция на запрос извне	Конкурсный отбор заявок в соответствии с внутренними стандартами компании	Опережающая инициатива компании, определенная стратегическими интересами компании. Критерии отбора прозрачны
Критерии отбора бенефициаров	Личный интерес лица, принимающего решение	Социальная ответственность	Социальная эффективность, с учетом потребностей местного сообщества, сочетающаяся со стратегическими интересами компании
Связь с профилем бизнеса	Нет связи	Частичная связь	Связана с профилем бизнеса
Структура управления проектом	ЛПР, иногда действующие как частные лица	Специальный отдел, занимающийся социальными и благотворительными программами	Специализированное подразделение, в которое входят управленцы по основным направлениям компании (в том числе маркетинг, финансы, кадры, плановый отдел)
Ресурсы	Финансовые средства, подарки	Финансовые средства, подарки, труд волонтеров	Объединение ресурсов компании, партнеров и бенефициаров на основе обязательного долевого участия
Форматы поддержки и помощи	Пожертвования и спонсорство	Пожертвования и спонсорство, грантовые программы, не связанные с бизнес-профилем компании	Социальное партнерство, портфельное инвестирование
Регулярность	Разовая и незапланированная поддержка и помощь	Программная деятельность	Систематическая программная деятельность, включенная в бизнес-стратегию
Долгосрочный социальный эффект	Низкий	Средний	Высокий
Польза для компании	Минимальная	Является дополнительным и непрогнозируемым эффектом	Измерима, контролируема, управляема. Может быть значительной в долгосрочной перспективе

КСО опирается на цели устойчивого развития ООН, которые применяются странами по всему миру и адаптируются под локальные особенности



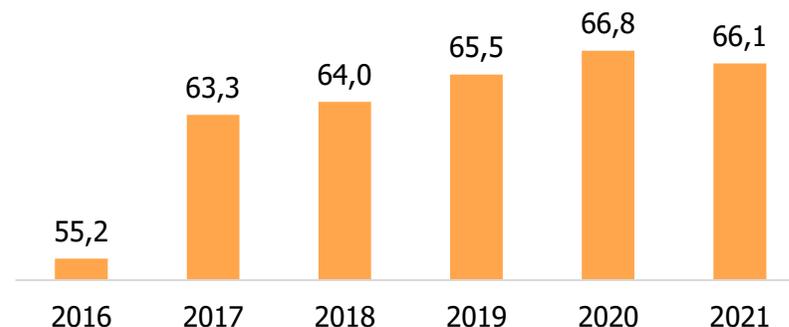
Программа в области устойчивого развития на период до 2030 года, принятая всеми государствами — членами Организации Объединенных Наций в 2015 году, представляет собой общий план обеспечения мира и процветания для людей и планеты в настоящее время и в будущем. В его основе лежат 17 целей устойчивого развития (ЦУР), которые являются настоящим призывом к действиям всех стран — развитых и развивающихся — в рамках глобального партнерства. Среди целей устойчивого развития ООН: искоренение нищеты; стратегии, направленные на улучшение здравоохранения и образования, сокращение неравенства и стимулирование экономического роста; борьба с изменением климата и работа по сохранению океанов и лесов.

Рейтинг по выполнению ЦУР ООН

1. **Финляндия**
 2. **Дания**
 3. **Швеция**
 - ...
 46. **Россия**
- Рейтинг для стран рассчитывается на основе более 100 показателей. Он обозначает процент от выполнения каждой из 17 целей устойчивого развития. Страны имеют право разрабатывать собственные планы для достижения целей. Таким образом, ЦУР являются только ориентиром. Финляндия, Дания и Швеция находятся в топ-3 рейтинга с 2017 года. Россия с 62 места в рейтинге поднялась до 46 в 2021 году.

Источник: Sustainable development solutions network, Cambridge, Sustainable Development Report, 2021.

Индекс устойчивого развития стран*, % достижения ЦУР



*Индекс страны строится на более чем 200 показателях, характеризующих прогресс в степени достижения ЦУР к 2030 году. Индекс взвешен относительно населения стран. Источник: Cambridge, Sustainable Development Index Data.

Драйверы для внедрения устойчивой модели бизнеса в различных регионах отличаются

Основные драйверы для внедрения устойчивой модели бизнеса, %



Европейские компании в среднем опережают своих коллег из других регионов в индексах устойчивого развития и ESG-рейтингах.

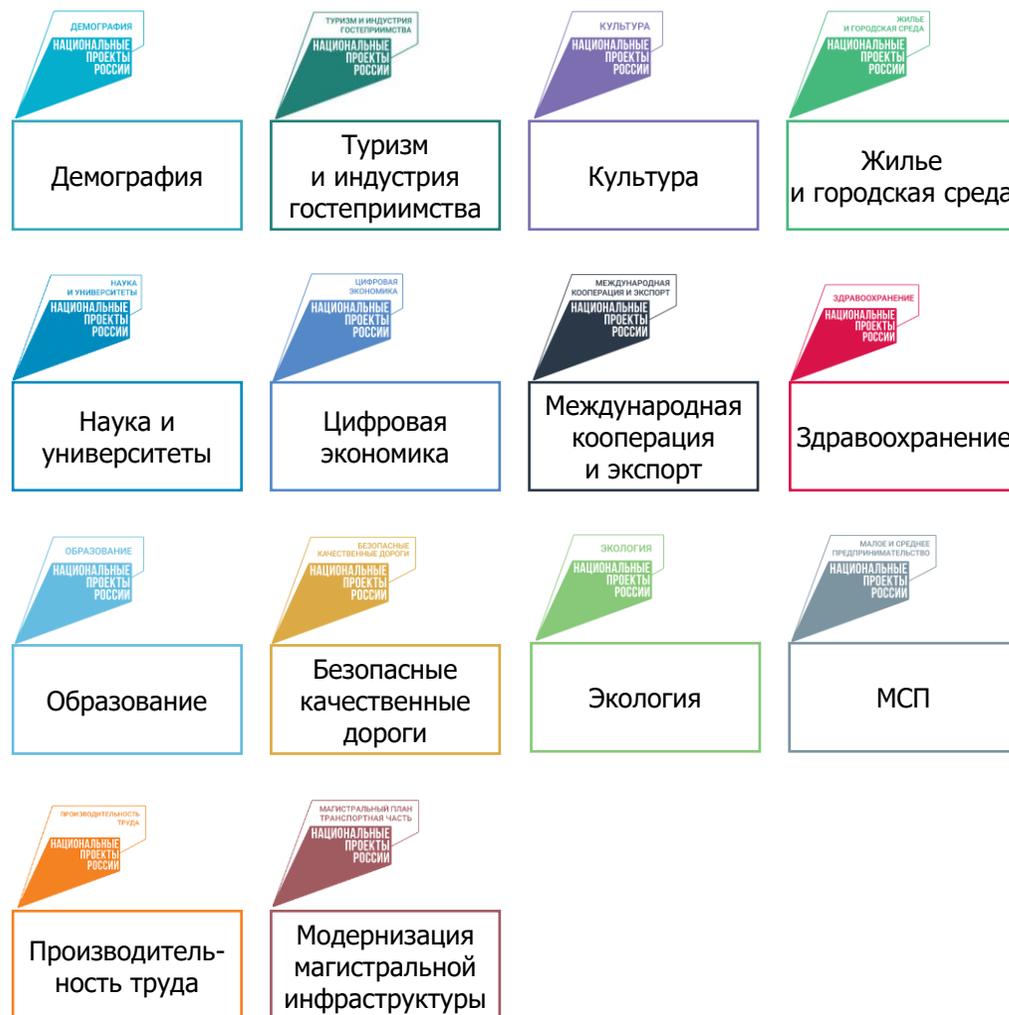
Фокус мировых компаний на устойчивом развитии растет, однако драйверы для внедрения устойчивой модели бизнеса в различных регионах отличаются.

Европейские компании в основном внедряют устойчивое развитие из личных убеждений и под давлением внешних факторов — экологических и социальных. В отличие от компаний Северной Америки и Азиатско-Тихоокеанского региона, они реже руководствуются бизнес-возможностями, такими как рост доходов за счет создания новых, устойчивых продуктов и услуг.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе доминирующими факторами являются спрос со стороны покупателей, бренд и репутация, а также регуляторные требования. В то время как для компаний в Северной Америке основные драйверы — вовлеченность сотрудников и бренд, а внешние факторы оказывают минимальное влияние.

Драйвером ускорения устойчивого развития может стать использование технологий для трансформации бизнес-моделей.

Национальные цели развития в России — локализованная форма целей устойчивого развития ООН



В России аналогом ЦУР являются национальные цели развития, которые были утверждены указом Президента РФ от мая 2018 года. На основе целей были также созданы национальные проекты развития до 2024 года. Они включают 3 основных направления: человеческий капитал, комфортная среда для жизни и экономический рост.

Анализ, который проводился Аналитическим центром при правительстве РФ весной 2020 года, показал, что 12 национальных проектов и Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры прямо или косвенно затрагивали 107 из 169 задач, определенных в документе ООН.

В июле 2020 года Президент РФ подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». В цели входят:

- сохранение населения, здоровья и благополучия людей;
- возможности для самореализации и развития талантов;
- комфортная и безопасная среда для жизни;
- достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство;
- цифровая трансформация.

На основе данных целей были скорректированы национальные проекты развития, бюджет которых на начало 2020 г. составлял 26 трлн руб.

В России основным драйвером для внедрения устойчивой модели бизнеса является его репутация

Основные драйверы для внедрения устойчивой модели бизнеса в России, %

Бизнес-возможности

Потенциал роста и дохода

Клиентский спрос

Репутация



— Россия

В октябре 2021 года Frank RG провела опрос среди 150 частных инвесторов на тему основных драйверов для внедрения устойчивой модели бизнеса. По результатам опроса выяснилось, что основной движущей силой устойчивой модели бизнеса является переживание о репутации компании.

За 2021 год в России произошло несколько заметных случаев, когда компании были замечены в репутационных скандалах, что негативно сказывалось на их прибыли. В том числе имеет значение, кто становится амбассадором бренда или является подрядчиком либо заказчиком при исполнении договоренностей, так как их репутация влияет на репутацию другой компании.

Также важным драйвером для внедрения устойчивой модели бизнеса в России является экологическое и социальное давление. Об этом заявило 38% респондентов. С каждым годом потребители товаров и услуг более тщательно подходят к своему выбору, поэтому еще одним из критериев выбора компании среди конкурентов на рынке является социально-ответственный образ компании.

По результатам опроса выяснилось, что наименьшее значение при внедрении устойчивой модели бизнеса оказывают сотрудники компании, а также внешний фактор — безопасность и внешние риски для бизнеса.

Для российских компаний приоритетными направлениями КСО-политики являются здоровье, образование и достойная работа, сопровождаемая ростом экономики

Топ-5 приоритетных ЦУР ООН для компаний-респондентов, %

ЦУР ООН	Доля респондентов, ставящих данную цель*
Хорошее здоровье и благополучие	79%
Достойная работа и экономический рост	79%
Качественное образование	77%
Партнерство в интересах устойчивого развития	74%
Ответственное потребление и производство	72%

* Была возможность выбирать несколько вариантов ответов.

Источник: Ассоциация Менеджеров, Доклад о социальных инвестициях в России, 2020 г.

Основные направления корпоративной социальной ответственности

Организационное управление

Окружающая среда



- Очистные конструкции
- Высадка деревьев

Права человека



- Соблюдение прав человека

Участие в жизни сообществ и их развитие



- Поддержка гражданских институтов и НКО

Проблемы, связанные с потребителями



- Защита здоровья и безопасности потребителей

Трудовые практики



- Благоприятные условия труда

Добросовестные деловые практики



- Честная конкуренция
- Противодействие коррупции

Корпоративная социальная ответственность бизнеса — это целостная система принципов, процессов и оцениваемых результатов, формируемая в соответствии с международными стандартами.

Основываясь на опросе 66 компаний, проведенном Форумом Доноров, 95% респондентов сообщили, что их корпоративная социальная ответственность соотносится с целями устойчивого развития ООН. Более того, основываясь на ЦУР ООН, социальная политика компаний одновременно соотносится и с национальными целями развития РФ.

Для перерабатывающих компаний примером инвестиций в окружающую среду является установка фильтров и специальных систем защиты от выбросов вредных веществ.

Многие компании уделяют особое внимание программам поддержки сотрудников и их семей, заключающееся в предоставлении социальных пакетов или льгот. Для компаний сферы услуг более актуальна концентрация на сотрудниках и их интересах, развитие сообществ, образование сотрудников и личностный рост.

Направление КСО, связанное с клиентами, особо остро стоит для компаний пищевой промышленности. Основными проблемами являются качество и безопасность пищевых продуктов, в связи с чем для таких компаний государство вводит национальные стандарты и особые требования к производству.

Стандарты КСО и формат их реализации в российских компаниях

Также существуют стандарты, в которых описан рекомендуемый процесс построения системы КСО внутри компании, в том числе и рекомендации по составлению отчетностей по КСО: SA8000, AA1000SES, GRI, ISO 26000.

В России компании вправе выбрать как международные стандарты, так и национальные стандарты, которые во многом повторяют международные, например ГОСТ Р ИСО 26000–2012 «Руководство по социальной ответственности», который практически полностью повторяет ISO 26000.

Насколько видно из таблицы, стандарты применяют чаще в сырьевом и перерабатывающем секторе, что связано не только с более высокой выручкой таких компаний, но и с более жесткими требованиями со стороны государства к деятельности таких компаний.

Внедрение международных стандартов в систему управления компанией, %*

Внедрение международных стандартов	Сектор экономики		
	Сырьевой сектор	Перерабатывающий сектор	Сфера услуг
Стандарт ISO 26000:2010	31	14	41
Иные стандарты серии ISO (14000, 9000, и др.)	92	71	47
Стандарты MOT по профессиональной безопасности и здоровью (OH&S)	62	29	6
Стандарты AA1000SES и AA1000AS	31	14	24
Не используем стандарты	8	14	29
Прибыль сектора до налогообложения, млрд руб.	4,91	4,6	4,85

Подразделения, отвечающие за реализацию стратегии КСО по секторам экономики, %*

Подразделения	Сырьевой сектор	Перерабатывающий сектор	Сфера услуг
Департамент КСО или по устойчивому развитию	38	43	24
Департамент по управлению персоналом	38	7	59
Департамент по социальному развитию	23	7	6
Департамент по связям с общественностью	46	43	47
Департамент маркетинга	15	7	24
Департамент по экологии и охране окружающей среды	54	14	0
Все подразделения организации в рамках реализации своих функций	46	43	41
Специально созданная межфункциональная группа	15	0	6
Корпоративный благотворительный фонд	31	14	24

* Была возможность выбирать несколько вариантов ответов.

Источник: Ассоциация Менеджеров, Доклад о социальных инвестициях в России, 2020 г.

По результатам опроса Ассоциации менеджеров, в большинстве опрошенных компаний за реализацию стратегии КСО ответственен департамент связей с общественностью.

5/10 банков указали в интервью, что за КСО ответственен PR департамент.

Также существуют заметные различия среди секторов экономики. Например, половина компаний сырьевого сектора указывают, что за КСО ответственен департамент по экологии и охране окружающей среды, что в меньшей степени наблюдается у компаний перерабатывающего сектора и отсутствует у компаний сферы услуг.

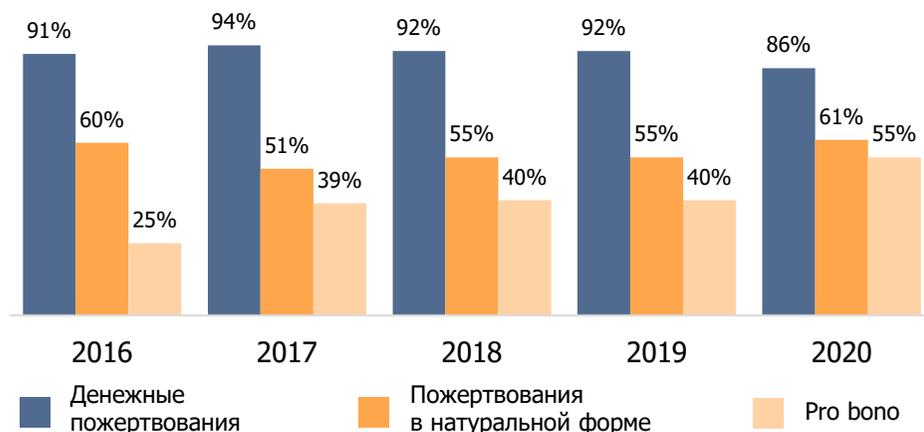
При этом многие указывают, что ответственность за реализацию стратегии лежит не только на определенном департаменте, а является частью функций всех департаментов в компании, тем самым принципы социальной ответственности интегрируются на всех уровнях деятельности компании.

Корпоративная благотворительность является частью КСО стратегии компаний

Основные формы корпоративной благотворительности



Основные формы расходов на корпоративную благотворительность по годам, %*



* В проведенном опросе была возможность выбора нескольких вариантов ответа. Источник: Форум Доноров, Лидеры корпоративной благотворительности, 2021 г.

Принципы формирования благотворительного бюджета, 2020 г., %*



* В проведенном опросе была возможность выбора нескольких вариантов ответа. Источник: Форум Доноров, Лидеры корпоративной благотворительности, 2021 г.

Основным принципом формирования благотворительного бюджета компании-респонденты указали выделение фиксированной суммы на год (91%) из бюджета компании. Это связано с тем, что в компаниях за КСО ответственен один департамент с определенным бюджетом на благотворительную деятельность.

11% компаний формируют бюджет исходя из внешних запросов НКО к компаниям, а 9% выделяют фиксированный процент от прибыли или выручки, который компания должна пожертвовать.

Исторически денежные пожертвования являются приоритетной формой корпоративной благотворительности, однако за последние несколько лет она снизилась с пика 2017 года на 8%.

Доля пожертвований в натуральной форме, так же как и доля безвозмездного предоставления услуг или времени сотрудников (Pro bono) в 2020 году выросли на 6% и 15% соответственно. Это может быть связано с эффектом COVID-19, когда компании испытывали нехватку денежных средств, в связи с чем больше ставился акцент на волонтерство или натуральные пожертвования. Так, 95% компаний указали, что их сотрудники занимались волонтерством в 2020 году.

Несмотря на имеющуюся политику и стандарты в отношении КСО в российских компаниях, малая часть сотрудников указывает на их наличие

Наличие элементов корпоративной благотворительности в компаниях, %*, 2022 г.



По результатам опроса массового и состоятельного сегмента населения, проведенного Frank RG и Philin Philgood, 39% респондентов отметили наличие в их компаниях или бизнесах элементов корпоративной благотворительности. При этом преобладает инициатива в благотворительной деятельности не со стороны самой компании (наличие корпоративного фонда или политики КСО), а со стороны самих сотрудников, которые благодаря своей личной инициативе в лице компаний занимаются благотворительной деятельностью.

25% опрошенных указали, что не наблюдают элементов корпоративной благотворительности, а 36% указали, что затрудняются ответить или на данный момент не работают в компании.



7/10 крупных филантропов

по результатам интервью отметили наличие в их компаниях или бизнесах корпоративной благотворительности, при этом указав, что в основном инициатива исходит именно от сотрудников.

* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

** Уникальные положительные ответы.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, по результатам опроса массового и состоятельного сегмента населения, а также по результатам интервью, 2022 г.

Только часть топ-менеджеров пользуется возможностью влиять на объемы корпоративной благотворительности

Есть ли у вас возможность повлиять на объем корпоративной благотворительности?	Нет	Да
	29%	71%
Пользуетесь ли вы этой возможностью?	Нет	Да
	40%	60%

Что может стимулировать вас больше помогать фондам, %*



По результатам опроса массового и состоятельного сегмента населения, проведенного Frank RG и Philin Philgood, более 70% топ-менеджеров или владельцев бизнеса имеют возможность повлиять на объем корпоративной деятельности в своей фирме, однако только 60% пользуются данной возможностью, при этом более половины (54%) опрошенных управленцев указали, что не видят барьеров для участия в благотворительности.

Среди возможных причин — нехватка мотивации, неосведомленность о работе фондов и существовании интересных направлений поддержки, а также недостаточный спрос на благотворительность со стороны общества.

Так, 50% топ-менеджеров указали, что налоговые льготы не способствуют увеличению мотивации к пожертвованиям, а 39% указали, что не знают о существовании льгот и условиях их получения.

Самыми популярными ответами на вопрос о факторах, стимулирующих помогать фондам, после фактора, связанного с наличием капитала, следуют ответы, связанные с проблемой неосведомленности о сфере благотворительности в целом, а также о деятельности фондов.

Среди потенциальных причин, почему топ-менеджеры не участвуют в благотворительности — отсутствие спроса со стороны общества, о чем также рассказал один из крупных филантропов и топ-менеджеров на интервью:

«...Мы просто не задумывались об этом. То есть никто у меня в команде не принес идею. Это говорит о том, что культуры благотворительности в бизнес-сообществе, понимания важности, нет. Для системных изменений в рамках бизнеса нужно менять отношение [к благотворительности], объяснять, что работает, а что нет...»

крупный филантроп и топ-менеджер

* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, Philin Philgood, по результатам опроса топ-менеджеров и владельцев бизнеса, 2022 г.

5.2 Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность бизнеса

– Роли банка в сфере профессиональной благотворительности

Банки, в отличие от других крупных компаний, не только следуют политикам КСО, но и являются посредниками в сфере профессиональной благотворительности



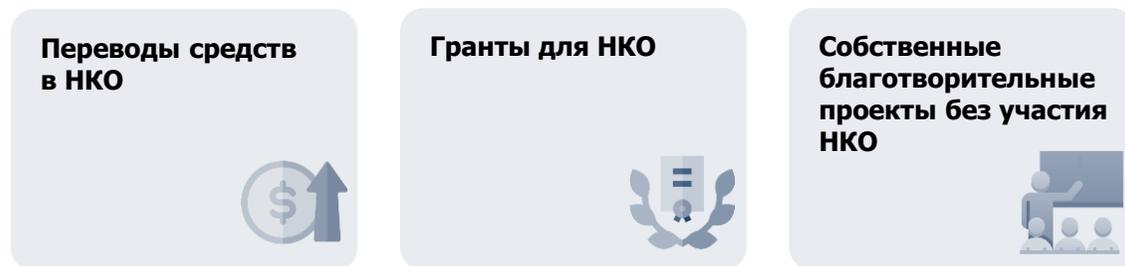
Банк как участник финансовой системы по определению обеспечивает клиринг и проведение платежей и переводов. Он предоставляет инфраструктуру для той части пожертвований, которые проводятся со счетов и с карт клиентов на расчетные счета организаций или напрямую, как адресная помощь, благополучателям на их личные карты и счета. От того, насколько легко и просто производятся такие пожертвования физическими лицами и компаниями, в том числе зависит и какой объем благотворительности будет проходить «вбелую». В этом заключается одна из важных миссий банка в сфере профессиональной благотворительности.

Кроме того, банк, как и любая российская компания, имеет возможность следовать политикам корпоративной социальной ответственности бизнеса. Крупные банки кроме возможности выделения объема средств на благотворительные цели в рамках корпоративной благотворительности, имеют вариативность в способах помощи и не ограничиваются спонсорством, грантами и помощью Pro Bono.

Уникальное положение банков создает из них идеального партнера, который может быть посредником между своими клиентами, населением, сотрудниками, НКО и благополучателями, предлагая удобные инструменты платежей, подсвечивая благотворительность в своих приложениях для массовых клиентов, делясь экспертизой с состоятельными клиентами и беря на себя часть задач, связанных с проведением финансовых операций, транзакций в рамках благотворительной активности.

Банк как донор — видит возможность выстроить доверительные отношения с обществом

Связь «Банк — НКО — Благополучатели»



Банки видят для себя пользу в поддержке сферы благотворительности. 5 представителей банков, поучаствовавших в исследовании, отметили, что участие в благотворительности — стандартная практика для крупной компании и крупного банка.

В основном банки предпочитают рассказывать о своей благотворительной активности публично. 4 банка видят в благотворительности возможность выстроить более доверительные отношения с клиентами.

Пример больших брендов очень важен для местных инициатив. Мы не используем благотворительность как средство привлечения, но хотим вдохновить другие компании. Благотворительность и социальные проекты способствуют формированию доверия: люди видят, что банк не только зарабатывает деньги, но и вкладывается в инфраструктуру регионов, где ведет свой бизнес.

**руководитель отдела бренда и благотворительности
в банке-участнике**

1 банк указал, что жертвует на благотворительность, в том числе чтобы иметь возможность вести бизнес в благоприятной среде и привлекать в будущем клиентов, чьи ценности совпадают с ценностями банка.

Часто банки в своей благотворительной деятельности прибегают к помощи и консультациям таких платформ как Добро. Mail.Ru, Нужна помощь, СберВместе, оператора Хорошие истории. Помощь в формировании концепций региональной благотворительности банкам оказывают сотрудники их региональных подразделений.

Банк как посредник — реализует практики для вовлечения сотрудников в благотворительность

Связь «Сотрудники — Банк — НКО — Благополучатели»



Переливание крови на рабочем месте для сотрудников



Волонтерские дни в НКО



Конвертация шагов в благотворительные пожертвования, благотворительные забеги



Переводы на благотворительность вместо корпоративов или новогодних подарков



Интеллектуальное волонтерство сотрудников



Банки в России встраивают благотворительность в работу своих департаментов маркетинга и PR или реализуют благотворительные проекты в рамках подразделений ESG и устойчивого развития.

При решении выделять или не выделять средства на благотворительность, мы думали о том, что у нас есть 10 тысяч человек, которым мы можем помочь, научить их чему-то и подсказать, куда они могут направить усилия, либо присоединиться к нашим. Для многих проблема найти фонды, в которых они могут быть уверенными, и мы предлагаем им экспертизу.

руководитель направления по связям с общественностью в банке-участнике

Интеллектуальное волонтерство сотрудников — точечная работа. Не всегда срабатывает «бросить клич в банк — кто откликнется, тот и молодец, тот и проконсультирует». Нужно знать, к какому специалисту прийти, знать, что у него достаточно экспертизы, может публично достаточно хорошо презентовать свой материал на вебинаре или мастер-классе.

мнение руководителя направления КСО банка-участника

Планы банковских подразделений по благотворительности на ближайшие несколько лет разнятся: 5 из 10 банков сообщили, что не изменили объемы и направления своей благотворительной активности в связи с событиями конца февраля 2022 года. Остальные банки сообщили о том, что отложили некоторые планы и проекты на неопределенный срок.

Банк как посредник — реализует практики для вовлечения клиентов в благотворительность

Связь «Клиенты — Банк — НКО — Благополучатели»



Перечисление клиентами кешбэка в фонды



Перечисление миль в фонды, например, благополучателям, которые едут на лечение в другой город



Перечисление процента с инвестиционных и инвестиционно-страховых продуктов



Благотворительная подписка



Проверенные фонды в приложении банка



Некоторые банки планируют или уже создают благотворительные инициативы и платформы, охватывающие большое количество фондов и участников сферы, тем самым меняя динамику развития сектора.

Наша задача — попробовать выстроить предсказуемый денежный поток для НКО. Моя идея заключается в том, чтобы применить аналогию портфельного подхода. Некий портфель, в рамках которого ты можешь выбирать категории: здравоохранение, спорт, культура, помощь детям — и сам задаешь доли. За направлениями стоят конкретные НКО, которые попали на нашу платформу. Если мы к этому еще научимся прикручивать эндаумент-фонды как отдельное направление, то мы фактически сыграем инструментальную роль для индустрии.

руководитель private banking в банке-участнике

Ввиду высокой экспертизы по сбору обратной связи большинство банков (6 из 10) собирают статистику по проведенным благотворительным проектам и по благотворительной активности клиентов. Банки сообщили о высоком размере пожертвований клиентов в случае таргетированного сбора средств в конкретный фонд и на конкретную проблему. Также отмечали, что вовлеченность выше у «старых» клиентов банка и при удваивании суммы пожертвования банком.

Клиент, когда ему дают выбор фондов, думает: «Хорошо, мне нужно подумать, что-то почитать, что-то посмотреть». А потом к этому не возвращается уже. Если банк ему экспертно говорит: «Мы предлагаем вам пожертвовать в этот фонд, и тогда ваши деньги точно пойдут на пользу, мы пришлем вам отчеты, вы можете все посмотреть» — то клиент полагается на экспертизу банка.

руководитель отдела бренда и благотворительности в банке-участнике

Банк помогает как партнер по построению сообществ владельцев капиталов для обмена экспертизой и опытом

Связь «Крупные клиенты — Банк — НКО — Благополучатели»



5/10

банков, принявших участие в интервью, консультируют клиентов private banking по вопросам благотворительности, но только 2 не ограничиваются частными, единичными консультациями

Обучающие программы для филантропов и НКО



Создание фондов целевого капитала



Проведение благотворительных мероприятий



Консалтинг НКО, учредителей частных фондов



При этом, по мнению НКО, банки и управляющие компании могут создавать вокруг себя сообщество, так как имеют доступ к людям с экспертизой в различных областях:

Здесь важно построение сообществ — если мы говорим про обмен опытом, развитие и образование. Банк имеет доступ к большому числу экспертов в разных областях, к клиентам, у них есть при этом экспертиза своя, и если банк видит некую просветительскую функцию или создание сообщества вокруг того бизнеса, который есть, это было бы очень здорово.

Одна из главных функций, которая была бы востребована, — это работа с теми, кто вовлечен в сферу НКО, ФЦК, это могут быть абсолютно разные форматы — форумы, митапы, но в любом случае, если это системно выстроено и это вовлекает большое число игроков рынка, это будет очень полезно.

руководитель НКО

Некоторые НКО планировали проведение специальных мероприятий на темы, потенциально интересные владельцам капиталов, при участии управляющих компаний.

Мы рассчитывали на партнёрство с управляющей компанией, у которой наш эндаумент в управлении. Мы обсуждали клиентское мероприятие, на котором мы могли бы поговорить с владельцами капитала о том, как работает эндаумент в некоммерческой сфере.

руководитель НКО

В свою очередь крупнейшие банки реализуют инициативы по созданию инфраструктуры сферы благотворительности.

Наша дочерняя структура делает консалтинговые услуги для НКО по сопровождению ведения бухгалтерского и юридического учета по достаточно низким ценам, применительно к некоммерческим организациям. Также мы обучаем наших клиентов, которые хотят стать меценатами или филантропами или встали на этот путь, пытаются себя ориентировать в этом направлении.

руководитель направления по работе с ФЦК в банке-участнике

6 Сфера профессиональной благотворительности в разных странах

Со временем сфера социально-ответственного инвестирования и благотворительности регулируется все больше как государством, так и гражданским обществом



Повышение доверия населения к НКО является актуальной задачей как для развивающихся, так и для развитых стран

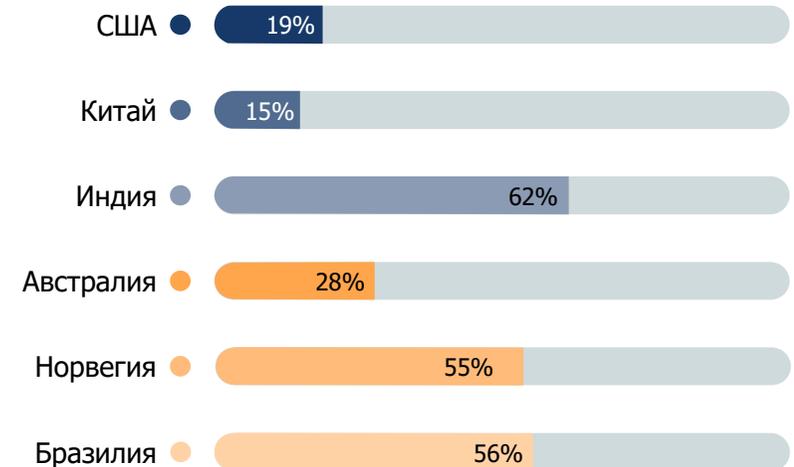


13/18

Сфер благотворительности в странах Азии в период с 2018 по 2020 годы пострадали от публичных скандалов

В Китае в 2011 году произошел скандал, связанный с генеральным директором фонда Красного Креста Китая, которая выставляла напоказ свой роскошный образ жизни в социальных сетях. Это вызвало широкий общественный резонанс, который привел к сокращению пожертвований в благотворительные организации на 90% в данном году. Этот конкретный скандал усугубил состояние институционального доверия к благотворительности в Китае, которое в значительной степени зависит от guanxi (сильных личных связей).

Доля опрошенных, доверяющих НКО, %, 2020 г.



В 2020 году в Канаде произошел политический скандал, связанный с премьер-министром Канады Джастином Трюдо и благотворительной организацией WE Charity. Была доказана связь между Трюдо и его семьи с менеджментом фонда. В итоге WE Charity ушли с рынка Канады, а опросы показали, что доверие у населения к крупным фондам значительно снизилось.

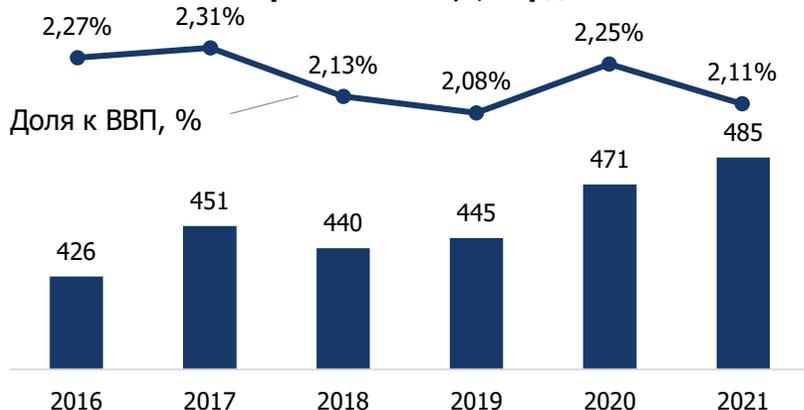
В результате, одной из основных задач государственного регулирования должно быть обеспечение прозрачности в сфере благотворительности, но при этом без усложнения деятельности самих НКО.

Соединенные штаты Америки



Пандемия и социальные волнения увеличили объемы пожертвований в США на \$26 млрд в 2020 году

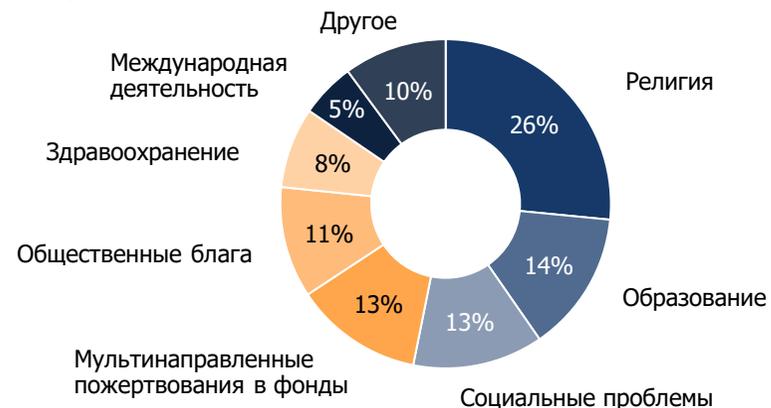
Объемы благотворительности, \$млрд¹



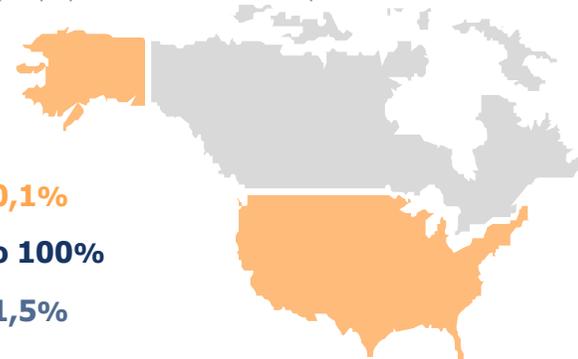
Доллары США скорректированы по инфляции, 2020 = \$100.

Источник: Giving USA 2022: The Annual Report on Philanthropy for the year 2021; The World Bank.

Направления благотворительности, %



Источник: Giving USA 2022: The Annual Report on Philanthropy for the year 2021.



Ставка налога ²	30,1%
Налоговый вычет ³	до 100%
Индекс Ginni	41,5%

1. Несмотря на рост объемов благотворительности в денежном выражении, доля трат к ВВП сохраняется стабильно в пределах 2% от ВВП, что говорит о том, что благотворительность растет совместно с общим ростом экономики США.
2. COVID-19 стимулировал объемы благотворительности в 2020 году, вернув долю благотворительности в ВВП к уровню 2016 года. Однако вследствие более быстрого роста ВВП, по сравнению с расходами на благотворительность, показатель опустился до 2,11%.
3. В Соединенных Штатах насчитывается около 1,8 миллиона НКО⁴, 70% из которых основаны по форме 501(c)(3) и имеют право на получение необлагаемых налогом пожертвований.
4. За 2020 год актуальным каналом информирования и сбора пожертвований стали диджитал-коммуникации, в особенности социальные сети. Многие мероприятия и площадки благотворительности перешли в онлайн-конференции. В социальных сетях НКО выложили на 60% больше контента, чем в 2019 г.⁵
5. Среди домохозяйств с капиталом от \$1 млн⁶ самое высокое вовлечение в благотворительную деятельность — 88,1%.

¹ Исключая гос. пожертвования, включая пожертвования в фонды целевого капитала.

² Подходный налог и взносы на социальное обеспечение в % от средней заработной платы одного работника.

³ Ставка налогового вычета с уплаченных налогов при пожертвовании в организации, необлагаемые налогом (501(c)(3)).

⁴ Организации, зарегистрированные IRS (Internal Revenue Service) США.

⁵ Источник: Tectonic, How the Pandemic Changed Nonprofit Video Forever, 2021.

⁶ Физическое лицо с чистыми активами стоимостью от \$1 млн, исключая основное место жительства, предметы коллекционирования, расходные материалы и потребительские товары длительного пользования.



В США 69% всего финансирования НКО составляют частные пожертвования

Источники финансирования НКО в США¹, %, 2021 г.



Источник: Giving USA 2022: The Annual Report on Philanthropy for the year 2021.

Государственное регулирование

В каждом штате благотворительная организация должна быть лицензирована генпрокурором штата. Также существуют отдельные НКО, как Better Business Bureau, которые следят за отчетностью и жалобами на благотворительные фонды и организации.

До 2017 года многие домохозяйства со средним доходом подавали 501(c)(3) декларации по подоходному налогу, что позволяло им претендовать на вычет за пожертвования. Однако закон о снижении налогов и создании рабочих мест (The Tax Cuts and Jobs Act of 2017) значительно уменьшил налоговый вычет, в результате чего, по оценкам, на 21 миллион меньше домохозяйств воспользовались этим стимулом для благотворительных пожертвований в 2019 году.

Источник: Center on nonprofits and philanthropy, Nonprofit trends and Impacts 2021.

На частные пожертвования приходится около 67% благотворительных пожертвований США. Если учесть, что около половины пожертвований фондов приходится на семейные фонды (9,4%), а завещания составляют еще 9,5%, то получается, что на частные пожертвования приходится около 85% сферы благотворительности, или 412 млрд дол. США.

Сумма пожертвований населения в сравнении с общими тратами², \$млрд, 2020 г.



Источник: CCA Fundraising, Philanthropic Landscape, 2021; Bureau of Economic Analysis, Personal Consumption Expenditures by Type of Product, 2020.

Частные пожертвования, которые также включают пожертвования владельцев крупного капитала, составили 324,1 \$млрд в 2020 г. Выходит, что население в среднем тратит на благотворительность больше, чем на услуги связи, образовательные услуги и одежду.

¹ Исключая государственные заказы и гранты.

² «Услуги связи» включают в себя телекоммуникационные услуги, почтовые и доступ в Интернет. «Одежда» исключает обувь.



Молодое поколение чаще, чем старшее, изучает эффективность организации перед совершением пожертвования

Опрос¹, проведенный Blackbaud, показал, что 56% доноров исследуют, как организация тратит свои деньги, прежде чем совершить пожертвование. Чаще всего доноры обращают внимание на общую эффективность НКО на вклад организации в сферу благотворительности региона.

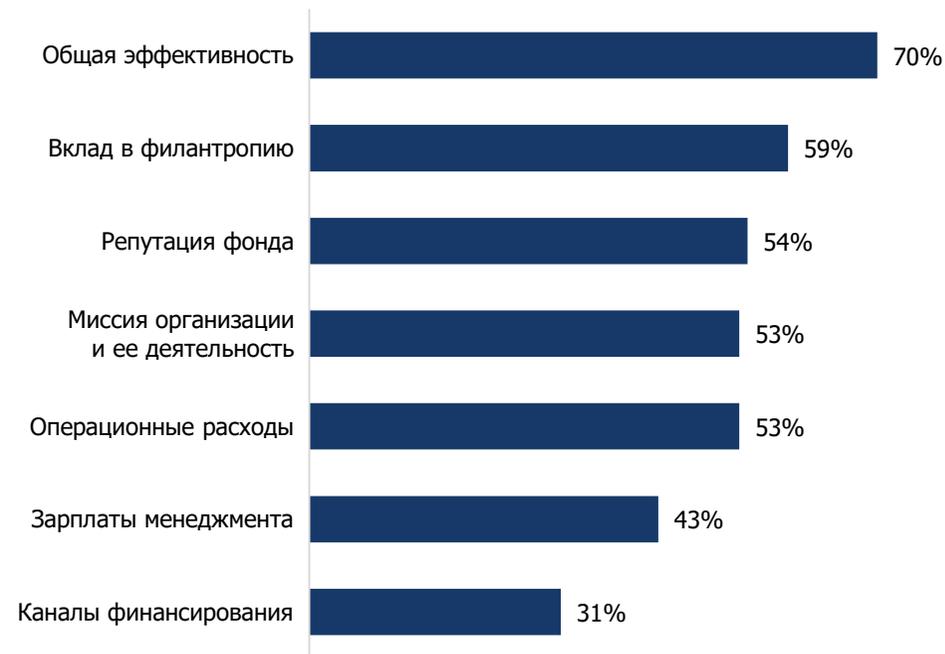
Кроме due diligence НКО, 39% доноров отслеживают результаты деятельности организаций, которым они уже отправляли пожертвования. При этом процент людей, которые отслеживают, как тратились пожертвованные средства, увеличивается при уменьшении среднего возраста доноров. Так, 66% миллениалов отслеживают деятельность НКО, в отличие от 32% людей поколения беби-бумеров.

Процент доноров, которые отслеживают деятельность финансируемых ими организаций, %



Источник: Fidelity Charitable: The Evolution from Charitable Giving to Charitable Living, 2021.

Показатели, на которые обращают внимание доноры при выборе благотворительной организации, %



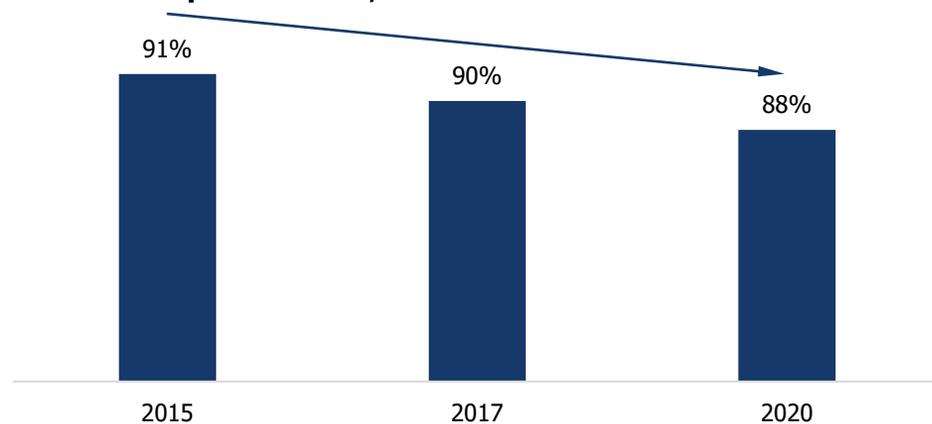
Источник: Blackbaud: The Next Generation of American Giving, 2018.

¹ Данные были получены из онлайн-опроса 1339 доноров из США, проведенного Blackbaud и Edge Research. Участники, прошедшие отбор, сделали денежное пожертвование по крайней мере одному НКО в течение последних 12 месяцев (исключая профсоюзы, детские школы, ВУЗы и пожертвования в церкви).



Владельцы крупного капитала реже участвуют в благотворительности, в то время как их средние расходы на пожертвования растут

Доля опрошенных HNWI, которые хотя бы раз жертвовали на благотворительность, %



Источник: BofA, Study of Philanthropy: Charitable Giving by Affluent Households, 2021.

\$29 000

Средний чек пожертвования HNWI в 2017 году

\$43 000

Средний чек пожертвования HNWI в 2020 году

Количество обеспеченных доноров в США снижается уже в течение 5 лет, но при этом средний чек в период с 2017 по 2020 год вырос в 1,5 раза. Это означает, что сфера благотворительности крупного капитала концентрируется. Меньшее количество доноров жертвуют большую сумму средств с каждым годом.

80% благотворительных пожертвований поступают от 20% домохозяйств. 1% домохозяйств жертвует почти половину (45%) из этих пожертвований. Таким образом, пожертвования HNWI значительно влияют на объемы частной благотворительности в США.

Причины, по которым HNWI¹ не жертвовали на благотворительность, %, 2020 г.



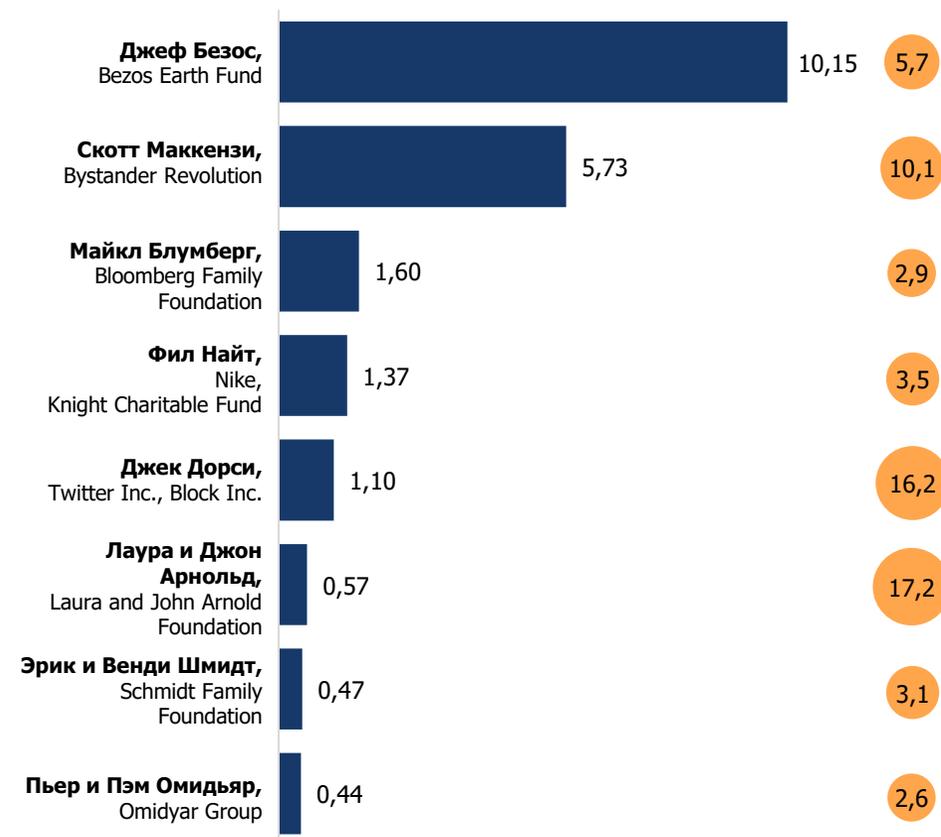
Источник: BofA, Study of Philanthropy, Charitable Giving by Affluent Households, 2021.

¹ HNWI — домохозяйство с чистыми активами стоимостью от \$1 млн, исключая основное место жительства, предметы коллекционирования, расходные материалы и потребительские товары длительного пользования.



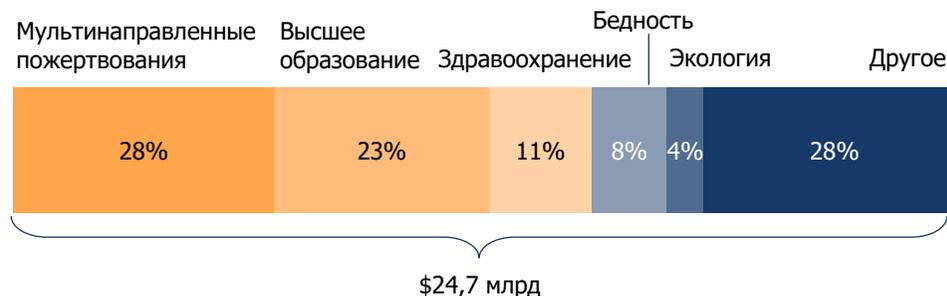
Пожертвования топ-8 филантропов США составили 86% общего объема благотворительных средств UHNW доноров

Топ-8 филантропов США по объему пожертвованных средств, \$млрд, 2020 г.



○ — доля состояния, переданного на благотворительность.

Направления благотворительности топ-50 филантропов, %



Источник: CCA Fundraising, Philanthropic Landscape 2021, The Philanthropy 50, 2020's Top Donors.

Первую строчку в списке крупнейших доноров 2020 года занимает Джеф Безос, пожертвовавший 10 \$млрд, что соответствует почти половине всех пожертвованных средств. Сразу следом идет бывшая жена Безоса Скотт Маккензи, направившая свою сумму на гуманитарную помощь и здравоохранение.

Несмотря на пандемию и экономический спад в США, совокупные активы 643 самых богатых американцев выросли на \$845 млрд, увеличив их совокупное состояние на 29%¹.

В связи с возросшей актуальностью темы социальной дискриминации, владельцы крупного капитала обратили внимание и пожертвовали часть средств в фонды по борьбе с социальным неравенством, которые до этого года очень редко получали финансовую помощь от обеспеченных лиц.

¹ Источник: the Institute for Policy Studies, Billionaire Bonanza, 2020, совокупные активы, движимые и недвижимые, исключая те, что используются в качестве залогового обеспечения.

Китайская народная республика



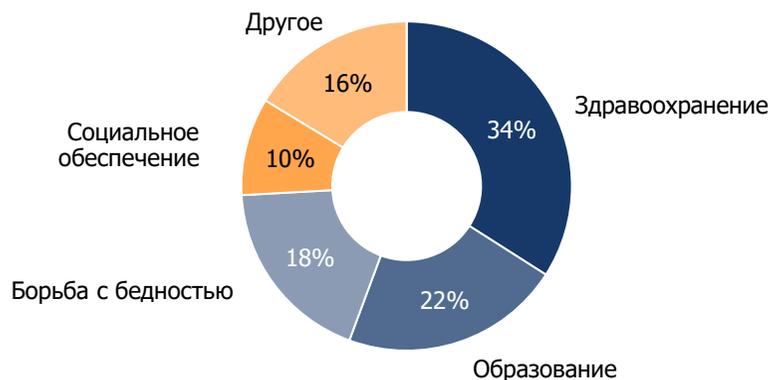
По многим макропоказателям Китай близок к США, но в сфере благотворительности значительно отстает

Объемы благотворительности, \$млрд¹



Источник: China Charity Alliance, 2020 China Charity Donation Report; The World Bank.

Направления благотворительности, %



Источник: China Charity Alliance, 2020 China Charity Donation Report.



Ставка налога ²	30,7%
Налоговый вычет ³	30%
Индекс Ginni	38,5%

1. Китай находится на 2 месте после США как по объему ВВП, так и по количеству миллиардеров (более 500), однако по объему сферы благотворительности значительно уступает — 0,22% от ВВП против 2,25% в 2020 году в США.
2. В среднем в Китае половина (51%) финансирования НКО исходит от государственных грантов, госзаказов или других видов поддержки.
3. Отчетность необходима НКО для увеличения прозрачности. Во многих странах ежегодная или ежеквартальная отчетность обязательна для благотворительных организаций, однако в Китае отчетность является опциональной.
4. Доверие к НКО в Китае одно из самых низких. 15% НКО считают, что их доноры им доверяют, в отличие от 44% в Азии в среднем⁴.
5. В связи с активным контролем иностранных потоков капитала в Китае, фонды недополучают иностранное финансирование по сравнению с азиатским регионом в целом.

¹ Включая правительственные гранты и госпомощь.

² Полная ставка налога в % от средней заработной платы одного работника.

³ Если физическое лицо совершает благотворительные взносы в квалифицированные национальные НКО, такие взносы подлежат вычету в размере 30% от заявленного налогооблагаемого дохода.

⁴ Источник: CAPS, Doing Good Index, 2020.



Недостаточное количество налоговых льгот тормозит развитие некоммерческого сектора Китая несмотря на наличие крупного капитала

Источники финансирования НКО в Китае, %, 2020 г.



Источник: Centre for Asian Philanthropy and Society, Doing good index, 2020.

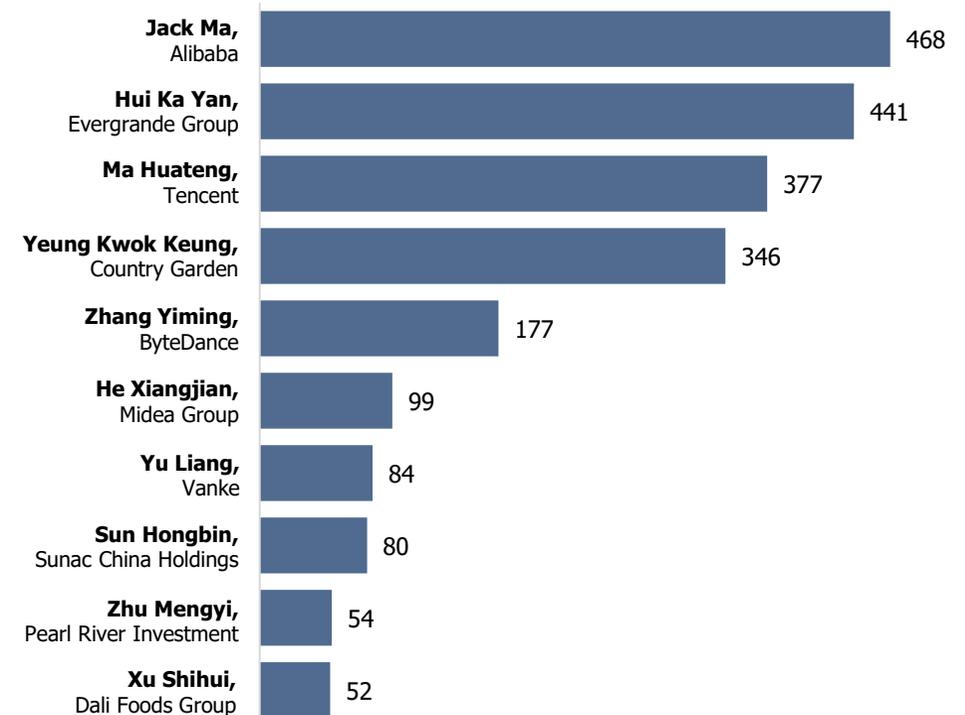
Государственное регулирование

В Китае существует закон о благотворительности, который регулирует местные благотворительные организации, и закон о НКО, он регулирует иностранные благотворительные организации и иностранные пожертвования. Он предписывает множество обязательств для организации, в том числе необходимость вести деятельность в течение 2 лет, перед тем как выйти в Китай. В связи со сложным регулированием, доля иностранных пожертвований в Китае составляет всего 2%.

В то же время малая доля частных пожертвований объясняется тем, что налоговые льготы для НКО все еще находятся в стадии разработки. Общественные организации могут обратиться в Финансовое бюро за освобождением от уплаты налогов, но освобождение предоставляется на усмотрение ведомства.

Источник: CAPS, Doing Good Index, 2020.

Топ-10 филантропов Китая, \$млн, 2020 г.¹



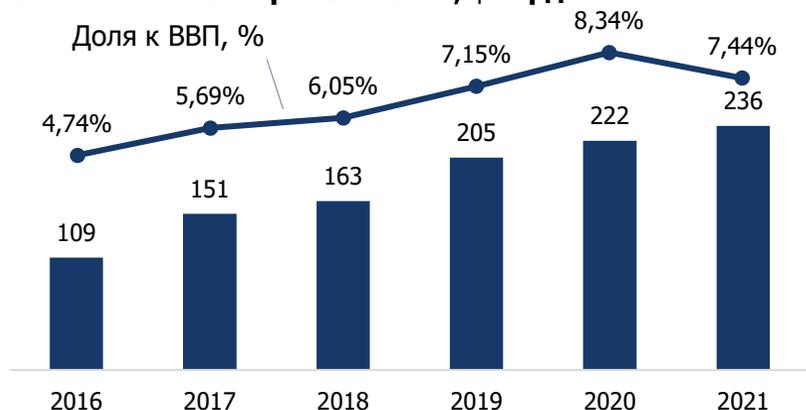
Источник: Forbes China, China Charity List, 2021.

Республика Индия



Благотворительность Индии растет на 18% в год, однако основной вклад вносит государственная поддержка

Объемы благотворительности, \$млрд¹

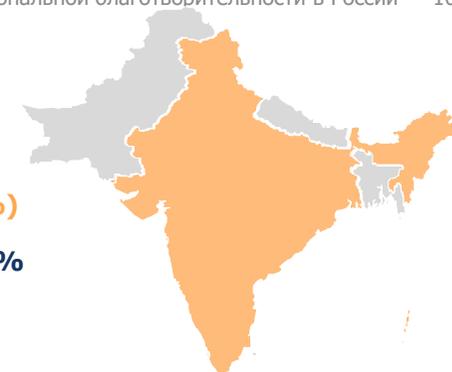


Источник: Bain & Company, Dasra, India Philanthropy Report, 2022; The World Bank.

Направления благотворительности, %



Источник: Bain & Company, Dasra, India Philanthropy Report, 2021.



Ставка налога ²	2% (26,5%)
Налоговый вычет ³	50%–100%
Индекс Ginni	35,7%

1. Государственная поддержка в Индии составляет 94% от всей сферы благотворительности или \$222 млрд, в то время как иностранная, корпоративная и частная составляет всего 6% или \$13,9 млрд.
2. Пожертвования фонда известного филантропа Индии и основателя компании Wipro Azim Premji составляют 66% суммы пожертвований всех других семейных фондов Индии вместе взятых.
3. В связи с введением новых правил относительно иностранного капитала в некоммерческом секторе (Foreign Contribution Regulation Act), иностранные пожертвования сократились за последние 5 лет на 30%. А каждая вторая НКО, работающая с иностранным капиталом, получила ограничение доходной базы более чем на 60%⁴.
4. Доля сферы благотворительности в ВВП неуклонно росла за последние 5 лет до 2021 года. Показатель достиг 8% ВВП, но затем снизился до 7,5% вследствие более быстрого роста ВВП по сравнению с ростом объемов благотворительности в 2021 году. Однако Индии, чтобы достичь целей устойчивого развития ООН, необходимо увеличить долю до 13% от ВВП⁵.

¹ Включая правительственные гранты и госпомощь.

² Подоходный налог и взносы на социальное обеспечение в % от средней заработной платы одного работника. 26,5%, если работник занят в фирме со штатом более 20 сотрудников.

³ Физическое лицо может претендовать на вычет от 50% до 100% от пожертвованной суммы с учетом ограничений, предусмотренных законом.

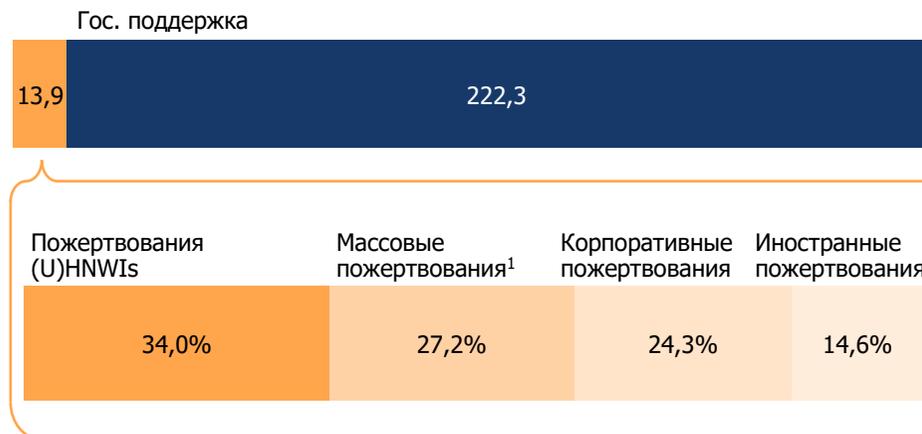
⁴ Источник: Bain & Company, Dasra, India Philanthropy Report, 2021.

⁵ Источник: NITI Aayog, Decade of Action: Taking SDGs from Global to Local, 2020.

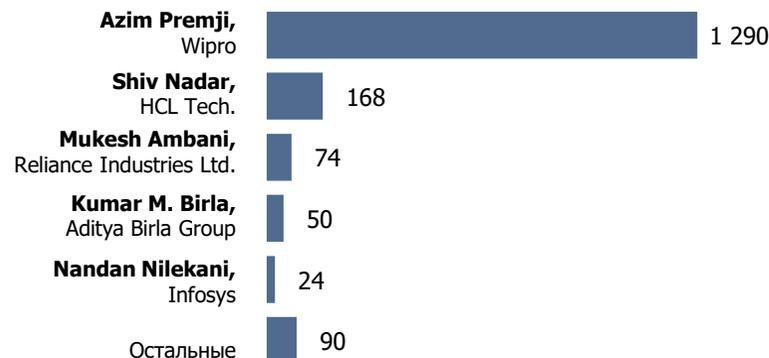


Если индийские UHNWI будут жертвовать на уровне китайских, то есть 3% от состояния, то сфера благотворительности получит дополнительные \$13,5 млрд

Источники финансирования НКО в Индии, \$млрд, 2021 г.



Топ-5 филантропов Индии, \$млн



Источник: Financial Express, India's top Philanthropists, 2021.

Государственное регулирование

51% НКО, опрошенных CAPS, находят сложным понимание законов, а также взаимодействие с государственными структурами.

Уникальным положением является обязательство управляющих НКО не только подавать собственные декларации о доходах за год, но и подавать декларации своих ближайших родственников во избежание коррупции.

Однако регулирование сферы благотворительности положительно сказалось на доверии населения к НКО. Так, в 2018 году 56% НКО указывают на высокий уровень доверия со стороны доноров, когда, по данным опроса за 2020 год, эта цифра выросла до 62%.

В Индии объем государственной поддержки сектору составляет колоссальные 94% от всей сферы благотворительности. С учетом того, что общий объем благотворительности за последние годы составлял в среднем 7% от ВВП, для достижения своих обязательств по целям устойчивого развития ООН к 2030 году расходы на благотворительность должны составлять примерно 13% ВВП². Это означает необходимость в дополнительных \$100 млрд. Но с увеличением бюджетного дефицита после пандемии государственные финансы будут ограничены. В этот период может помочь частная филантропия. Если UHNWI³ будут жертвовать примерно 3% своих активов (сейчас 0,1%), то высвободится примерно \$13,5 млрд, которые могут быть направлены на пожертвования.

Источник: CAPS, Doing Good Index, 2018, 2020; Bain & Company | Dasra, India Philanthropy Report, 2022.

¹ Исключая пожертвования в религиозные организации.

² NITI Aayog, Decade of Action: Taking SDGs from Global to Local, 2020.

³ Домохозяйства с чистыми активами более \$6,75 млрд.

Австралийский Союз



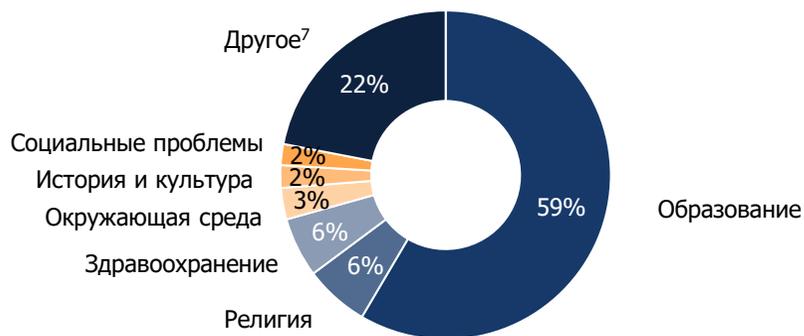
Благотворительность в Австралии занимает долю в среднем 12% к ВВП, что соотносится с 11% населения, занятого в этой сфере

Объемы благотворительности, \$млрд¹



Источник: McCrindle Research, Australian Communities Report, 2022; The World Bank.

Направления благотворительности, %⁶



Источник: Australian Charities and NFP Commission, Australian Charities Report 8th edition, 2022.

Ставка налога ²	28,35%
Налоговый вычет ³	до 100%
Индекс Ginni	34,3%



1. В 2019 в Австралии в сфере благотворительности было занято 1,38 млн человек, что составляет 11% от всего количества работающего населения⁴.
2. Более половины организаций (51%) работают при помощи волонтеров, которых в стране насчитывается 3,6 млн человек. Таким образом, на каждого нанятого работника приходится 2,6 волонтера.
3. 3 из 4 австралийцев хотя бы раз в году жертвовали на благотворительность⁵.
4. Структура доходов НКО в Австралии специфична. 33%, или \$57 млрд, доходов НКО составляет доход от продуктов и услуг. При этом доход от частных пожертвований составляет всего лишь 7%, или \$12 млрд.
5. В Австралии существенная господдержка сферы благотворительности. Государство не только возвращает до 100% пожертвований на благотворительность в виде налоговых льгот, но и финансирует половину (50%) сферы благотворительности при помощи грантов.

¹ Включая правительственные гранты и госпомощь.

² Подоходный налог и взносы на социальное обеспечение в % от средней заработной платы одного работника.

³ Налоговому вычету не подлежат средства, направленные на покупку товаров и услуг благотворительной организации, а также пожертвования в размере менее 2 австралийских долларов.

⁴ Источник: Australian Charities and NFP Commission, Australian Charities, 2021.

⁵ Источник: McCrindle Research, Australian Communities Report, 2021.

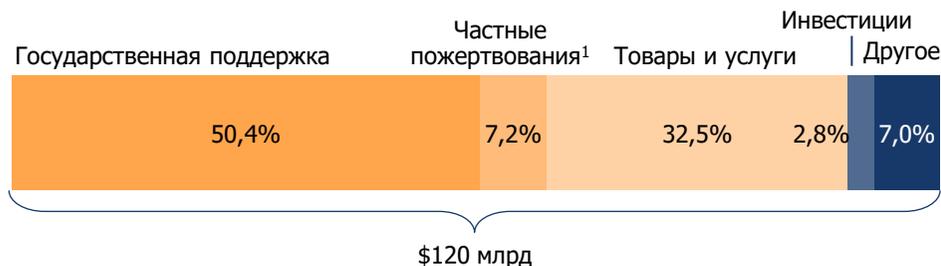
⁶ Исключая пожертвования в мультинаправленные фонды.

⁷ Другое: безопасность и защита прав человека, ментальная поддержка и др.



Тренд «dollars up, donors down», который наблюдается в США, также справедлив для Австралии

Источники финансирования НКО в Австралии, %, 2020 г.



Источник: Australian Charities and NFP Commission, Australian Charities Report 8th edition, 2022.

Государственная поддержка составляет почти половину всего финансирования, получаемого НКО. Примечательным является доля товаров и услуг, которые предоставляют НКО. Она гораздо больше суммарно поступлений от частных пожертвований и инвестиций, 34% против 10,6%. Это говорит о том, что австралийцы предпочитают купить товар или воспользоваться услугой НКО, нежели пожертвовать средства напрямую.

Государственное регулирование

Примечательным инструментом благотворительности являются программы регулярных отчислений из заработной платы в выбранные работником НКО. Работники получают моментальные налоговые льготы, поскольку работодатели в моменте уменьшают сумму удерживаемого налога с заработной платы этого работника.

Также претендовать на налоговый вычет можно в течение 5 лет с даты пожертвования.

Источник: The Australian Centre for Philanthropy and Nonprofit studies, An examination of tax-deductible donations made by individual Australian taxpayers, 2021.

Сравнение средней суммы пожертвования и доли жертвующих HNWI², \$ тыс., %



Источник: The Australian Centre for Philanthropy and Nonprofit studies, An examination of tax-deductible donations made by individual Australian taxpayers, 2021.

В Австралии, так же как и в Америке, снижается доля жертвующих HNWI, но при этом увеличивается средняя суммы пожертвования.

¹ Включают завещания.

² Физическое лицо, налогооблагаемая прибыль которого более \$1 млн в год.

³ Доля жертвующих HNWI среди всех HNWI, подавших налоговые декларации.

Королевство Норвегия



Норвегия, одна из самых развитых стран мира, направляет больше половины благотворительных средств на помощь бедным странам

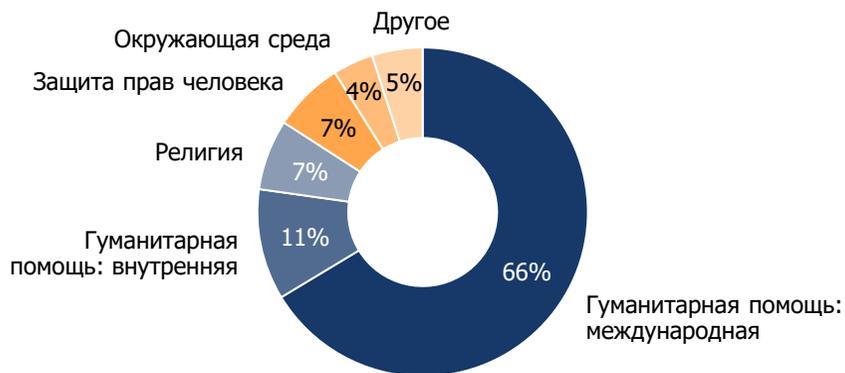


Объемы благотворительности, \$млрд¹



Источник: Deloitte, Fundraisingrapporten, 2020; The World Bank.

Направления благотворительности, %



Источник: Deloitte, Fundraisingrapporten, 2020.

Ставка налога ²	35,8%
Налоговый вычет ³	до 100%
Индекс Ginni	27,7%

- 66% пожертвований идут в фонды и организации гуманитарной помощи другим странам.
- Помимо благотворительных пожертвований, на помощь другим странам идут государственные отчисления по программе official development assistance (ODA), которые в 2019 году составили \$4,7 млрд.
- Самыми крупными гуманитарными НКО являются Norwegian Refugee Council (помогают беженцам и странам с гуманитарной катастрофой) и Norwegian Red Cross (помогает бедным странам).
- В Норвегии введена государственная монополия на рынок гемблинга. Игровые операторы отчисляют с прибыли благотворительные пожертвования, которые за 2019 год составили \$85 млн.
- Норвежские НКО экспериментируют с разными видами привлечения частного финансирования. Функция пожертвований в социальных сетях в 2020 году на фоне COVID-19 произвела революцию в сфере фандрайзинга благодаря интуитивности и простоте использования, заявляют норвежские НКО. Еще одним удобным сервисом стала система Vipps (аналог СБП), которая используется донорами наравне с наличным пожертвованием и банковским переводом⁴.

¹ Включая правительственные гранты и госпомощь.

² Подоходный налог и взносы на социальное обеспечение в % от средней заработной платы одного работника.

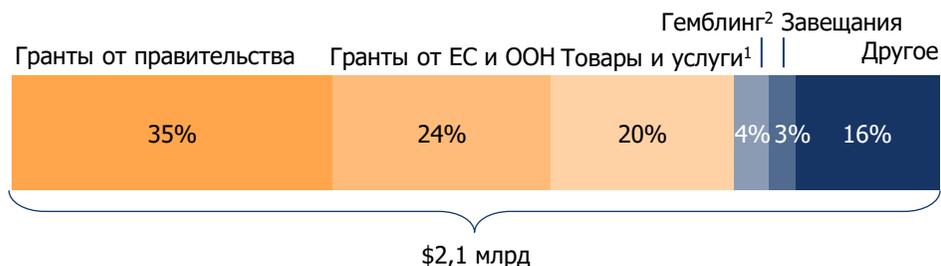
³ Общий вычет в год не может превышать 50 000 норвежских крон.

⁴ Deloitte, Fundraisingrapporten, 2020.



В Норвегии 59% финансирования НКО составляют гранты правительства, ЕС и ООН

Источники финансирования НКО в Норвегии, %, 2020 г.



Источник: Deloitte, Fundraisingrapporten, 2020.

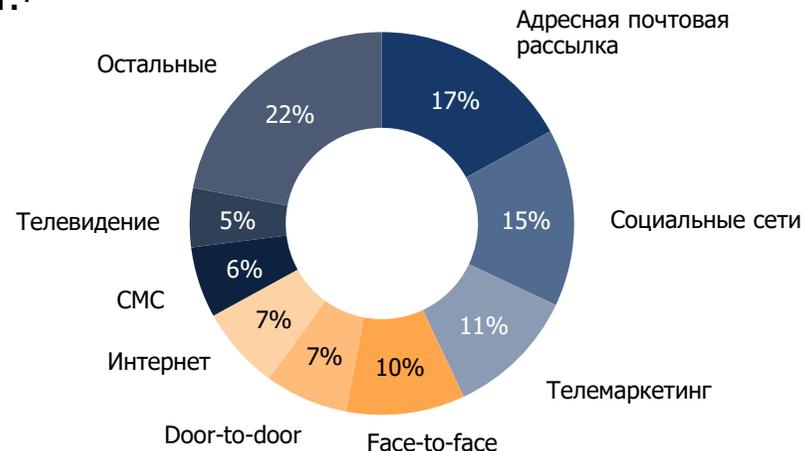
В Норвегии источники финансирования НКО схожи с Австралией. Более 50% финансирования предоставляют правительственные пожертвования, когда поступления от товаров и услуг занимают второе место после господдержки. От привычных источников финансирования выделяются только поступления от гемблинга, что является спецификой законодательства страны.

Государственное регулирование

В Норвегии необязательно регистрировать благотворительную организацию, однако количество зарегистрированных организаций неуклонно растет, поскольку регистрация максимально упрощена и переведена в онлайн, а также является обязательным условием для получения доли прибыли от гемблинга (Norsk Tipping³), компенсации налога на добавленную стоимость (НДС) и других льгот.

Источник: European Fundraising Association, Tax Incentives for Charitable Giving in Europe, 2018.

Самые прибыльные каналы привлечения средств в НКО, %, 2020 г.⁴



Источник: Deloitte, Fundraisingrapporten, 2020.

Исходя из опроса Deloitte, самым прибыльным каналом сбора средств является адресная почтовая рассылка. Однако её доля с 2016 по 2020 год снизилась с 26% до 17%. А социальные сети, наоборот, увеличили долю с 10% в 2016 до 15% в 2020 году. В связи с чем большинство фондов начинают вести активную рекламную деятельность в социальной сети. Данный тренд наблюдается во всех развитых странах.

¹ Услуги — сдача недвижимости в аренду, образовательные курсы, продажа товаров и т. д.

² Гемблинг — отчисления из гемблинговых организаций.

³ Norsk Tipping — крупнейший государственный игорный оператор Норвегии.

⁴ Face-to-face — личное взаимодействие между фандрайзером и донором.

Door-to-door — сбор пожертвований по месту жительства донора.

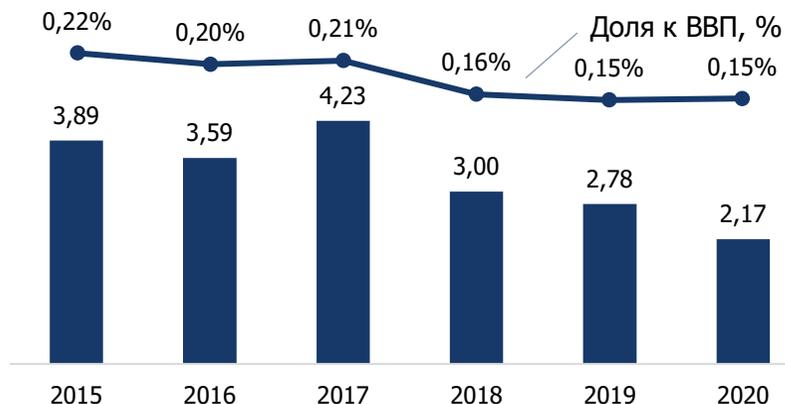
**Федеративная
Республика Бразилия**



46% частных фондов в Бразилии были созданы после 2010 года



Объемы частной благотворительности, \$млрд¹



Источник: Оценка Frank RG; IDIS, Pesquisa doação Brasil 2020, 2015; The World Bank.

Направления благотворительности, %



Источник: CAF, Brazil Giving, 2021.

Ставка налога ²	32,5%
Налоговый вычет ³	до 6%
Индекс Ginni	53,5%

1. Международные организации (ООН) и развитые страны (Германия, Норвегия) активно участвуют в программах гуманитарной помощи и борьбе с бедностью в Бразилии. За 2020 год для борьбы с COVID-19 Бразилия получила более \$2,5 млрд⁴.
2. Доверие к НКО в Бразилии составляет 56%. Однако еще в 2015 году быть правозащитником или активистом было сложно и даже опасно. Помимо негатива в соцсетях, случались физические нападения. С 2010 по 2015 годы в Бразилии произошло более 200 известных случаев убийств активистов, которые были против незаконной вырубки лесов. Самое большое количество среди всех стран⁵.
3. 84% частных фондов были созданы после 2000 года, половина из них (46%) — после 2010. Что свидетельствует о росте интереса владельцев крупных капиталов (UHNWI) в Бразилии к благотворительности⁶.
4. Многие НКО надеются на помощь частных благотворителей, однако ставка налогового вычета низкая и действует не на все программы, что тормозит развитие сектора.

¹ Объемы частной благотворительности на период — оценка Frank RG (использованы доля жертвующего населения и средний чек пожертвования).

² Подоходный налог и взносы на социальное обеспечение в % от средней заработной платы одного работника.

³ Только за пожертвования в сертифицированные консулом национальные НКО по спец-программам.

⁴ Uninfo COVID-19 data portal, Brazil.

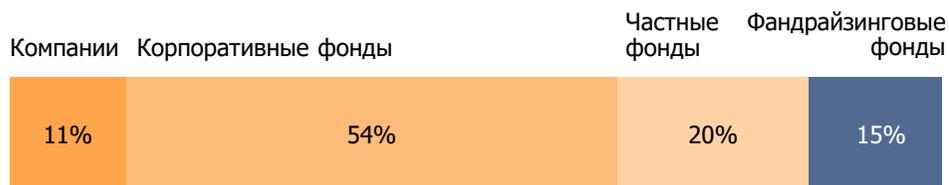
⁵ Global Witness, On Dangerous Ground report, 2016.

⁶ GIFE, Censo, 2020.



Без государственной поддержки как на правовом уровне, так и на финансовом, сфера благотворительности в Бразилии сокращается

Источники финансирования НКО¹ в Бразилии, %, 2020 г.



Источник: GIFE, Censo 2020.

Государственное регулирование

Конституция освобождает образовательные и социальные НКО от налогов на доходы, активы и услуги.

Для освобождения от уплаты налогов и социальных взносов:

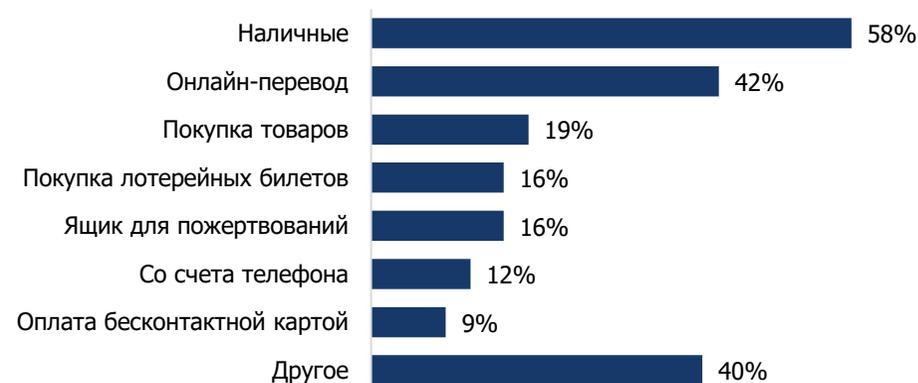
- НКО должна системно предоставлять бухгалтерские отчеты;
- Зарплата сотрудников не должна составлять больше 70% заработной платы членов Федеральной исполнительной власти (президента и министров Бразилии) и не может превышать ее более чем в 5 раз.

В связи с затянувшимся кризисом в 2016 году правительством был введен закон на ограничение расходов бюджета на социальную сферу, в том числе на гранты благотворительным организациям. Это существенно сократило объемы сферы благотворительности.

Источник: International Center for Not-for-Profit Law (ICNL), Nonprofit law in Brazil.

Корпоративная благотворительность занимает более половины институциональной благотворительности в Бразилии, но в последние 2 года её доля снижается.

Каналы поступления средств в НКО, %², 2020 г.



Источник: CAF, Brazil Giving 2021.

Несмотря на цифровизацию и пандемию, основным каналом финансирования НКО в Бразилии являются наличные средства. 58% опрошенных бразильцев жертвовали на благотворительность наличными.

¹ Не входит государственная поддержка.

² В опросе можно было выбрать несколько вариантов ответов.

7 **Сценарии развития сферы профессиональной благотворительности в России**

Позитивные тренды российского сектора благотворительности

НКО



- Новые инфраструктурные проекты для НКО, **фонды фондов**
- Создаются **НКО новой волны**
- Некоторые фонды объединяются в альянсы. **Обмен опытом и практиками**
- Растет **прозрачность, отчетность** перед владельцами крупного капитала

Государство и бизнес



- Крупные бизнес-площадки, например Яндекс, становятся более дружелюбны к НКО, дают **доступ к своим пользователям**
- **Фонд Президентских Грантов** получил положительные оценки от НКО
- Бум **консалтинга** для НКО

Персонал



- Происходит профессионализация сектора, устраивается много сотрудников с **бизнес-подходом**
- Появляются возможности **обучения** специалистов из НКО (Московская школа профессиональной филантропии, магистерская программа в НИУ ВШЭ)

Доноры



- Участие в благотворительности публичных **известных людей**
- Образуются платформы и сообщества, которые позволяют филантропам **обмениваться опытом** и знаниями
- Вовлечение состоятельных доноров в качестве **учредителей и попечителей фондов**
- Развитие **интеллектуального волонтерства**

Затраты и поступления



- Крупные фонды начинают создавать **эндаумент-фонды** для более устойчивого финансирования
- Поступление **пандемийных** мер поддержки

Каналы привлечения пожертвований



- НКО привлекают большую часть пожертвований **онлайн**
- Банки начинают сотрудничать с НКО и **вовлекать клиентов** в благотворительность



С точки зрения профессионализма у нас отрасль выросла очень сильно, я ей горжусь, и была бы еще лучше, если бы не последние события. Пять-шесть лет назад все фонды на колёнке работали, а сейчас много системных организаций, которые делают очень взросло.

крупный филантроп

Основные проблемы российского сектора благотворительности

НКО

Сектор



- Не хватает **системы стандартов**, принципов работы сектора
- **Разобщенность сектора**, нехватка этичной коммуникации, НКО **не обмениваются практиками**, «изобретают велосипед»
- **Высокая конкуренция**
- **Отрезаны от западной** благотворительной и научной практики
- **Неразвитость сектора в регионах** по сравнению с Москвой и Санкт-Петербургом
- **Потребительское отношение** к капиталу филантропов со стороны НКО

Персонал



- В небольших НКО рядовые сотрудники берут на себя **функции смежных специалистов**
- Руководители фондов **совмещают операционное и стратегическое** управление
- Узким специалистам (соцработникам, психологам и т. д.) не хватает компетенций, штатным сотрудникам **не хватает менеджерских навыков**
- **Низкий престиж** сферы НКО на рынке труда, нет профессиональных стандартов

Затраты и поступления



- У многих фондов **нет устойчивой финансовой модели**
- Общественные ожидания не **позволяют НКО увеличивать затраты на ФОТ**
- Недостаток средств на **IT-специалистов**, аналитиков данных
- Неграмотное **финансовое планирование**, невозможность оценить затраты на масштабный проект
- Низкая толерантность к риску, вложениям в **инновационные проекты**, системные проекты
- **Недостаток государственной поддержки** на административные расходы

Каналы привлечения пожертвований



- **СМИ** неохотно берут темы социальных проблем
- **Невозможность размещать рекламу** в крупной иностранной социальной сети
- Проблемы, связанные с **коммуникацией** с филантропами со стороны НКО

Государство и бизнес

- От госсектора сложно добиться **квалифицированного ответа** и серьезного взаимодействия
- **Отсутствие прозрачности** во взаимоотношениях с бизнесом, понятных программ **КСО**
- Не хватает **менторской поддержки** со стороны бизнеса
- Не хватает **социальных исследований**, связанных с деятельностью НКО, статистики
- Низкий уровень вовлечения **регионального бизнеса**



Доноры

- **Низкий уровень доверия** к НКО в обществе
- **Нет включения** филантропии в образ жизни, филантропия не является частью культуры
- Перекос финансирования в сторону **вопросов детства**
- **Предвзятое отношение** общества к инициативам крупных филантропов
- **Низкая осведомленность** общества о благотворительности в целом



Большинство проблем сектора НКО может быть решено благодаря кооперации

Проблема Решение



Популяризация работы в НКО может повысить профессионализм сотрудников

Проблема Решение



Низкий престиж сферы НКО на рынке труда

Развитие идеи значимости работы в НКО, субсидирование ФОТ НКО

Руководители фондов совмещают операционное и стратегическое управление

Делегирование обязанностей, развитие управленческих навыков среди руководителей отделов в НКО, тренинги доверия среди сокомандников

Узким специалистам (соцработникам, психологам и т. д.) не хватает компетенций, штатным сотрудникам не хватает менеджерских навыков

Участие в тренингах и курсах развития профессиональных компетенций, развитие сотрудничества с высшими учебными заведениями

В небольших НКО рядовые сотрудники берут на себя функции смежных специалистов

Найм новых сотрудников, введение программы стажировок, поиск волонтеров, передача задач на аутсорс

Отсутствие профессиональных стандартов

Обсуждение профессиональных стандартов на тематических конференциях, лоббирование их введения в государственных институтах

НКО необходимо внедрение бизнес-практик по стратегическому планированию

Проблема Решение

У многих фондов нет устойчивой финансовой модели на случай кризисов

Антикризисное управление, внедрение бизнес-практик

Общественные ожидания не позволяют НКО увеличивать затраты на ФОТ

Освещение темы недостаточности финансирования фонда оплаты труда, продвижение идеи государственной поддержки административных расходов

Недостаток средств на IT-специалистов, аналитиков данных

Сотрудничество с университетами или IT-школами, привлечение студентов, менторов в качестве волонтеров

Неграмотное финансовое планирование, невозможность оценить затраты на масштабный проект

Найм специалистов по стратегии, получение сотрудниками дополнительного образования по финансовому и бизнес-планированию

Низкая толерантность к риску, вложениям в инновационные проекты, системные проекты

Поиск состоятельных и корпоративных доноров, готовых финансировать инновационные проекты



Этичная коммуникация представителей НКО окажет позитивное влияние на частоту освещения проблем в СМИ



Сфере благотворительности необходима поддержка как государства, так и бизнеса

Проблема Решение

От госсектора сложно добиться квалифицированного ответа и серьезного взаимодействия

Найм GR-специалистов в НКО, экспертная поддержка НКО крупными донорами, занятыми в госсекторе

Отсутствие прозрачности во взаимоотношениях с бизнесом, понятных программ КСО

Создание реестра компаний, в которых есть КСО, заполнение компаниями страниц с информацией о КСО на сайте

Не хватает менторской поддержки со стороны бизнеса

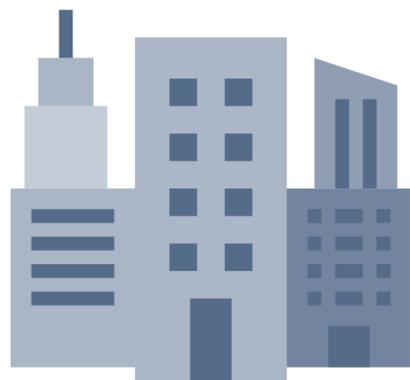
Участие в программах интеллектуального волонтерства сотрудниками бизнеса

Не хватает социальных исследований, связанных с деятельностью НКО, статистики

Финансирование узких исследований

Низкий уровень вовлечения регионального бизнеса

Популяризация налоговых льгот за пожертвования на благотворительность среди регионального бизнеса



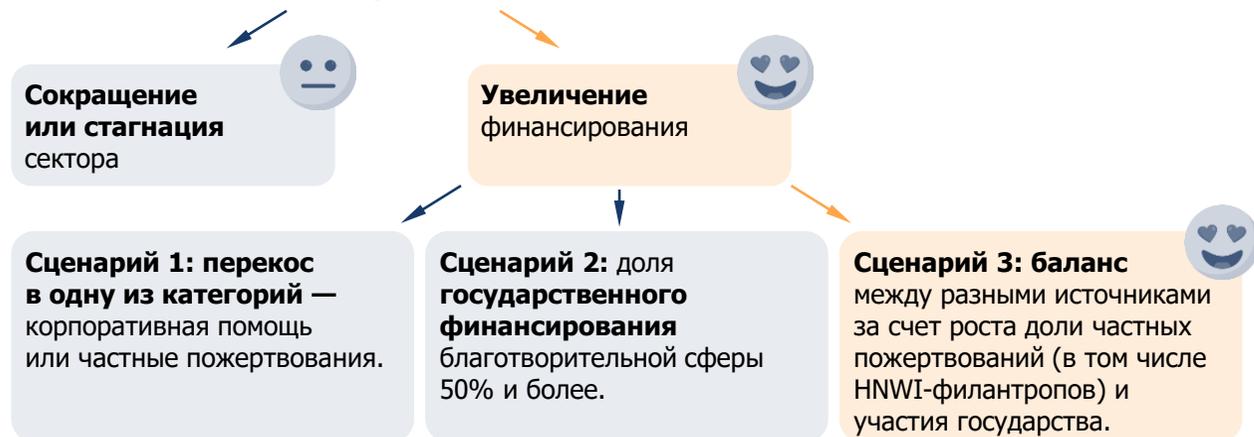
Важно рассказывать о вкладе сферы благотворительности в общество

Проблема Решение



Сценарии развития благотворительности в России

Объем средств, направленных на благотворительные цели



Для устойчивости некоммерческого сектора в России поступления средств могут быть диверсифицированы между разными источниками: массовым фандрайзингом, пожертвованиями крупных филантропов, государственной поддержкой, доходами от товаров, услуг и инвестиций, корпоративной поддержкой от компаний из разных отраслей.

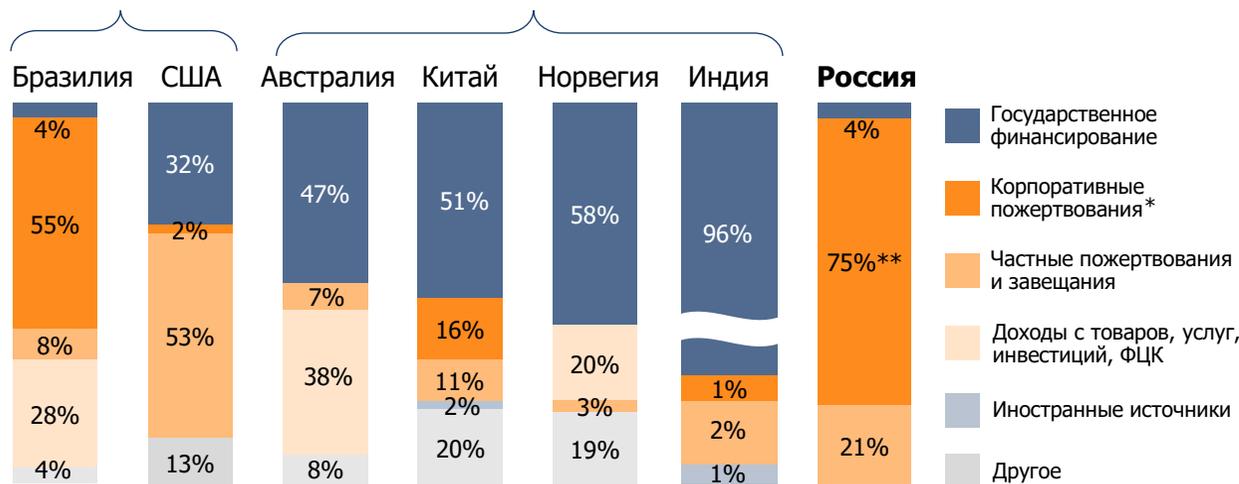
Это поможет НКО стабильно поддерживать благополучателей в любой кризисной ситуации.



Переживут кризис устойчивые некоммерческие организации, более гибкие, которые могут искать новые формы взаимодействия с целевой аудиторией, диверсифицировать.

А потом, благотворительность у нас все-таки в самые-самые тяжелые времена всегда была, так или иначе. Разные кризисы уже переживала.

мнение руководителя направления КСО банка-участника



Источники финансирования НКО в странах мира, %, 2020 г.

* В корпоративные источники в России включаются также расходы на КСО.

8 Приложение

**Методика исследования и результаты
опроса**

В рамках исследования мы разделили НКО на следующие группы

Некоммерческие организации условно можно разделить по организационно-правовой форме, основным источникам финансирования (частные, корпоративные, смешанные источники — фандрайзинговые). В 2020 году RAEX опубликовал первый в России рейтинг участников профессиональной благотворительности (https://raex-rr.com/pro/NKO/largest_NKO/fundraising_fund_rating/2022/), в котором отразил потенциал НКО как партнера на основе различных метрик. В феврале 2022 года вышел второй рейтинг, в который вошли 819 НКО. Рейтинг делится на две части: (1) корпоративные и частные НКО и (2) фандрайзинговые НКО.

Мы разделили благотворительные НКО на восемь групп. Основной фокус при разделении был на представленности в России; объеме средств, собранных на благотворительные цели за год; направлениях помощи. НКО, помогающие детям, детям-сиротам, кризисным семьям, детям-инвалидам, были вынесены в отдельную группу (топ-3 самых популярных направлений).

Группа НКО	Частные	Корпоративные	Фонды целевого капитала (ФЦК)	ОО, БО, НО, АНО, А*	Федеральные БФ, топ-3 направления	Федеральные БФ, прочие направления	Региональные БФ, топ-3 направления	Региональные БФ, прочие направления	
Источники поступлений	Частные	Корпоративные	Несколько источников	Несколько источников	Несколько источников	Несколько источников	Несколько источников	Несколько источников	
Организационно-правовая форма	Не имеет значения	Не имеет значения	Фонд целевого капитала (ФЦК)	ОО, БО, НО, АНО, А	Фонд (в т. ч. благотворительный фонд)				
Сборы средств на благотворительные цели в год	>10 млн руб.	>10 млн руб.	Топ-30 по объему целевого капитала	>10 млн руб.	>30 млн руб.	>30 млн руб.	>10 млн руб.	>10 млн руб.	
Тип направлений	Любой	Любой	Образование, культура, прочее	Любые	Топ-3 популярных направлений**	Прочие направления	Топ-3 популярных направлений**	Прочие направления	
Регион присутствия	РФ или более 20 регионов	РФ или более 20 регионов	Любые	Любые	РФ или более 20 регионов	РФ или более 20 регионов	1–20 регионов***	1–20 регионов***	ВСЕГО:
Кол-во проведенных интервью с руководителями НКО	4	3	2	6	15	6	3	2	41
Кол-во заполненных НКО benchmark-анкет	–	–	–	5	12	7	7	5	36

* Общественная организация, благотворительная организация, некоммерческая организация, автономная некоммерческая организация, ассоциация.

** Детство, Детская инвалидность, Сиротство.

*** Включая фонды, работающие на территории только Москвы и Московской области.

Мы провели серию глубинных интервью с филантропами

Категория	Вопрос/тема
Общие параметры	Пол и возраст
	Объем капитала
Вовлеченность в благотворительность, способы участия	Насколько благотворительность важная для Вас сфера?
	Взаимодействуете ли Вы с фондами напрямую? Через какие каналы?
	Каким образом Вы участвуете в благотворительности?
	Как часто Вы делали пожертвования за последний год?
	И другие
Стратегия	Есть ли у Вас личная стратегия по филантропии?
	Какая инфраструктура у Вас есть для занятия благотворительностью?
	Каков Ваш подход к определению бюджета на благотворительность?
	Сколько в среднем Вы тратите на благотворительность?
	И другие
Мотивация и барьеры для участия в благотворительности	Что мотивирует Вас заниматься благотворительностью?
	Вам важно видеть результат своего пожертвования?
	Как Вы оцениваете отдачу от благотворительного проекта?
	Насколько Вы удовлетворены сотрудничеством с НКО?
	И другие



10 филантропов
приняли участие
в интервью



2 UHNWI



6 HNWI



2 Топ-менеджера,
владельца
бизнеса

А также серию глубинных интервью с руководителями НКО...

Категория	Вопрос/тема*
Параметры НКО	Тип организации
	География деятельности
	Целевая аудитория
	Чем обусловлен выбор направления / направлений работы?
Сотрудники НКО	Количество сотрудников
	Из каких сфер приходят сотрудники?
	Каких компетенций не хватает сотрудникам?
	Уровень заработной платы директора
	Какая доля штатных сотрудников делят функционал между бизнесом (учредителя) и НКО?
Финансы	Источники поступления средств
	Как формируется бюджет НКО?
	Какая нематериальная поддержка может быть необходима НКО?
	Объем расходов организации за 2021 год
	И другие
Филантропы	Выделяет ли НКО владельцев частных капиталов как отдельную категорию?
	Опыт взаимодействия с крупными частными филантропами
	Что владельцы капиталов хотят получить от участия в благотворительности?
	Какие каналы привлечения крупных филантропов использует / тестирует НКО?
	И другие
Стратегия	Есть ли у НКО формализованная стратегия?
	В каком формате НКО взаимодействует с другими фондами? Есть ли фонды-партнёры?
	Сотрудничает ли НКО с государственными / бюджетными организациями?
	И другие
Благотворительность в России	Ключевые факторы, негативно влияющие на сферу благотворительности в России
	Факторы, способствующие развитию благотворительности в России
	Сталкивалась ли НКО с неэтичной / нечестной благотворительностью?
	И другие



41 НКО



4 Частных



4 Корпоративных



2 Фонда целевого капитала



31 Фандрайзинговых фонда

* В зависимости от типа НКО вопросы могли различаться.

...и с представителями банков

Категория	Вопрос/тема
Общие вопросы	Есть ли в банке отдельное подразделение, занимающееся благотворительностью? Какова структура этого подразделения?
	Бюджет на благотворительность
	Спонсорство банка
Банк как благотворитель	Есть ли у банка собственные благотворительные проекты?
	Есть ли у банка платформа / сервис (например Благо.ру, Добро. Mail.Ru, Нужна помощь, СберВместе), агрегирующая различные благотворительные организации, через которую доноры могут осуществлять пожертвования?
	Есть ли в карточных программах лояльности способы перечислять баллы / бонусы на благотворительность?
	Поддерживаете ли Вы какие-либо благотворительные организации (БО) на постоянной основе?
	И другие
Private / premium banking	Ведется ли в рамках канала обслуживания клиентов Private Banking работа по сопровождению благотворительной активности клиентов?
	Есть ли у ваших клиентов запрос на участие в благотворительности?
	Обращаются ли клиенты в банк за помощью в данных вопросах?
	Можете ли Вы оценить, какая доля клиентов банка вовлечена в благотворительную активность?
	И другие
Состоятельные филантропы в банке	Как происходит коммуникация с состоятельными розничными клиентами по вопросам благотворительности?
	Разрабатываете ли Вы для клиентов стратегию по филантропии? Какие ключевые параметры стратегии Вы используете (принципы, сроки, шаги)?
	От чего зависит запрос клиентов на консультирование по вопросам благотворительности?
	Что для вас подходит больше: создавать стратегию филантропии самостоятельно или привлекать сторонних экспертов?
Стратегия	Какие преимущества, на ваш взгляд, дает участие в благотворительности банку?
	Каким, на ваш взгляд, должно быть идеальное взаимодействие НКО и банков в России?
	Рассматриваете ли Вы создание продукта / подписки, часть оплаты которых идет на благотворительность?
	Что банк считает своим главным достижением в сфере благотворительности в 2021 году? Назовите 3 основных цели развития этого направления в 2022–2023 гг.
	И другие

Участники интервью

Некоммерческие организации		Банки
БФ CSS	БФ помощи взрослым «Живой»	Альфа-Банк
БФ «Абсолют-Помощь»	БФ «Жизнь как чудо»	АТБ
МОО «Аистенок»	АНО «Квартал Луи»	Локо-Банк
БФ «АиФ. Доброе сердце»	Фонд целевого капитала школы «Летово»	МТС Банк
БФ «Антон тут рядом»	МБОО «Ночлежка»	Райффайзенбанк
БФ «Арифметика Добра»	БФ «Нужна помощь»	Росбанк
БФ «Берегиня»	БФ помощи взрослым онкобольным «Огромное Сердце» Ольги Сергеенко	Сбербанк
БФ содействия образованию детей-сирот «Большая Перемена»	БФ «Подари жизнь»	Тинькофф
БФ «Бюро Добрых Дел»	БФ «Подарок Ангелу»	Уралсиб
БФ помощи хосписам «Вера»	БФ «Подсолнух»	ОТП Банк
БФ «ВТБ-Страна»	БФ «Помощь рядом»	
БФ помощи людям в сложной жизненной ситуации «Второе дыхание»	БФ «Правмир»	
БФ «Галчонок»	МОО «Старшие Братья Старшие Сестры»	
БФ «География Добра»	БФ «Фонд борьбы с лейкемией»	
БФ «Даунсайд Ап»	АНО «Физическая реабилитация»	
Фонд «Дедморозим»	БФ Владимира Потанина	
БФ «Дети-бабочки»	БФ Константина Хабенского	
БФ «Добрый город Петербург»	ФЦК «МИСиС»	
БФ «Друзья»	РБОО «Центр лечебной педагогики «Особое детство»»	
БФ «Детский мир»	БФ «Школы мира»	
БФ «Живи сейчас»		

В рамках отчета мы провели benchmark-исследование НКО...

Категория	Показатель
Общие показатели	Количество доноров: физлица и юрлица
	Поступления денежных средств в рублях в пользу НКО: физлица и юрлица
	Количество поступлений денежных средств в рублях в пользу НКО от доноров: физлица и юрлица
По форме поступления	Поступления из ящиков для пожертвований, установленных в общественных местах
	Поступления через СМС-пожертвования по короткому номеру
	Поступления через банковские карты, на сайте организации, по QR-коду
	Поступления, собранные представителями организации на улице или в транспорте
	Поступление через кассу банка, квитанцией
	Поступления на личные банковские карты руководителей и сотрудников организации
	Поступления через фандрайзинговые и краудфандинговые платформы
	Поступления через виртуальные кошельки на сайте
	Перечисление кешбэка, баллов, округление суммы в пользу организации
	Доходы от реализации услуг (товаров) организации
	Государственные субсидии, гранты и контракты
	Поступления от физлиц по реквизитам
	Поступления от юрлиц по реквизитам
Другие поступления	
По объему разового пожертвования	Пожертвований: всего
	0–5 000 руб.
	5 000–100 000 руб.
	100 000–1 000 000 руб.
	1 000 000–10 000 000 руб.
	свыше 10 000 000 руб.
Расходы	Программные и непрограммные расходы
	Административные расходы
	Затраты на ФОТ

...и benchmark-исследование благотворительных транзакций клиентов банков

ФЛ/ЮЛ	Категория	Показатель
Физические лица	Переводы с карт по MCC-коду 8398	Траты всех клиентов на благотворительность
		Количество исходящих транзакций клиентов на благотворительность
		Количество клиентов, которые провели исходящую транзакцию на благотворительность
		В том числе: количество клиентов, которые сделали больше 1 исходящей транзакции на благотворительность
	Переводы со счетов на счета по реквизитам	Траты всех клиентов на благотворительность
		Количество переводов клиентов на благотворительность
		В том числе: переводы по QR-коду
		Количество клиентов, которые сделали перевод на благотворительность
	Объем пожертвований клиентов по типам НКО	Частные и корпоративные фонды
		Фандрайзинговые благотворительные фонды
		Эндаументы
	Прочее	Перечисление кешбэка, баллов, округление суммы на благотворительность
	Юридические лица	Переводы на счета коммерческих организаций
Количество исходящих транзакций клиентов-юрлиц на благотворительность		
Количество клиентов-юрлиц, которые провели исходящую транзакцию на благотворительность		
В том числе: количество клиентов-юрлиц, которые сделали больше 1 исходящей транзакции на благотворительность		
Переводы на счета некоммерческих организаций		Траты всех клиентов-юрлиц на благотворительность
		Количество исходящих транзакций клиентов-юрлиц на благотворительность
		Количество клиентов-юрлиц, которые провели исходящую транзакцию на благотворительность
		В том числе: количество клиентов-юрлиц, которые сделали больше 1 исходящей транзакции на благотворительность

Участники benchmark-исследования

Некоммерческие организации		Банки
Ассоциация родителей детей и взрослых с дислексией	БФ «Клуб добряков»	АТБ
БФ «АиФ. Доброе сердце»	БФ «Линия Жизни»	МТС Банк
БФ «Арифметика Добра»	МБОО «Ночлежка»	Райффайзенбанк
БФ поддержки деятелей искусства «Артист»	Фонд помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца»	Росбанк
БФ содействия образованию детей-сирот «Большая Перемена»	БФ помощи взрослым онкобольным «Огромное Сердце» Ольги Сергеенко	Сбербанк
БФ «Дети-бабочки»	БФ «Подари жизнь»	Тинькофф
БФ помощи людям в сложной жизненной ситуации «Второе дыхание»	БФ «Подарок Ангелу»	
БФ «Галчонок»	БФ «Правмир»	
БФ «География Добра»	БФ «Путевка в жизнь»	
Фонд поддержки современного театра	БФ «Рауль»	
БФ «Даунсайд Ап»	БФ «Фонд поддержки слепоглухих «Со-единение»	
Фонд «Дедморозим»	БФ «Солнечный город»	
БФ «Дети Марии»	БФ «Старость в радость»	
БФ «Добрый город Петербург»	АНО «Физическая реабилитация»	
БФ «Друзья»	Фонд БФ помощи хосписам «Вера»	
БФ помощи взрослым «Живой»	БФ «Дальше»	
БФ «Жизненный путь»	АНО «Школа практической онкологии» им. Андрея Павленко	
БФ помощи детям-сиротам «Здесь и сейчас»	БФ «Я есть!»	
АНО «Квартал Луи»		

Методология результатов опроса респондентов*

Общее количество респондентов

1 260



Массовый сегмент

Все респонденты опроса, исключая:

- респондентов, указавших сумму средств на счетах от 6 млн рублей
- топ-менеджеров и владельцев бизнеса
- крупных филантропов

1 206

Распределение по полу



49,9%

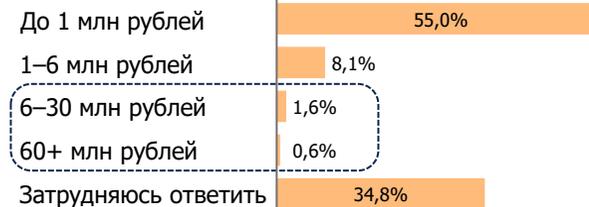


50,1%



Обеспеченный сегмент

Респонденты, указавшие сумму средств на счетах от 6 млн рублей



26

54



Топ-менеджеры и владельцы бизнеса

18

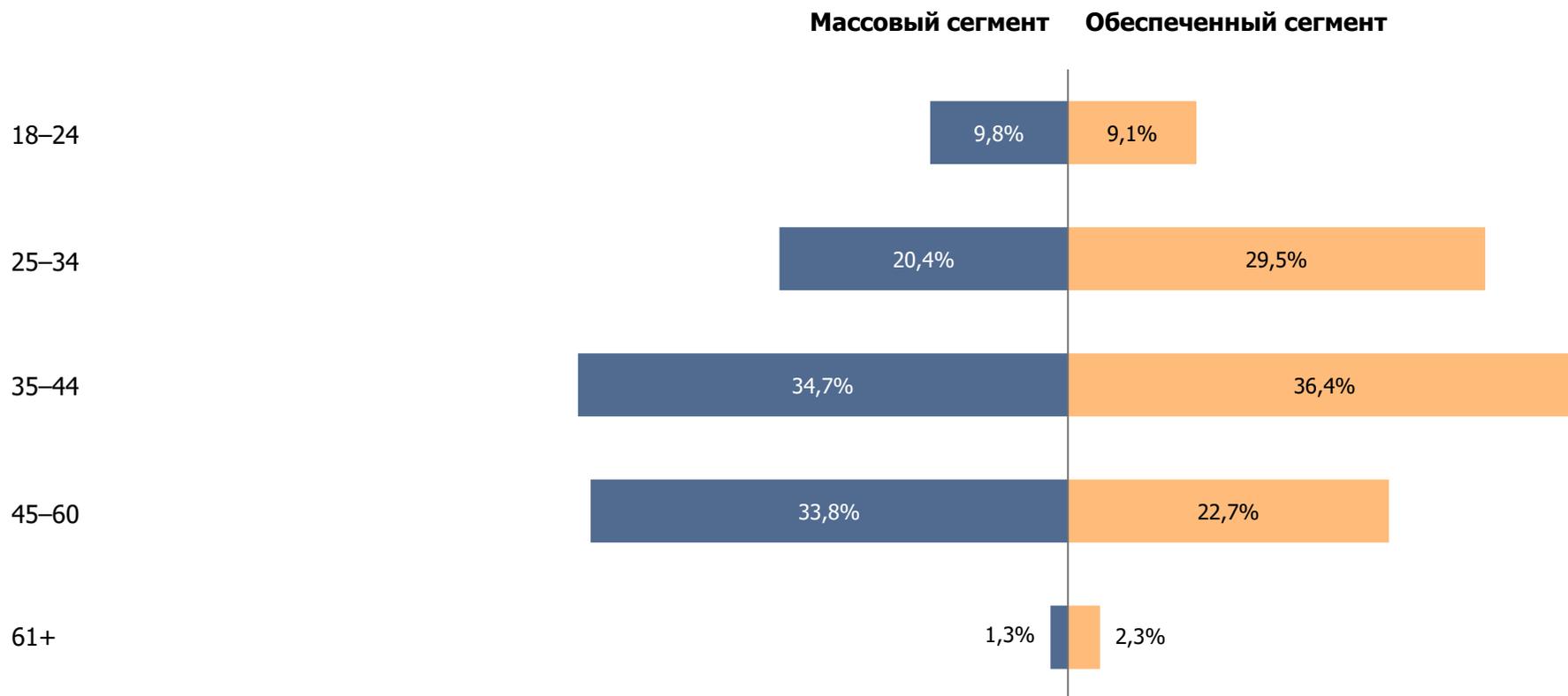


Состоятельные филантропы

10

*Опрос проводился в мае 2022 года.

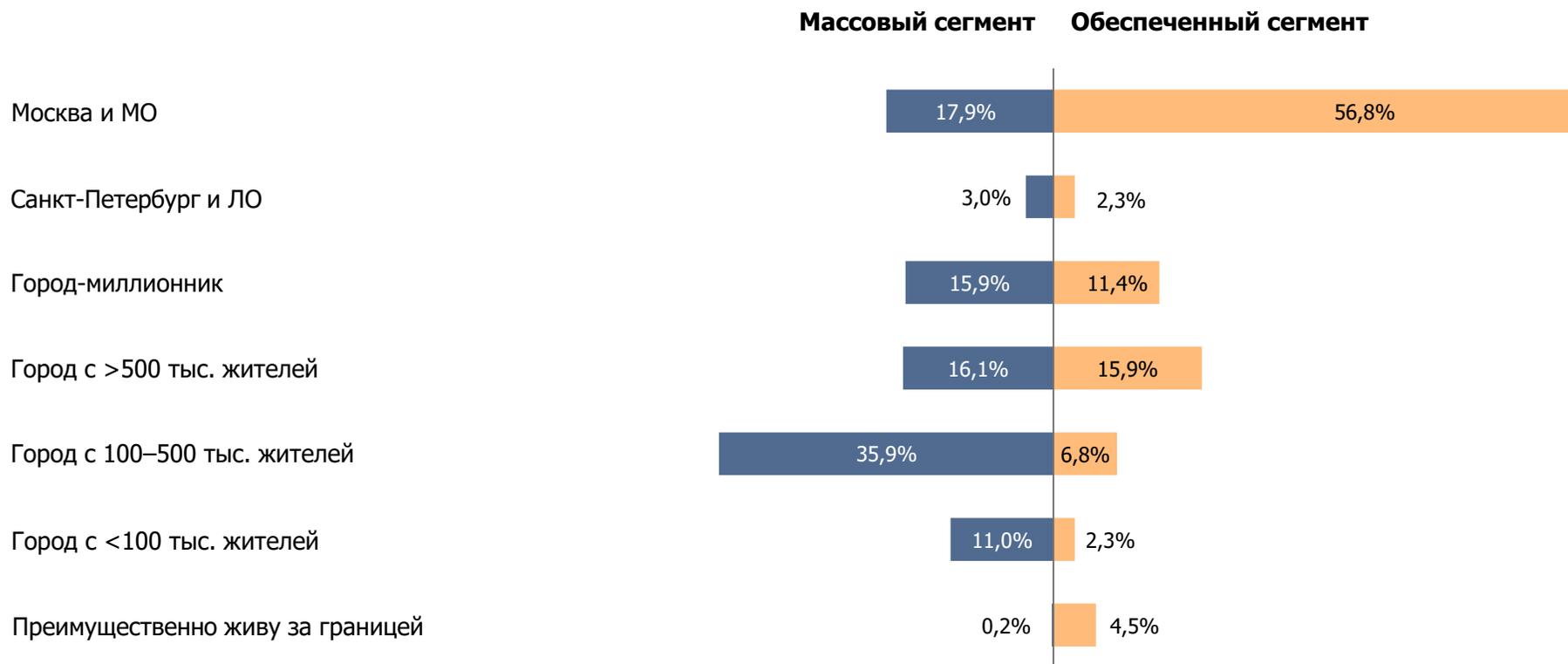
2. Укажите, пожалуйста, ваш возраст



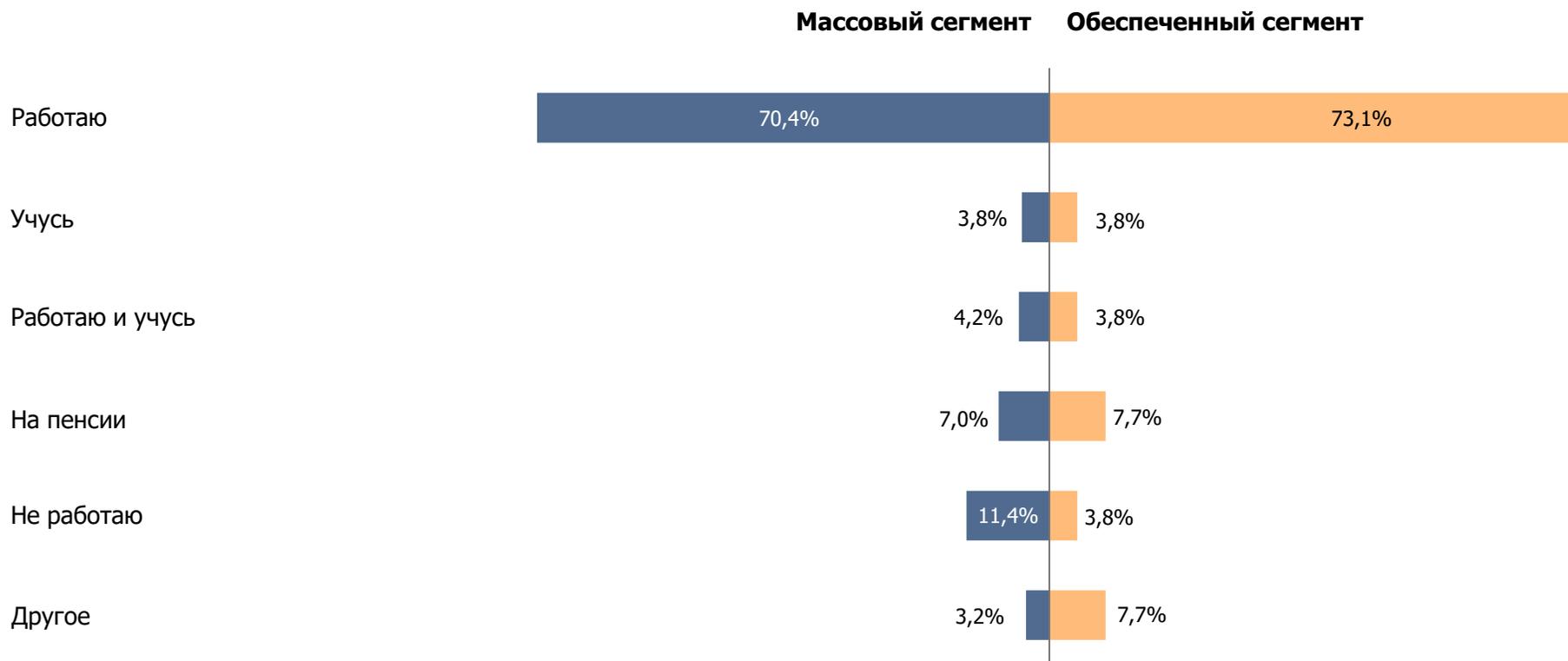
3. Как бы вы охарактеризовали свое материальное положение?



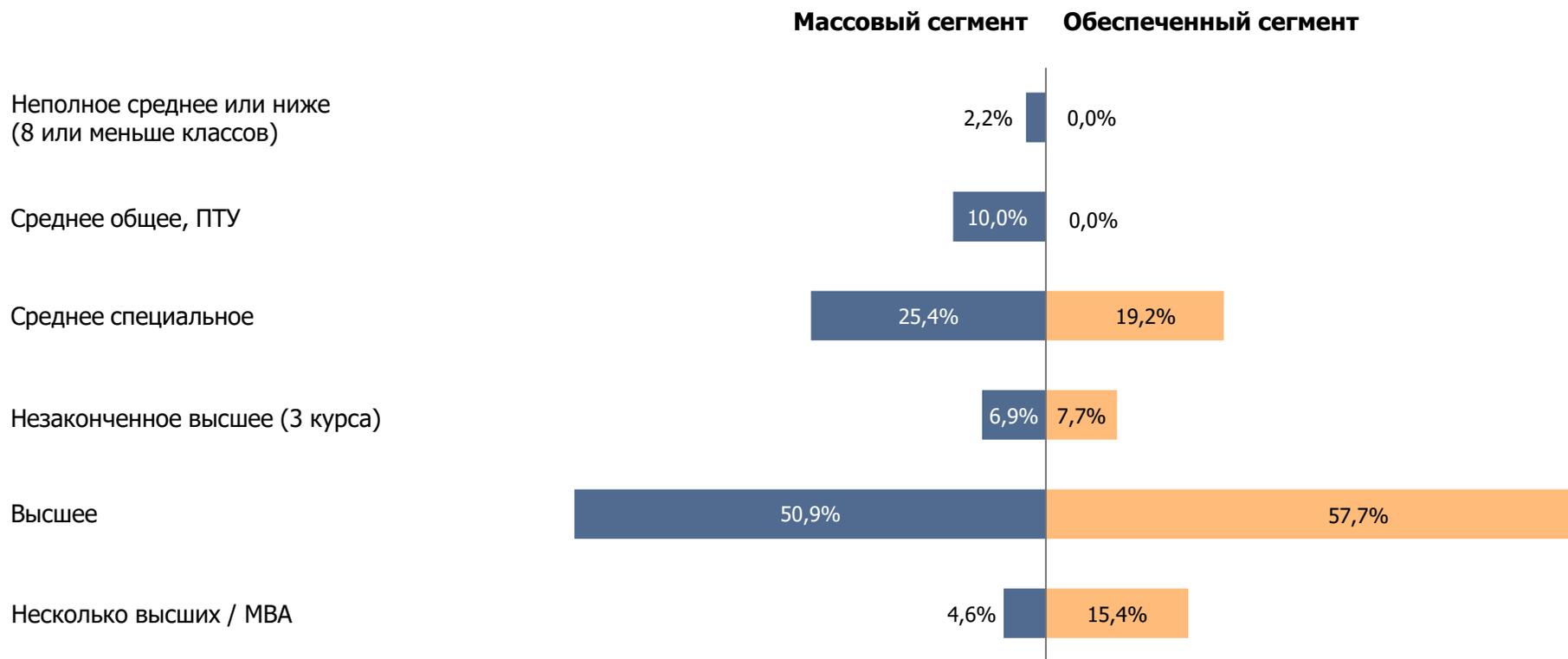
4. Укажите, пожалуйста, ваш город проживания



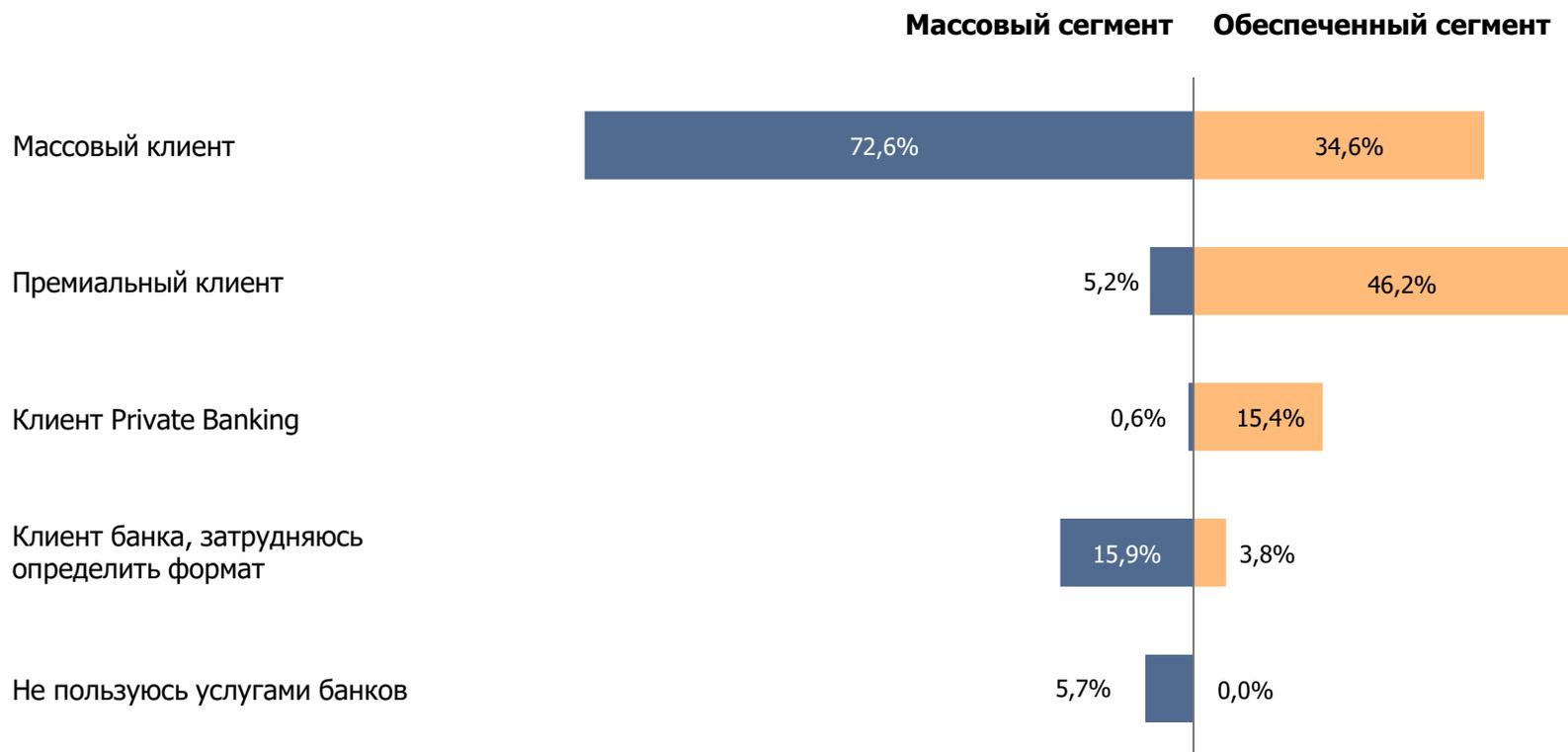
5. Укажите, пожалуйста, основной тип вашей занятости



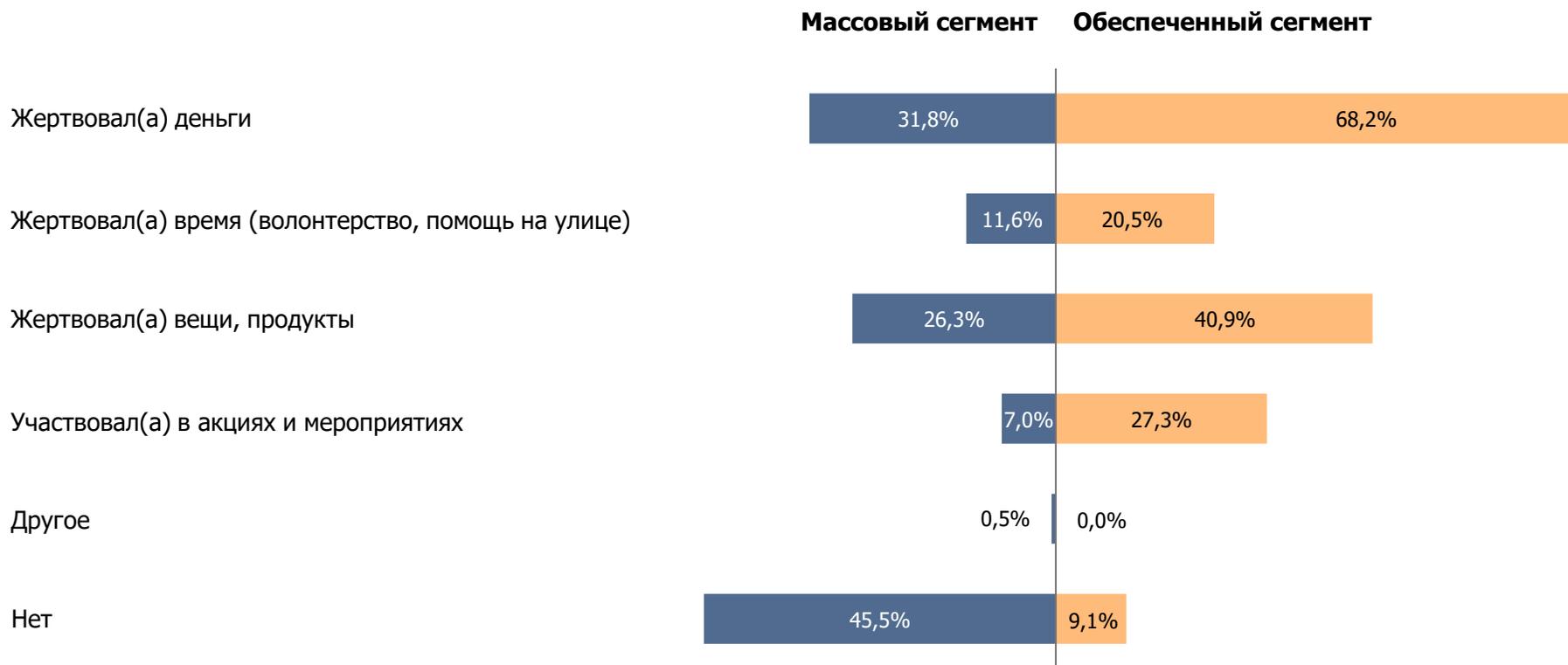
6. Укажите, пожалуйста, ваш уровень образования



7. Какой Вы клиент банка?

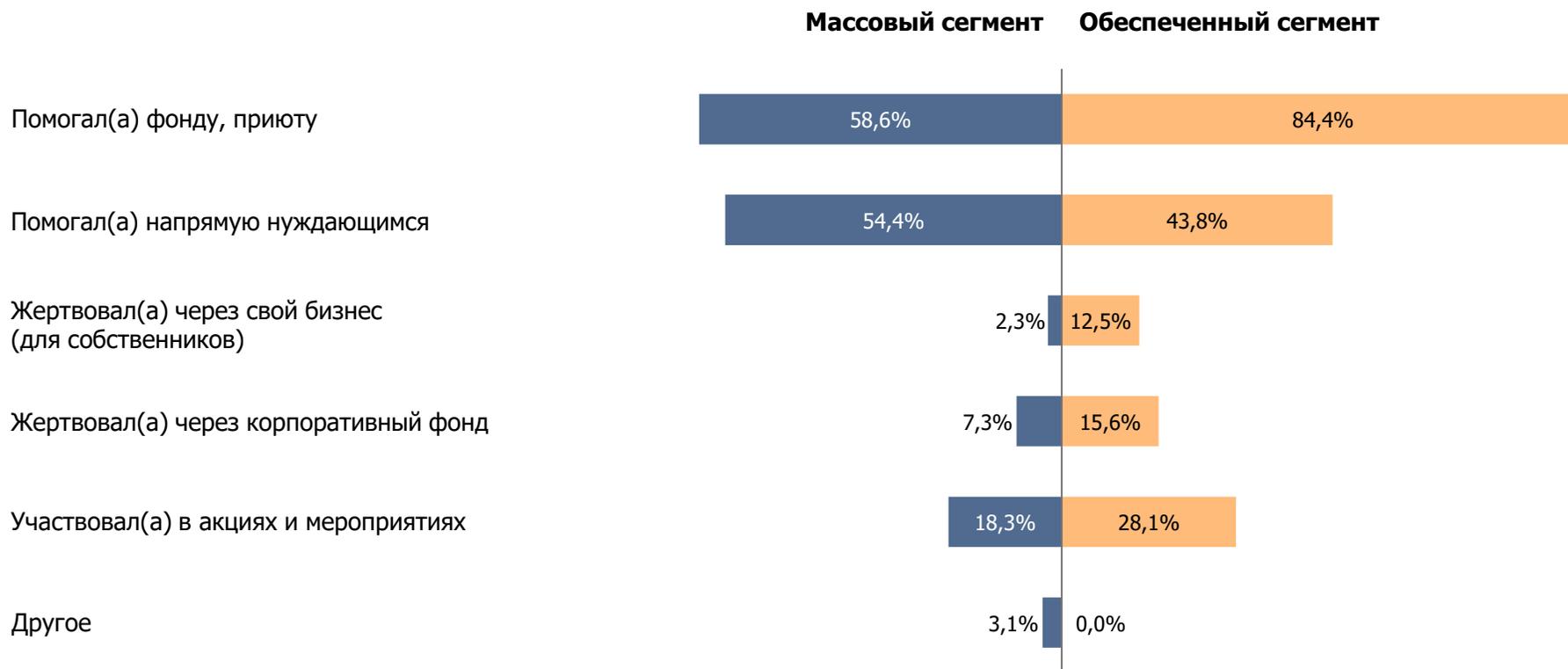


9. Участвовали ли вы в благотворительности в последний год?*



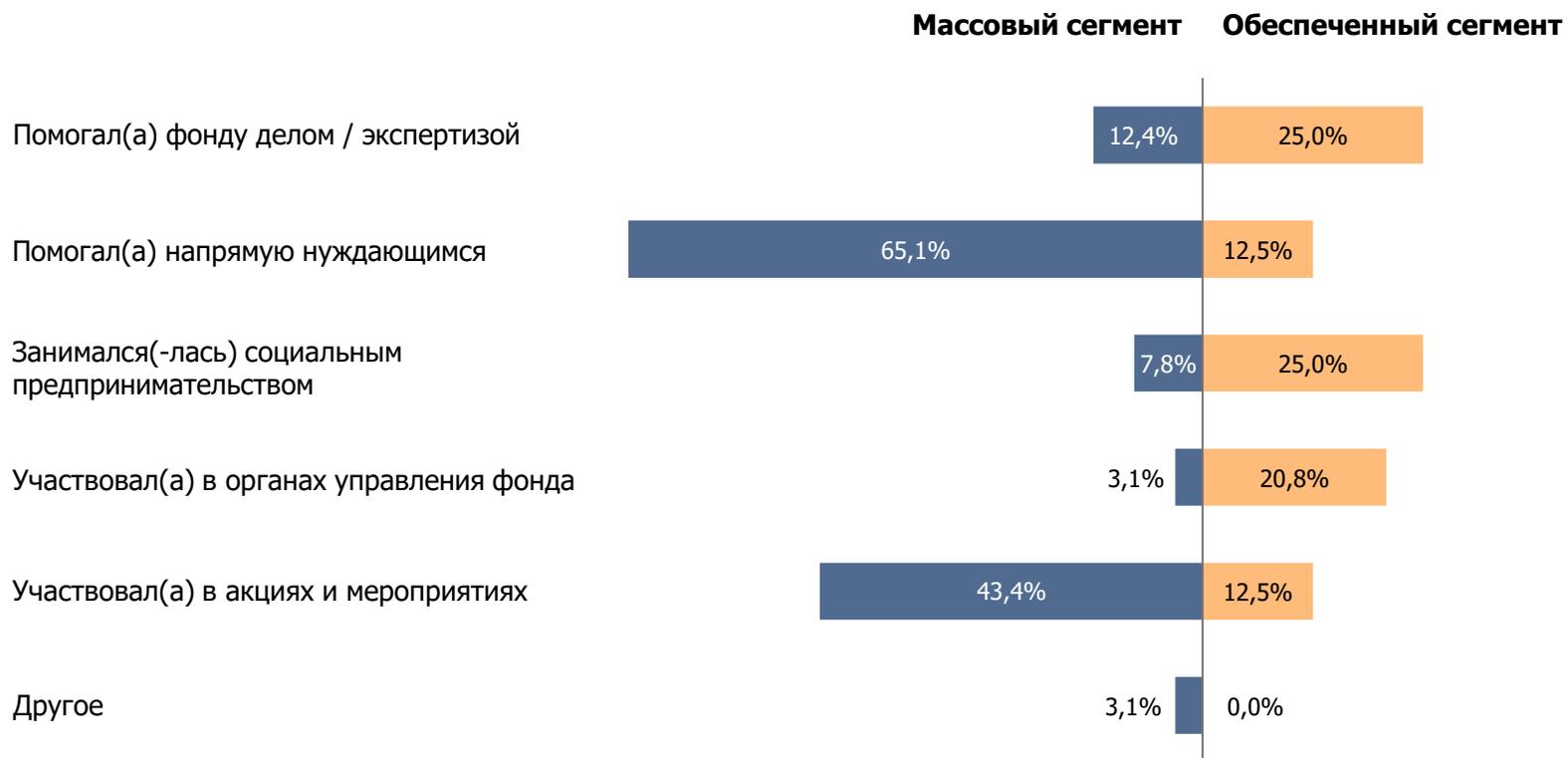
*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

10. Каким образом вы жертвовали деньги?*



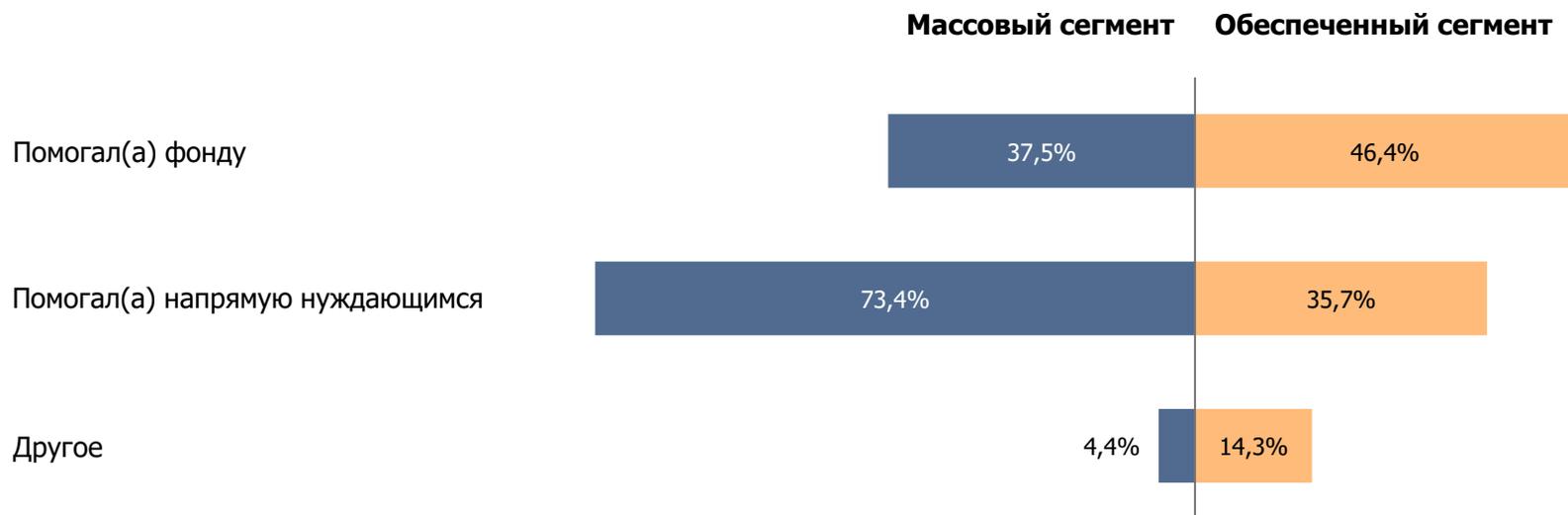
* Только ответившие «Жертвовал(а) деньги» на вопрос 9. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

11. Каким образом вы жертвовали время?*



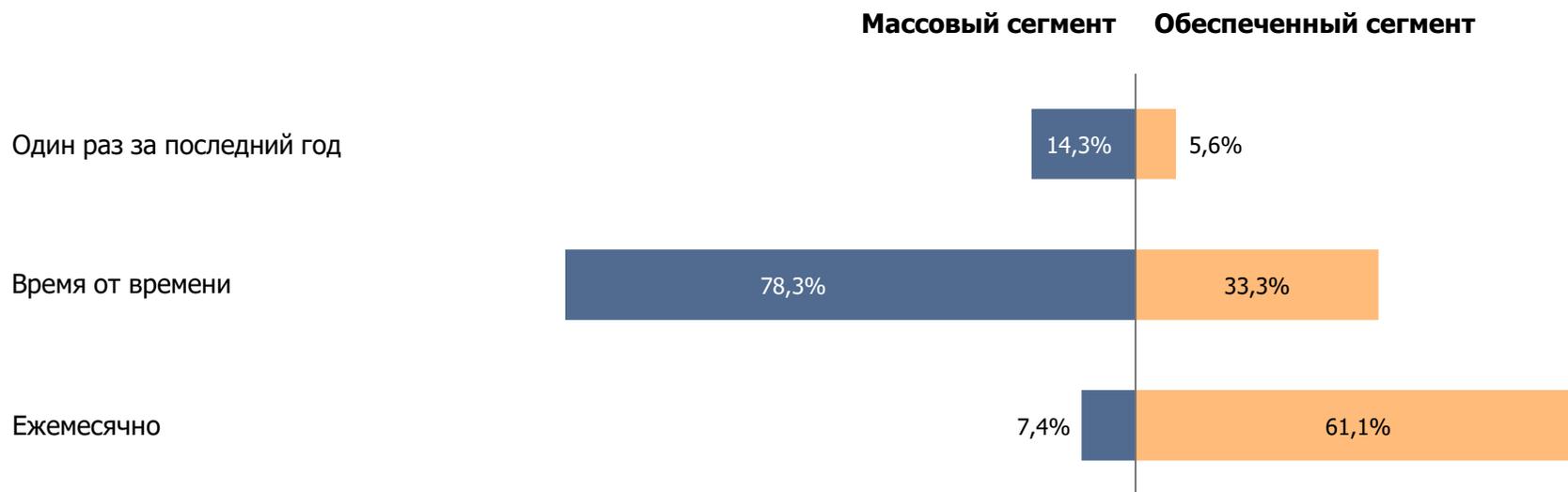
* Только ответившие «Жертвовал(а) время» на вопрос 9. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

12. Каким образом вы жертвовали вещи?*

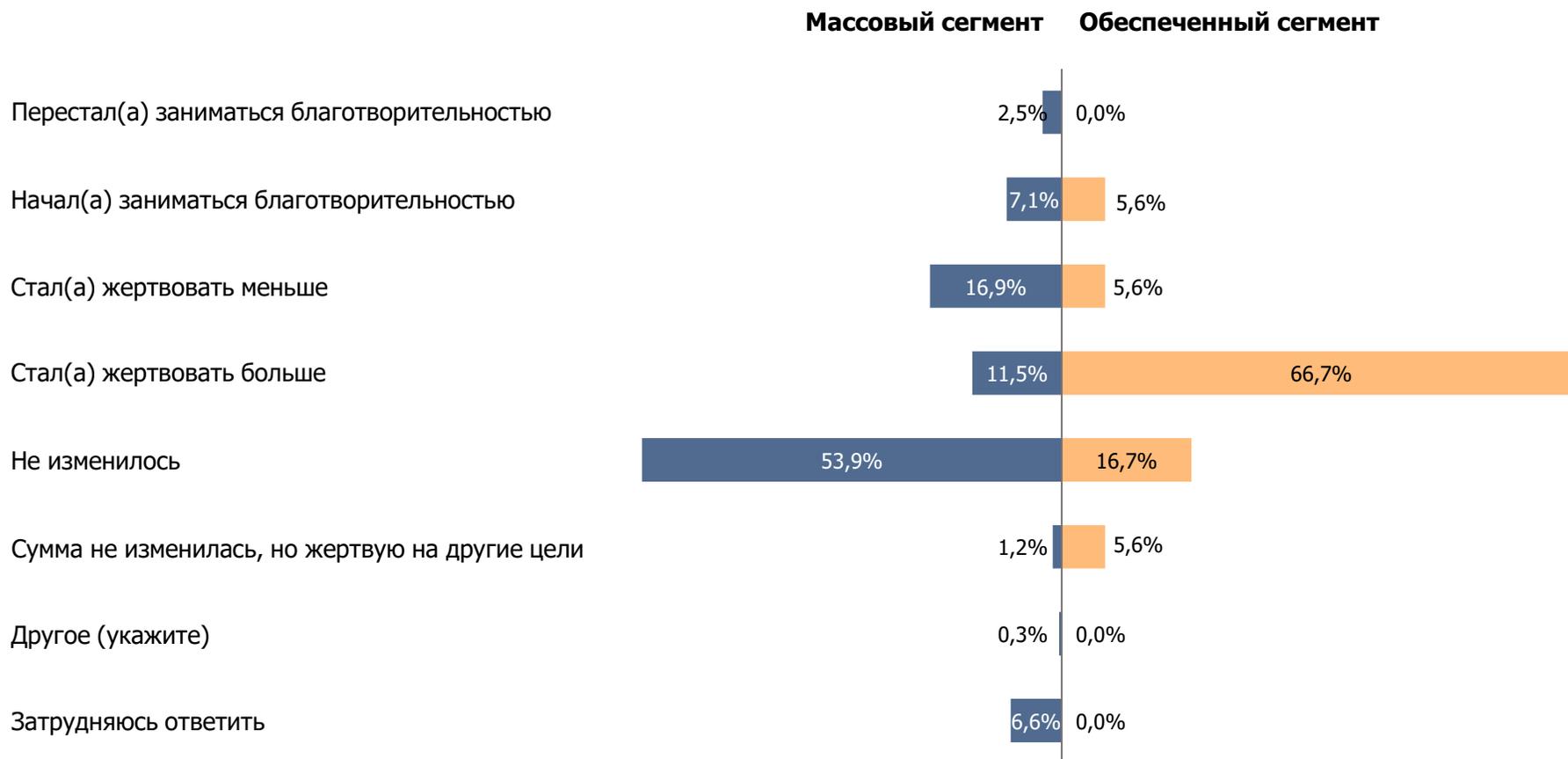


* Только ответившие «Жертвовал(а) вещи, продукты» на вопрос 9. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

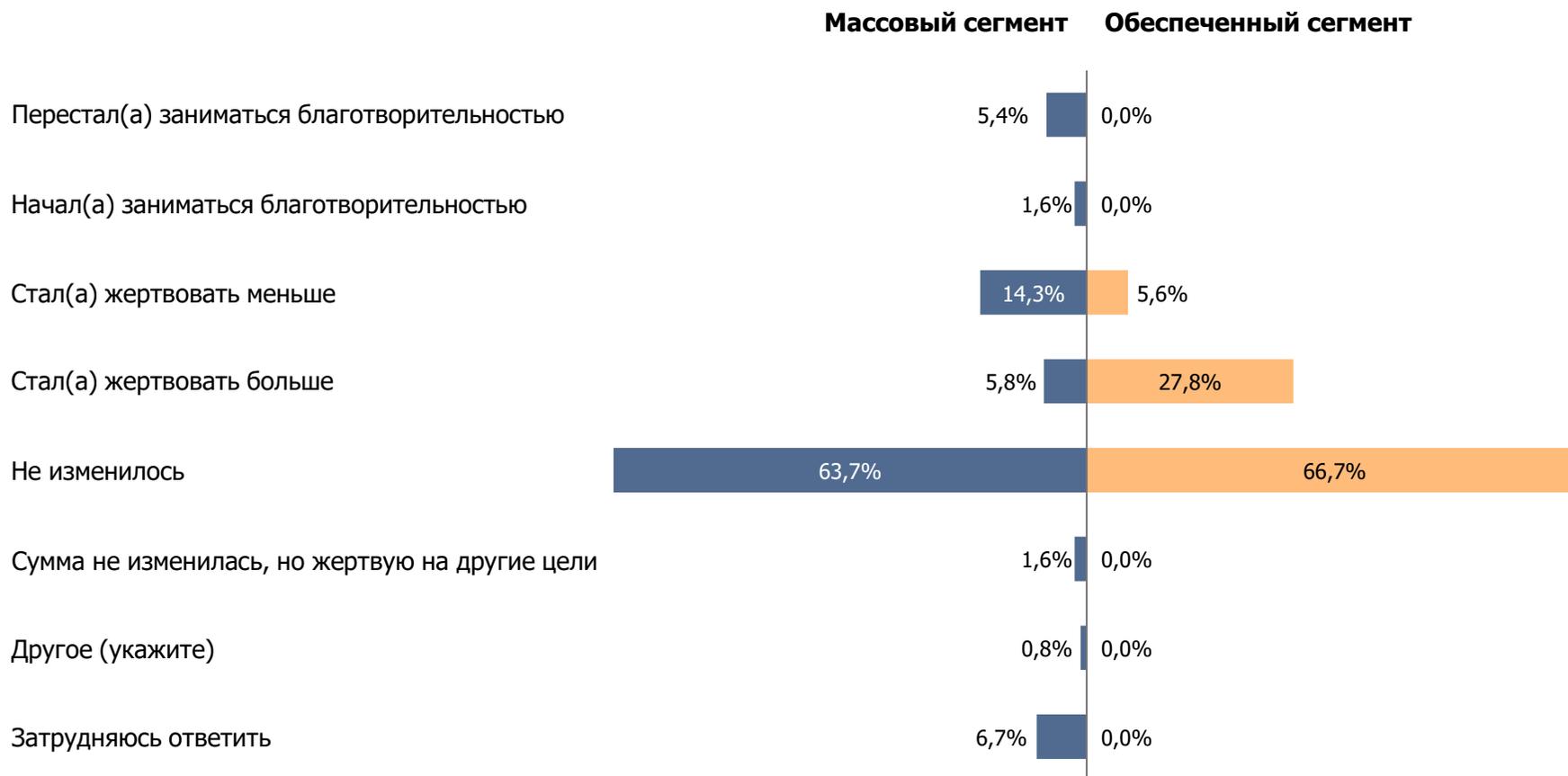
13. Как часто вы участвуете в благотворительности?



14. Изменилось ли ваше участие в благотворительности за последние 2 года?

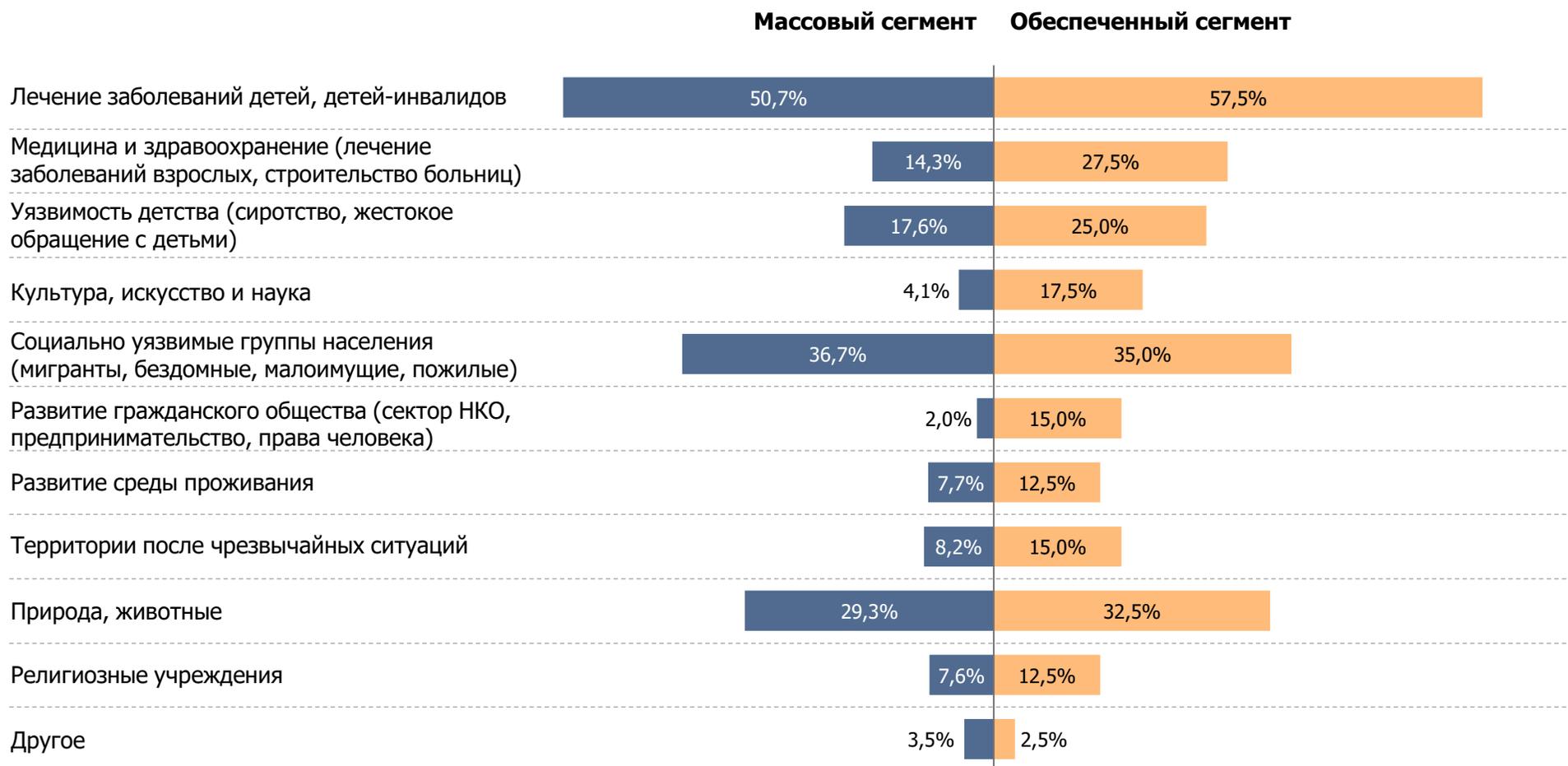


15. Изменилось ли ваше участие в благотворительности за последний месяц?*



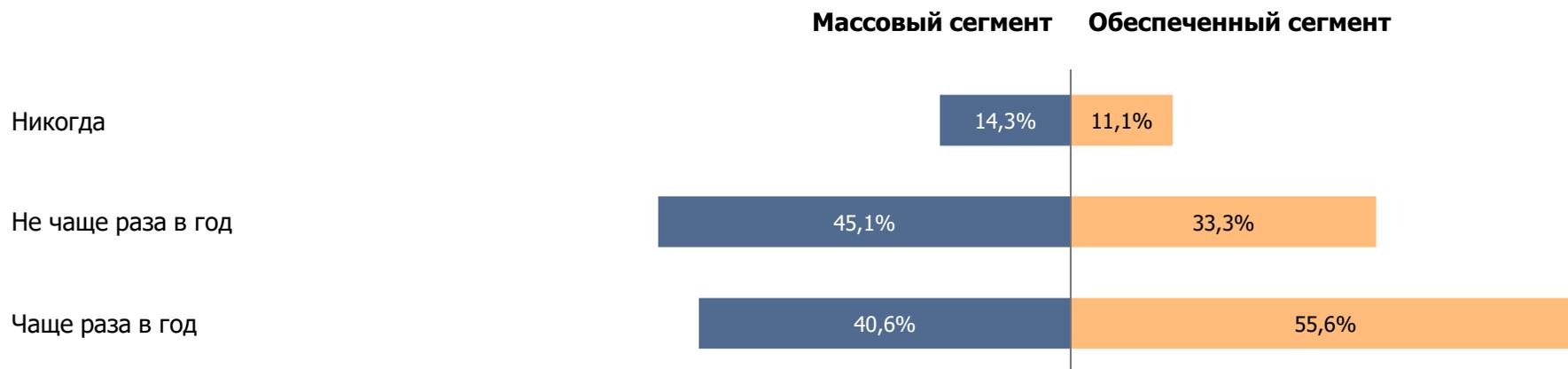
*Опрос проводился в мае 2022 года.

16. Какие направления вы поддерживали?*

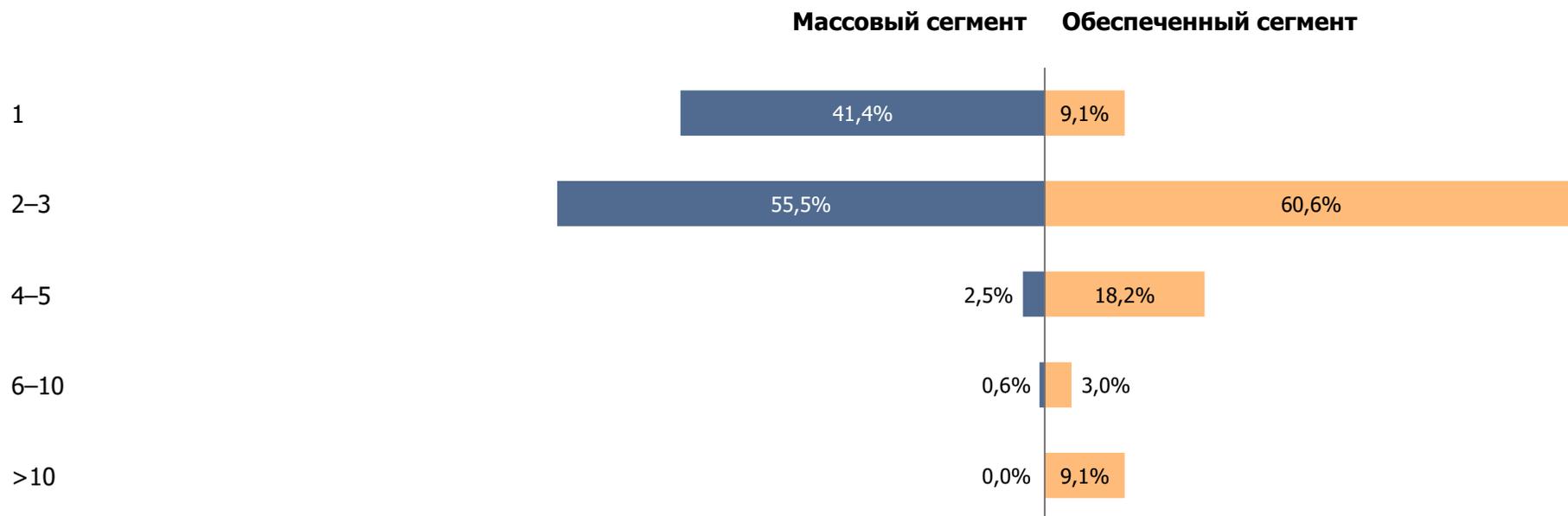


* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

17. Совершаете ли вы спонтанные пожертвования (эмоциональное решение, разовый характер)?

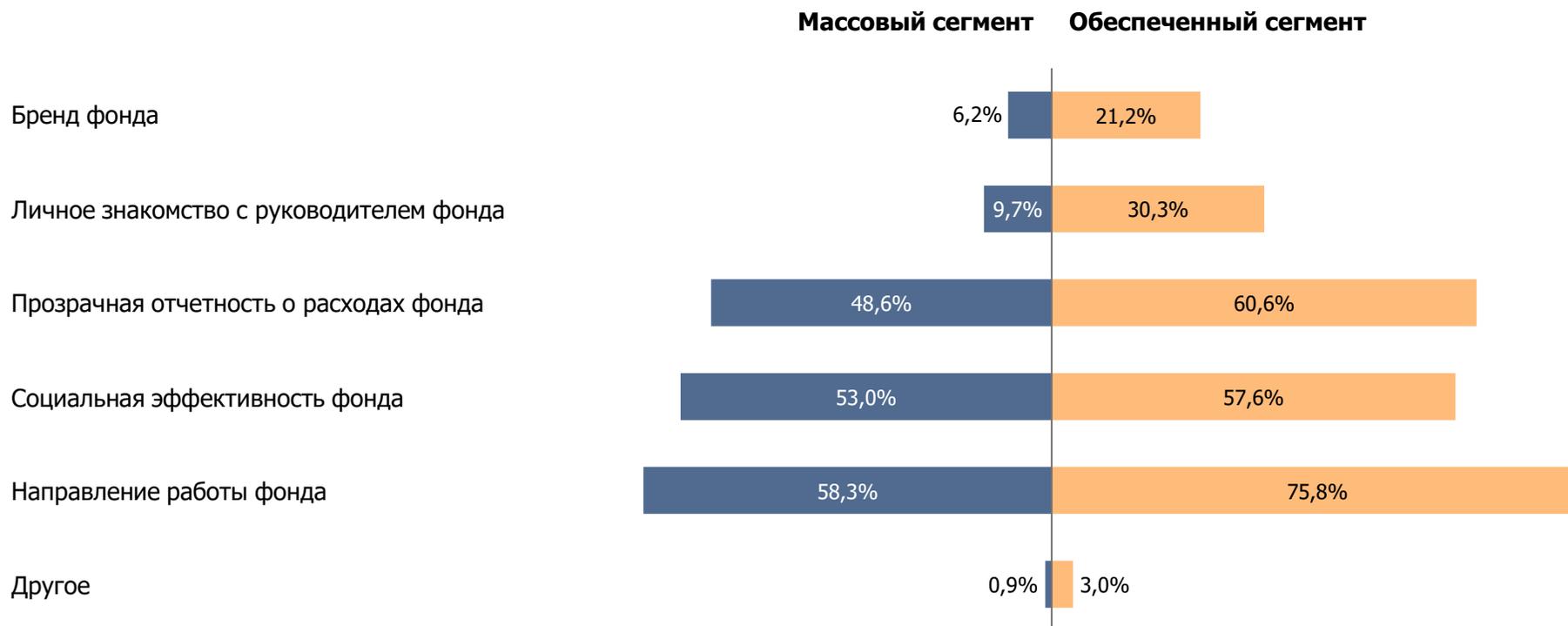


18. Сколько фондов вы поддерживаете?*



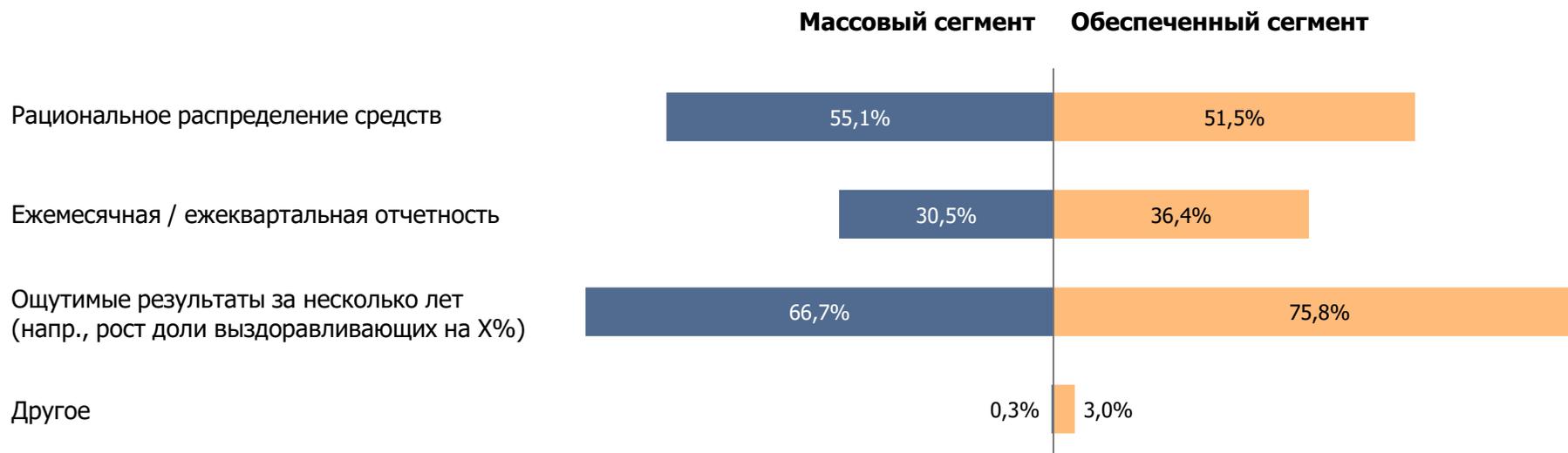
* Только среди респондентов, которые жертвовали деньги, время или вещи фонду лично или через бизнес, исходя из ответов на вопросы 10, 11, 12.

19. Что для вас важно при выборе фонда?*



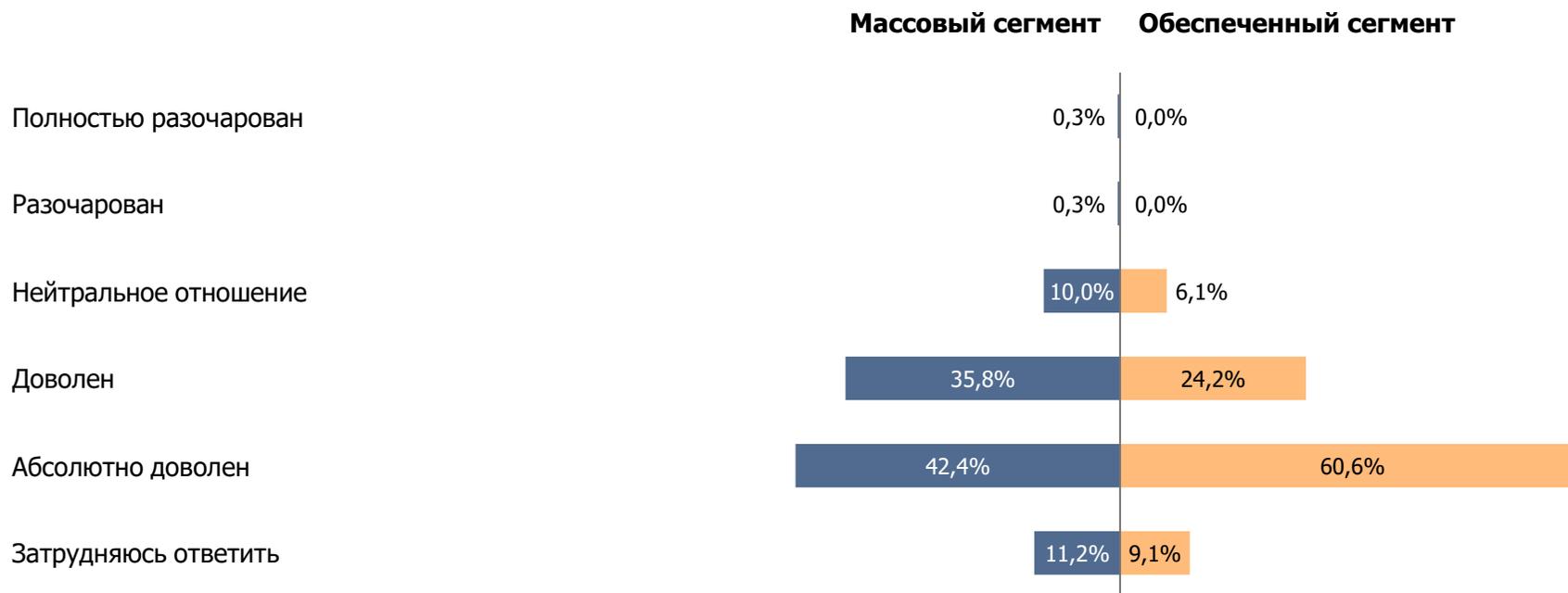
* Только среди респондентов, которые жертвовали деньги, время или вещи фонду лично или через бизнес, исходя из ответов на вопросы 10, 11, 12. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

20. Что вы понимаете под эффективностью работы фонда?*



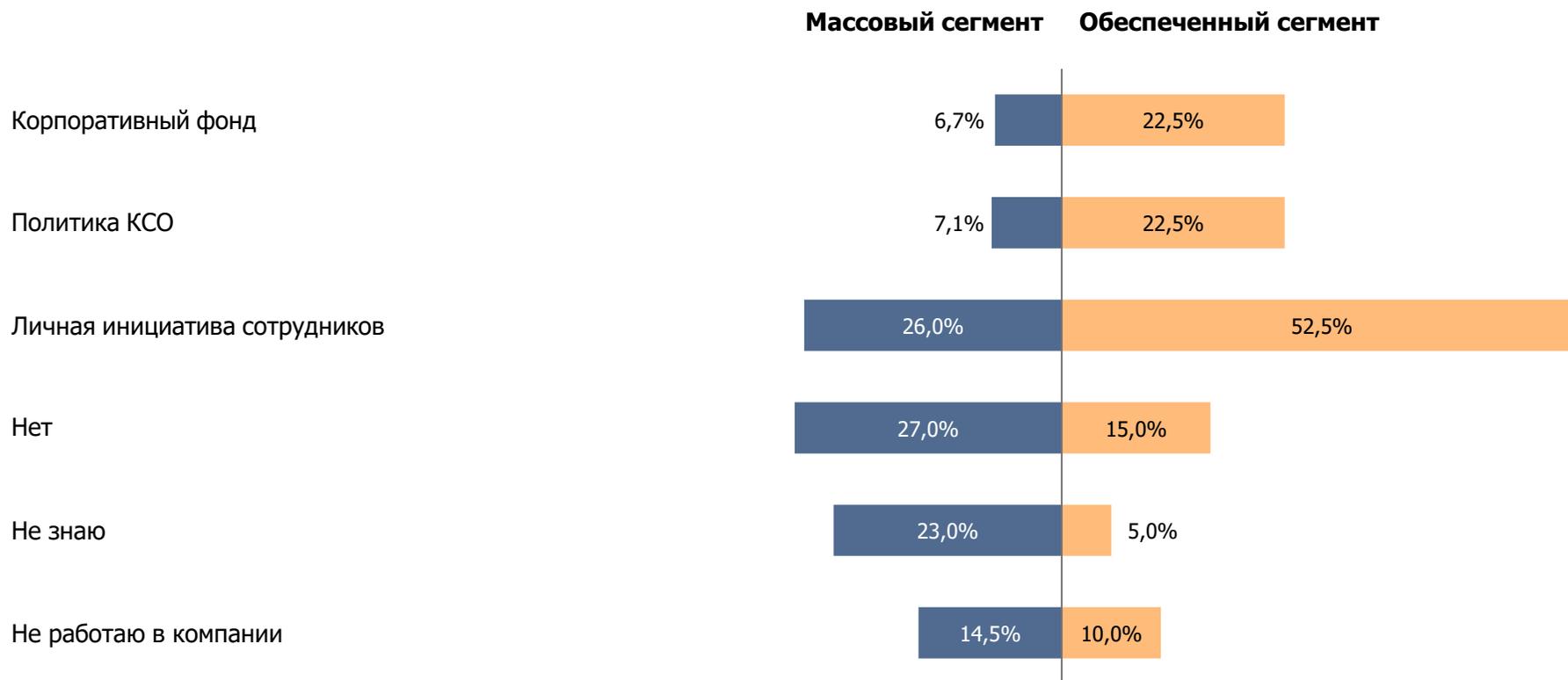
* Только среди респондентов, которые жертвовали деньги, время или вещи фонду лично или через бизнес, исходя из ответов на вопросы 10, 11, 12. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

21. Насколько вы удовлетворены сотрудничеством с фондами, которые вы поддерживаете?*



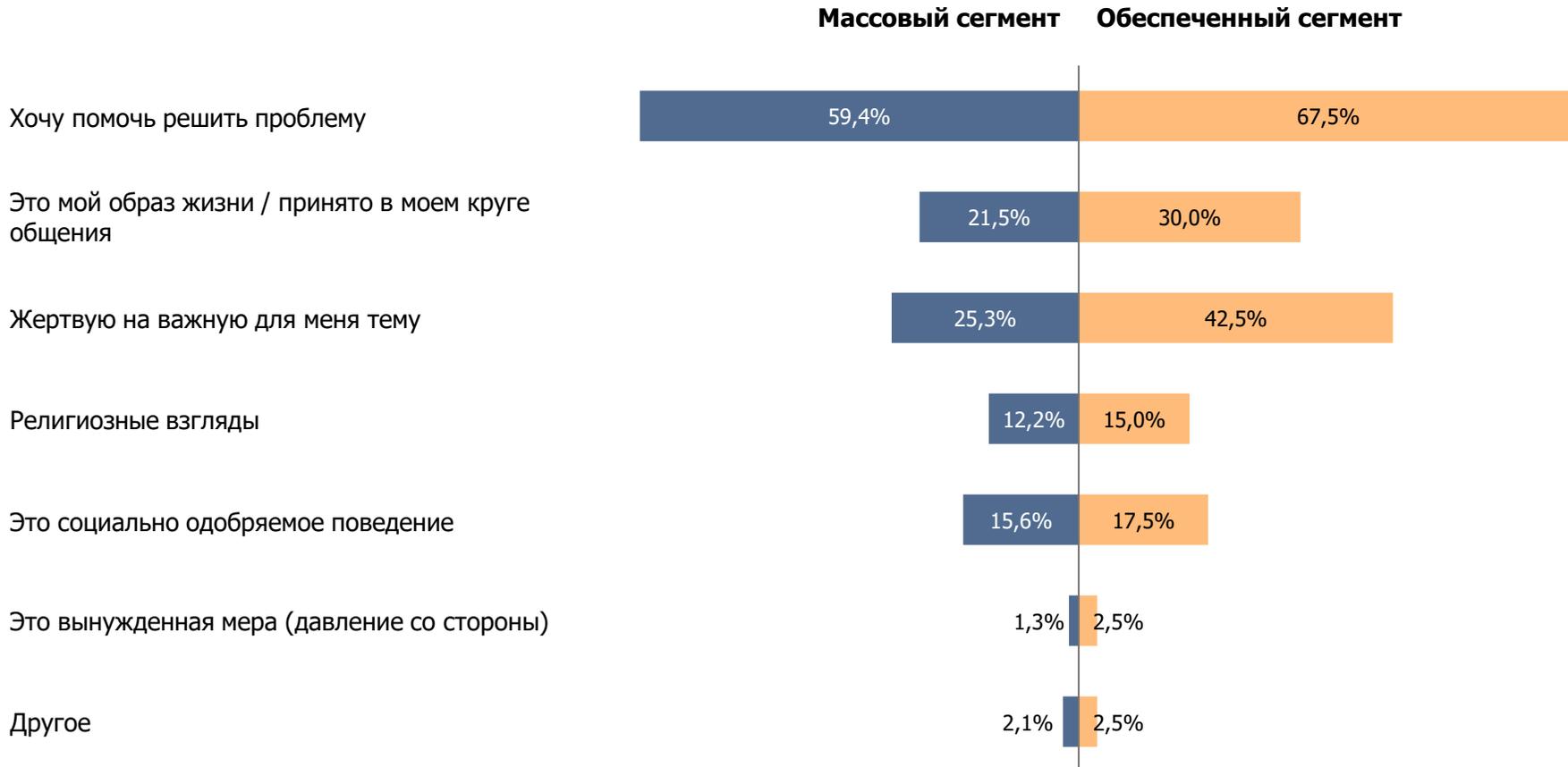
* Только среди респондентов, которые жертвовали деньги, время или вещи фонду лично или через бизнес, исходя из ответов на вопросы 10, 11, 12. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

22. Есть ли в компании, в которой вы работаете, элементы корпоративной благотворительности?*



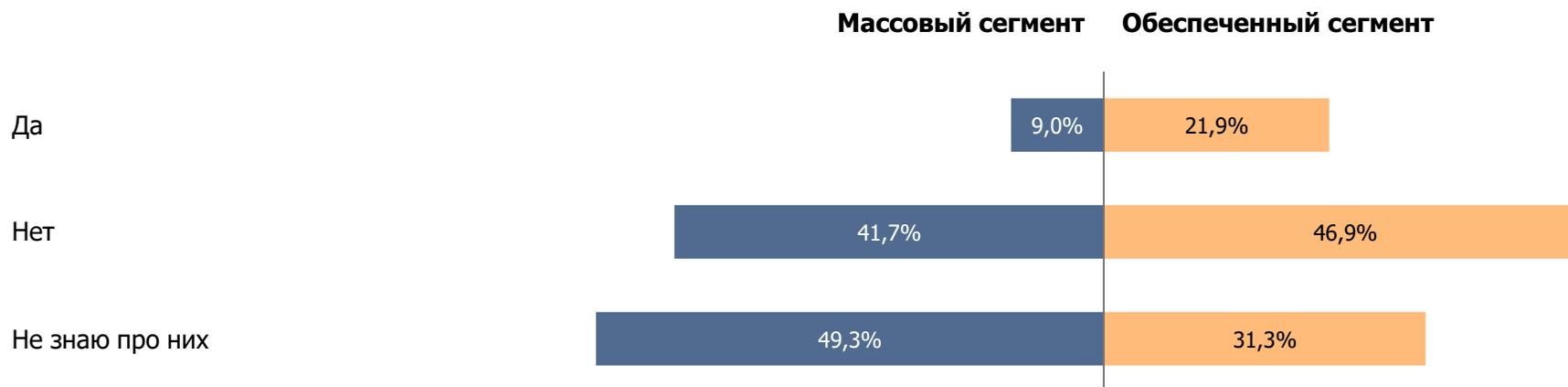
* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

23. Что мотивирует вас заниматься благотворительностью?*



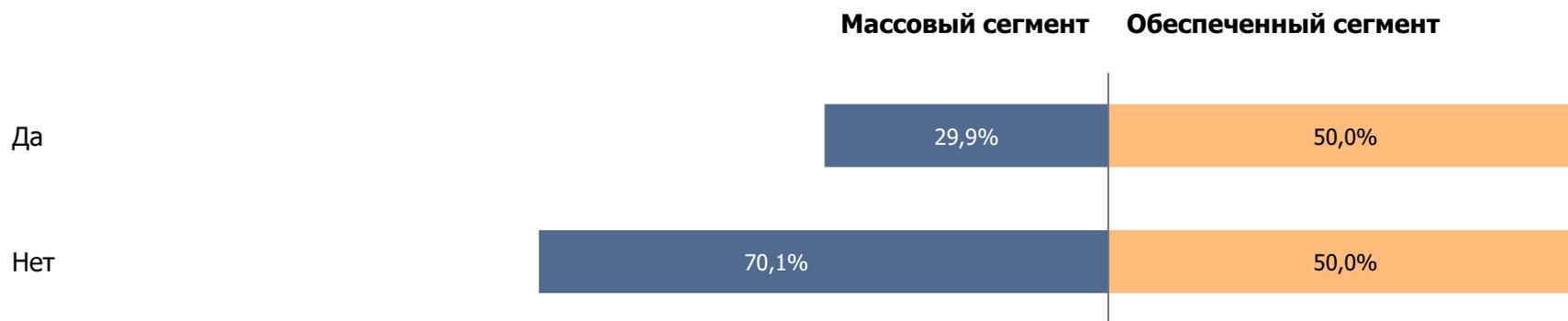
* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

24. Стимулируют ли вас к благотворительности налоговые льготы?*

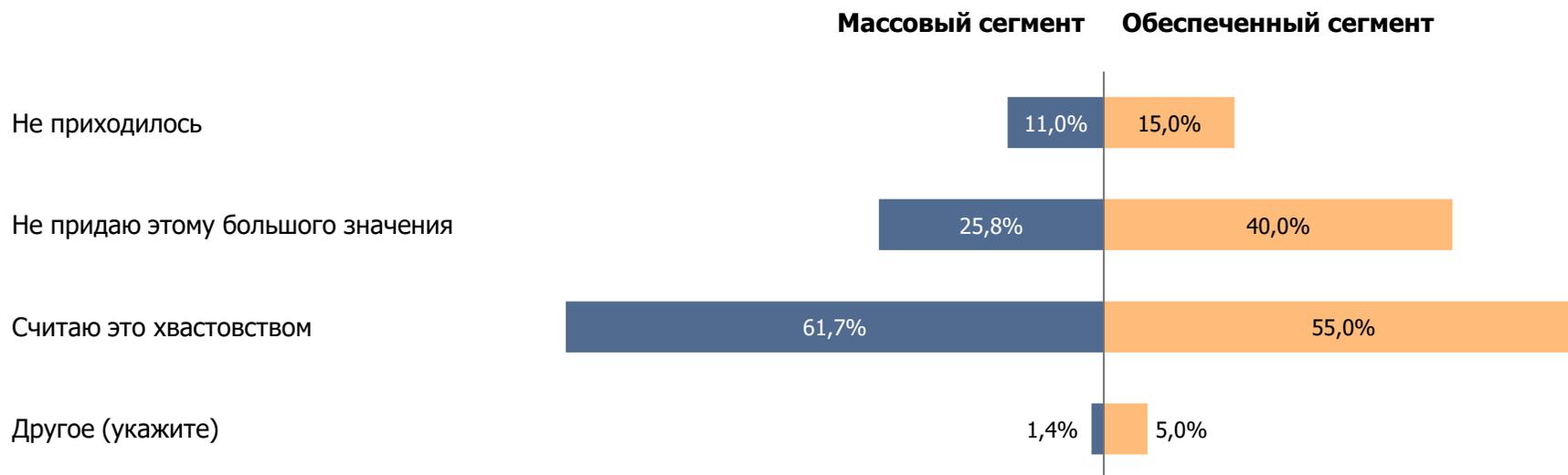


* Только среди ответивших «Жертвовал деньги» на вопрос 9.

25. Рассказываете ли вы коллегам, друзьям, в соцсетях об участии в благотворительности?

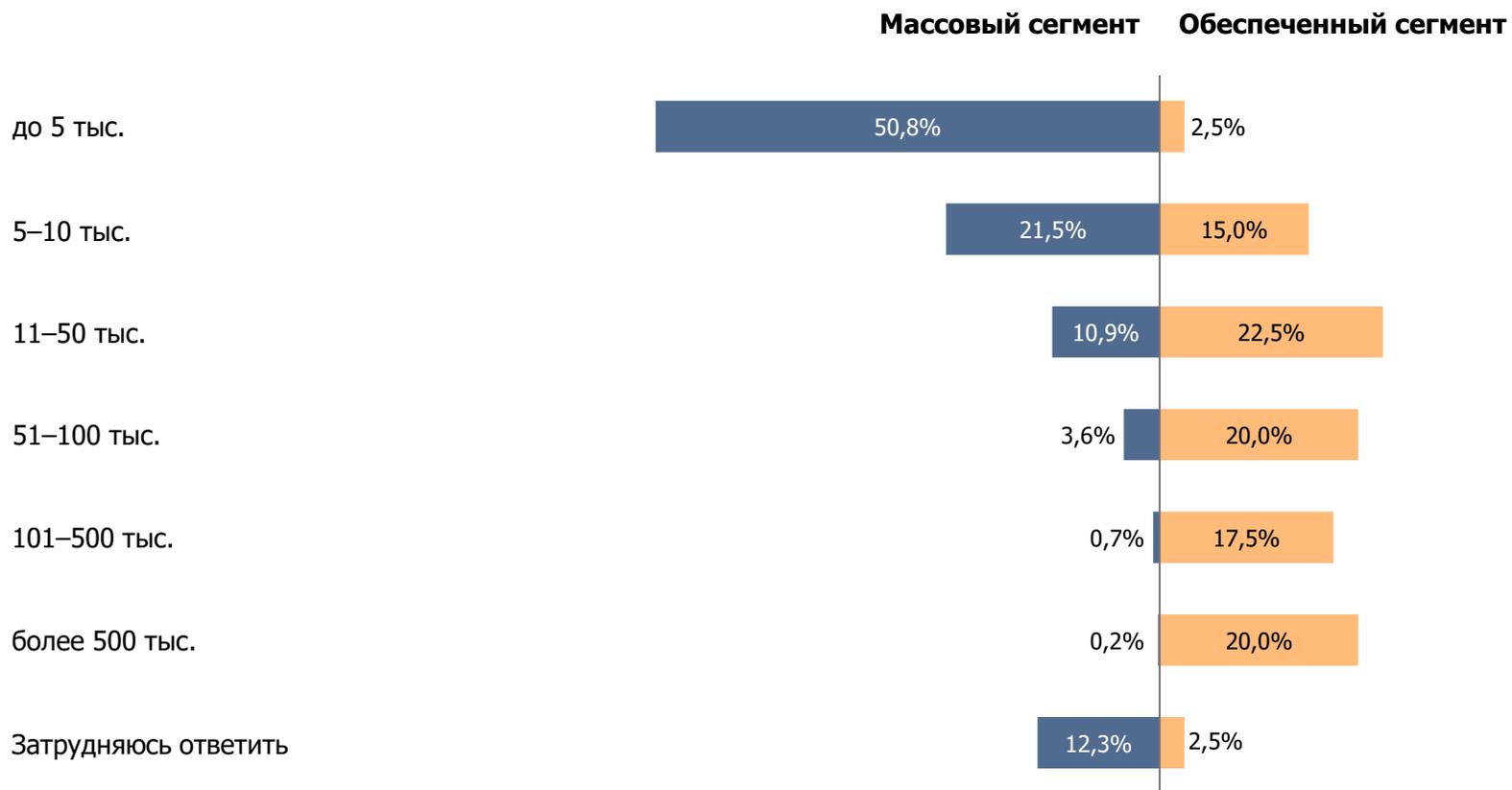


26. Вы указали, что не рассказываете другим о своем участии в благотворительности. Почему?*



* Только среди ответивших «Нет» на предыдущий вопрос (вопрос 25).

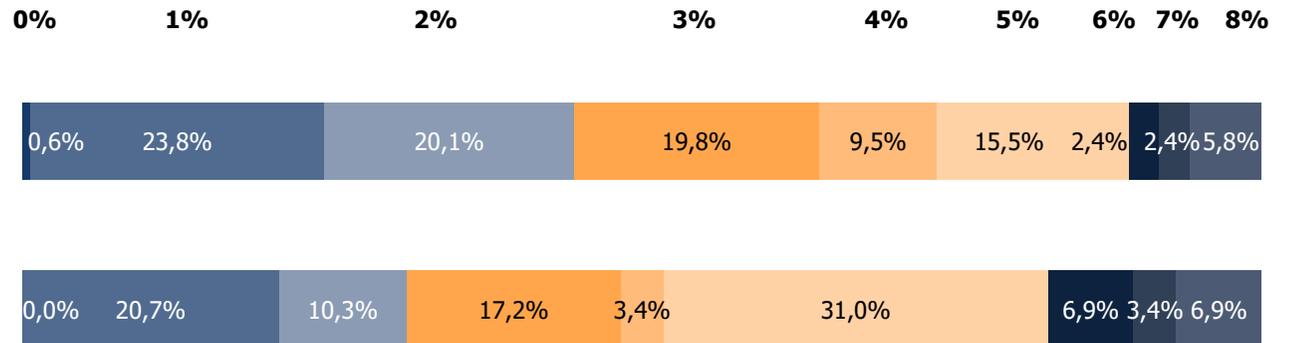
27. Укажите, пожалуйста, ваши расходы на благотворительность в рублях за год



28. Какую долю ежемесячного дохода вам комфортно отдавать на благотворительность?



Структура ответов в разрезе от 1% до 8%

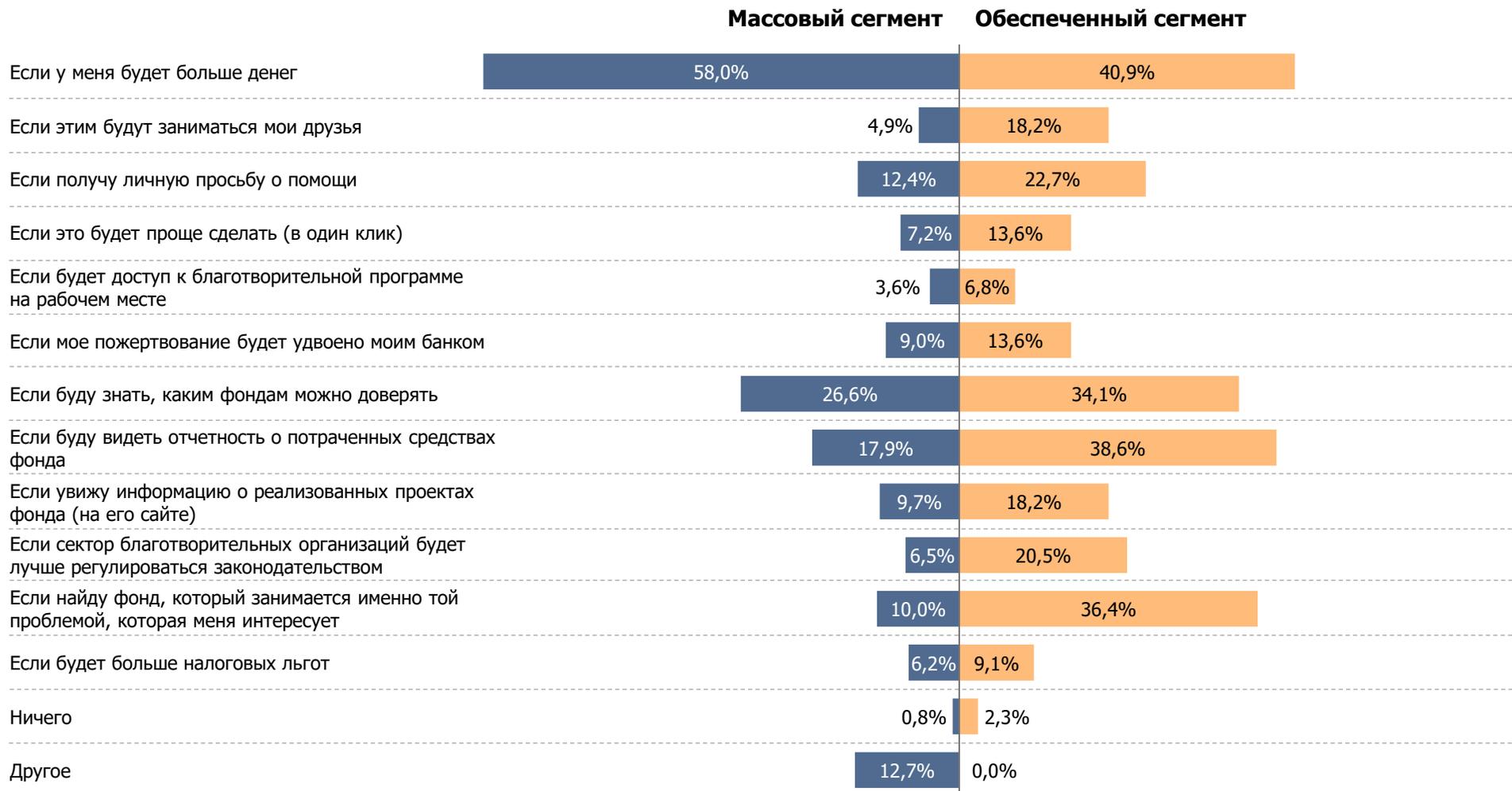


29. Какие барьеры участия в благотворительности существуют лично для вас?*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

30. Что может стимулировать вас больше помогать фондам?*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

