

Профессиональная благотворительность в России 2023

Гибкость НКО в меняющихся условиях и смена ролей среди крупных филантропов

Приветствие

Коллеги,

в октябре 2023 года стартовал совместный проект **Sber Private Banking** и **Frank RG** при поддержке данными от фонда «Нужна Помощь»* по исследованию сферы благотворительности и роли крупных филантропов в ней.

Наша команда была рада внести свой вклад в исследование этой важной темы. Для благотворительной сферы 2023 год был непростым – уход международных компаний и крупных филантропов, падающие доходы населения и возникновение новых направлений помощи. Но мы верим, что наши данные помогают принимать важные решения в сложной ситуации, позволяют увидеть преимущества и подсветить зоны роста.

Очень важно сохранить прозрачность и открытость работы благотворительных фондов для повышения осведомленности и вовлеченности людей в сферу профессиональной благотворительности. Мы надеемся, что доступность и достоверность информации в этом исследовании позволит решить эту задачу.

Команда Sber Private Banking



Юлия Ульянова

Руководитель направлений
Наследование и Филантропия



Жанна Каплун

Руководитель по
коммуникационной политике



Никита Варлахин

Менеджер направлений
Наследование и Филантропия

Команда Frank RG



Юрий Грибанов

Генеральный директор



Анастасия Кудрякова

Старший проектный лидер



Даниил Тимошин

Ведущий аналитик



Петр Шматко

Младший аналитик



Диана Гарковенко

Ассистент аналитика

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

БФ «АиФ. Доброе сердце»	МБОО - Российский Комитет «Детские деревни-SOS»	АНО «Институт развития донорства «Донор-Сёрч (Поиск доноров)»	БФ «Помоги Ребенку.Ру»
АНО «Актуальное искусство»	БФ развития паллиативной помощи «Детский паллиатив»	БФ Константина Хабенского	БФ «Преодоление»
БФ «Арифметика Добра»	Региональная общественная БО «Доверие»	Региональная ОО Красноярский центр лечебной педагогики	Социальный проект «Все получится!»
БФ «Берегиня»	БФ помощи детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей «Дорога Жизни»	БФ «Культура развития»	Фонд семьи Тиньковых
БФ помощи сиротам «Большая Перемена»	БФ «Друзья»	МОО «Мусора.Больше.Нет»	БФ «СИЭСЭС»
Благотворительный Фонд борьбы с лейкемией	АНО ЦПИИПМ «Душа Мамы»	Областная ОО Нижегородский женский кризисный центр	АНО «Центр «Содействие»
БФ «Дети-бабочки»	АНО «Женщины за развитие»	МБОО «Ночлежка»	АНО социальной поддержки и защиты населения «СоДействие»
АНО Ресурсный центр поддержки НКО «Вместе»	Региональная ОО помощи инвалидам «Жизнь без слез»	Фонд помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца»	Фонд поддержки слепоглухих «Со-единение»
БФ «Волонтеры в помощь детям-сиротам»	БФ «Жизнь как чудо»	АНО Благотворительный центр помощи семьям с детьми «Планета добра»	МБОО «Сообщество семей слепоглухих»
БФ «ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ»	БФ «Золотая капля»	ФЦК «Помощь фонду «Подари жизнь»	Хабаровский краевой БФ «Счастливое детство»

Мы благодарим за открытость, партнерский подход и участие в исследовании в качестве экспертов (1/2)

представителя **БФ «Арифметика Добра»**

- директора фонда Наилю Новожилову

представителя **Благотворительного фонда помощи сиротам «Большая Перемена»**

- директора по фандрайзингу Елизавету Паршину

представителя **благотворительного Фонда борьбы с лейкемией**

- директора по фандрайзингу Сергея Юхина

представителя **БФ «ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ»**

- директора фонда Дарью Алексееву

представителей **Межрегиональной благотворительной общественной организации – Российский Комитет «Детские деревни-SOS»**

- директора по фандрайзингу и коммуникациям Елену Важенкову

- руководителя направления аналитики и автоматизации бизнес-процессов Евгению Левенец

представителей **Благотворительного фонда «Друзья»**

- управляющего директора Марию Баландину

- директора направления по работе с попечителями и экспертами фонда Екатерину Гостеву

представителя **БФ «Жизнь как чудо»**

- директора фонда Анастасию Черепанову

представителей **БФ Константина Хабенского**

- члена попечительского совета фонда и эксперта по развитию благотворительности и бизнеса Илью Зибарева

- управляющего директора фонда Ольгу Орлову

представителя **МБОО «Ночлежка»**

- директора Данила Краморова

представителя **Фонда помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца»**

- президента фонда Асю Залогину

представителей **фонда целевого капитала «Подари жизнь»**

- члена Совета фонда, эксперта в области некоммерческих организаций Арину Габа

- директора фонда - Оксану Гайдаш

представителя **проекта «Всё получится!»**

- сооснователя и управляющего партнера социального проекта «Всё получится!» - Алину Сетову



Мы благодарим за открытость, партнерский подход и участие в исследовании в качестве экспертов (2/2)

представителя **БФ «СИЭСЭС»**

- президента фонда Ольгу Суслову

представителей **Фонда поддержки слепоглухих «Со-единение»**

- исполнительного директора фонда Наталью Соколову

представителя **Фонда семьи Тиньковых**

- директора по коммуникациям Марию Иванникову

эксперта рынка целевого капитала и основателя консалтинговой компании для эндаумент-фондов **ECG (Endowment Consulting Group)** Александра Свистунова

команду **СберБанка:**

- руководителя направления Максима Малькова

- руководителя направления по аналитике данных Анну Садовую

- руководителя направления Дмитрия Ламзина

- менеджера Петра Бородина

команду **Газпромбанка:**

- директора управления транзакционных розничных продуктов департамента развития розничных продуктов Фёдора Бузылёва

- руководителя отдела исследований департамента коммуникаций и маркетинга Анастасию Румянцеву

команду **МТС Банка:**

- руководителя центра реализации программ по устойчивому развитию и ESG Анастасию Григорьеву

команду **БФ «Нужна помощь»*:**

- директора фонда Елизавету Васину

- руководителя продукта «Каталог НКО» Рената Абукарова

- ex-руководителя бизнес-партнерств фонда Софью Калугину

- менеджера по развитию НКО Екатерину Завершинскую

- социолога-исследователя Карину Пипию



Содержание

1. Источники данных [7]
2. Основные выводы [9]
3. Тренды в сфере благотворительности в России [13]
4. Раздел с данными о благотворительной сфере. Подготовлено при поддержке фонда «Нужна помощь» [35]
5. Крупный российский филантроп [50]
6. Целевой капитал [70]
7. Корпоративная социальная ответственность [83]
8. Благотворительность за рубежом и потенциал развития сферы [94]
9. Методика исследования [97]
10. Приложения – результаты опроса населения об их благотворительных привычках [104]

1 **Источники данных**

Источники данных



1299

респондентов
приняли участие
в опросе

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.

216 респондентов являются состоятельными клиентами банков, и 192 из них вовлечены в филантропическую активность.

16

НКО
участвовали
в интервью

В исследовании приняли участие **16 НКО:**

- 2 частных фонда
- 2 эндаумент-фонда
- 2 ОО с оборотом более 10 млн
- 7 федеральных фандрайзинговых фондов
- 3 региональных фандрайзинговых фонда

3 банка приняли участие в бенчмарк-исследовании, поделившись данными о тратах на благотворительность своих клиентов – **СберБанк, Газпромбанк и МТС Банк.**

33

НКО
участвовали
в бенчмарк-
исследовании

3

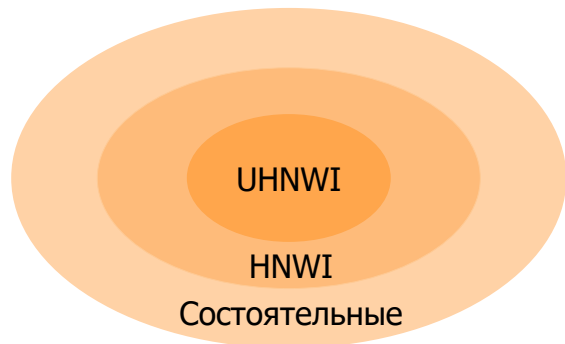
банка
участвовали
в бенчмарк-
исследовании

НУЖНА ПОМОЩЬ

В рамках исследования фонд «Нужна помощь»* оказал следующую поддержку с точки зрения данных:

- Предоставил базу данных на основе отчетности о расходах и доходах по благотворительным НКО за 2018-2022 гг. , с детализацией благотворительных НКО по регионам, проблематике, категориям благополучателей, типу помощи.
- Оказал содействие в привлечении благотворительных НКО в бенчмарк-исследование.

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.

*01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов.

Источник: Frank RG 2023.

2 Основные выводы

Основные выводы исследования (1/3)

Приток новых благотворителей и ожидаемая поддержка сферы государством

- Все больше россиян стали вовлечены в филантропическую активность, а их фокус стал смещаться на прямую помощь. Лишь небольшая часть благотворителей изменили свое поведение, сократив или отказавшись от пожертвований. Помощь социально уязвимым группам населения, включая помощь при миграции, вышла на первое место. В два раза выросло вовлечение в оказание помощи территориям после чрезвычайных ситуаций.
- В России средства, направленные на благотворительность и корпоративную социальную ответственность, по оценке Frank RG, в 2022 году составили 405 млрд руб., из которых пожертвования частных лиц — это 89-120 млрд рублей. Около 26% 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 2023 года составлял 157 млрд руб. Около 55% целевого капитала на конец 2023 года составляют активы фонда Потанина.
- Несмотря на сохраняющиеся объемы благотворительной помощи в 2022 году, в 1-ой половине 2023 года средний размер разового перечисления от физических лиц и коммерческих компаний снижается в ряде фондов. Значимая роль в 2023-2024 гг. будет отводиться поддержке от крупных инфраструктурных фондов и государства.

Филантропы — владельцы крупных капиталов

- В 2022 году доля средств, направляемых от HNWI-филантропов, в общем объеме помощи от частных филантропов сократилась. В 2023 году с восстановлением уровня капиталов и стабилизацией рынков ожидается возвращение прежнего участия и вовлечения крупных филантропов в благотворительность.
- Половина фондов-участников интервью отметили, что почувствовали уход крупных филантропов на фоне экономической неопределенности в стране. Большая часть крупных филантропов, которые продолжали поддерживать фонды, нарастили объемы своей помощи.
- Мотивация крупных доноров по-прежнему состоит в желании решить существующие проблемы, но появляются и такие мотивы как желание вдохновить себя и окружающих.
- Между состоятельными людьми, кто не принимает участия в благотворительности, и теми, кто помогает, барьеры для участия в благотворительности схожи – восприятие сферы как бизнеса, дубликата функций государства и общей ненужности, что говорит о системных проблемах восприятия благотворительности среди населения.

Основные выводы исследования (2/3)

Участники сферы благотворительности

НКО

- Благотворительные НКО быстро адаптировались к меняющимся условиям – уходу части доноров, иностранных компаний, общей неопределенности. Среди решений, которые помогли фондам пройти через турбулентный период – подключение Pay-сервисов от банков для массовых пожертвований, фокус на сохранение команд фондов, смещение в сторону грантовой поддержки и на поддержку от грантодающих НКО, активная работа с крупными филантропами.
- Основной тренд в фандрайзинговых стратегиях фондов – диверсификация источников поступлений в связи с возросшей неопределенностью, а также стремлением сохранить устойчивость фонда. 8 из 14 фондов отметили, что поддерживают курс на соблюдение баланса между источниками финансирования фонда и снижение зависимости от якорного донора.
- Существование в узком горизонте планирования в 2022-2023 гг. постепенно трансформируется в более долгосрочное видение развития фондов – 7 из 14 НКО имеют стратегию развития на 3 года и более.
- Перед фондами встает важная задача – при притоке новых частных доноров и роста помощи в новых направлениях, связанных напрямую или косвенно с СВО, объяснять благотворителям важность поддержки системных фондов, решающих проблемы, которые остаются по-прежнему актуальными, комплексно, а не только с помощью оказания адресной помощи.

Коммерческие компании и корпоративная социальная ответственность бизнеса

- Корпоративная социальная ответственность 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». Приоритетные направления корпоративной благотворительности в России в 2022 году - развитие местных сообществ, образование, экология, медицина, спорт и социальная сфера. При этом в целях устойчивого развития лидирующие позиции остаются за «хорошим здоровьем и самочувствием», «достойной работой и экономическим ростом» и «партнерством в интересах устойчивого развития».
- За последние несколько лет все больше компаний относятся к корпоративной благотворительности как к отдельному направлению, требующему профессионального управления и специальной документации. 66% компаний имеют и стратегию, и политику в отношении КСО, и почти у половины компаний эти документы находятся в открытом доступе.
- Ряд компаний выбирают путь создания собственных фондов в противовес интеграции уже существующих в свою инфраструктуру или оказания им поддержки в качестве партнера/спонсора. Фонды видят в таком подходе как риски, так и возможности.

Основные выводы исследования (3/3)

Участники сферы благотворительности

Целевой капитал в благотворительности

- В стремлении сохранить устойчивость фонда или отдельных важных программ представители фондов задумываются о создании целевого капитала. Эксперты отмечают, что основными источниками финансирования в этом случае могут выступать крупные доноры или компании. НКО оценивают необходимые размеры целевого капитала, которые могли бы поддержать деятельность фонда, в широком диапазоне. Однако, по расчетам Frank RG, даже целевой капитал в размере 90 млн руб. мог бы покрывать средние расходы НКО на фонд оплаты труда, обеспечивая сохранение команды и специалистов. Некоторые эксперты также отмечали важность наличия целевого капитала как показателя долгосрочного видения фонда, который может привлекать компании и крупных филантропов.

3 Тренды в сфере благотворительности в России

В 2023 сфера благотворительности в России столкнулась с новыми вызовами

Сфера профессиональной благотворительности



Источник: Frank RG, 2023. *Прямая помощь, как правило, адресная и направлена на конкретного благополучателя или группу благополучателей.

Благотворительные НКО быстро адаптировались к меняющимся условиям

январь 2022

Февраль 2022 г. – старт специальной военной операции (СВО).

Уход платежных систем и сервисов. В **марте 2022 г.** Visa и Mastercard покинули Россию, были отключены сервисы Apple Pay, Google Pay, PayPal.

Обнуление международных отношений и проектов в части культурных инициатив.

Усиление санкционного давления, начатого в 2014 году.

События в сфере экономики и политики

июль 2022

Уход компаний. По оценкам центра стратегических разработок, на начало сентября 2022 г. **34%** компаний ограничили деятельность, **15%** покинули страну через передачу новому собственнику. **8,5%** западных компаний ушли из России до конца 2022 г.

Рост цен на товары из-за роста курсов валют. Подорожание медикаментов, медицинского оборудования.

Снижение капитала **HNWI на 26%**.

Присоединение территорий – ДНР, ЛНР, Запорожская и Херсонская области.

январь 2023

Продажа нерезидентами российских активов.

С марта 2022 по март 2023 года иностранные инвесторы совершили **200 сделок** по продаже российских активов, по данным ЦБ РФ. Большинство сделок финансировалось за счет заемных средств.

Это привело к (1) перестройке бизнес-моделей покупаемых компаний; (2) росту долговой нагрузки корпоративного сектора; (3) давлению на валютный рынок из-за расчетов с нерезидентами.

июль 2023

Новые игроки на рынке. Приход на российский рынок компаний из дружественных стран (Китай, Белоруссия, Турция и др.)

Часть западных компаний по-прежнему работают на российском рынке.

Ужесточение санкций. В SDN-листе находится более 40 кредитных организаций из РФ.

Восстановление капитала **HNWI** в июле 2023 г. **выше уровня 2020 года.**

Реакция в сфере профессиональной благотворительности

Потеря части регулярных пожертвований в связи с техническими причинами из-за ухода платежных систем и сервисов (перевыпуски карт, невозможность совершить пожертвование с данных платежных систем из-за рубежа).

Решения:

Yandex Pay и SberPay, QR-коды через СБП в качестве альтернативы.

Регулярные донаты в Telegram-каналах.

Запуск специальных доменов для иностранных пожертвований.

Покупки благотворительных NFT-открыток с помощью иностранных карт.

Рост вовлечения частных лиц и компаний в благотворительность, появление новых категорий – помощь беженцам, другим пострадавшим в ходе СВО.

Нарушение цепочек поставок (например, приостановка работы DHL, увеличение сроков поставок).

Расходы на подготовку доноров костного мозга выросли на 25%.

Переток объемов помощи в сторону новых категорий благополучателей, пострадавших в ходе СВО, новоприсоединенных территорий.

Решения:

Долгосрочное планирование помощи.

Сокращение планируемых бюджетов для деятельности НКО.

Создание краткосрочных антикризисных стратегий, фокус на сохранение команды и качество помощи.

Продолжение работы корпоративных фондов ушедших компаний под новым именем и с новыми учредителями.

Потеря объема пожертвований от компаний-партнеров (снижение объемов пожертвований от коммерческих компаний).

Заморозка благотворительных проектов на время процедуры сделок, смен юрилиц, брендов.

Отсутствие бенчмарка в виде международных компаний, задававших стандарты и практики благотворительности и КСО.

Решения:

Смещение в сторону грантовой поддержки от государства.

Пересмотр стратегий благотворительных НКО и отказ от развития некоторых программ.

Ориентация ряда благотворительных НКО на развитие массового фандрайзинга.

Возвращение компаний к благотворительным проектам.

Запрос на выстраивание КСО внутри бизнеса.

Решения:

Ориентация на пожертвования внутри РФ.

Запуск новых проектов.

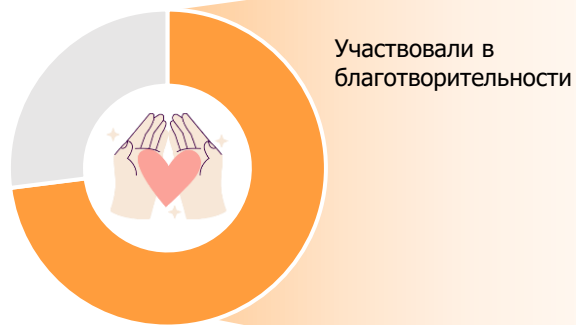
Активная работа с крупными филантропами.

Поиск благотворительными НКО новых источников финансирования.

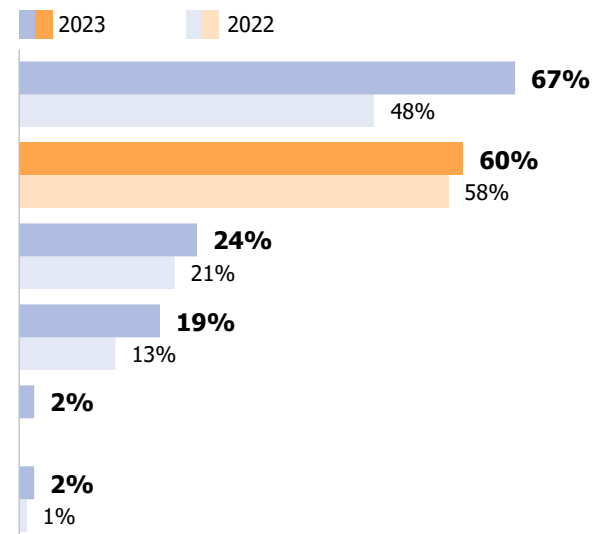
Пересмотр/создание благотворительными НКО стратегий развития.

Все больше россиян стали вовлечены в филантропическую активность, а фокус сместился на прямую помощь

Участвовали ли вы в благотворительности в последний год?, %*



- Жертвовал(а) вещи, продукты
- Жертвовал(а) деньги
- Жертвовал(а) время (волонтерство, помощь на улице)
- Участвовал(а) в акциях, мероприятиях
- Составлял(а) завещание в пользу фонда
- Другое



Каким образом вы жертвовали деньги?, %*



За мотивацией участвовать в благотворительности стоит целый комплекс психологических и социальных факторов. В неспокойные времена филантропия становится одним из способов повлиять на внешний мир и справиться с собственным стрессом. Результаты опроса, проведенного в рамках исследования, показали, что благотворительностью тем или иным способом занимаются 73% респондентов. При этом, если в 2022 году самым очевидным способом было денежное пожертвование, то сейчас фокус сместился на помощь в виде вещей и продуктов, а также на прямую помощь благополучателям.

* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа
 Источник: онлайн опрос, ноябрь 2023, Frank RG, n=1170.

В большинстве случаев массовые доноры жертвуют на благотворительность, потому что хотят решить актуальную для них проблему



Массовый благотворитель в большинстве своем совершает пожертвования, чтобы помочь решить проблему, с которой государство или НКО самостоятельно справиться не может. Причем чаще всего проблема, на которую донор жертвует, является близкой или прямо затронувшей человека. 36% опрошенных отвечают, что они жертвуют в связи с тем или иным личным опытом взаимодействия с проблемой. В данном случае происходит максимальных отклик на необходимость в помощи. Эксперты отмечают, что основная мотивация регулярных доноров, особенно в адресной помощи, связана с «личной болью, личной историей».

В остальных случаях люди жертвуют, так как понимают, что это социально-одобряемое поведение, или потому что так принято в кругу общения. Эксперты отмечают, что доля подобных факторов, влияющих на вовлеченность в благотворительность, снижается и появляется все больше осознанных доноров, которые видят проблемы и хотят внести собственный вклад в их решение.

Помимо денежных средств частные лица жертвуют своим временем или оказывают помощь вещами и/или продуктами



24%

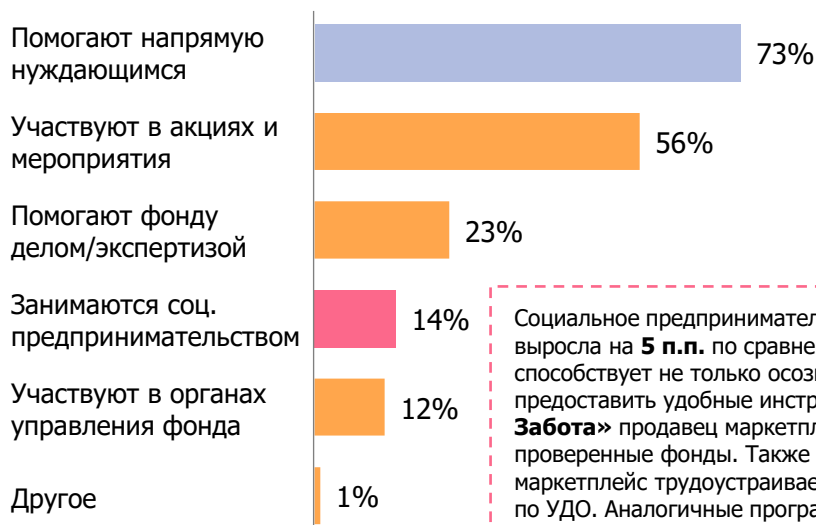
респондентов жертвуют своим временем (занимаются волонтерством, помогают на улице)



67%

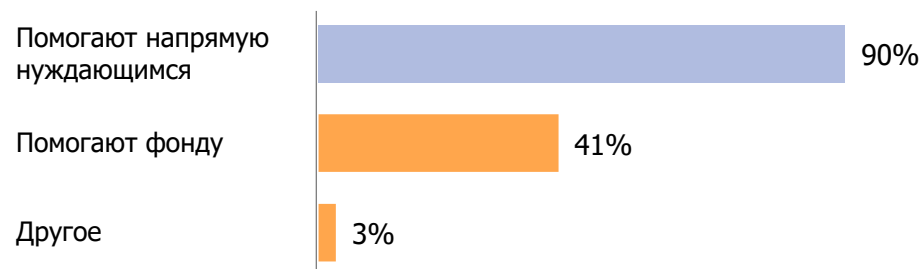
респондентов оказывают помощь вещами и/или продуктами

Доля частных лиц, которые жертвуют временем*, %



Социальное предпринимательство становится все более популярным (доля выросла на **5 п.п.** по сравнению с 2022 годом). Развитию этого направления способствует не только осознанность бизнеса, но и готовность компаний предоставить удобные инструменты. Так, например, с программой «**Ozon Забота**» продавец маркетплейса может переводить процент от продаж в проверенные фонды. Также в рамках программы «**Ozon без осуждения**» маркетплейс трудоустраивает бывших заключенных, вышедших на свободу по УДО. Аналогичные программы есть у **Сбербанка** и **Автоваза**.

Доля частных лиц, которые жертвуют вещами и/или продуктами*, %



Прямая помощь наиболее распространена как среди тех, кто дарит свое время, так и тех, кто жертвует вещи и/или продукты, аналогичная ситуация наблюдалась и в прошлом году. В 2023 году люди стали чаще участвовать в акциях и мероприятиях. Руководители НКО в рамках экспертных интервью также упоминали о росте прямой благотворительности, когда акции и сборы в поддержку определенных групп благополучателей возникали стихийно, минуя «прослойку» в виде благотворительных НКО.

* В вопросе возможен выбор нескольких вариантов ответа.
Источник: онлайн опрос, ноябрь 2023, Frank RG, n=1170.

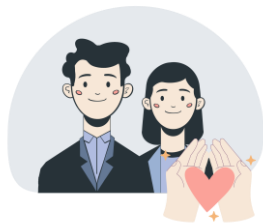
Треть частных лиц изменили свои благотворительные привычки и половина из них стали жертвовать больше

Я участвую в благотворительности, %

45% Раз в три месяца

30% Каждый месяц

25% Раз в год



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

Изменилось

Не изменилось

35%

65%

Стал жертвовать больше

56%



Стал жертвовать меньше

22%



Та же сумма, но на другие цели

13%



Затрудняюсь ответить

4%



Перестал жертвовать

3%



Другое

3%



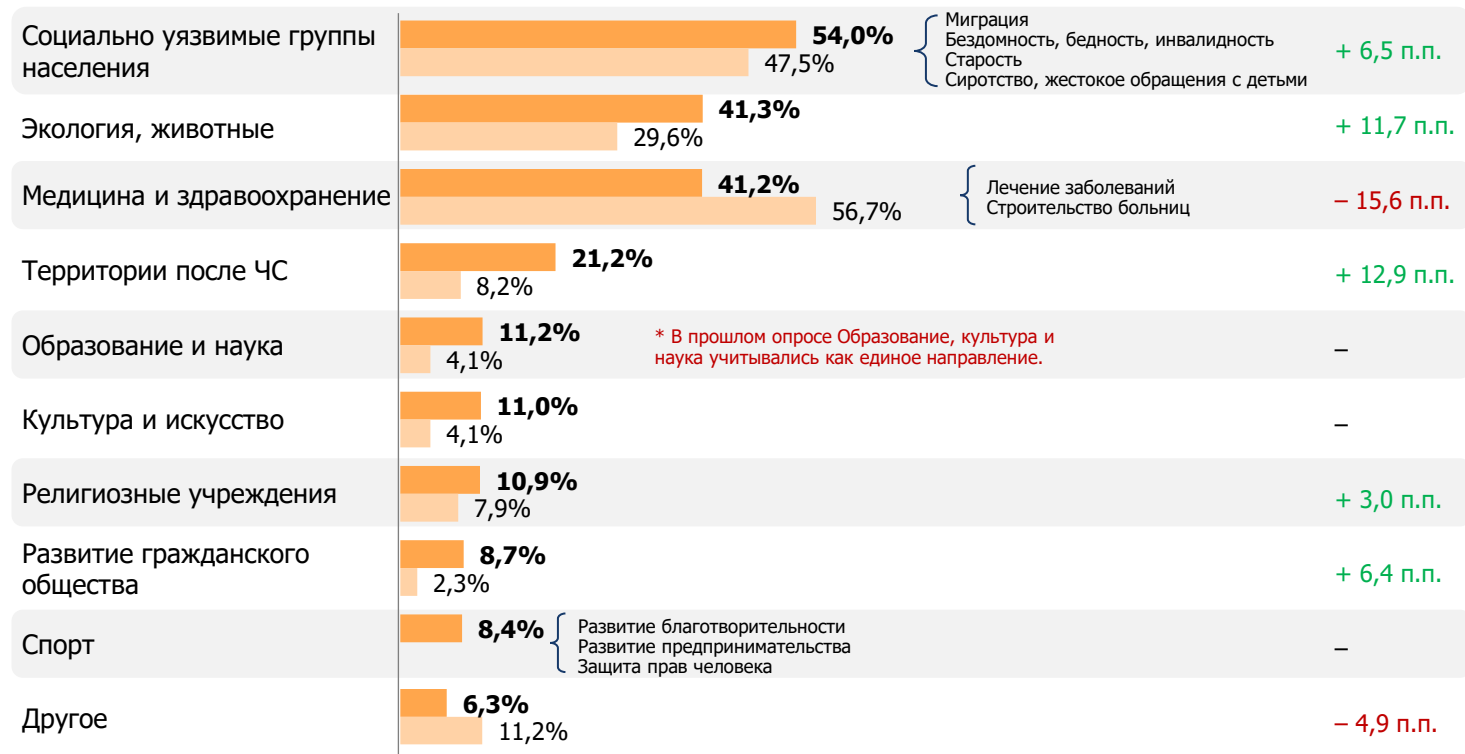
Большая часть опрошенных (45%) участвует в благотворительности раз в три месяца, каждый месяц вносят пожертвования 30% респондентов, четверть – раз в год. По сравнению с прошлым годом люди стали чаще участвовать в благотворительности. Доля тех, кто участвует каждый месяц, выросла более чем в три раза, раз в год – в два раза.

При этом за последние 2 года 35% респондентов изменили свое участие в благотворительности, часть (56%) стали жертвовать больше, 22% опрошенных сократили свои расходы на благотворительность, а 13% не изменили сумму пожертвований, но стали направлять средства на другие цели. Только 3% участников опроса вовсе перестали заниматься благотворительностью. Такой рост вовлечения в перспективе сможет оказать положительное влияние на сектор в целом. Потенциальный «отток» тех людей, кто начал участвовать регулярно в благотворительности, по мнению руководителей фондов, маловероятен. Имея привычку помогать фондам и нуждающимся, при изменении внешних факторов люди будут перенаправлять свою помощь в другие категории.

Помощь социально уязвимым группам населения в 2023 году становится самым важным направлением

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

2023 год 2022 год



Доля НКО**, работающих с данной темой

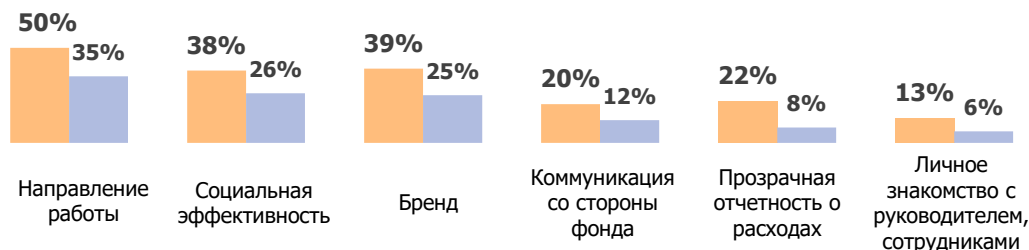


В 2023 году традиционно популярная тема медицины и здравоохранения уступила теме социально уязвимых групп населения. При этом наибольший прирост по упоминанию направления помощи наблюдается в помощи территориям после чрезвычайных ситуаций (включая военные конфликты). Доноры, выбирая направления, помогают не широкому кругу благополучателей, а стремятся концентрироваться на 1-2 темах.

Состоятельные доноры имеют более системный подход к выбору фонда, при этом эффективность работы фонда все доноры определяют схожим образом

Факторы, на которые обращают внимание доноры при выборе фонда, %

■ Массовый донор ■ Состоятельный донор



Доля выбирающих параметры, %

31% выбирают 3 параметра

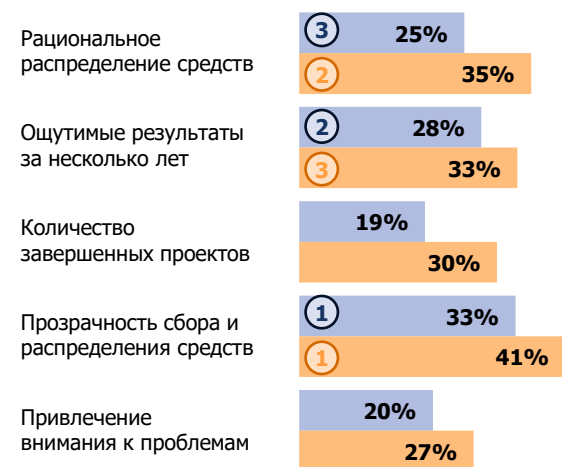
36% выбирают 1 параметр

Наиболее популярные параметры

1. Социальная эффективность
 2. Направление работы
 3. Прозрачная отчетность о расходах
1. Направление работы

«Под эффективностью работы фонда я понимаю...», %

■ Массовый донор ■ Состоятельный донор



«Я хотел бы, чтобы фонд...», %

В целом для благотворителей приоритетно*, чтобы фонд:

- придерживался заданного направления поддержки
- вел телеграмм-канал для того, чтобы рассказывать о проделанной работе.

Далее на 3-м месте для массового благотворителя стоит пожелание фондам **быть более гибкими в выборе направления поддержки**, а для состоятельного сегмента важнее, чтобы благотворительная организация **приглашала на встречи с представителями фонда**.

*Подробнее см. на слайде 99.

Оба сегмента благотворителей считают ключевым показателем эффективной работы НКО прозрачность ее отчетности по сборам и распределению средств.

Заметно, что факторы выбора и определение эффективности у массового и состоятельного сегмента схожи. Оба типа доноров чаще ориентируются на направление работы фонда, предпочитая жертвовать на близкую им тему, и для них почти одинаково важны бренд фонда и его социальная эффективность (разница в 1 п.п.).

Также можно отметить, что у состоятельного сегмента более системный подход к выбору фонда, поскольку, если массовый донор чаще ориентируется на один критерий, то состоятельные жертвователи выбирают благотворительную организацию, исходя из совокупности характеристик.

Стратегия взаимодействия бизнеса и благотворительных НКО

Замыкание благотворительности внутри экосистем

Урезание бюджетов на корпоративную социальную ответственность началось еще во время пандемии, в последние полтора года ситуация стабилизируется и компании возвращаются, в том числе и к благотворительной активности.

При этом иногда компании создают собственные фонды, которые дублируют функции существующих организаций, либо фокусируются на поддержке тех направлений помощи, которые возникают в рамках деятельности / сопровождают деятельность компании (например, направления экологии, медицины, помощи социально уязвимым группам населения).

Сами благотворительные организации характеризуют сложившуюся в сфере ситуацию неоднозначно.

Часть фондов отмечает риски замыкания благотворительной помощи внутри экосистем компаний, неиспользования накопленного опыта благотворительных организаций.

Другие фонды заявляют о положительных эффектах такой помощи со стороны бизнеса: они считают, что любая благотворительная инициатива, привлекающая доноров, способствует увеличению числа систематических жертвователей.



Причины, по мнению благотворительных организаций:

со стороны бизнеса

Недостаточно осознанный подход к благотворительным практикам: компании в меньшей степени фокусируются на социальный эффект от благотворительных инициатив, в большей – на экономическую выгоду от их реализации.

Отсутствие запроса на профессиональную благотворительную деятельность: компании стремятся к простым решениям (адресная помощь здесь и сейчас), не внедряя системный подход к осуществлению благотворительной деятельности.

со стороны фондов

Отсутствие уникальных компетенций: среди компаний нет доверия к фондам как к профессионалам в своей области, из-за чего бизнес не видит нужды в посреднике в виде стороннего фонда вне экосистемы компании между донорами и благополучателями.



Потенциальные решения:

Стимулирование ESG-повестки государством и лидирующими компаниями в своих отраслях:

- предоставление льгот компаниям, поддерживающим повестку ESG
- усиление бренда с помощью маркировки ESG (входит в рейтинг, имеет отметку и т.д.)

Наращивание уникальных компетенций фондов:

- рост собственной экспертизы
- обучение сотрудников, опыт других фондов

Собственное позиционирование фонда:





- определение собственной ценности: что делает фонд, для чего создан фонд, его краткосрочные и долгосрочные цели

Рост осведомленности о профессиональной благотворительности в обществе:

- отраслевые отчеты о сфере
- рост доли системных фондов
- закрепление на законодательном уровне статуса благотворительной НКО

Компании прививают культуру регулярных пожертвований своим пользователям с помощью встраивания в ежедневные транзакции клиентов (1/2)

Компании, участвующие в благотворительных программах

Компания	Программа	Сумма собранных средств	Кол-во фондов	Описание программы
 СБЕР	Перечисление бонусов на благотворительность	>300 млн бонусов в год в среднем*	8 фондов	Есть возможность жертвовать на благотворительность баллы, которые начисляются в рамках экосистем, где программа кешбэка работает в виде возврата внутренней валюты, а не привычными рублями. Для перечисления необходимо выбрать фонд, куда бы хотели направить ваши баллы и бонусы. Один балл равен одному рублю
 ТИНЬКОФФ	Кешбэк во благо	76 млн руб. за 2022 год	Более 600 благотворительных организаций	Процент с покупок, возвращаемый компанией, может быть переведен на благотворительность, независимо от накопленной суммы, это позволяет сформировать регулярность пожертвований
 СОВКОМБАНК	Платформа «Совкомбанк про добро»	>12 млн руб. за 3 месяца тестирования платформы	12 фондов	Все пожертвования клиентов на цели фондов банков-партнеров будут увеличены в 3 раза за счет средств банков. За пользование банковскими продуктами клиентам начисляются «баллы добра», которые можно направить на благотворительность вместе со своими деньгами. Один балл равен одному рублю
 Яндекс	Помощь рядом	>177 млн руб. за 2022 год	<ul style="list-style-type: none"> • Поездки для НКО и их подопечных – 109 фондов • Товары – 48 фондов • Сервисы для бизнеса – 181 фонд • Гранты на рекламу – 198 фондов 	Яндекс внутри своей экосистемы запустил возможность округления трат, это можно делать как до десятых, так и до сотых. Также сервис предлагает выбрать, в каких продуктах системы можно будет округлять свои траты
 OZON	Ozon Забота	>30 млн руб. за 2022 год	Более 127 фондов	Программа дает возможность пользователям и предпринимателям поддержать НКО. В программе выделяют 4 направления помощи: продажа благотворительных сертификатов, продажа товаров со знаком «Ozon Забота», продажа благотворительных товаров фондов и знакомство с другом (помощь бездомным животным)

*На основе расчета Frank RG, по данным Сбер за 2020 – апр. 2022 года

Источник: Тинькофф, МТС, Помощь Рядом, Сбер, Озон, Совкомбанк, ВкусВилл, Авито, МТС

Компании прививают культуру регулярных пожертвований своим пользователям с помощью встраивания в ежедневные транзакции клиентов (2/2)





Компании, участвующие в благотворительных программах

Компания	Программа	Сумма собранных средств	Кол-во фондов	Описание программы
 Avito	Авито Польза («Знак добра», помощь отряду «ЛизаАлерт», передача вещей)	8,5 млн руб. получают фонды каждый месяц	18 фондов	<p>«Знак добра». Пользователи Авито при размещении объявления могут пожертвовать любую сумму от 100 руб., которая будет направлена в фонд. Также средства можно перевести через специальный лендинг, для этого нужно авторизоваться на Авито. После перевода пользователю станет доступен специальный бейдж «Знак добра». При желании его можно разместить на объявлении, чтобы привлечь других пользователей и повысить доверие к продавцу</p> <p>Отряд «ЛизаАлерт». Добровольцы отряда ищут пропавших людей. Можно передать им оборудование или деньги на его покупку</p> <p>Передача вещей. Возможность передать на благотворительность почти все – от одежды и книг до мебели и электроники</p>
 VK Добро	VK Добро	> 106 млн руб. за 2022 год	Более 250 фондов	До мая 2023 года сервис назывался Добро Mail.ru. Сервис помогает участвовать пользователям во всех благотворительных проектах по всей России. Любой пользователь – физлицо или компания (через фонд «Код добра») – могут пожертвовать на выбранный проект.
 ВкусВилл	Добрая полка	41 млн руб.	12 фондов	Продажа фондами собственной продукции на площадке магазина.
	Добрые покупки	8 млн руб.	24 фонда	На сайте магазина можно оплатить специально подобранный набор, а волонтеры передадут его нуждающимся
 МТС	Нас касается	17,6 млн руб. с момента начала действия программы (18 апреля 2023 г.)	11 фондов	Процент с покупок, возвращаемый компанией, может быть переведен на благотворительность независимо от накопленной суммы, это позволяет сформировать регулярность пожертвований

Благотворительные карты – следующая ступень в регулярных пожертвованиях

«Благотворительные банковские карты» делятся на 2 типа:

1 тип: Отчисления банком % с каждой покупки за выпуск или обслуживание карты

Банк	Название	Фонд	Условия отчисления
	Подари жизнь	«Подари жизнь»	- 0,3% от суммы каждой операции оплаты; - 0,3% дополнительно к каждому пожертвованию добавляет Сбербанк; - 450 руб. за обслуживание каждой карты
	Газпромбанк - ФК «Зенит»	Поддержка и развитие детского спорта в г.СПб на базе ДЮСШ ФК «Зенит»	- 0,4% от суммы каждой операции оплаты; - 50% от суммы комиссии за выпуск/перевыпуск карты
	ЭкоКарта; Россельхозбанк-ВОРДИ; Амурский тигр	«Экология», ВОРДИ и Центр «Амурский тигр»	- 0,25% от суммы каждой операции оплаты; - иная часть доходов с каждой операции
	Физтех-Союз; Физтех-Союз Premium	ФЦК МФТИ	- 1% от суммы каждой операции оплаты
	МФТИ	ФЦК МФТИ	- 1% от суммы каждой операции оплаты

2 тип: Перевод накопленных клиентом баллов/кешбэка

Банк	Название	Фонд	Условия отчисления
	Москарта; Москарта Black; Пенсионная карта «Мудрость»; Зарплатные проекты	«Арифметика добра»	- накопленные баллы по программе лояльности «МКБ Бонус»: 1 руб. за каждый 1 балл
	Tinkoff Black; Tinkoff Black для иностранцев	Фонды «Кешбэк во благо»	- стандартный кешбэк 1% и повышенный кешбэк 3%-15%
	Charity	«Дом с маяком»	- бонусы в размере 1,5%, начисленные на сумму покупок, оплаченных картой
	Teddy Food	Фонды «Teddy Food»	- накопленные TF-баллы

Банки давно работают над тем, чтобы «вписать» благотворительность в привычные банковские операции пользователей, так крупные игроки предлагают «благотворительные карты», часто выпущенные в ко-бренде с фондами и направленные на работу с конкретной проблемой.

Благотворительные продукты неновый, но редкий продукт для рынка РФ. От привычных дебетовых и кредитных карт их отличает комиссия за обслуживание, которая направляется в полном или частичном объеме на благотворительность. Основная идея таких продуктов в том, чтобы процент от покупок, либо накопленный кешбэк направлялся на благотворительность в фонд, который является партнером банка по выпуску карты. По сути, благотворительная карта схожа с механикой перевода кешбэка на благотворительность, однако, оформляя такой продукт, донор со старта более осознанно подходит к оказанию помощи, поскольку существует привязка к конкретному фонду/направлению.

Благотворительные вклады также становятся важной частью регулярной благотворительности

По благотворительному вкладу размещение денежных средств на определенный срок под проценты сопровождается отчислением на благотворительность небольшой суммы, указываемой, как правило, в процентах от суммы вклада. Удобство этого способа заключается в том, что он не требует специальных усилий: не нужно самостоятельно переводить деньги, посещать больницу, приют или детский дом.

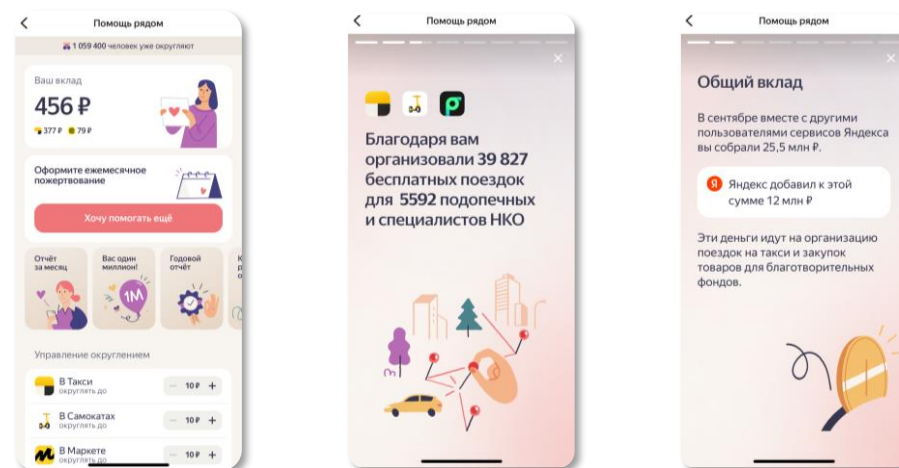
Благотворительные банковские продукты – это способ для банков укрепить положительный имидж в глазах населения, а для клиентов – возможность ощутить свою сопричастность к добрым делам. Особенно полезными такие продукты являются для самих НКО, так как это дополнительный источник ежемесячных стабильных поступлений. Это все еще нишевые продукты для рынка, представленные рядом банков.

Примеры банков, в которых есть «благотворительные» банковские вклады

Банк	Название	Фонд	Условия отчисления
 СБЕР БАНК	Подари жизнь	«Подари жизнь»	- 0,3% годовых от суммы вклада перечисляется каждые 3 месяца
Ак Барс Банк 	Просто накопить; Просто управлять	«Ак Барс Созидание»	- 0,5% от суммы процентов, подлежащей выплате
 синара банк	Обыкновенное чудо	«Синара – Фонд»	- 0,03% от суммы вклада ежемесячно
 Экспобанк	Амур	АНО «Центр Амурский тигр»	- 0,5% от суммы процентов, подлежащей выплате
 ББР БАНК	Измени одну жизнь	«Измени одну жизнь»	- 0,3% от суммы вклада на день выплаты процентов
ТИМЕР БАНК 	Патриот	Счет, открытый ДОСААФ РТ	- 1% от суммы выплаченных авансом процентов

Однако в данных благотворительных банковских продуктах особое значение играет обратная связь и регулярная коммуникация с клиентом, чтобы не только сохранялось чувство сопричастности и понимания, что отчисления действительно помогают, но также и оставалось напоминание клиенту, почему и зачем у него списываются деньги или уменьшается доход.

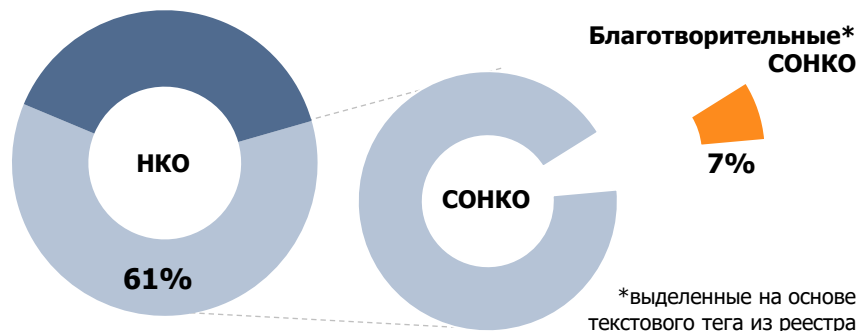
Успешным примером коммуникации с клиентом является Яндекс, который создает мини-отчеты по клиентским отчислениям и тому, какой вклад он совершил:



«Мы с банком делали интеграцию и получали отчисления от благотворительных вкладов. Это был позитивный опыт. При этом, очень важно, чтоб в таких продуктах людям потом доносился результат, как они помогли. Обратная связь - необходимая часть всех таких продуктов».

Директор фонда

Некоммерческий сектор в России неоднороден, и благотворительные СОНКО занимают небольшую его часть



Некоммерческий сектор в России крайне неоднороден. К социально-ориентированным некоммерческим организациям (СОНКО) в России причисляют организации, которым не смогли дать отдельную классификацию. Большая доля НКО и СОНКО не занимается благотворительной деятельностью, поскольку может включать в себя, например, детские сады и адвокатские палаты.

В рамках текущего исследования мы анализируем именно благотворительные организации, которые входят в открытые реестры и списки верифицированных НКО, оказывающих благотворительную помощь.

Некоммерческие организации

- осуществляют деятельность, полезную обществу;
- не имеют собственников и бенефициаров, распределяющих прибыль и получающих проценты, доход или дивиденды.

Сферы:

образование
наука
культура
спорт
здравоохранение
экология
благотворительность

Примеры:

фонды защиты окружающей среды;
частные школы;
вузы;
ассоциация российских банков

Социально ориентированные некоммерческие организации

НКО, занимающиеся деятельностью, которая направлена на решение определенных социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации, а также виды деятельности, предусмотренные пунктом 1 статьи 31.1 Закона об НКО.

Примеры:

казачье общество;
академии спорта;
волонтерский центр;
учреждение дополнительного профессионального образования

Благотворительные социально ориентированные некоммерческие организации

СОНКО, занимающиеся благотворительной деятельностью, то есть оказывающие безвозмездную помощь отдельным людям или организациям, которая может выражаться в предоставлении имущества, финансовых средств, выполнении работ, услуг и иной поддержки.

Примеры:

благотворительные фонды;
благотворительные организации.

Реестр СОНКО, созданный Минэкономразвития в 2021 году, регулярно обновляется

Цели создания реестра СОНКО

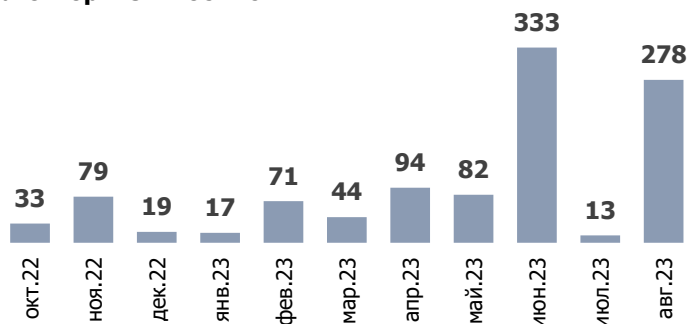
- повышение прозрачности отрасли
- антикоррупционный эффект
- аналитическая база для принятия решений об оказании господдержки

130 тыс. НКО являются социально-ориентированными (СОНКО)

50 тыс. СОНКО зарегистрированы в реестре МЭР

9,7 тыс. СОНКО занимаются благотворительной деятельностью*

После 05.10.2022 в реестре Минэкономразвития появилось 1063 новых СОНКО, занимающихся благотворительностью



*выборка, сформированная на основе тэга в реестре МЭР и текстового поиска по словам «благотворительный», «социальная поддержка», «донор», «помощь», «пожертвования» и их вариациям

Организационно-правовая форма

Большинство СОНКО в реестре (66%) имеют организационно-правовую форму «Благотворительный фонд».



Направление деятельности

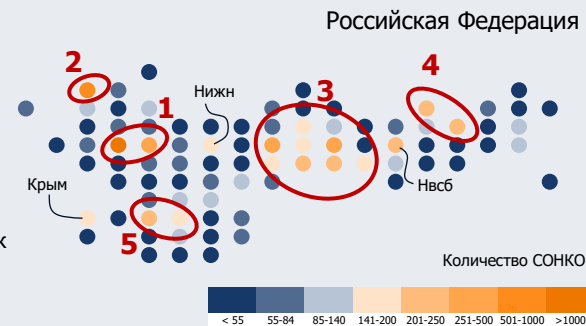
В реестре дана обобщенная классификация направлений, которая не дает информации о том, в какой сфере СОНКО осуществляют свою деятельность.



Регион регистрации

Можно заметить, что у СОНКО есть регионы концентрации:

- 1 – МСК, Мос
- 2 – СПб
- 3 – Тат, Сам, Перм, Удм, Баш, Свер, Чел, Омск
- 4 – Крас, Ирк
- 5 – Крд, Рост

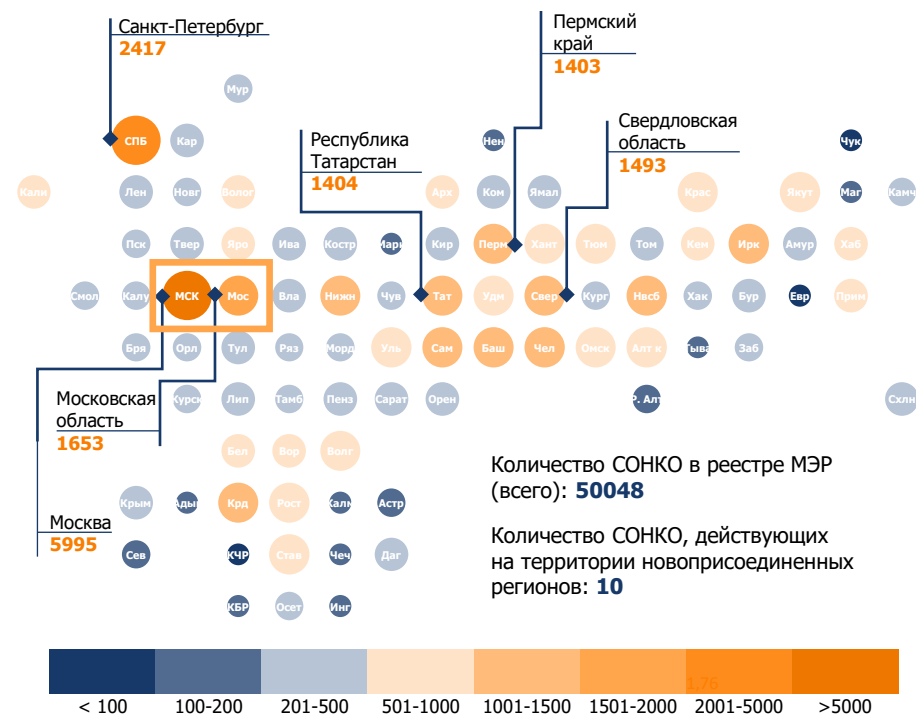


Москва и Московская область – лидер по количеству СОНКО, согласно реестру МЭР

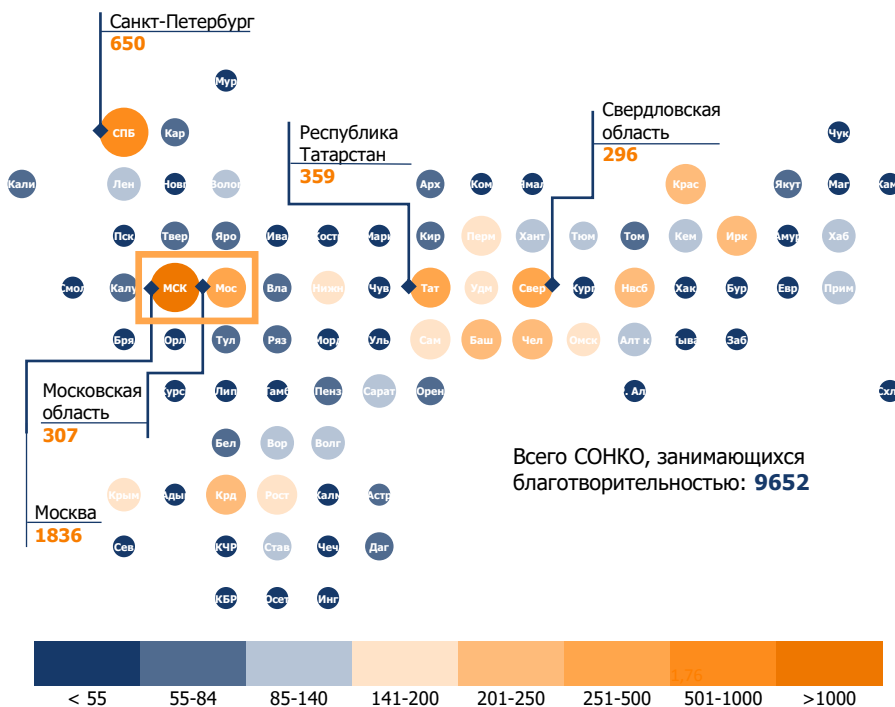
В целом, СОНКО в России распределены достаточно равномерно. В каждом федеральном округе присутствует как минимум один регион, на территории которого действует от 500 СОНКО. Также выделяется четыре округа концентрации СОНКО – это Центральный, Южный, Приволжский и Сибирский округа. В Северо-Кавказском федеральном округе зарегистрировано наименьшее количество СОНКО.

СОНКО, которые занимаются благотворительностью, имеют большую степень концентрации в ряде регионов. В большинстве регионов представленность благотворительных СОНКО очень низкая. Учитывая, что социальные бюджеты данных регионов значительно ниже, а определенное количество компаний, которые раньше поддерживали региональные НКО, больше не действует на российском рынке, необходимо учитывать этот фактор при распределении грантов и субсидий, отмечают эксперты.

Региональное распределение СОНКО, ед.



Региональное распределение благотворительных СОНКО, ед.



Крупные и региональные благотворительные НКО взаимно дополняют друг друга, позволяя оказывать помощь эффективнее

Крупные фонды

(крупные фонды, действующие на территории Москвы, Санкт-Петербурга или РФ в целом)

X/14*

количество представителей фондов, которые упомянули тезис

Региональные фонды

(небольшие фонды, действующие на территории одного или нескольких регионов)

Точки соприкосновения

<p>Просветительская деятельность</p> <ul style="list-style-type: none"> консультации, семинары передача опыта за счет собственных средств подготовка материалов для распространения и обучения 	<p>4/14*</p>	<p>4/14</p>	<p>Получение знаний и опыта</p> <ul style="list-style-type: none"> внедрение опыта под контролем крупного фонда в регионе получение информации, обучающих материалов, практик
<p>Объединение в партнерскую сеть</p> <ul style="list-style-type: none"> через инфраструктуру крупного фонда через коммуникации и нетворкинг 	<p>3/14</p>	<p>2/14</p>	<p>Поддержка крупных фондов в регионах</p> <ul style="list-style-type: none"> применение практик / исполнение программ, партнерская помощь без открытия крупным фондом отдельного филиала в регионе информация для крупных фондов о проблемах в регионах

Особенности

<ul style="list-style-type: none"> Имеют собственное позиционирование (определяют свою ценность, зачем создан фонд, какую проблему решает фонд и др.) 	<p>2/14</p>	<p>4/14</p>	<ul style="list-style-type: none"> Есть возможность «дотянуться» до проблемы, оказывать помощь локально в конкретном регионе / на местах
<ul style="list-style-type: none"> Аккумулируют информацию о проблеме, которой занимается фонд Имеют стратегическое видение решения проблемы Имеют возможность говорить о проблеме и выстраивать GR на федеральном уровне 		<p>2/14</p>	<ul style="list-style-type: none"> Легче заручиться поддержкой в конкретном регионе (крупные доноры, спонсоры, бизнес) Широкий спектр возможностей получения помощи внутри благотворительного сектора (грантовые программы от крупных фондов, господдержка и др.)

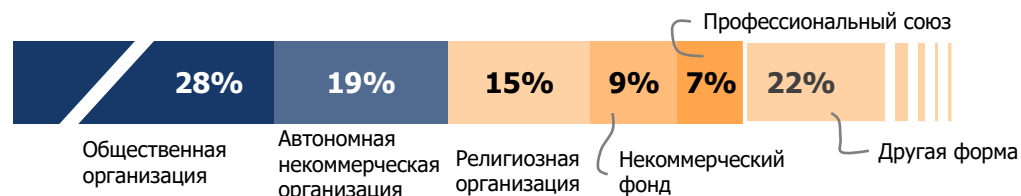
Однако с помощью реестра МЭР по-прежнему нельзя дать однозначную оценку количества благотворительных НКО

214 тыс.

НКО зарегистрировано в Минюсте на конец 2022 года



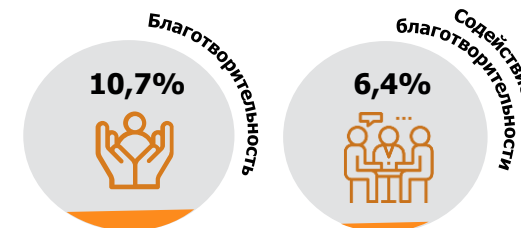
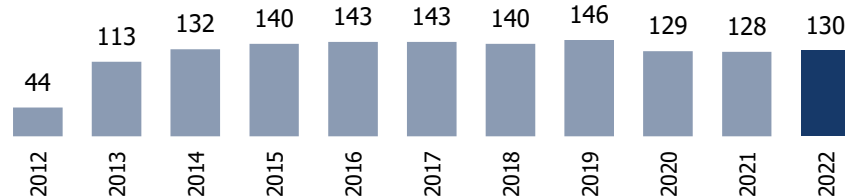
Распределение НКО по организационно-правовой форме, %



130 тыс.

НКО относятся к социально ориентированным НКО

Количество СОНКО, тыс. шт.



50 тыс.

СОНКО зарегистрированы на 28.08.2023 в реестре Минэкономразвития

В реестр СОНКО входят:

- детские сады,
- больницы,
- частные образовательные учреждения,
- компании, снимающие социальные ролики для государства,
- и др.

СОНКО, занимающихся непосредственно благотворительностью:

1 тыс.

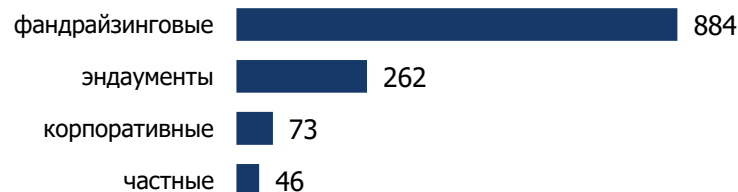
согласно внутреннему тегу в реестре

9,7 тыс.

согласно внутреннему тегу и фильтру по текстовому поиску

1,2 тыс.

благотворительных НКО входит в нашу выборку в рамках исследования



Информация, проанализированная в рамках исследования:

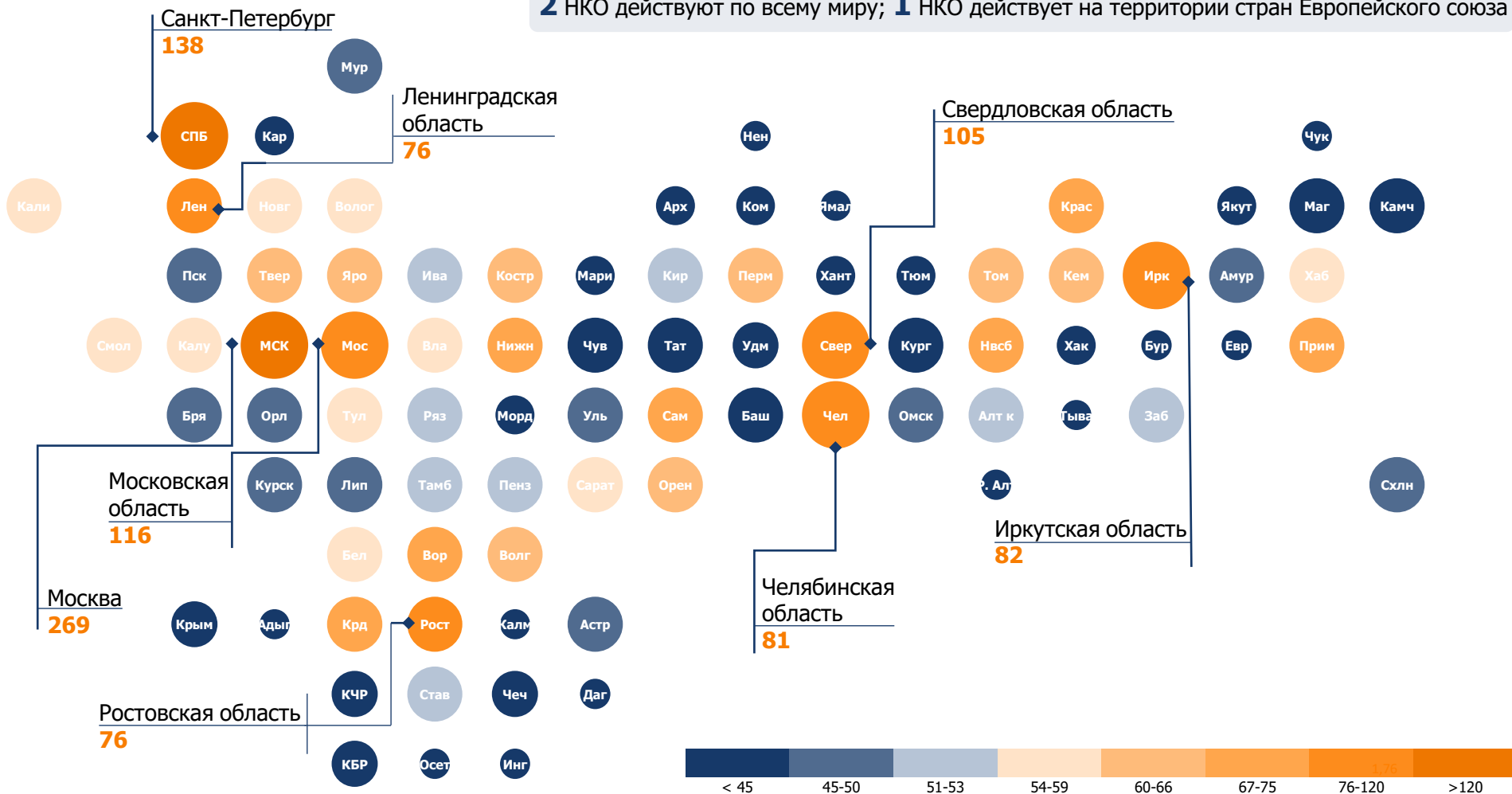
Сумма собранных средств
Направления деятельности

Программные расходы
Непрограммные расходы
Регионы присутствия

Регионы присутствия благотворительных НКО из выборки в рамках исследования

Всего НКО в выборке: **1268**

283 НКО действуют на территории Российской Федерации
12 НКО действуют на территории стран СНГ
2 НКО действуют по всему миру; **1** НКО действует на территории стран Европейского союза



С 2014 года только 28 СОНКО попали в реестр иноагентов, тем не менее в сфере не снижается общее беспокойство о репутации своих организаций

Опасения об иноагентстве снижают эффективность работы НКО

В реестр иностранных агентов входит 485 компаний. С 2014 года в реестр было внесено 28 СОНКО, большая часть – в 2015-2016 гг., половина из них ликвидирована на текущий момент.

Однако, поскольку в реестр иноагентов входят также и физические лица (199 чел.), которые могли быть аффилированы или связаны с фондами через медийную активность и/или амбассадорство, благотворительные НКО стали с осторожностью относиться к привлечению тех, кто будет продвигать фонд в соцсетях, акциях и на мероприятиях.

6/14

НКО важна работа с зарубежными компаниями из-за специфики темы, необходимости обмена опытом и других форм взаимной поддержки, а также совместной разработки системных решений социальных проблем по всему миру.

Публичная поддержка фонда предполагает высокий уровень ответственности

5/14

Имеют амбассадоров / представителей / медийных персон, которые поддерживают фонд публично на регулярной основе.

Несмотря на то, что почти половина интервьюируемых фондов имеет опыт работы с персонами, поддерживающими фонд публично, руководители НКО также видят и возможные риски, которые может повлечь за собой такое взаимодействие:

- использование некорректной терминологии и неверная подача информации при рассказе о проблематике фонда, которая может навредить благополучателям или дать искаженное видение;
- сложно выбрать подходящих людей по духу и ценностям;
- наличие статуса иноагента может создать негативный фон.

Некоторые СОНКО попадали в реестр иностранных агентов и были исключены из реестра МЭР

СОНКО, которые были добавлены в реестр иноагентов с 2014 года, шт.



1/2 СОНКО
действуют



1/2 СОНКО
ликвидированы



Распределение по регионам, %



За 2023 год реестр МЭР обновился на 1000 новых СОНКО, ряд из них помогают пострадавшим от СВО

-9,7%
СОНКО по сравнению с прошлым периодом

К началу сентября 2023 г. тековым фильтром можно было выделить 9652 СОНКО, занимающихся непосредственно благотворительностью, что меньше на 10%, чем в прошлом году. При этом если отслеживать изменения по статусу включения новых СОНКО, то всего появилось 1063 СОНКО, основная часть из которых является благотворительными организациями (73%). Общее снижение количества СОНКО на фоне появления новых свидетельствует об активной оборачиваемости реестра и его обновлении (около 10% за год).

Статус в реестре (основание включения)	окт.22	ноя. 22	дек.22	январ.23	февр.23	мар.23	апр.23	май.23	июн.23	июл.23	авг.23
ИТОГО новых СОНКО в реестре	33	79	19	17	71	44	94	82	333	13	278
Благотворительная организация	—	51	2	3	13	30	80	74	273*	—	246*
Исполнитель общественно полезных услуг	—	6	2	—	3	1	2	—	1	4	2
Образовательная организация	1	2	2	—	—	—	—	1	—	—	2
Получатель поддержки	32	19	13	—	54	10	12	7	59	9	27
Поставщик социальных услуг	—	1	—	—	1	3	—	—	—	—	1

*Список пополнился в основном за счет благотворительных организаций, предъявивших сообщение о продолжении деятельности или отчетность в соответствии со статьей 32 Федерального закона "О некоммерческих организациях" за 2 года, предшествующие дате включения в реестр.



1 СОНКО оказывает помощь **беженцам** и **вынужденным переселенцам**



2 СОНКО помогают **пострадавшим** в результате **войн** и **катастроф**



5 СОНКО занимаются поддержкой **семей, родственников военных**

Всего:
9652
СОНКО

ИЗ НИХ НОВЫХ
1063
СОНКО

ИЗ НИХ НОВЫХ
772

благотворительных
СОНКО

ИЗ НИХ:



4 **Раздел с данными о благотворительной сфере**

Подготовлено при поддержке фонда «Нужна помощь»*

НУЖНА ПОМОЩЬ

В 2022 году траты на благотворительные цели и КСО выросли на 12% за год

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 285 млрд рублей. Коммерческие компании, государство и частные лица в сумме предоставляют НКО 129–160 млрд рублей. 21-52 млрд рублей — пожертвования напрямую, например, на личные карты благополучателей.

Целевая оцениваемая выборка благотворительных НКО в исследовании содержит около 1,1 тыс. организаций



¹**В реестр СОНКО входят:** детские сады, больницы, частные образовательные учреждения, компании, снимающие социальные ролики для государства, проводящие опросы и др.

²**Выборка на основе:** открытых списков и рейтингов НКО от Эксперт РА, Forbes, Русфонда, Нужна Помощь, Помощь рядом; НКО, представленных в разделах «Благотворительность» в приложениях банков.

³**НКО с неаллоцированными сборами:**
 - фонды компаний, уже учтенные в оценке КСО-затрат;
 - фонды с «непрозрачной» отчетностью;
 - реальные благотворительные НКО, не вошедшие в выборку из-за малого размера, отсутствия сайта и другой информации;
 - компании, по сути своей деятельности не являющиеся благотворительными.

Источник: оценка Frank RG, 2023.

Слайд подготовлен при поддержке данными от фонда «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов).

Средства, направленные на благотворительные цели и КСО, 2022 г., млрд руб.

405 - 436 млрд¹

+12%
за год

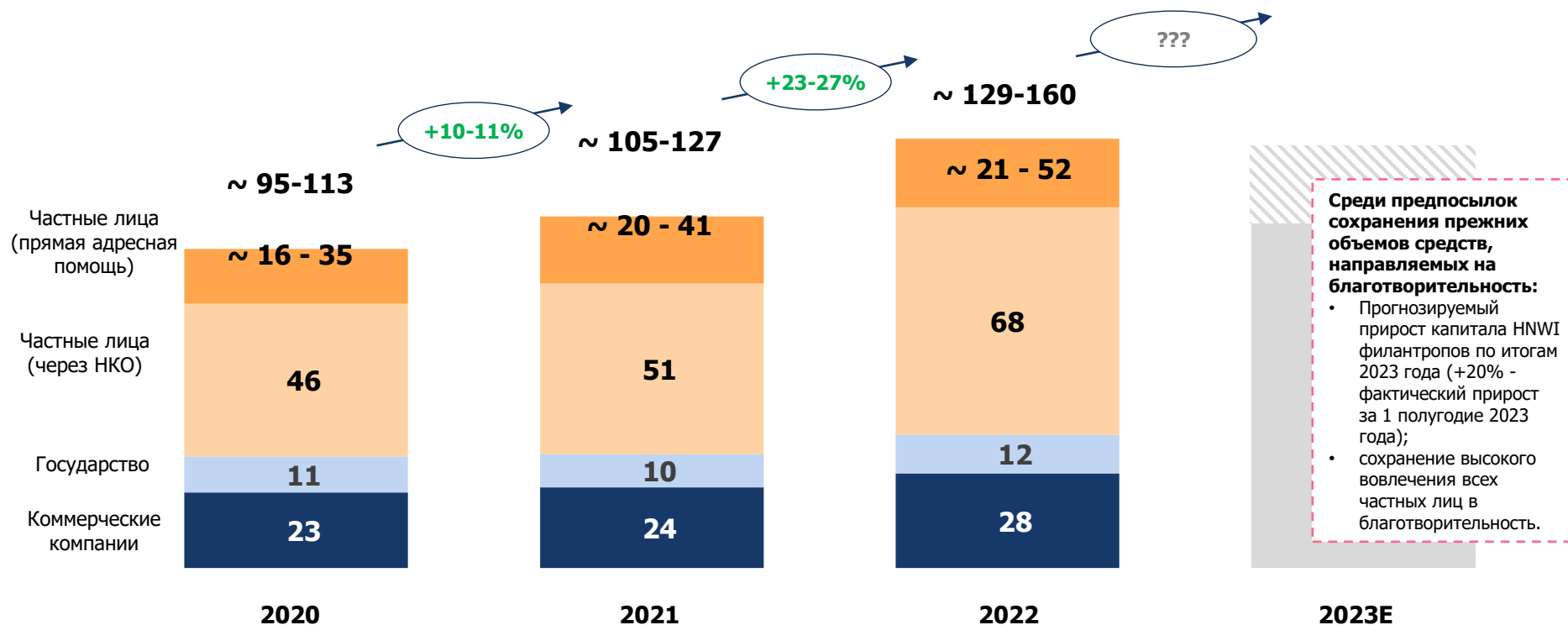


¹**За исключением** пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО.

²**Оценка Frank RG** на основе доли затрат компаний на благотворительные цели и выплаты социального характера работникам в прибыли компаний.

Итоги 2022 года оказались менее пессимистичными, чем ожидалось

Динамика средств, направленных на благотворительные цели по источникам поступлений*, за исключением КСО, млрд руб.



Несмотря на санкционное давление, уход части международных компаний происходил плавно в течение 2022-2023 года. Компании не закрывали свои корпоративные фонды, а поддержка продолжилась, опираясь на бюджеты, запланированные в 2021 году на 2022 год. При этом новые направления помощи стали популярны как среди массовых, так и среди состоятельных доноров, а также бизнеса. По итогам 2022 года только у половины фондов наблюдалось сокращение доходов. Сейчас происходит переориентация на помощь от российских компаний и компаний, которые стали российскими резидентами за последние два года.

*За исключением пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО. Источник: оценка Frank RG, 2023.

Состоятельные филантропы помогают детям и социально-уязвимым группам населения

Доля всех средств, собранных НКО в 2021-2022 гг., по направлениям помощи, %

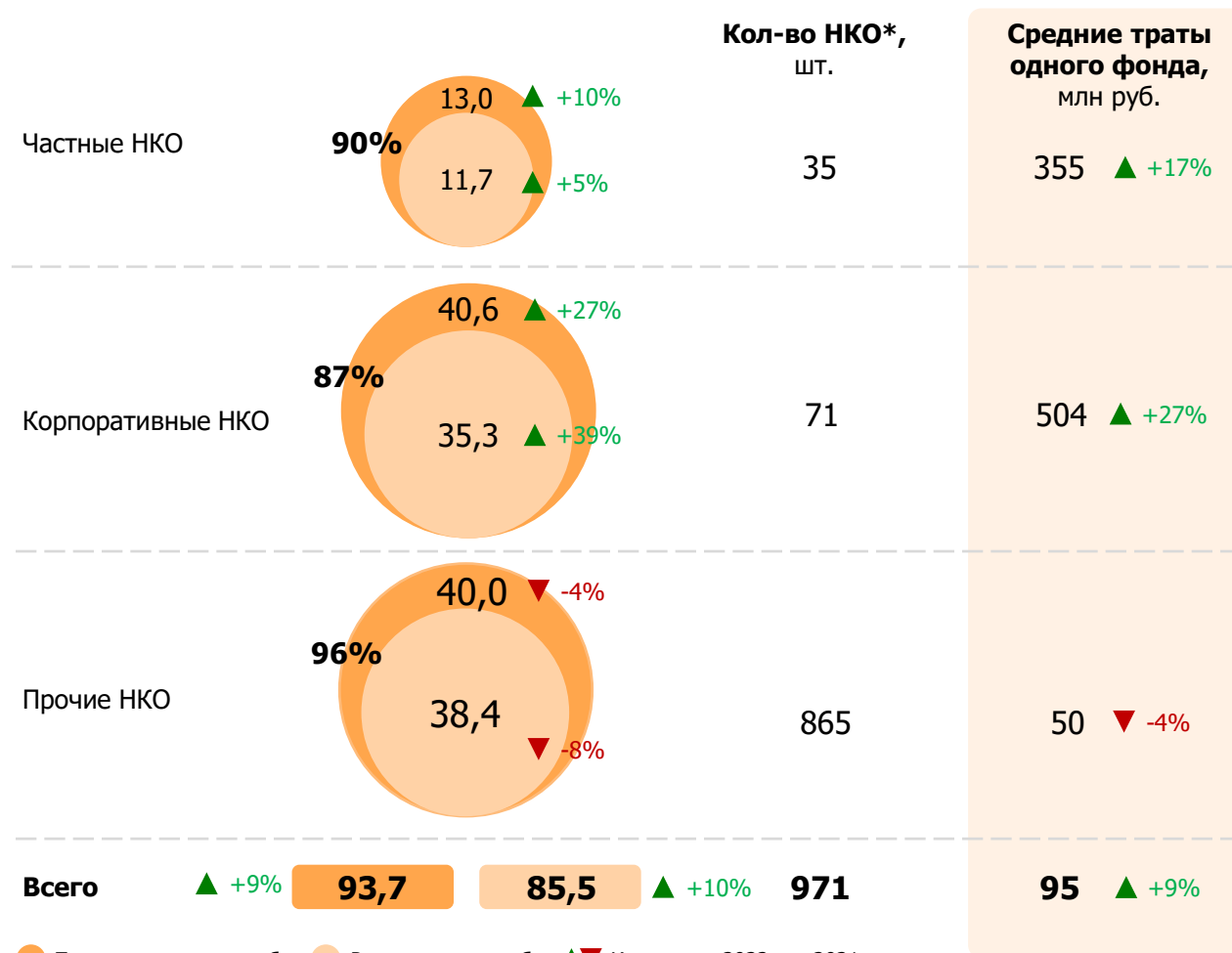


Российские состоятельные филантропы больше склонны жертвовать средства на лечение детей и социально-уязвимым группам населения. Данной тематикой занимается большая часть НКО. Сфера культуры, искусства и науки традиционно финансируется немногочисленной группой наиболее состоятельных филантропов. В 2023 году доля филантропов, поддерживающих культуру, науку и образование, выросла, также существенно выросло вовлечение в поддержку социально уязвимых групп населения.

Источник: оценка Frank RG на основании сумм собранных средств, типах направлений помощи в исследуемых фондах, а также популярности направлений; Frank RG, онлайн-опрос состоятельных респондентов, 2023. В вопросе возможен выбор нескольких вариантов ответа.

Слайд подготовлен при поддержке данными от фонда «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов).

Наблюдается снижение средних трат на благотворительность у НКО, которые не относятся к корпоративными или частным



По исследуемой выборке* (997 НКО) в 2022 году объем сборов корпоративных НКО значительно вырос (+27%) по сравнению с 2021 годом и составил 40,6 млрд руб. В прошлом году, наоборот, наибольший объем сборов наблюдался у НКО, которые не являются частными или корпоративными. Их суммарный объем сборов составил столько же, сколько у корпоративных и частных НКО вместе взятых. В 2022 году более половины всех поступлений (53,6 млрд руб.) приходится на корпоративные и частные НКО.

Корпоративные и частные НКО расходуют примерно 90% поступлений, остальные - 96%. 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 зачастую привязаны к годовому операционному циклу бизнеса.

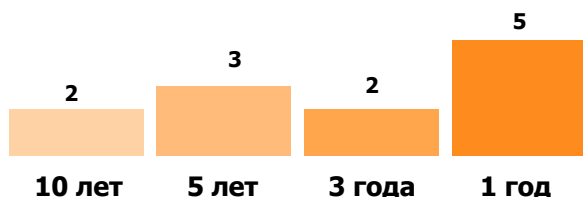
***Выборка на основе:** открытых списков и рейтингов НКО от Эксперт РА, Forbes, Русфонда, Нужна Помощь, Помощь рядом; НКО, представленных в разделах «Благотворительность» в приложениях банков. Данные не включают фонды целевого капитала. Источник: платформа «Нужна помощь», годовые отчеты НКО.

Основной тренд в фандрайзинговых стратегиях фондов – диверсификация источников поступлений в связи с возросшей неопределенностью

Часть представителей фондов заявляют, что были вынуждены существовать в более узком горизонте планирования в связи с неопределенностью, которая началась со стартом СВО. Те фонды, у которых до недавнего времени не было четкой финансовой стратегии, пострадали больше всего. Как следствие начавшейся в прошлом году экономической турбулентности большинство фондов стали пересматривать свою стратегию или создавать новую. Еще одним осложнением для НКО стал уход иностранных компаний, которые активно развивали корпоративную социальную ответственность и участвовали в благотворительности. Многие из иностранных компаний были важными источниками финансирования для НКО. Это также привело к пересмотру финансовых стратегий в сторону диверсификации источников финансирования.

Многие представители благотворительных НКО указали, что в течение 2022-2023 гг. им приходилось неоднократно менять стратегии привлечения доноров, а также корректировать, куда и на какие программы будут направляться средства доноров.

Горизонт планирования фондов, число фондов



До СВО у нас была стратегия фандрайзинга. Поскольку она основывалась на наших сильных сторонах глобально она не изменилась, сильные стороны те же. Но чтобы ее реализовать в новых условиях нам пришлось много переобуваться в воздухе и все перестраивать.

Директор по фандрайзингу фонда

События, которые произошли за последнее время, ослабили наш фандрайзинговый потенциал. Мы ранее не опирались на массовый фандрайзинг, поэтому обратились за помощью к консультантам для создания стратегии фандрайзинга

Директор фонда

фондов отметили курс на соблюдение баланса между источниками финансирования



имеют один ключевой источник финансирования

14



Большинство опрошенных фондов указали, что сформировали курс на диверсификацию источников финансирования, что считается наиболее стабильной моделью в долгосрочной перспективе. 6 из 8 фондов указали, что рассматривают массового инвестора как одного из своих основных источников финансирования.

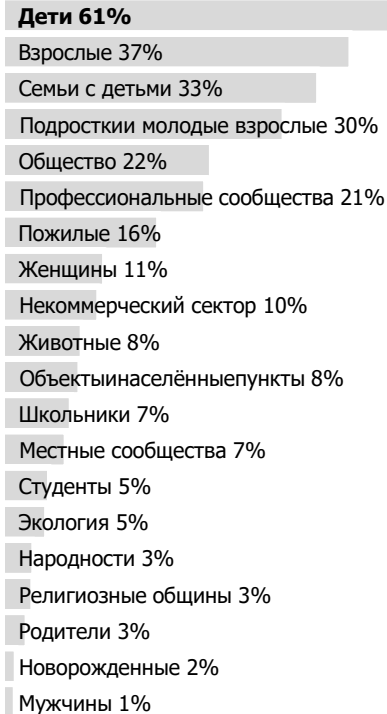
Почти половина опрошенных фондов заявили о наличии единственного ключевого источника финансирования. В половине случаев основной вклад в финансирование выполняет крупный донор. Фонды, работающие в рамках фандрайзинговой стратегии заявили, что планируют развивать дополнительный источник поступлений, чтобы повышать уровень независимости и снижать риски.

Половина фондов уделяют внимание проблемам, связанными с детством

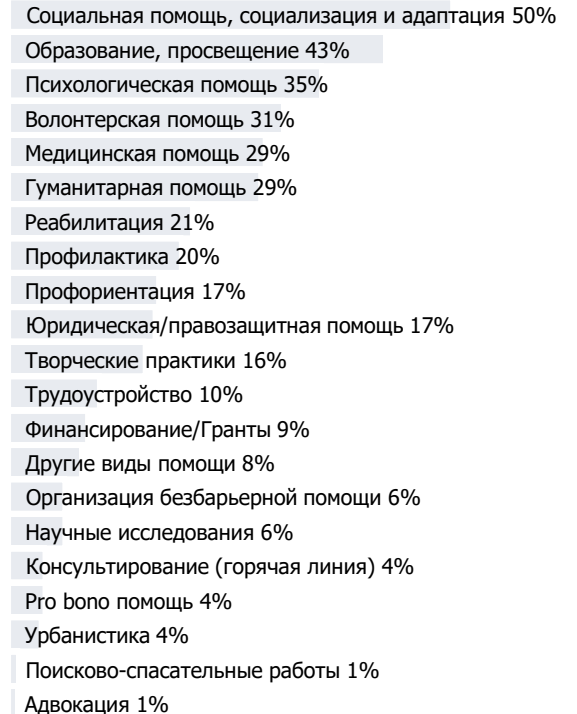
Доля фондов по типу проблемы, %



Доля фондов по категориям, %



Доля фондов по типу помощи, %



Доминирующая доля детства в проблематике и категориях фондов определяет и тип помощи – больше половины фондов указывают социальную помощь, адаптацию и образование как основные типы помощи. С точки зрения сборов на благотворительные цели, дети – проблематика, на которую легко привлечь доноров. Однако при этом «тяжелые» проблемы, связанные с детьми, такие как детская смертность, орфанные заболевания, стигматизация традиционно остаются менее охваченными поддержкой. Некоторые категории населения, от которых в том числе зависит судьба ребенка – родители, мужчины – редко указываются фондами, как благополучатели. Такие темы как поисково-спасательные работы, научные исследования, консультирование также не так обширно представлены различными фондами.

Проблема детства, безусловно, важна, но фокус на определенной теме может привести к ситуации, когда большой ряд проблем, в том числе системных, не будет охвачен поддержкой благотворительных фондов, что может привести к недоверию и разочарованию в работе благотворительных НКО в целом.

Источник: годовые отчеты НКО, расчеты Frank RG

Слайд подготовлен при поддержке данными от фонда «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов).

Помощь детям в основном сконцентрирована в проблемах, где нужна медицинская поддержка

Доля фондов, которые занимаются указанными проблемами и категориями благополучателей, %

Проблема	Категория	Дети	Семьи с детьми	Взрослые	Подростки и молодые взрослые	Проф. сообщества	Пожилые	Общество	Сектор НКО	Женщины	Местные сообщества	Объекты и населенные пункты	Школьники	Экология	Студенты	Родители	Животные	Религиозные общины	Новорожденные	Народности	Мужчины
Детство		48,4%	23,9%	17,3%	21,0%	12,2%	7,6%	7,7%	4,9%	6,4%	2,6%	2,7%	3,5%	2,6%	1,8%	2,0%	1,3%	1,2%	1,3%	0,8%	0,7%
Инвалидность		32,6%	16,6%	20,3%	16,3%	8,7%	10,3%	6,3%	4,4%	2,2%	2,3%	2,4%	2,1%	2,0%	1,1%	1,4%	1,1%	1,0%	1,0%	0,6%	0,4%
Сиротство		20,5%	14,6%	8,0%	12,9%	4,4%	4,6%	3,9%	2,8%	4,7%	1,2%	1,7%	1,8%	1,2%	1,0%	1,0%	0,7%	0,5%	0,7%	0,4%	0,3%
Бедность		10,4%	10,3%	9,1%	4,7%	2,0%	6,7%	3,6%	2,4%	3,4%	1,4%	1,4%	1,7%	1,2%	1,1%	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%	0,3%	0,3%
Старость		7,4%	6,9%	8,1%	3,8%	2,4%	10,9%	3,3%	2,1%	1,5%	1,6%	1,4%	1,4%	0,9%	0,8%	0,5%	0,8%	0,8%	0,3%	0,3%	0,3%
Развитие НКО		6,8%	4,1%	5,8%	4,4%	3,3%	3,1%	4,9%	5,7%	1,6%	3,1%	0,9%	0,7%	1,2%	0,5%	0,6%	0,8%	0,3%	0,5%	0,1%	0,1%
Острые и хронические заболевания		11,7%	5,7%	6,2%	6,3%	3,8%	2,8%	2,3%	1,6%	1,6%	0,8%	0,5%	0,3%	0,4%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%
Развитие гражданского общества		5,5%	3,8%	4,5%	3,3%	3,1%	2,6%	4,7%	4,4%	2,0%	3,3%	1,0%	0,9%	1,6%	0,7%	0,5%	0,6%	0,2%	0,4%	0,3%	0,3%
Развитие здравоохранения		10,3%	3,2%	5,4%	3,3%	7,1%	1,5%	4,1%	1,2%	1,2%	0,6%	1,5%	0,5%	0,3%	0,5%	0,1%	0,1%	0,3%	0,2%	0,4%	
Развитие системы образования		5,2%	2,5%	2,5%	3,8%	4,2%	1,1%	3,2%	1,4%	0,5%	0,9%	2,3%	2,7%	0,6%	1,5%	0,6%	0,4%	0,5%	0,3%	0,7%	0,3%

Высокая концентрация на темах детства приводит к тому, что темы, связанные с экологией, бедностью, образованием остаются менее охвачены профессиональной благотворительностью. Развитие системы образования указали как проблему, с которой они работают, только 7% НКО. Меньше всего фондов работают с категориями «Мужчины», «Народности». Любопытно, что при высокой популярности темы детства, категория благополучателей «Родители» указывается малым количеством фондов как направление, в котором они работают.

Источник: годовые отчеты НКО, расчеты Frank RG. **Важно: НКО может указывать более чем 1 проблему и более чем 1 категорию.**

Слайд подготовлен при поддержке данными от фонда «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов).

Социальная помощь, социализация и адаптация – наиболее популярные типы благотворительной помощи

Доля фондов, которые занимаются указанными проблемами и типами помощи, %

Проблема	Тип помощи																					
		Соц. помощь, социализация и адаптация	Образование, просвещение	Психологическая помощь	Медицинская помощь	Гуманитарная помощь	Волонтерская помощь	Реабилитация	Профилактика	Творческие практики	Юридическая/правозащитная помощь	Профориентация	Трудоустройство	Другие виды помощи	Организация безбарьерной среды	Финансирование / Гранты	Научные исследования	Pro Bono помощь	Консультирование (горячая линия)	Урбанистика	Адвокация	Поисково-спасательные работы
Детство		32,5%	22,6%	21,3%	18,8%	16,1%	13,7%	14,2%	12,7%	11,4%	9,2%	11,1%	6,1%	4,4%	3,2%	3,1%	2,5%	1,6%	1,4%	0,7%	0,5%	0,5%
Инвалидность		28,5%	16,6%	17,4%	17,3%	13,6%	12,7%	13,6%	6,7%	9,9%	7,3%	6,7%	4,8%	3,4%	5,8%	2,0%	1,7%	1,3%	2,1%	0,6%	0,4%	0,3%
Сиротство		17,5%	10,2%	10,1%	7,1%	10,3%	8,7%	5,1%	9,2%	4,7%	5,2%	8,1%	4,1%	2,5%	2,0%	1,4%	0,7%	0,9%	0,9%	0,3%	0,3%	0,3%
Бедность		10,0%	5,3%	6,8%	5,3%	11,4%	6,8%	4,7%	5,8%	2,8%	5,1%	3,0%	3,0%	1,8%	1,1%	1,1%	0,6%	1,0%	1,1%	0,3%	0,3%	0,4%
Острые и хронические заболевания		8,2%	4,2%	6,5%	9,5%	5,0%	5,0%	6,9%	4,0%	2,7%	3,1%	1,6%	0,6%	1,4%	1,1%	1,0%	1,0%	0,5%	0,8%	0,1%	0,1%	0,2%
Старость		8,1%	4,1%	4,7%	5,1%	8,3%	5,9%	3,9%	3,2%	2,9%	2,1%	1,7%	1,2%	1,0%	0,9%	0,8%	0,5%	0,6%	0,9%	0,1%	0,2%	0,1%
Развитие здравоохранения		5,9%	6,5%	6,1%	8,5%	2,8%	4,1%	4,4%	3,6%	2,7%	2,2%	1,2%	0,6%	1,2%	0,9%	1,8%	1,8%	0,1%	0,6%	0,3%	0,1%	0,1%
Развитие некоммерч-го сектора		7,1%	5,7%	4,6%	2,2%	4,0%	4,9%	3,0%	3,4%	3,1%	3,3%	2,2%	1,6%	1,4%	1,1%	2,0%	0,7%	1,8%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%
Развитие гражданского общества		5,0%	5,8%	3,8%	1,5%	3,4%	4,9%	2,2%	2,9%	2,2%	3,4%	2,1%	0,8%	1,6%	0,9%	2,1%	1,0%	1,6%	0,5%	0,7%	0,2%	0,1%
Стигматизация		7,3%	5,8%	5,2%	2,0%	2,2%	3,2%	2,1%	3,4%	2,7%	3,4%	2,4%	2,4%	1,0%	0,9%		0,9%	0,4%	0,8%	0,1%		

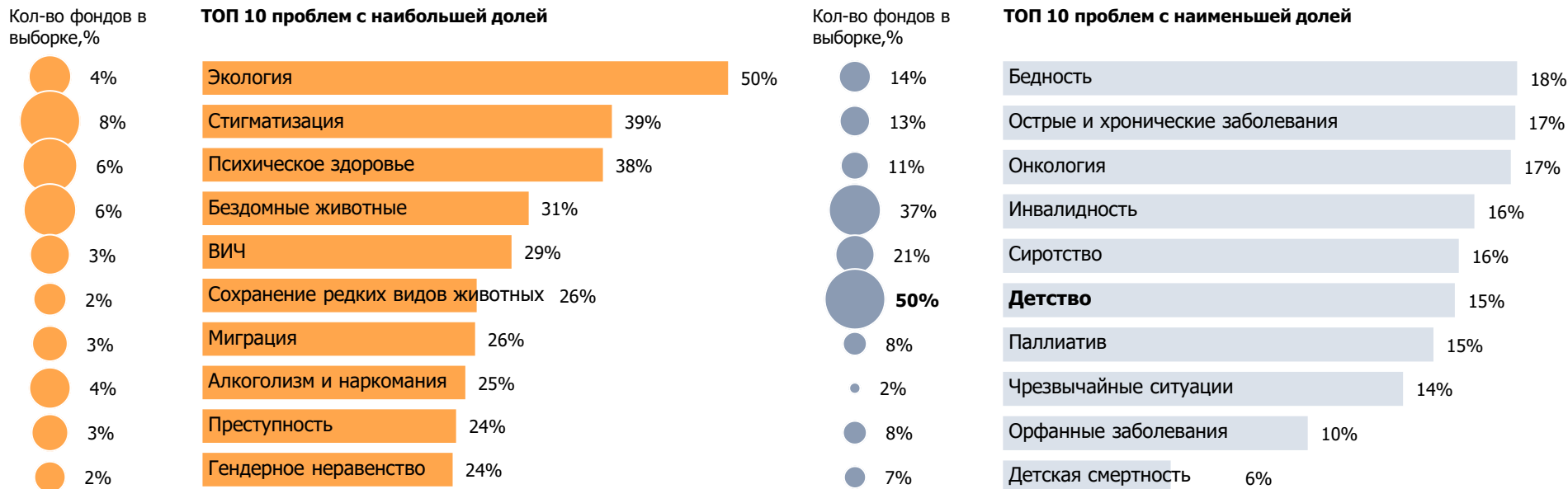
Большинство фондов чаще всего работают, оказывая социальную помощь, помощь с социализацией и адаптацией категориям граждан, у которых есть проблемы, связанные с детством и инвалидностью. Проблемы сиротского опыта занимается меньшее количество организаций. Также достаточно большое количество фондов занимается образовательной, просветительской и психологической помощью. Вопросы урбанизации, адвокации и поисково-спасательных работ – это специфические типы помощи, которыми занимаются небольшая доля НКО.

Источник: годовые отчеты НКО, расчеты Frank RG. **Важно: НКО может указывать более чем 1 проблему и более чем 1 тип помощи.**

Слайд подготовлен при поддержке данными от фонда «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов).

Доля фондов, оказывающих системную помощь, в наиболее распространенных проблемах, таких как детство, инвалидность, не превышает 15%

Доля фондов, оказывающих системную помощь в разрезе основных проблем, которыми занимаются НКО %



Конкуренция между направлениями помощи в секторе есть всегда. И есть масса исследований о том, что охотнее жертвуют детям, потом там животным, экологии и так далее, и так далее. И, соответственно, взрослые, пожилые люди будут совсем в низу списка.

Директор НКО

При анализе проблем, категорий благополучателей и типов оказываемой помощи мы рассчитали **индекс системности** в каждой из проблем, которыми занимаются НКО. К **системным** мы отнесли те фонды, которые определяют следующие категории благополучателей для себя: «**Некоммерческий сектор**», «**Общество**», а также оказывают следующие типы помощи – «**Научные исследования**», «**Образование и просвещение**».

Проблемы, где НКО традиционно сфокусированы на адресной помощи и рассчитанный индекс системности невысокий – бедность, заболевания (включая инвалидность), темы, связанные с уязвимостью детства. Важно отметить, что несмотря на то, что в проблеме «Бездомных животных» доноры также склонны помогать адресно, 31% фондов, согласно представленной методике, являются системными. Таким образом, можно сказать о том, что потенциал развития системной помощи и в проблемах, где распространена адресная помощь, существует.

*Учитывались верифицированные фонды, как системные, так и адресные, общая выборка = 973

Слайд подготовлен при поддержке данными от фонда «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов).

НУЖНА ПОМОЩЬ

В бенчмарк-исследовании в конце 2023 года приняло участие 33 благотворительных НКО

В рамках исследования 2022 года поделились данными 33 НКО. Часть из них – средние по размеру фонды, занимающиеся узко направленной деятельностью или оперирующие в одном-двух регионах России.

Распределение фондов, участвующих в бенчмарк-исследовании в 2022-2023 гг., по городам и объему сборов за год, %

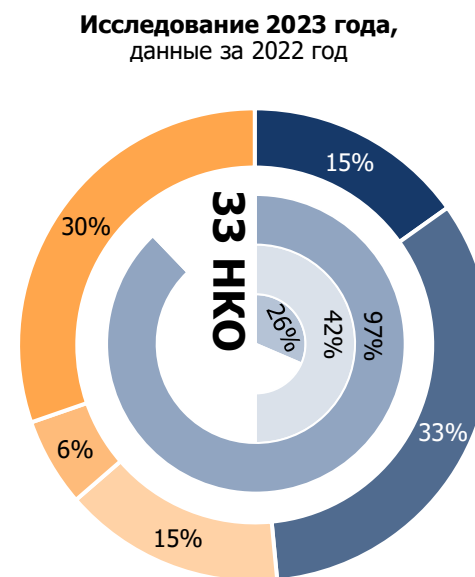
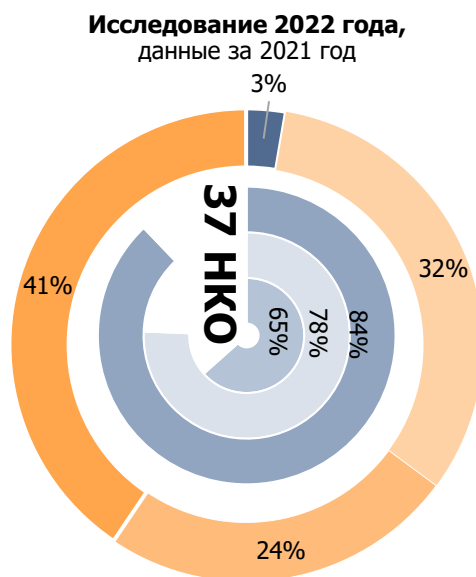
По объему сборов, за год, руб.

- до 1 млн
- от 1 до 10 млн
- от 10 до 50 млн
- от 50 до 100 млн
- больше 100 млн

По представленности*

- Москва и МО
- Санкт-Петербург и ЛО
- Прочие регионы

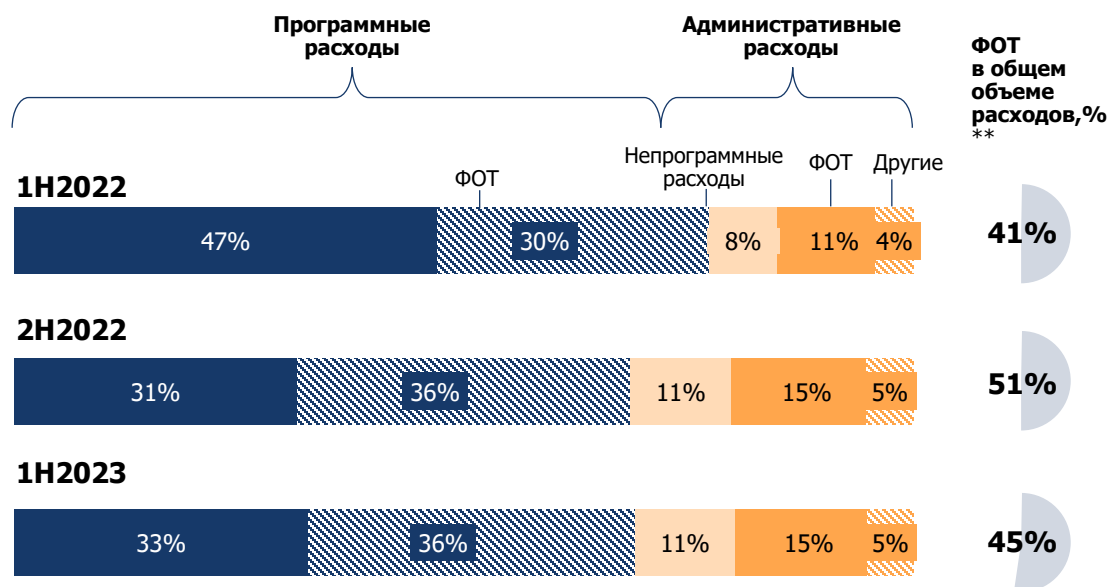
*Наличие представительства / филиала в указанном регионе.



Учитывая специфику работы региональных фондов и их структуры, стоит отметить, что тренды, которые актуальны для НКО в регионах, могут отличаться от трендов НКО, которые работают только в крупных городах. Региональные фонды в первую очередь ставят перед собой задачу осуществлять адресную помощь людям, помогая в больших случаях локально и поэтому структура трат, поступлений, а также виды поступлений (например, из-за рубежа или по цифровым каналам транзакций) будут различны.

Для НКО затраты на ФОТ становятся важной частью расходов из-за роста номинальных зарплат и дефицита кадров в отрасли

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



Мажоритарная часть расходов НКО – это фонд оплаты труда (ФОТ) преимущественно программных сотрудников. Тренд на сокращение квалифицированных кадров коснулся и НКО, где присутствует «кадровый голод», о котором в том числе и упоминали на интервью представители НКО.

С другой стороны, профессионализация сферы и приток сотрудников из бизнеса, которые ранее работали в коммерческих компаниях, формирует запрос на более конкурентные условия труда.

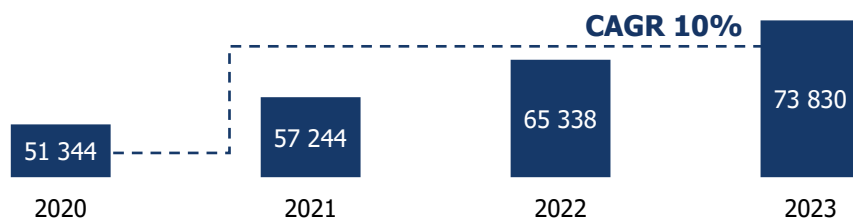
Среди возможных решений, которые могут помочь большинству НКО покрывать расходы, связанные с ФОТ –

- (1) использование части средств с массовых пожертвований,
- (2) учет суммы трат на ФОТ в бюджете программных проектов
- (3) создание целевого капитала, который может обеспечить часть затрат на сотрудников.

Несмотря на то, что основные затраты приходятся на программные исследования, доноры неохотно благотворят на зарплаты – фондам сложно собирать средства на оплату труда.

В НКО, принявших участие в бенчмарк-исследовании, доля расходов находится на стабильно высоком уровне – около 40%.

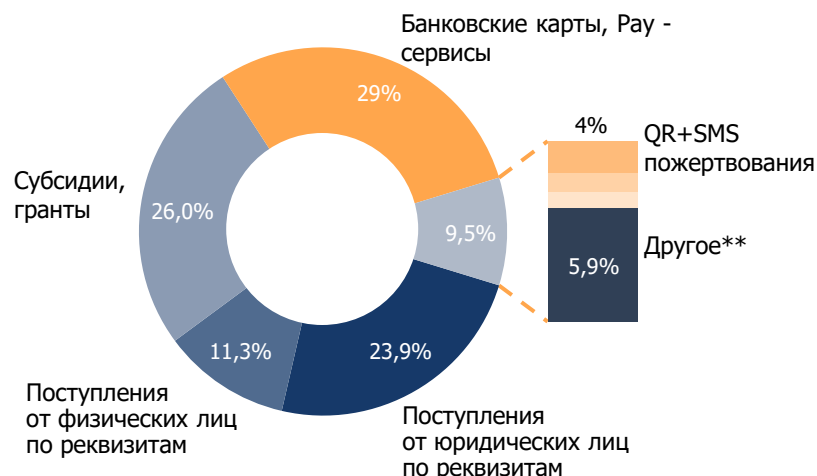
Средняя номинальная заработная плата по РФ, в руб.



Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2023 год.

Большая часть поступлений исследуемых НКО – пожертвования от физических лиц

Формы поступления средств в НКО, %, 1Н 2023 г.

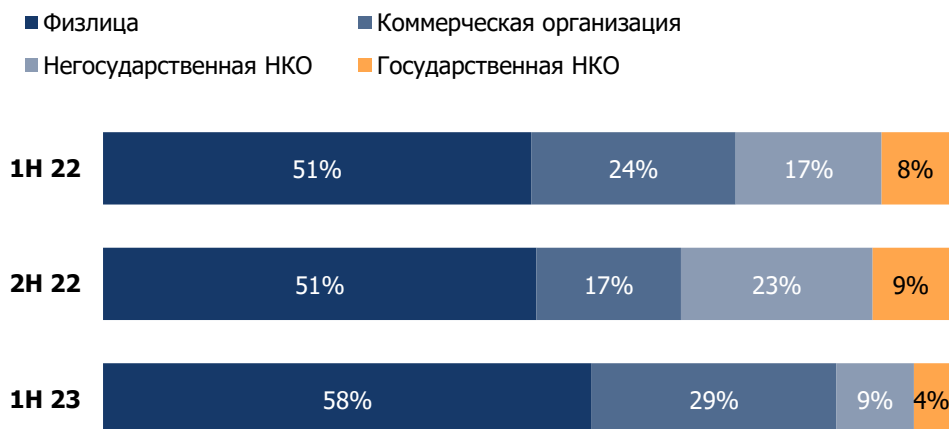


*Не отражено на графике: иностранные источники с долей в 7%.

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

Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2023 год.

Источники финансирования НКО, %, 1Н 2022 – 1Н 2023 г.*



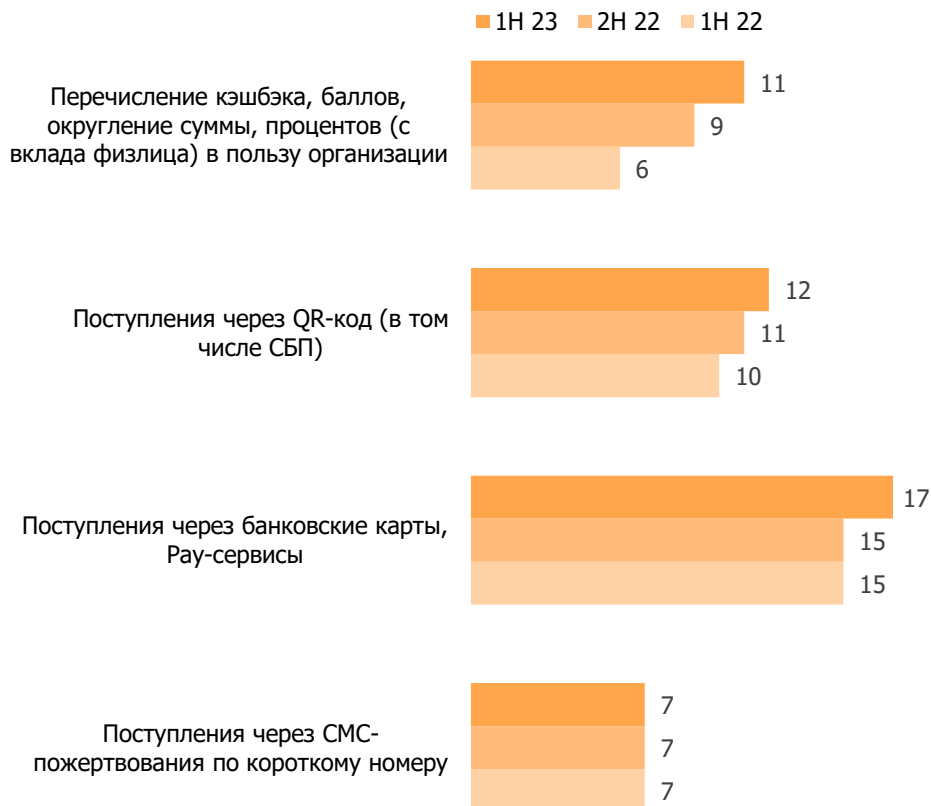
За прошедшие полтора года тренды в источниках финансирования менялись – стабильный рост показывал только сегмент физлиц, который, несмотря на кризис, показывал стабильную долю в структуре источников финансирования благотворительных НКО от полугодия к полугодю.

Бизнес же остро отреагировал на изменения в российской экономике – и существенно сократил расходы в 2 полугодии 2022 года (сокращение на 7%). Исследуемые НКО переориентировались на получение помощи от государства и инфраструктурных НКО – суммарно они обеспечили более 30% всей получаемой помощи.

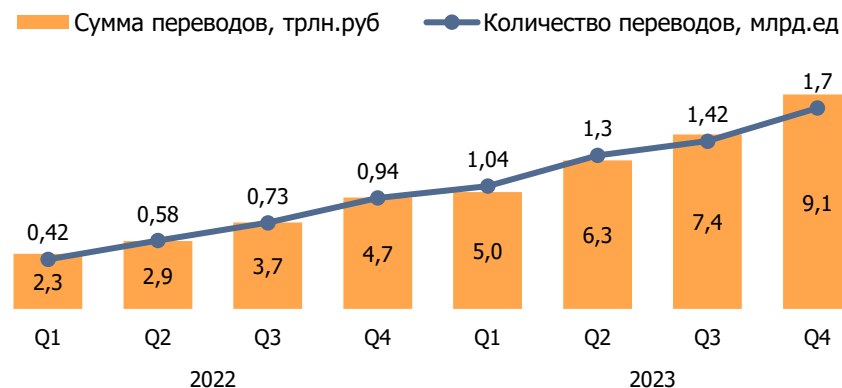
В первом полугодии физлица обеспечили 58% всех поступлений (прирост на 8% к полугодю), что показывает желание физлиц участвовать в благотворительности, несмотря на кризисы и инфляционные ожидания.

Популярность набирают новые методы совершения транзакций

Количество фондов, получивших транзакции через определенный метод платежа



Количество и сумма переводов через СБП, 2022 – 2023 год



В 2022 году рынок российских платежей подвергся изменениям из-за санкционного давления. Это стимулировало клиентов банков переходить на новые способы платежей, например, на систему СБП – к концу 2023 года, каждый второй россиянин использовал СБП при переводе средств.

НКО тоже переформатировались на новую систему, за промежуток с 1 полугодия 2022 по 1 полугодие 2023 количество платежей увеличилось практически во всех digital-каналах, а в традиционных СМС-платежах осталось прежним. Это говорит о формировании нового тренда среди благотворителей. НКО необходимо адаптироваться, чтобы не потерять аудиторию и объем платежей.

«На главной странице предыдущей версии сайта фонда был размещен номер для смс-пожертвований. В какой-то момент мы заменили его на QR-код, что дало значительный рост объема поступлений через сайт»

директор НКО

Размер средних трат на благотворительность в 2023 году падает

Средний размер денежной транзакции, в тыс. руб.



Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2023 год.

*Принадлежит признанной экстремистской и запрещенной в России Meta.

Тренд на снижение среднего чека среди основных российских благотворителей может сохраниться во второй половине 2023 года и в 2024 году

Из-за нестабильной экономической ситуации, роста курса валют, а также роста цен на потребительские товары средний чек в 2023 уменьшился – как и в группе физических лиц, так и в секторе юридических организаций (вырос только у государственных НКО). Массовому благотворителю стало сложнее тратить больше средств, поскольку расходы на основные потребности выросли, а инфляционные ожидания оставались высокими. Кроме того из-за сокращения каналов коммуникации фондам стало сложнее «дотягиваться» до благотворителя.

Бизнес и негосударственные НКО подстраиваются под изменения и могут жертвовать меньшие суммы, но чаще, поскольку большие транши могут оставить компании без средств на случай непредвиденных кризисов. В этот «переходный» период недостаток средств может обеспечить государство, увеличив объем субсидий и грантов.

Однако **объемы средств, направляемые на благотворительные цели**, могут быть поддержаны на прежнем уровне с помощью вовлечения в благотворительность большей доли населения, а также роста частоты благотворительных транзакций.

«Например, в результате мероприятия фонда, которое прошло в мае, было собрано средств на благотворительные цели в три раза меньше, чем в результате наших стандартных мероприятий в прошлом»

руководитель НКО

«Мы получали из всех соцсетей, особенно из Instagram, много аудитории, она конвертировалась и в рекуррентные платежи тоже. Сейчас мы находимся в состоянии, когда мы потеряли эту большую воронку. При этом старая аудитория вымывается, а приток новой минимален, что приводит к сокращению аудитории.»*

руководитель НКО

5 Крупный российский филантроп

В 2022 году доля HNWI в общем объеме средств частных филантропов снизилась

Средства, направленные на благотворительные цели и КСО, 2022 г., млрд руб.

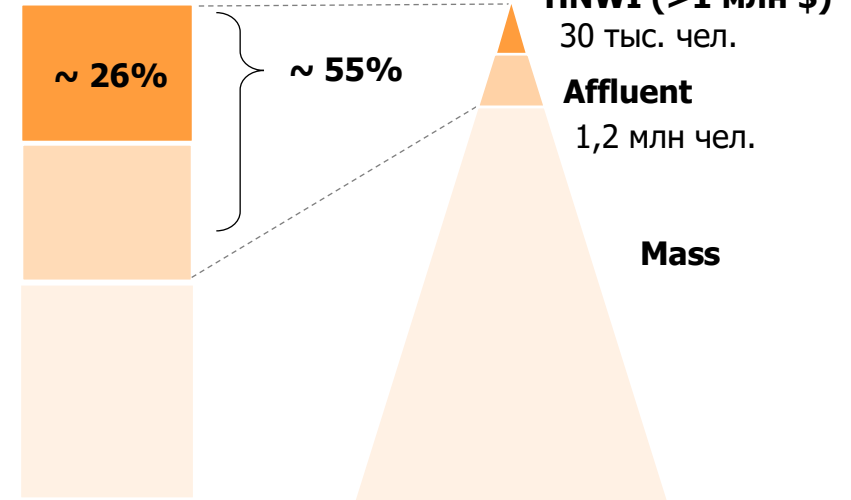
405 - 436 млрд*

+12%
за ГОД



~ 89 – 120 млрд руб.

50 млн человек



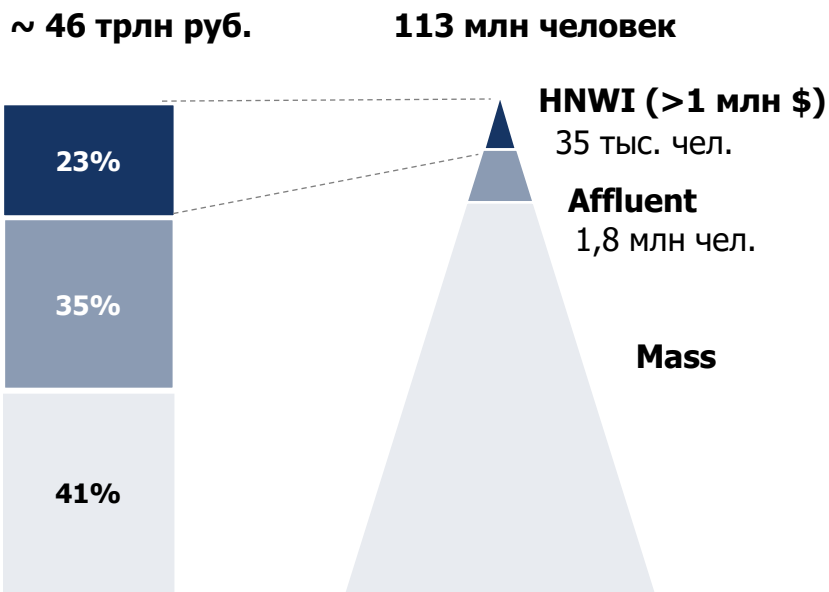
Благотворительность в России финансируется за счет компаний, частных лиц и государства. Компании финансируют собственные корпоративные фонды и расходуют средства на корпоративную социальную ответственность (КСО). По оценке Frank RG, объем КСО-расходов в России составляет **285 млрд рублей**. Коммерческие компании, государство и частные лица в сумме предоставляют НКО **129–160 млрд рублей**. **21-52 млрд рублей** — пожертвования напрямую, например, на личные карты благополучателей.

Около 26% всех пожертвований частных лиц составляют пожертвования HNWI-благотворителей — **26 млрд рублей**.

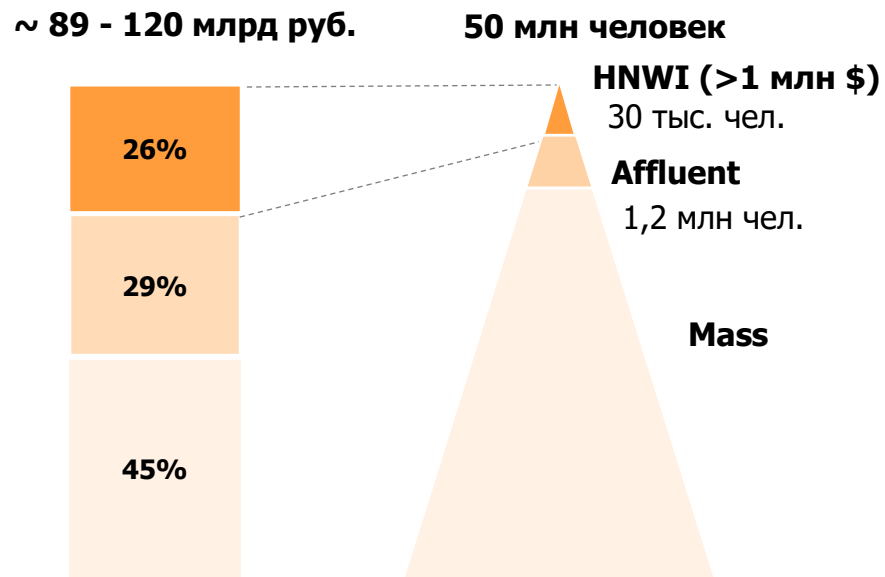
*За исключением пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО. Источник: оценка Frank RG, 2023.

HNWI в 2022 году потратили около 26 млрд рублей на благотворительность, это 0,25% от капитала всех HNWI в России

Сегментное распределение частных лиц в России (доноры и не доноры) и их капитал, 2022 г., чел., руб.



Количество доноров и размер трат на благотворительные цели (включая «серую» благотворительность), 2022 г., чел., руб.



Размер трат HNWI на благотворительные цели, по оценке Frank RG, составляет около 26 млрд руб. Это 28% от общих трат частных лиц на благотворительность и примерно 0,25% от капитала всех HNWI (доноров и не доноров). Для сравнения, доля трат UHNWI клиентов в мире от капитала всех таких клиентов составляет 0,5%.

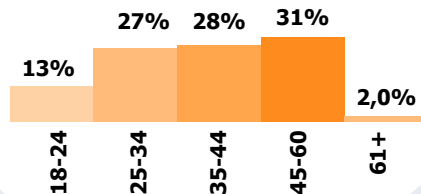
События 2022 года наиболее остро отразились на финансовых решениях состоятельного сегмента. Вывод капиталов в наличную форму, за рубеж и в альтернативные формы инвестиций (недвижимость, золото, бизнес) определили снижение доли как высокостоятельного сегмента (HNWI), так и среднесостоятельных сегментов. В 2023 году в связи с сокращением возможностей по выводу финансового капитала сократился отток, а благоприятные условия финансового рынка позволили нарастить портфели.

Состав крупных филантропов, поддерживающих фонды, изменился, филантропы стали жертвовать больше в 2023 году

У 41% опрошенных за последние 2 года изменилось участие в благотворительности



Распределение респондентов по возрасту*

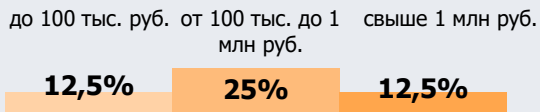


Жертвовали деньги **70%** | Вкладывали время **23%** | Оказывали гуманитарную помощь **41%** | Участвовали в мероприятиях **30%**

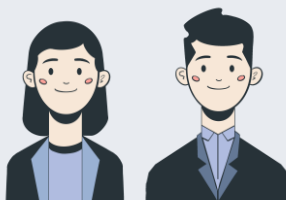
Прямая помощь **66%** | Мероприятия **62%** | Экспертиза **36%** | Управление **31%** | Соц. предпр-во **28%**

50% участников интервью

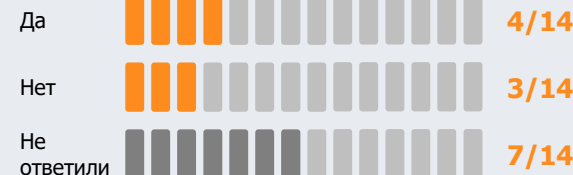
выделяют крупных доноров в отдельную категорию



59% **41%**



Увидели ли вы уход крупных филантропов на фоне экономической неопределенности в стране?



4/14 участников интервью

считают, что у благотворителей есть внутренний запрос на участие в благотворительности, но выбор конкретного фонда определяется степенью заинтересованности в его программе

46% респондентов

совершают спонтанные пожертвования чаще, чем раз в год

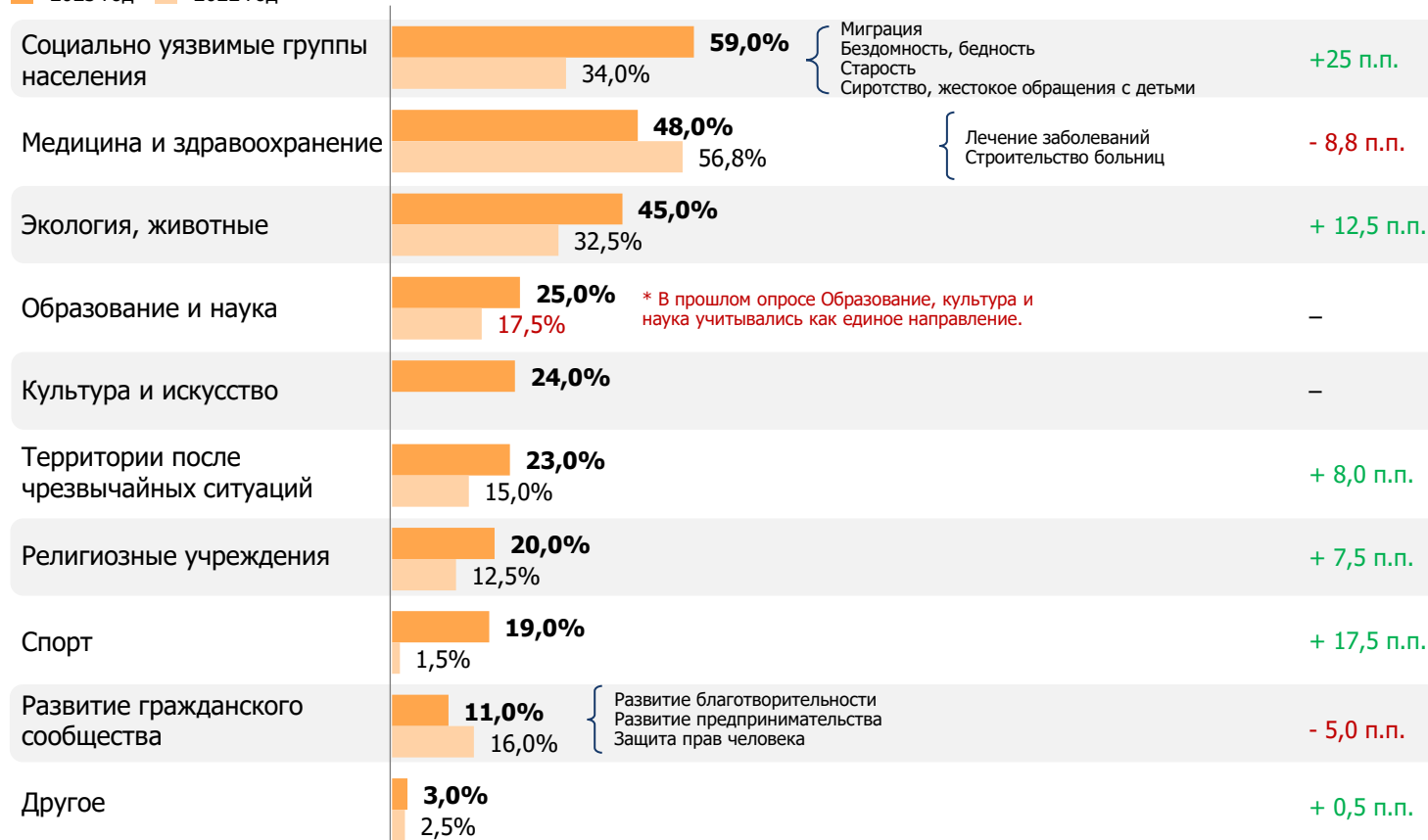


В 2022 году помощь социально уязвимым группам населения вышла на первое место в пожертвованиях состоятельных доноров

Доля состоятельных людей, которые жертвуют на данную тему *, %

Y-to-Y

2023 год 2022 год



Стабильно популярными направлениями пожертвований для частных состоятельных филантропов являются направления, связанные с помощью социально уязвимым группам населения (помощь детям-инвалидам, сиротам, мигрантам, бездомным, малоимущим и пожилым), а также медицина/ здравоохранение и экология, которая стабильно остается на третьем месте в списке.

Сфера науки традиционно финансируется более состоятельными филантропами, ее популярность также выросла за последний год.

В целом, более равномерное распределение популярности тем в 2023 году говорит о том, что состоятельные доноры начали жертвовать в недофинансированные тематики, что является хорошим трендом для сферы благотворительности в стране.

8 из 13 фондов отметили, что крупным донорам интересны новые непопулярные направления и для них важно, чтобы их пожертвования шли на решение социально значимых проблем.

Мотивация российских состоятельных доноров по-прежнему направлена на решение проблем, но появляется и желание вдохновлять себя и других

Желание помочь решить проблему, а также связь с личным опытом продолжают быть ключевыми мотивациями состоятельных доноров при выборе направлений пожертвований, хотя по сравнению с прошедшим годом доля трех основных причин снизилась. Одновременно с этим выросли внешние причины, такие как: социально одобряемое поведение, религиозные взгляды и круг общения.



Конечно же, эмоциональная связь и эмоциональная составляющая невероятно важны. Благотворители, оказывающие крупную помощь, порой выбирают тот регион для поддержки, с которым связано детство, личные истории или важные воспоминания.

директор по фандрайзингу и коммуникациям благотворительной организации



Многие наши попечители учились в разных вузах мира, и этот опыт повлиял на их мировоззрение и бизнес. Поэтому они видят в образовании особую ценность и хотят поддерживать сотрудников благотворительных фондов, которые не могут оплатить обучение сами. Попечители видят, как благодаря полученным знаниям меняется работа фонда - он становится более профессиональным, прозрачным, системным и эффективным

директор направления по работе с попечителями и экспертами фонда



Крупные филантропы хотят чувствовать причастность к важному делу. При этом, им важно понимать, на что конкретно направлена их финансовая помощь, важно видеть историю успеха, а не бесконечную боль. Всем хватает своих проблем, у успешных людей они тоже есть, от участия в благотворительности им хочется вдохновения, радости и крыльев.

директор по фандрайзингу фонда

58%

Хочу помочь решить проблему

35%

Жертвую на важную лично для меня тему (личный опыт)

29%

Однажды помогли мне / близкому человеку, теперь помогаю я



Мнение НКО

Крупным донорам необходимо вживую видеть, как их пожертвования помогают благополучателям

25%

Это социально одобряемое поведение

21%

Религиозные взгляды

17%

Принято в моем круге общения

Для состоятельных благотворителей религиозные взгляды играют большую роль, чем для массового жертвователя – их чаще отмечали в качестве мотивационного фактора.

Также состоятельные филантропы в большей степени, чем массовые, вовлекаются в благотворительность из-за давления со стороны (выбрали 7% респондентов).

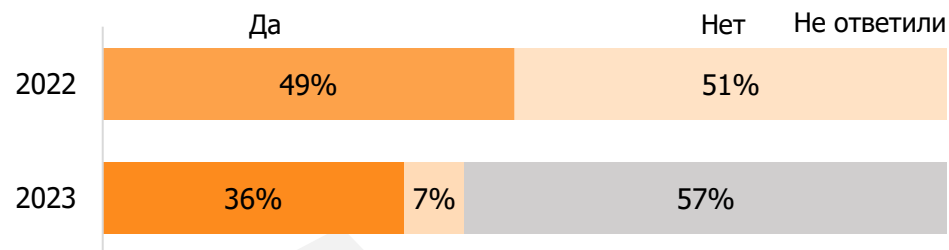
Личные знакомства и рекомендации наиболее эффективны в привлечении крупных филантропов



5/14

участников интервью считают, что самый действенный канал привлечения крупных филантропов – **личные рекомендации и знакомства** благотворителей или друзей/партнеров организации

«Есть ли у вас цель по привлечению крупных филантропов?», %



5/14

участников интервью отмечают, что их фонды стремятся привлекать крупных доноров или держать долю их пожертвований не ниже определенного уровня

Для трети опрошенных НКО крупный донор является одним из основных источников финансирования благотворительной деятельности.

Состоятельные люди – это сложный сегмент для коммуникации, для выхода на которых нужен «свой» человек. Эксперты отмечают, что самым эффективным способом привлечения крупных филантропов в НКО являются личные рекомендации и знакомства, а также нетворкинг через бизнес-партнеров НКО или через учредителей/попечителей фонда.

По сравнению с предыдущим годом НКО стали более трепетно относиться к выстраиванию стратегии по привлечению крупных филантропов. Если в 2022 году около половины опрошенных НКО имели цели и стратегию по привлечению крупных доноров, то в 2023 году уже более 60%.



Часто мы находим крупных доноров из окружения, иногда случайно. В большей степени это рекомендации, знакомства и окружение попечителей или совета правления...

директор фонда



...Коммуникация с крупными донорами часто происходит через директора фонд, иногда – через меня. Правильно, чтобы этим занимались менеджеры фандрайзинга. У нас есть менеджер, который занимается как раз такими крупными донорами, вылавливает из статистики крупные пожертвования, смотрит разовые они или, может, там есть целая предыстория. Донор может делать регулярно - каждую неделю или раз в месяц, пожертвования. И может оказаться, что за 2 года подобных пожертвований, сформировалась значительная сумма. Такого донора надо брать в охапку и работать с ним.

директор по фандрайзингу фонда

Исходя из поведения состоятельных филантропов можно выделить 3 группы



Основная часть благотворителей – женщины, их доля во всех группах составляет **более 60%**.



Молодое состоятельное население активно участвует в благотворительности – более 50% всех респондентов в возрастной группе от 25 до 44 лет



Около 30% всех состоятельных клиентов проживают в Москве, кроме группы 2 – 37% благотворителей живут в городах-миллионниках

Группа 1

Ключевые характеристики для выделения кластера: **активные респонденты** с большой вариативностью направлений пожертвований
Участие в благотворительности – пожертвование денег, общее участие
Выбор фонда – направление работы фонда, прозрачная отчетность, личное знакомство с руководителем
Мотивация принимать участие – личное желание, религия
Каким людям/сферам помогают – социально уязвимые группы населения, развитие гражданского общества

Группа 2

Ключевые характеристики для выделения кластера: молодые женщины с 2-3 направлениями в благотворительности, жертвующие преимущественно на социальную сферу
Участие в благотворительности – пожертвование денег, общее участие
Выбор фонда – направление работы фонда, прозрачная отчетность, личное знакомство с руководителем
Мотивация принимать участие – желание решить проблему
Каким людям/сферам помогают – медицина и здравоохранение

Группа 3

Ключевые характеристики для выделения кластера: самая крупная группа, состоящая из консервативных респондентов, жертвующих на 1 фонд
Участие в благотворительности – пожертвование денег, вещей или продуктов
Выбор фонда – личная коммуникация, личное знакомство с руководителем
Мотивация принимать участие – желание решить проблему
Каким людям помогают – социально уязвимые группы населения, медицина и здравоохранение

*На основе выборки из 216 состоятельных филантропов мы провели иерархический кластерный анализ (Hierarchical cluster analysis) и выбрали для рассмотрения **четыре группы** респондентов, ответы которых наиболее схожи:

Количество групп для рассмотрения мы отобрали на основе визуального анализа дендрограммы. В качестве меры близости наблюдений мы выбрали Евклидово расстояние. Расстояния между кластерами мы вычислили методом Варда (Ward) – он минимизирует сумму квадратов расстояний для любых двух (гипотетических) кластеров, которые могут быть сформированы на каждом шаге процедуры. Для сопоставимости шкал мы также провели процедуру стандартизации данных.

*В группу 4 вошли респонденты, которые не принимали участия в благотворительности – на основе их ответов были выявлены основные барьеры для участия в благотворительности среди состоятельных клиентов.

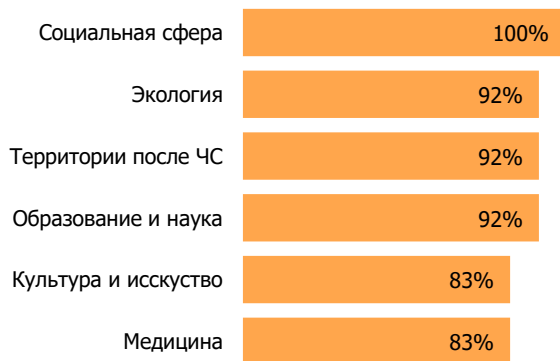
Группа 1 | Социальные инвесторы

Среди малочисленной (n=12) группы 1 наблюдается очень высокая поддержка практически **всех направлений благотворительности**. Респонденты поддерживают более одного фонда, поскольку фондов, покрывающих несколько разнонаправленных проблем, небольшая доля. Респондентам также важна **прозрачная работа** и **внутренний отклик** при выборе фонда, основной барьер для них – замещение фондом функции государства. В основном это женщины разных возрастов, живущие преимущественно в Москве и Московской области.



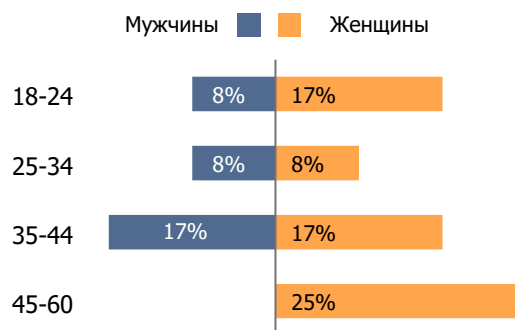
Как благотворит

Поддержка направлений в благотворительности, в %



Потрет респондента

Распределение мужчин и женщин по возрастным группам, в %

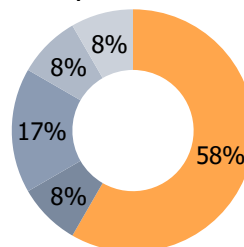


Изменились ли траты на благотворительность, в %



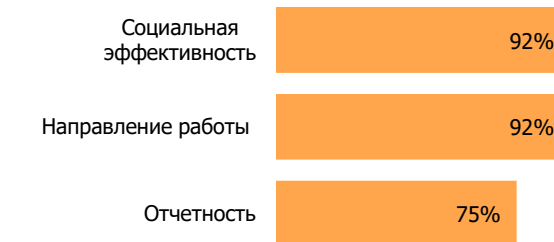
Региональное распределение, в %

- Москва и МО
- Санкт-Петербург и ЛО
- Город-миллионник
- Город с 500+ тыс. жителей
- 100-500 тыс. жителей

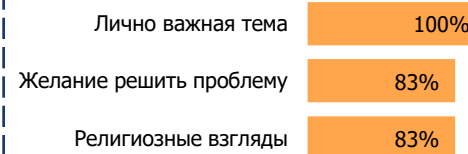


Мотивация и барьеры

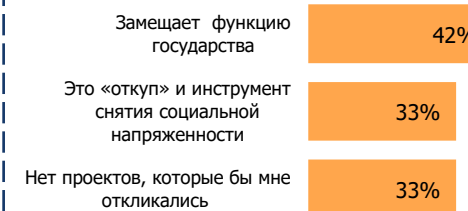
Приоритеты при выборе фонда, в %



Мотивация при выборе фонда, в %



Барьеры при выборе фонда, в %



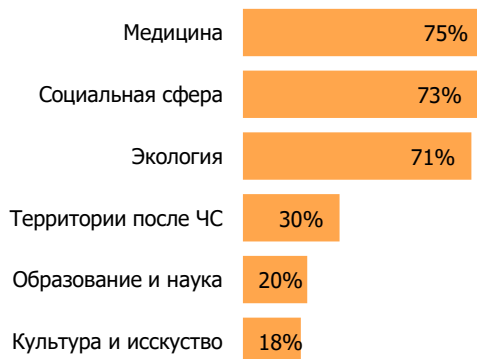
Группа 2 | Сфокусированные доноры

В группе 2 высока доля поддержки направлений адресной помощи – **медицины и социальной сферы**, что говорит о запросе помогать конкретным категориям людей. Группа в основном состоит из женщин разного возраста, для которых приоритет – направление работы фонда. Основными барьерами для них является представление о благотворительности, как о бизнесе, мысль о ее **неэффективности и замещении функции государства**. Респонденты группы, в основном, жители городов миллионников, в отличие от остальных групп.



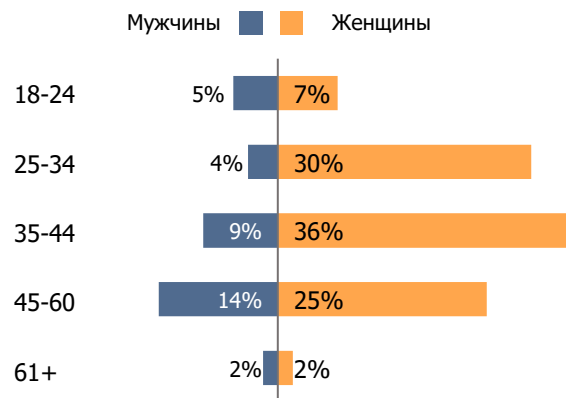
Как благотворит

Поддержка направлений в благотворительности, в %



Потрет респондента

Распределение мужчин и женщин по возрастным группам, в %

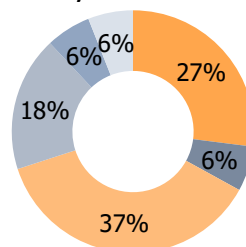


Изменились ли траты на благотворительность, в %



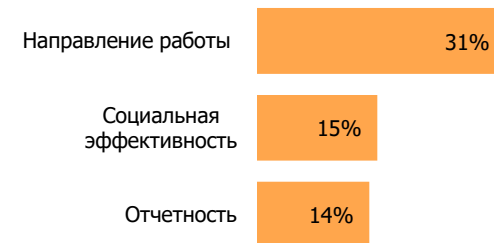
Региональное распределение, в %

- Москва и МО
- Санкт-Петербург и ЛО
- Город-миллионник
- Город с 500+ тыс. жителей
- 100-500 тыс. жителей
- 100-тыс. жителей

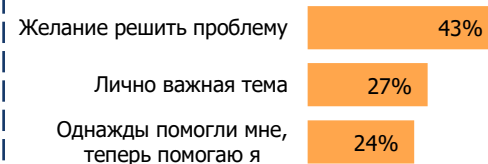


Мотивация и барьеры

Приоритеты при выборе фонда, в %



Мотивация при выборе фонда, в %



Барьеры при выборе фонда, в %



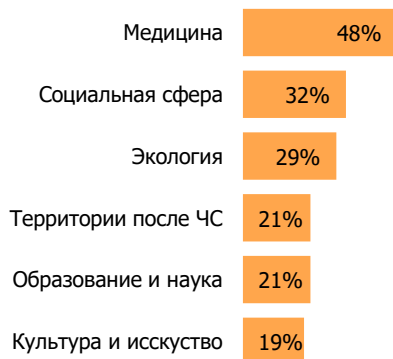
Группа 3 | Конформисты

Группа 3 является самой многочисленной и состоит, в основном, из респондентов, мужчин и женщин разного возраста, для которых приоритет – отчетность и направление работы фонда. Основными барьерами для них является представление о благотворительности, как о том, что она **замещает функцию государства**. Это коррелирует с мотивацией при выборе фонда, желанием решить проблему глобально. Что интересно, группа преимущественно не изменила свои траты на благотворительность, в отличие от других групп



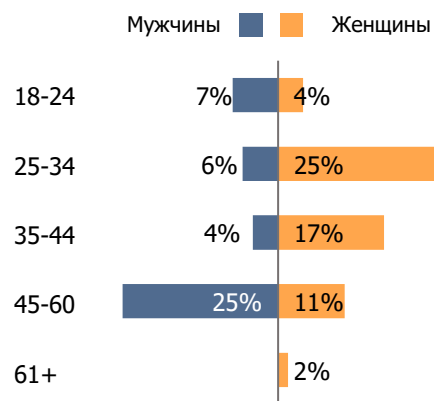
Как благотворит

Поддержка направлений в благотворительности, в %



Потрет респондента

Распределение мужчин и женщин по возрастным группам, в %

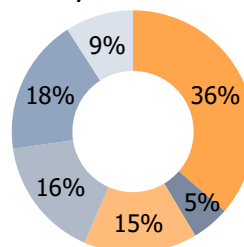


Изменились ли траты на благотворительность, в %



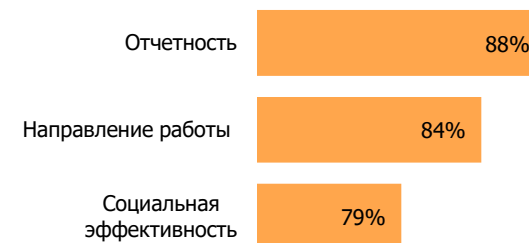
Региональное распределение, в %

- Москва и МО
- Санкт-Петербург и ЛО
- Город-миллионник
- Город с 500+ тыс. жителей
- 100-500 тыс. жителей
- 100-тыс. жителей

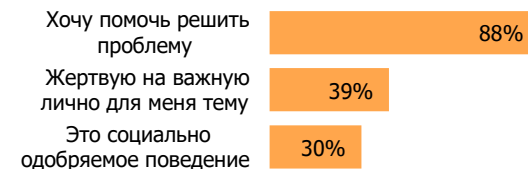


Мотивация и барьеры

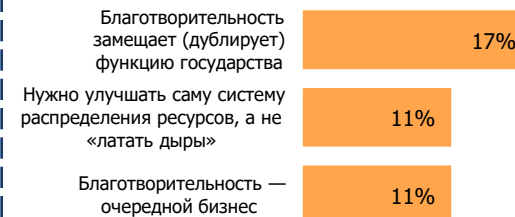
Приоритеты при выборе фонда, в %



Мотивация при выборе фонда, в %



Барьеры при выборе фонда, в %



Основные барьеры для участия в благотворительности

Между состоятельными клиентами, которые не принимают участия в благотворительности, и теми, кто помогал, барьеры схожи – восприятие сферы как бизнеса, дубликата функций государства и общей ненужности, что говорит о системных проблемах восприятия благотворительности среди населения. При этом 17% респондентов в группе 4 отмечают, что барьеров нет - **отсутствие желания благотворить в целом**. Наиболее лояльная группа для фондов – группа 2, где наименьшее количество респондентов отметили наличие барьеров – **эти состоятельные клиенты наиболее ценны для благотворительных фондов**.



Эти проблемы отмечают и сами благотворительные фонды:



... барьеры – это растущее недоверие и ассоциация с тем, что НКО это что-то, что расшатывает, а не чинит. Или понимание, что НКО это подрядчик или структура, созданная именно государством для упрощения каких-то процедур, а не гражданская инициатива и равное партнерство.

Директор НКО



Создается впечатление, что у государства, как правило, такого хорошо сформулированного заказа и желания на изменения как бы нет. Вроде оно говорит об этом, фонды делают, что-то, пишут, а системно это практически не меняется или меняется с большим трудом.

Директор НКО

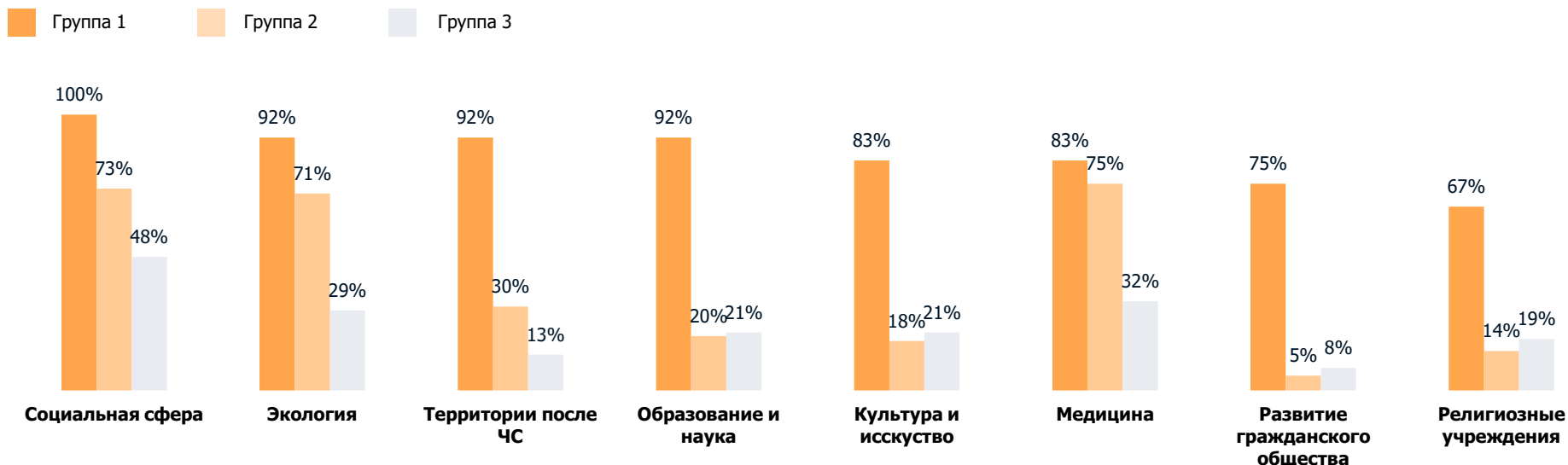


Потому что нет понимания у людей, что благотворительные фонды — это системная, как правило, помощь, поддержка, борьба с мошенничеством. То есть доверия к фондам по-прежнему еще нет.

Директор НКО

Большинство респондентов поддерживают не более 1-2 направлений в благотворительности, но есть тренд к расширению поддерживаемых направлений

Поддержка направлений в благотворительности, в %



- В группе 1 наблюдается поддержка практически всех направлений в благотворительности на уровне 80-90%, что говорит о желании помогать в целом, а не в конкретном направлении.
- В группе 2 люди поддерживают направления благотворительности уязвимых групп общества и животных – одни из самых популярных социальных проблем.
- В группе 3 люди поддерживают практически все направления благотворительности – но с не с высоким участием, что говорит о диверсификации по поддержке внутри кластера

На сегодняшний момент процент помощи по разным направлениям относительно одного благотворителя находится на невысоком уровне. Это свидетельствует о том, что респонденты скорее всего поддерживают одно направление, которые считают для себя важным. Но судя по уровню поддержки в группе 1 и в группе 2, есть тренд на увеличение количества поддерживаемых фондов.

Главные критерии выбора фонда – это направление его работы, социальная эффективность и прозрачная отчетность

Приоритеты при выборе фонда, в %



На **первом месте** при выборе фонда стоит направление благотворительности **среди всех групп**, следующими идут социальная эффективность и отчетность фонда. Направление работы фонда, когда люди выбирают близкую им тематику из-за личного опыта или желания помочь решить конкретную проблему, является обоснованной мотивацией и понятным приоритетом. Отчетность также стала важной составляющей деятельности благотворительных НКО, которые стремятся к большей прозрачности и обоснованности расходов на их деятельность. И если фонды постепенно вводят в практику оценку собственной эффективности в части фандрайзинга и самой помощи, то практически применимых подходов к оценке социальной эффективности работы НКО пока что не так много. Среди ярких примеров НКО, которая имеет подход, нацеленный на сбор информации и данных, и стремится оценить эффект от своей помощи - «Ночлежка».

При этом в **группе 3**, которая жертвует преимущественно одному фонду, такие факторы как личное знакомство, бренд, коммуникация не играют ключевой роли – для них живое общение и встреча с реципиентами помощи не так важна при оказании поддержки, как направление работы фонда.

Для **группы 2** одинаково важны личное знакомство и коммуникация – это свидетельствуют о том, что для состоятельных клиентов недостаточно получать коммуникацию в digital формате (отчеты, связь через цифровые каналы коммуникации), а важно знать тех людей, кому они жертвуют живую.

Мнение НКО

Личное знакомство важно при взаимодействии с филантропами

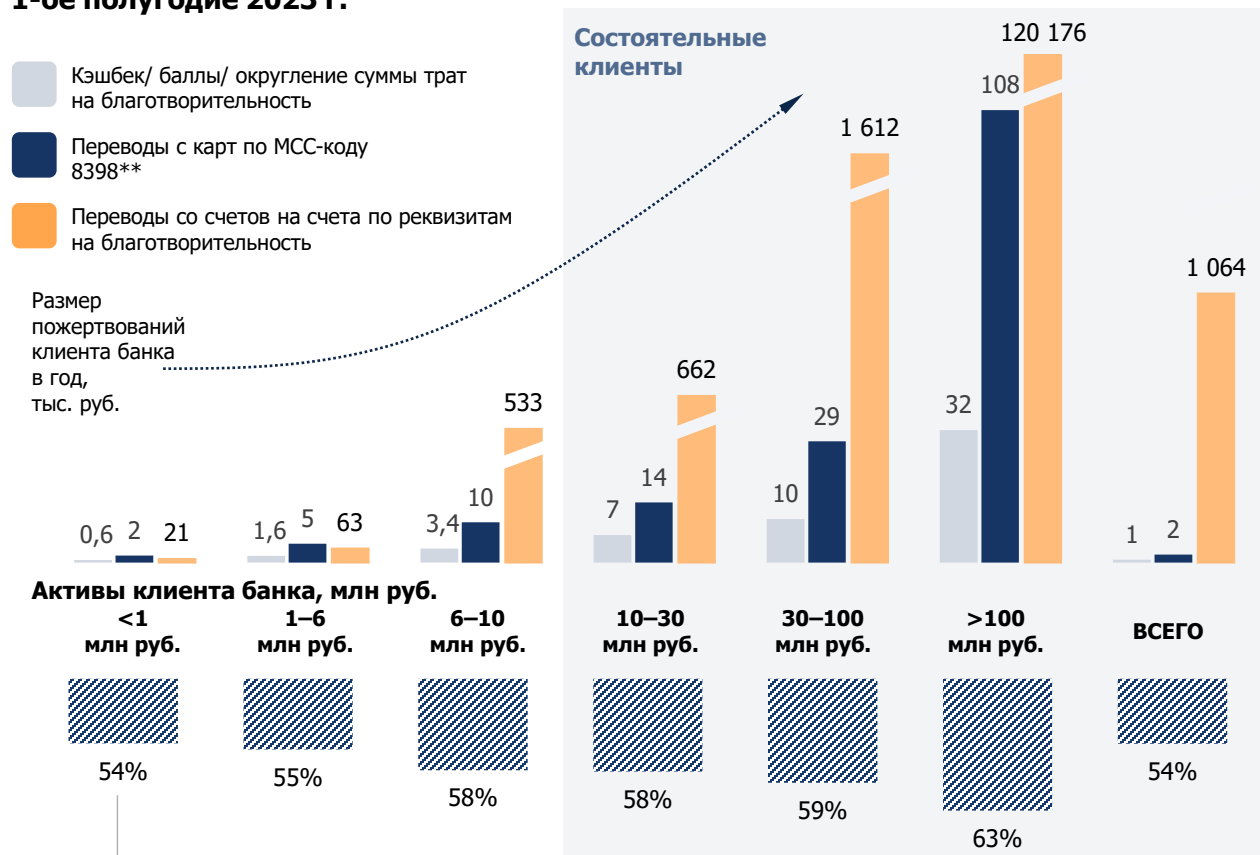


Филантропам важна индивидуальная коммуникация



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., 1-ое полугодие 2023 г.



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

Источник: Frank RG, результаты бенчмарк-исследования банков, 2024.

Использованы данные: СберБанк, Газпромбанк, МТС Банк.

*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).

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

В рамках бенчмарк-исследования мы проанализировали данные трех банков. Размер пожертвования клиента на благотворительные цели в течение года прямо пропорционально зависит от суммы капитала клиента.

При этом, те клиенты, что **переводят со счетов на счета по реквизитам** в НКО согласно данным бенчмарк-исследования настроены на более серьезное вовлечение в благотворительность и готовы жертвовать большие суммы — среди клиентов с капиталом до 1 млн руб. среднегодовой размер таких переводов составляет 29 тысяч рублей, в сегментах более состоятельных клиентов с капиталом от 10 млн руб. средний объем переводов может составлять 600 тыс. руб. и более.

Наравне с **переводами по MCC-коду** становятся популярны и **перечисление доли от кэшбека/ баллов/ округление сумм трат** в пользу благотворительных фондов. Средний соотношение между этими двумя типами транзакций от сегмента к сегменту в среднем составляет 3:1 в пользу переводов с карт как более привычного способа.

Клиенты, которые предпочитают благотворить **всеми способами** составляют небольшую долю — как правило, благотворитель выбирает один, более предпочтительный способ.

Пожертвования от 1 млн рублей формируют треть поступлений в исследуемые НКО

Поступления в НКО по объему разового пожертвования по типам доноров, в 1-ой половине 2023 года, %

Тип донора по разовому пожертвованию	Количество переводов, %	Объем средств, %
Физические лица	0–5 тыс.	68,16 %
	5 тыс.–100 тыс.	0,78 %
	100 тыс.–1 млн	0,02 %
	1 млн–10 млн	0,002 %
	свыше 10 млн	
Коммерческие компании	0–5 тыс.	0,17 %
	5 тыс.–100 тыс.	0,11 %
	100 тыс.–1 млн	0,03 %
	1 млн–10 млн	0,004 %
	свыше 10 млн	0,0005 %
НКО	0–5 тыс.	0,01 %
	5 тыс.–100 тыс.	0,01 %
	100 тыс.–1 млн	15 %
	1 млн–10 млн	15 %
	свыше 10 млн	0,0002 %

Источник: Frank RG при поддержке «Нужна помощь» (01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов), бенчмарк-исследование НКО, 2023.

Траты клиентов банков на благотворительные цели в 1-ой половине 2023 года, по типам клиентов, %

Тип и сегмент клиента банка	Количество переводов, %	Объем средств, %
Физические лица с активами*	< 1 млн руб.	93,3 %
	от 1 до 10 млн руб.	5,8 %
	от 10 до 30 млн руб.	0,40 %
	от 30 до 100 млн руб.	0,12 %
	от 100 млн руб.	0,04 %
Коммерческие компании и НКО с оборотами	до 120 млн руб.	0,0 %
	от 120 млн руб. до 2 млрд.	0,0 %
	свыше 2 млрд руб.	0,3 %

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

Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование банков, 2024.

Согласно бенчмарк-исследованию НКО, проведенному Frank RG, пожертвования от 1 млн руб. формируют 33% от всего объема поступлений в исследуемые НКО. Крупные доноры важны для фондов.

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: 54% всех поступлений в исследуемые НКО — это средства клиентов с капиталами от 100 млн руб. и компаний.

Среди новых трендов для частных крупных филантропов становится актуальной криптофилантропия

НКО постоянно ищут новые источники финансирования, которые могли бы стать одновременно стабильным и удобным в использовании для доноров каналом пожертвований. Криптовалюта является одним из перспективных способов жертвовать средства, причем не только за счет прямых пополнений на криптовалютные кошельки, но и за счет продажи цифровых активов (NFT-коллекций).

Рассматривают ли НКО возможность привлечения криптовалюты в качестве пожертвований, %



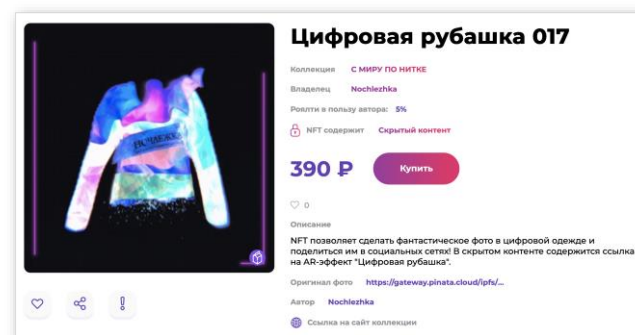
Исследование, проведенное фондом «Друзья» и агентством MINDSMITH, показало, что половина из более 60 опрошенных фондов рассматривают положительно возможность привлечения пожертвований в криптовалютах. Однако только 10% фондов планируют внедрить данный инструмент как способ пожертвования.¹

Фонды выделили следующие барьеры при внедрении криптовалют:



Пожертвований через криптовалюту практически нет. Это может быть связано с двумя вещами. Первое, что мы не приложили достаточно ресурсов, чтобы найти места обитания крипто-филантропов. Второе, криптовалюты - это серая зона в нашем законодательстве, многие вещи не запрещены, но и прямо не разрешены, что вызывает огромную настороженность со стороны НКО и в частности юристов НКО по отношению к развитию этого канала фандрайзинга. И криптовалюты, и благотворительность как будто теряют сейчас доверие широкой аудитории...

Кейс: сотрудничество БО «Ночлежка» и российской NFT-платформы Kefirium



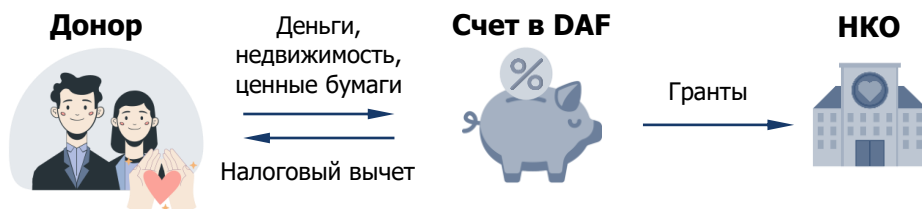
Ярким кейсом не только встраивания криптовалюты как источника пожертвований, но и способа сбора средств от продажи цифровых активов (NFT) стало сотрудничество БО «Ночлежка» и российской NFT-платформы Kefirium.^{2,3} На платформе можно купить виртуальную рубашку (AR-эффект для камеры смартфона) за рубли. Покупателю достается цифровой актив, а фонду – сумма денег на финансирование своей деятельности. На момент написания пользователи приобрели 34 из 90 доступных NFT.

DAF — инструмент передачи наследства в пользу благотворительных НКО, развитый за рубежом

Одним из набирающих популярность вариантов как пожизненных, так и посмертных пожертвований является использование **специализированного донорского фонда** («DAF», donor advised fund)¹. DAF - это благотворительный счет / фонд, управляемый общественной благотворительной организацией, которая занимается исключительно благотворительностью.

Если человек вносит взносы в DAF в течение своей жизни, он имеет право на немедленный вычет подоходного налога. Когда активы переходят в DAF по завещанию, по ним могут быть предусмотрены льготы по налогу на имущество или наследство. При этом дарители могут завещать выплаты со своего счета определенным НКО позже в будущем.

Управляющая счетом благотворительная организация (спонсор) обеспечивает полное администрирование — от инвестирования до дальнейшего распределения средств в виде грантов указанным (рекомендованным) дарителями благотворительным организациям.



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

За рубежом наследование в пользу фонда является распространенной практикой

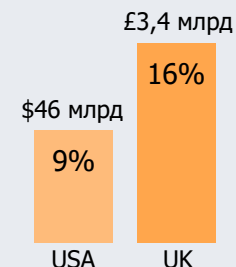


Подавляющее большинство наследственных подарков некоммерческим организациям за рубежом осуществляется не с помощью сложных аннуитетов и других финансовых механизмов, требующих менеджмента от некоммерческой организацией, а с помощью **завещаний** и других механизмов для избежания наследственных разбирательств, таких как: создание доверительной собственности или **траста**, а также указания бенефициаров в **индивидуальных пенсионных счетах** (IRAs, 401(k)s) и в других финансовых и инвестиционных инструментах (страхование жизни).

На примере Великобритании и США.

Завещания в пользу НКО стали ключевой частью британской благотворительной деятельности и ежегодно приносят **3,4 миллиарда фунтов** стерлингов¹, что составляет **16% от всех сборов** британскими благотворительными организациями. В США завещания составляют **9% от всех пожертвований** или **46 млрд долл.**⁴ Со времени последнего кризиса в 2008 году индивидуальные пожертвования оставались неизменными, в то время как унаследованные пожертвования удвоились, и ожидается, что к 2050 году они снова удвоятся. Тем не менее, завещания по-прежнему считаются одной из самых сложных задач для крупных доноров со стороны благотворительных организаций из-за деликатности темы.

За последние 20 лет средняя **доля завещаний**, включающих благотворительное пожертвование, **выросла на 24%**², при этом наследственные пожертвования теперь включены **в 16%** (каждое шестое) наследственных завещаний.



Налоговые льготы



Налоговые льготы являются важным фактором при составлении завещания и могут существенно повлиять на бенефициаров наследства. Пожертвования, оставленные в завещаниях благотворительным организациям в Великобритании, **не облагаются налогом на наследство**, что означает, что они вычитаются из стоимости имущества дарителя до расчета налога. В дополнение к тому, что стоимость пожертвования не облагается налогом, благотворительные пожертвования могут уменьшить общую сумму налога на наследство. С 6 апреля 2012 года, если 10% или более налогооблагаемого имущества жертвуется на благотворительность, на остальную часть имущества ставка налога на наследство снижается с 40% до 36%.

Глобальное перераспределение капиталов

Экономисты и финансовые аналитики предсказывают, что **уход поколения бэби-бумеров** приведет к крупнейшему в истории **перераспределению богатства** между поколениями. Оценки общей суммы наследства варьируются примерно **от \$30 триллионов до целых \$84 триллионов**. Поколение X и миллениалы, а также некоторые из GenZ, унаследуют основную часть богатства, но некоммерческий сектор также получит свою долю.³

В России тема наследования в пользу благотворительного фонда пока не получила широкого распространения

4/14 НКО имели опыт с получением завещания в пользу фонда

Благотворительные НКО позитивно настроены и слышали о такой практике наследования, но считают ее редкой, хотя 4 из 14 НКО, участников интервью, имели такой опыт.

НКО, которые имели опыт и сталкивались с практикой завещаний в пользу фонда, упоминали о том, что дарители завещали собственное жилье (квартиры).



... один человек завещал фонду квартиру. Мы заключили нужные документы заранее, проверили безопасность для НКО.

Когда человек ушел из жизни, прошло около полугода для вступления в силу. А после предстоял еще долгий и непростой процесс продажи квартиры.

директор по фандрайзингу фонда

1/14 НКО имела негативный опыт, связанный с наследованием

Только одна НКО указала на сложности, связанные с наследованием.

Среди барьеров, которые упоминали НКО – необходимость сбора документов, подтверждения легитимности такого решения, статус завещанного имущества, а затем потенциальные сложности с реализацией имущества, если это не денежное пожертвование, отсутствие стандартных понятных практик, а также бюрократическая составляющая, которая может потребовать ресурсов.



... Бывают ситуации, когда государственные и муниципальные учреждения еще не имеют стандартизированных процессов и регламентов. Например, перечисление пенсии в фонд напрямую. Это нестандартный кейс, решение требует много времени, сил и терпения. Постепенно это станет стандартным кейсом, но на это нужны годы и первопроходцы

директор по фандрайзингу фонда

6% состоятельных филантропов составляли завещание в пользу фонда

Жертвовал деньги 74%

Дарил вещи и/или продукты 70%

Участвовал в акциях и мероприятиях 33%

Дарил время 30%

Составлял завещание в пользу Фонда 6%

Другое 1%

Среди состоятельных филантропов передача в пользу фонда наследства не самая популярная форма помощи. Однако данная практика постепенно распространяется – даже среди массовых доноров, 1% респондентов указал, что составлял завещания в пользу фонда.

* В вопросе возможен выбор нескольких вариантов ответа. Источник: онлайн опрос состоятельных филантропов, ноябрь 2023, Frank RG, n=216.

6 Целевой капитал

Формирование целевого капитала является не самой простой задачей для НКО



3 млн рублей

Минимальная величина активов для формирования целевого капитала



2 месяца

Период времени, в течение которого НКО должна передать активы в доверительное управление



10 лет

Минимальный срок, на который можно сформировать целевой капитал

Вознаграждение УК за доверительное управление может составлять не более:



10%

от суммы дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал

На административные расходы эндаумент-фонд вправе направлять не более:



30%

от суммы дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал

или

25%

от суммы направляемого в НКО годового дохода от целевого капитала

Целевой капитал считается сформированным, когда сумма полученных некоммерческой организацией денежных средств или активов на его формирование составляет **3 млн рублей** и когда данные средства (в течение **двух месяцев** после формирования) передаются в доверительное управление.

Чаще всего целевые капиталы формируются на срок **в 10 лет**, что по закону является минимальным периодом, на который можно сформировать целевой капитал. Максимальный срок **не ограничивается**, в связи с чем формировать ЦК возможно на бессрочный срок, что считается стандартной практикой на западном рынке.

При формировании целевого капитала НКО должна образовать **совет по использованию целевого капитала**. Основные его обязанности: составление финансового плана, выбор стратегии инвестирования, определение назначения и целей использования дохода от инвестирования и т.д.

НКО-владелец капитала может использовать на уставные **доход от инвестиций** данных активов. При этом на административные расходы (оплату аренды, расходы на приобретение основных средств и расходных материалов, расходы на проведение аудита, выплату заработной платы работникам и т.д.) может направляться только определенная доля дохода от вложений капитала. При этом, у НКО сохраняется возможность выводить не более **10% активов** в год из целевого капитала в кризисных ситуациях.

По закону целевые капиталы должны управляться компаниями, имеющими специальные лицензии профессиональных участников рынка ценных бумаг. Один фонд или НКО может иметь **несколько целевых капиталов**, размещенных в разных управляющих компаниях.



Формирование целевого капитала – это помощь НКО в долгосрочной перспективе на системной основе. Эндаументы помогли продержаться фондам в момент обострения кризиса и потери большей части пожертвований из-за ухода зарубежных компаний, снижения сборов от частных дарителей и отписок от рекуррентных платежей. В 2022-2023 гг. ряд фондов с эндаументами брали деньги из «тела» эндаумента, чтобы закрыть текущие расходы и реализовать запланированные проекты.

Закон №275-ФЗ отвечает на большинство вопросов о целевом капитале, но все еще требует совершенствования

Закон, регулирующий сферу целевого капитала в России:



Федеральный закон от 30 декабря 2006 г. №275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»

Цели формирования целевого капитала:



образование, наука,
культура, искусство



здоровье,
физкультура, спорт



социальная,
юридическая помощь



охрана окружающей
среды

Требования, предъявляемые к:



НКО-собственнику целевого капитала:

- обязан использовать доход от ЦК в соответствии с уставными целями
- вправе осуществлять только определенные виды платной деятельности
- вправе формировать несколько целевых капиталов (но один ЦК можно передавать только одной управляющей компании)
- обязан проводить ежегодный аудит



Фонду целевого капитала (эндаумент-фонду):

- вправе вести деятельность исключительно с формированием, пополнением ЦК и с использованием и распределением дохода от ЦК
- вправе использовать на административно-управленческие расходы не более 10% суммы пожертвований
- остальное также, как и для НКО-собственника ЦК



Управляющей компании:

- обязана управлять имуществом на принципах надежности, ликвидности, доходности и диверсификации
- осуществлять расчет стоимости чистых активов ЦК
- ежегодно проводить аудит
- обязана уведомлять НКО о всех изменениях с УК или с целевым капиталом



Жертвователю, его наследники или правопреемники вправе:

- получать всю информацию о финансируемом целевом капитале, о доходе с него и целях его использования;
- требовать отмены пожертвования в случае его нецелевого использования, о чем необходимо письменно известить НКО.



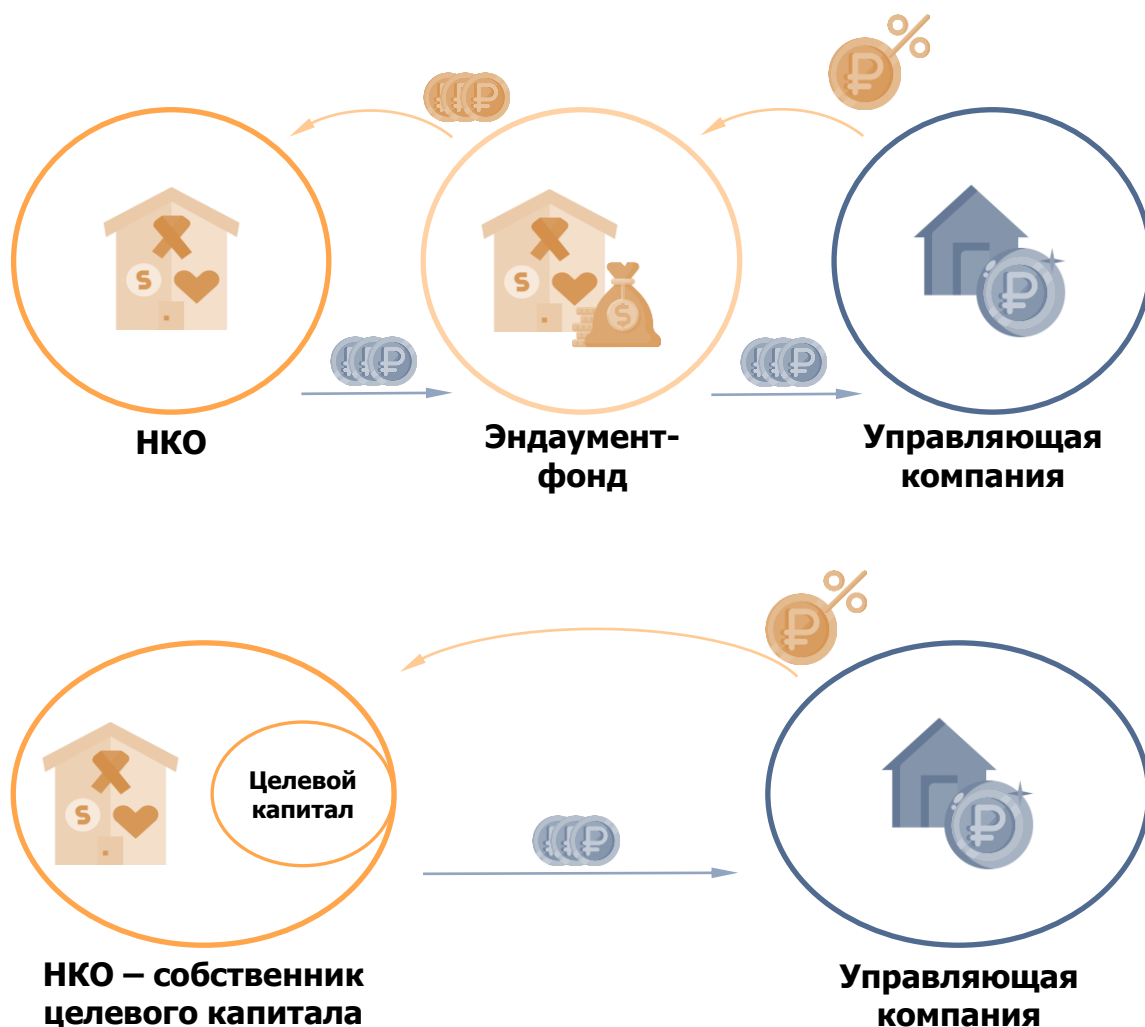
Налоговые льготы

- Для физических лиц предусмотрен налоговый вычет по НДФЛ на сумму пожертвований в НКО на формирование или пополнение целевого капитала, но не более 25% суммы дохода, полученного за год и облагаемого НДФЛ.
- Для юридических лиц безвозмездная передача имущества социально ориентированным НКО признается внереализационным расходом. Плательщики налога на прибыль могут уменьшить налоговую базу на величину сделанных пожертвований, но в размере не более 1% от выручки.

Возможные поправки к закону №275-ФЗ:

- виды платной деятельности для НКО-собственников ЦК могут быть расширены
- период пополнения целевого капитала недвижимым имуществом увеличится с 30 до 60 дней

НКО могут двумя способами формировать целевой капитал



Исходя из закона 275-ФЗ, целевой капитал можно формировать несколькими способами:

1. Для управления целевым капиталом создается специальная организационная форма (фонд целевого капитала / эндаумент-фонд), которая считается собственником собранных средств и активов. При этом целевых капиталов может быть несколько внутри одного фонда.

Активами распоряжается управляющая компания в соответствии с договором доверительного управления.

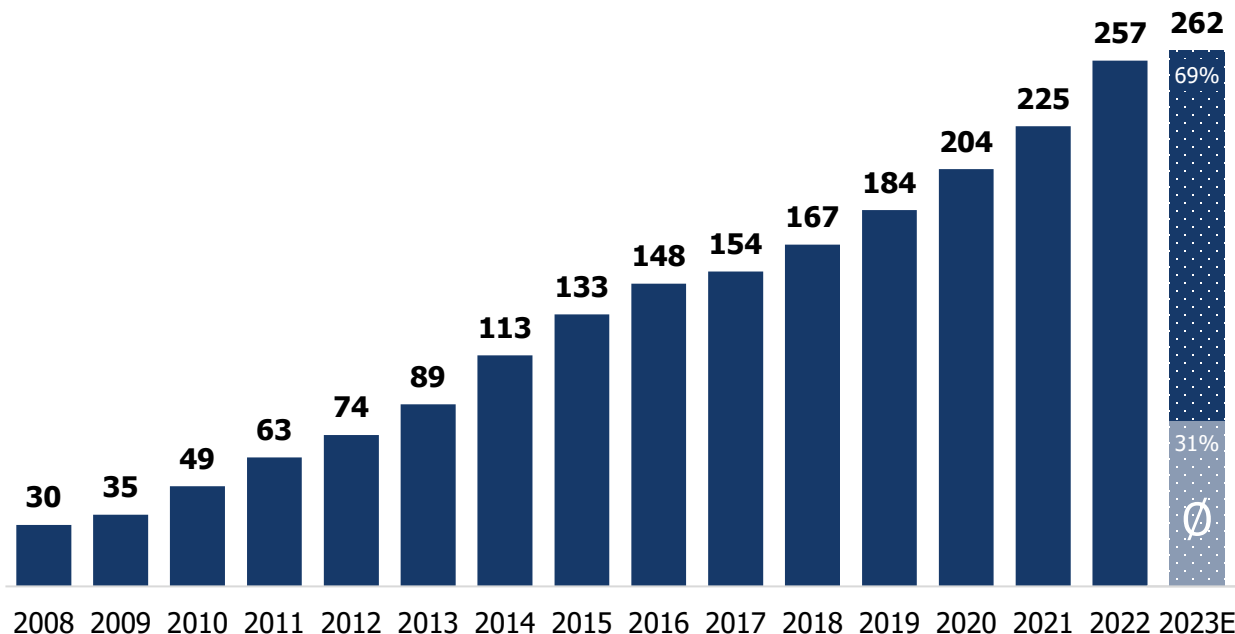
Доход от инвестиций выплачивается эндаумент-фонду, который может его распределять на цели, указанные в уставе фонда.

2. Целевой капитал может быть сформирован внутри самой НКО, но только если она оформлена в виде:
 - благотворительного фонда;
 - автономной некоммерческой организации;
 - общественной организации;
 - общественного фонда;
 - религиозной организации.

Остальные формы НКО могут размещать деньги только в эндаумент-фондах.

Одна треть всех НКО с целевым капиталом не имеют активов или не публикуют данные

Количество эндаумент-фондов и НКО-собственников целевого капитала, шт.



Доля НКО-собственников целевого капитала в общем числе НКО с ЦК, %

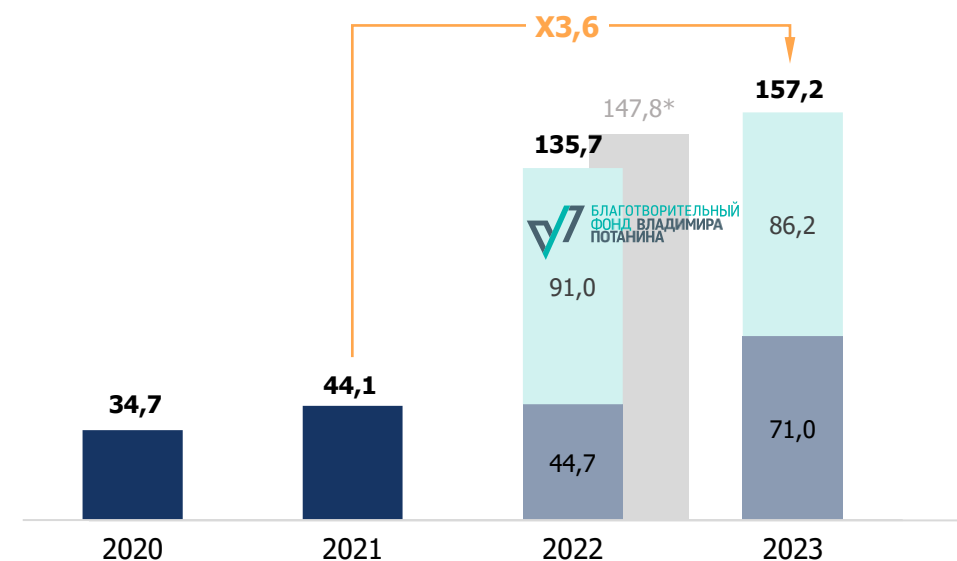


Начиная с 2018 года, ежегодный рост числа НКО с целевым капиталом составлял примерно 17%. В 2022 году появилось 32 новых эндаумент-фонда и НКО, образовавших ФЦК внутри организации. По оценке Frank RG, в 2023 году число фондов вырастет незначительно (до 262 шт.). Около трети таких НКО (31%) являются пустыми, т.е. не имеют активов в целевых капиталах или не публикуют отчетность в открытую.

Новым трендом в последние два года стала возможность формировать целевой капитал внутри НКО без образования эндаумент-фонда. По нашей оценке, на конец 2022 года 8% всех НКО с целевым капиталом сформировали данный капитал внутри организации. Как отмечают эксперты, формирование ЦК таким образом снижает временные и финансовые трудозатраты, так как образование специализированного фонда в большинстве случаев сложнее, однако не все НКО могут формировать ЦК внутри организации (см. пред. слайд).

Почти 60% всего объема рынка целевого капитала заняли активы целевых капиталов Фонда Потанина

Объем активов эндаумент-фондов и НКО – собственников целевого капитала, млрд руб. *



- Данные УК, предоставивших данные, по объему активов в целевых капиталах - «Эксперт РА».
- Данные УК, предоставивших данные, по объему активов в целевых капиталах - «Национальная Ассоциация Эндаументов (НАЭ), дополнительно учтен объем целевого капитала № 5 фонда Потанина, переданный в доверительное управление УК БКС.
- Данные из открытой отчетности фонда Потанина. См. детали о структуре целевых капиталов фонда Потанина на слайде 78.

*Данные ранжирования управляющих компаний по объему активов целевых капиталов в управлении, «Эксперт РА», Национальная Ассоциация Эндаументов (НАЭ). Поскольку агрегированные данные представлены по УК, раскрывшим статистику (в 2020 году – 21 УК, в 2021 – 21 УК, в 2022 – 16 УК, в 2023 – 18 УК), **общий рыночный объем активов в эндаументах в РФ в целом может превышать представленные значения** (за счет объемов эндаументов в других УК, не раскрывших статистику).

С 2020 года общественная организация «Люди.Идеи», которая занимается развитием благотворительности и волонтерства на территории Пензенской области, обновляет базу эндаументов на основе открытых источников и оценивает общий объем активов в эндаументах как **42 млрд руб.** на конец **2021 года**, **148 млрд руб.** на конец **2022 года**.

Если количество НКО с целевым капиталом растет, то объемы рынка целевых капиталов увеличивается еще более высокими темпами. По данным 18-ти управляющих компаний, предоставивших данные Национальной Ассоциации Эндаументов, а также объема целевого капитала №5 фонда Потанина, на конец 2023 года объем целевых капиталов составил рекордные 157 млрд рублей. Такой значительный прирост связан с передачей основного пакета акций Росбанка группой «Интеррос» Фонду Потанина в целевой капитал в 2022 году.

Без учета фонда Потанина общий объем рынка в 2023 году также вырос и составил 71 млрд руб. против 44 млрд руб. в 2021 году (+60%).










Активы фонда Потанина в 2023 году по отношению к 2022 году сократились (-5%), тогда активы прочих фондов выросли более, чем в полтора раза. Данная динамика является результатом переоценки активов российского фондового рынка в течение 2022-2023 гг.

Несмотря на значительную турбулентность на российском фондовом рынке, с учетом новых поступлений в целевые капиталы объемы не уменьшились, а целевой капитал, как долгосрочный инструмент, позитивно себя зарекомендовал.

Также, учитывая успешный кейс с Фондом Потанина и Росбанком, целевые капиталы могут привлечь к себе больше внимания и увеличить осведомленность людей о таком инструменте.

ВИМ инвестиции управляют более чем половиной всех целевых капиталов, в то время как ТKB имеют самый крупный портфель целевых активов

Денежные средства, составляющие целевой капитал, в том числе иностранная валюта, могут быть размещены в следующем:

-  государственные ценные бумаги Российской Федерации;
-  облигации и акции иных иностранных эмитентов;
-  объекты недвижимого имущества;
-  акции российских публичных компаний;
-  ипотечные ценные бумаги;
-  депозиты в рублях и иностранной валюте в кредитных организациях;
-  государственные ценные бумаги иностранных государств, в которые могут размещаться средства ФНБ;
-  ЗПИФ, ОПИФ, ИПИФ, БПИФ;
-  клиринговые сертификаты участия.

Крупнейшие управляющие компании, млрд руб., шт., 2022 г.



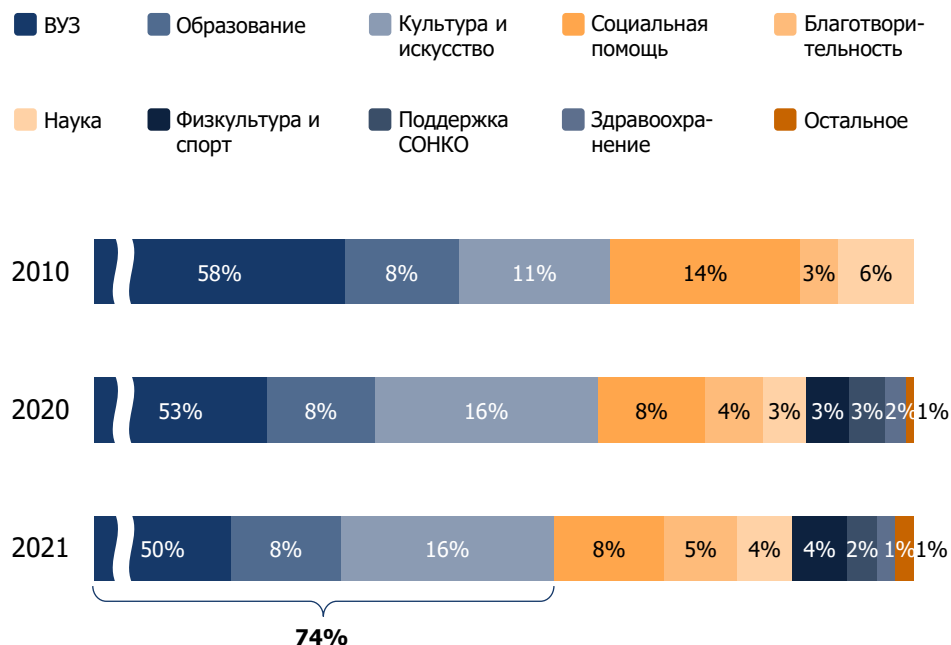
Исходя из закона 275-ФЗ, на балансе целевого капитала могут быть только определенные виды активов, соответственно, свободные денежные средства могут быть инвестированы только в них: от ОФЗ до клиринговых сертификатов участия.

Управляющие компании инвестируют в целевые капиталы, оговаривая стратегию с советом по целевому капиталу. Чаще всего выбираются консервативные стратегии с низким риском. Однако, исходя из набора разрешенных активов, компании могут формировать и рискованные портфели.

На конец 2022 года управляющей компанией с наибольшим объемом целевых капиталов под управлением является ТКБ, далее следует «ТрастЮнион». С 2021 года в рейтинге изменились лидеры, что связано с формированием целевого капитала Фонда Потанина. Например, у ТКБ из 24 млрд руб. под управлением 22 млрд руб. относятся к ЦК Фонда Потанина, что вывело УК на первое место. Если говорить о количестве целевых капиталов под управлением, то лидирующую позицию занимает «ВИМ Инвестиции».

С каждым годом все больше эндаумент-фондов формируется в новых отраслях

Распределение специализированных фондов целевого капитала (эндаумент-фондов) по отраслям, %



Распределение целевых капиталов НКО – собственников ЦК, %



В разрезе отраслей большая часть целевых капиталов на 2021 год относятся к **сферам науки, образования и культуры**, создаются при **высших учебных заведениях**. По данным за 2021 год около 74% всех эндаументов было образовано в этих сферах.

При этом, **доля целевых капиталов в новых отраслях выросла, по сравнению с 2010 годом**.

Такая практика является общемировой, так как для крупных доноров пополнение целевого капитала ВУЗа или музея является наиболее понятным и эффективным инструментом оказания финансовой поддержки, в сравнении с остальными отраслями, где пожертвования совершаются более адресные, на конкретную проблему.



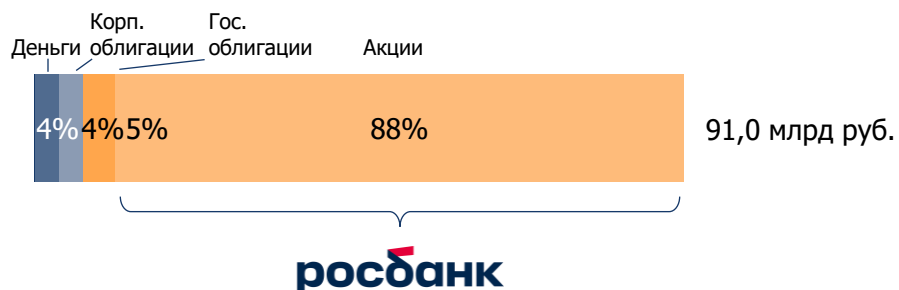
Для нефандрайзинговых системных фондов эндаумент — это отличный инструмент. Для адресных — это более сложная дилемма. Если появляется какая-то дополнительная финансовая помощь, особенно крупная, конечно, её сразу хочется направить на пациентов.

Директор по фандрайзингу фонда

Также в последние пару лет с развитием регулирования целевых капиталов стало возможно их формирование внутри НКО без образования специализированных фондов (эндаумент-фондов). Фонд Потанина оценили целевые капиталы таких НКО и отмечают, что более половины капиталов образованы для финансирования сфер **социальной помощи, благотворительности и поддержки науки (78%)**.

Фонд Потанина стал полностью независимым от ежегодных пожертвований благодаря включению акций Росбанка в целевой капитал

Структура целевых капиталов фонда Потанина, %, млрд руб., 2022 г.



Фонд Потанина посредством целевых капиталов является крупнейшим акционером Росбанка. Данный случай уникален в части финансирования деятельности фонда на рынке Российской Федерации.

Акции Росбанка, которые компания «Интеррос» передала фонду, были распределены между 5 целевыми капиталами (№2-№6). Каждый целевой капитал, в том числе и корпоративные права на Росбанк, передан в доверительное управление разным управляющим компаниям. Данное разделение между всеми 6 целевыми капиталами сделано с целью диверсификации активов фонда и снижения рисков.

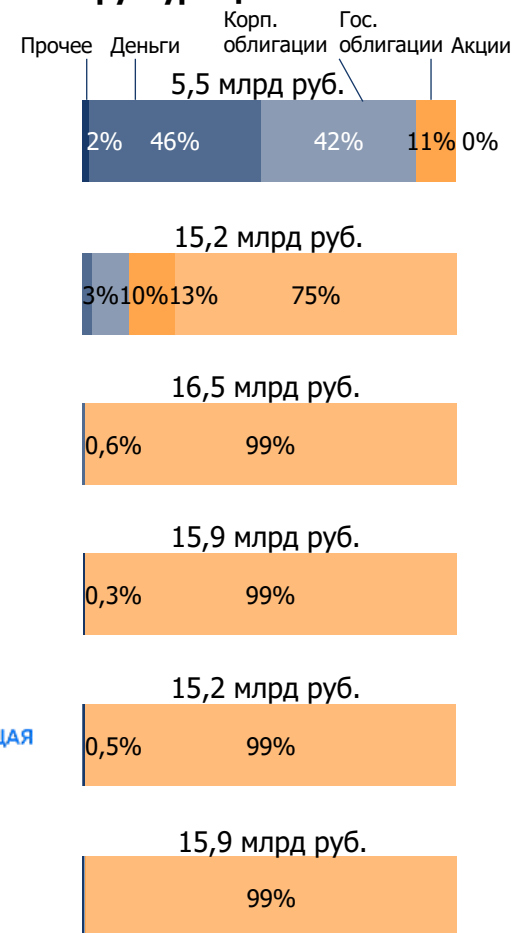
Банк, в свою очередь, дал словесные гарантии фонду, что он будет оставаться прибыльным, чтобы финансирование фонда оставалось положительным. Благодаря данной структуре фонд стал независимым от ежегодного финансирования в виде пожертвований.

Таким образом фонд получает денежные средства на уставные цели за счет дохода от инвестиций: переоценки активов, дивидендов, купонов с облигаций и т.д.

Целевые капиталы Управляющая компания



Структура ЦК



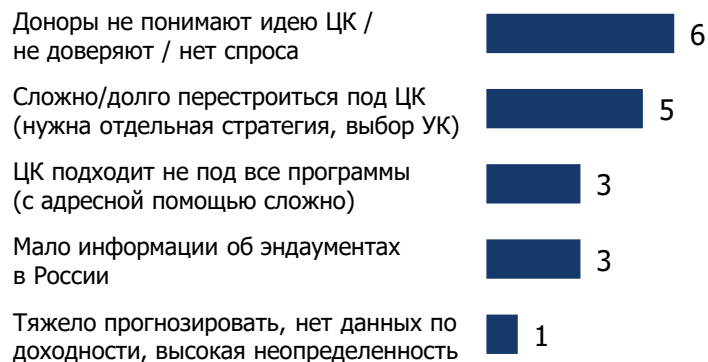
НКО, которые не имеют опыта с оформлением целевого капитала тем не менее, задумывались о его создании

14 Опрошенных экспертов обсуждали с руководителями фонда или планировали сформировать целевой капитал

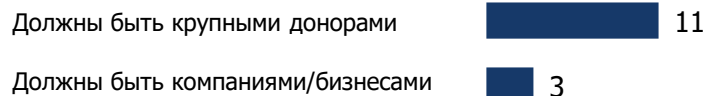
Из них НКО, у которых есть эндаумент, ед.



Упоминания барьеров в формировании ЦК, кол-во упоминаний



Мнения экспертов об основных источниках финансирования ЦК, кол-во упоминаний



Источник: Frank RG, результаты экспертных интервью, 2023.

По итогам проведенных экспертных интервью можно сделать вывод об осторожном отношении НКО к формированию целевого капитала. Только одна из НКО дошла до формирования ЦК, в других организациях сотрудники столкнулись с барьерами:

Внутренние барьеры

Необходимость перестраивать инфраструктуру, стратегию, осуществлять поиск денежных средств для образования ЦК

Если фонд фандрайзинговый, то в такие типы фондов сложно встроить эндаумент в инфраструктуру, так как деньги расходуются в моменте, для системных фондов целевой капитал является более подходящим

Внешние барьеры

Отсутствие понимания ЦК со стороны доноров, небольшое количество информации о ЦК, как следствие, отсутствие спроса на инструмент со стороны доноров

Некоторые руководители фондов опасаются непрогнозируемой доходности, экономической неопределенности и возможных убытков



Под целевой капитал нужно отдельную стратегию, отдельное привлечение компаний, отдельную работу с донорами, с которыми мы будем вести диалог про целевые капиталы и про их вклад в нашу работу именно в таком ключе.»

Директор фонда



Есть два важных момента. Первое - эндаумент необходим, если есть определенная форма неустойчивости, чтобы обеспечивать базис. Второе - это когда сами доноры хотят такой формат. У нас так сложилось, что никто из доноров никогда не хотел, мы не видим просто никакого желания и спроса специального на этот вид фондирования.»

Член попечительского совета фонда

Одним из барьеров НКО указали отсутствие спроса у доноров. Данный барьер может быть преодолен через определение целевой аудитории доноров, которой наиболее интересна помощь через эндаумент. Эксперты отмечают, что основными источниками финансирования должны выступать либо крупные доноры, либо компании и бизнесы.

Благотворительная НКО должна четко понимать цели создания эндаумента, чтобы выстроить внутреннюю и внешнюю коммуникацию

Предпосылки

Поддержка крупных филантропов, которые имеют **запрос на создание такого инструмента**

Интерес к **развитию инструмента** со стороны НКО

Масштаб фонда, который предполагает максимальную широту практик профессиональной благотворительности

Необходимость поддерживать **системный проект** / проект на который сложнее привлечь средства доноров

Источники

Крупные филантропы

Компании

Массовый фандрайзинг (реже)

Подводные камни формирования/пополнения эндаумента

Проблема

Доноры могут встать перед выбором – жертвовать благотворительному фонду или направлять средства на пополнение/формирование эндаумента.

Сужение горизонта планирования среди доноров ввиду пандемии, санкционного давления, экономической ситуации и политической нестабильности.

Нечеткое позиционирование связки НКО и эндаумента вовне. Неэффективное взаимодействие между сотрудниками НКО и эндаумента, конкуренция за донора.

Отсутствие пополнений эндаумента, снижение объема активов, снижение уровня доходности – неэффективное управление эндаументом.

Решение

Поиск целевой аудитории доноров, которая не пересекается с остальными донорами и ее расширение.

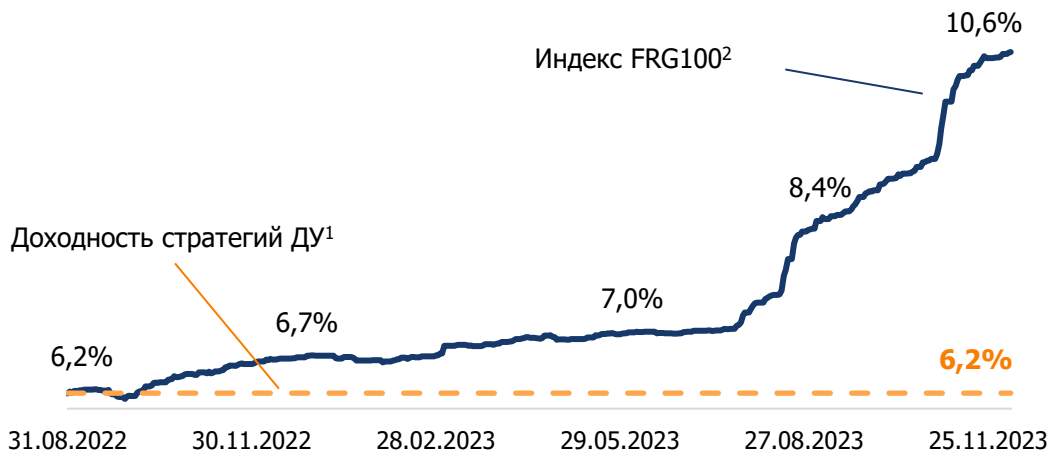
Просветительская работа: ретроспективные исследования об эффективности эндаументов, популяризация инструмента.

Единое понимание руководством, учредителями НКО и донорами цели создания эндаумента и выстраивание коммуникации в соответствие с целями.

Привлечение внешних консультантов, выделение команды под задачи эндаумента с инвестиционным / финансовым бэкграундом.

НКО сомневаются по поводу доходности ФЦК на фоне неопределенности на финансовом рынке и в экономике страны

Динамика доходности стратегий ДУ, индекс FRG100, %



Мы оценили доходности консервативных и нейтральных стратегий крупнейших УК за последние 2 года и сравнили полученную среднюю доходность с доходностью по годовым вкладам. В настоящий момент разница составляет примерно 4 п.п. в пользу вкладов, но так было не всегда.

Банковский вклад как инструмент является наиболее простым и понятным для НКО, особенно в период высокой процентной ставки, тогда как управление целевым капиталом требует больших ресурсов со стороны НКО, но в фазе роста экономики будет более выгодным.

Целевой капитал позволяет более гибко распоряжаться финансами, например, средства могут распределяться в сделки РЕПО (аналог вклада) или во время цикла падения ключевой ставки направляться в фондовый рынок и получать более высокий доход. Но для эффективного управления целевым капиталом и согласованием стратегий с УК нужны специалисты, которых в НКО нет.

Если формировать финансовую подушку, то целевой капитал будет являться более гибким инструментом, чем банковский вклад.

Экономическая неопределенность, отсутствие конкретики по доходности, а также некорректная коммуникация менеджеров банков и УК с НКО вызывают дополнительные сомнения у руководства благотворительных организаций в необходимости создания целевого капитала и эндаумента.



... у нас есть банковский вклад, некая подушка безопасности. Этот вклад частично защищает от инфляции и скачков курса.

У нас был этап, когда мы пытались узнать про целевой капитал и не получили никакой конкретной информации. Мне хочется, чтобы я четко понимала – если мы привлекаем пять миллионов, то что будет в перспективе.

... Не хватает управляющих компаний, которые были бы заинтересованы в нашей работе, в развитии, понимали бы и объяснили, как это делать, но таких я не встречала. Поэтому я пока слабо в это верю. При этом, есть потрясающие примеры крупных целевых капиталов, которые уже показывают свой результат. Это здорово.

Директор фонда

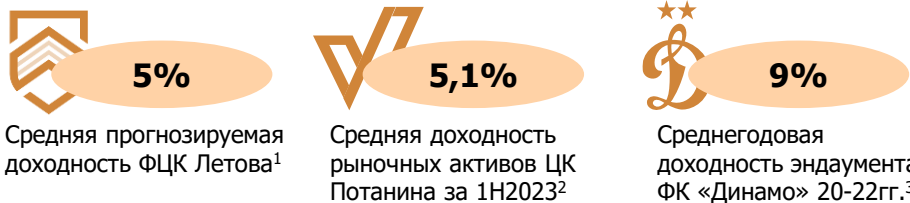
4/14

Опрошенных экспертов отмечали, что активно используют вклады в качестве подушки безопасности

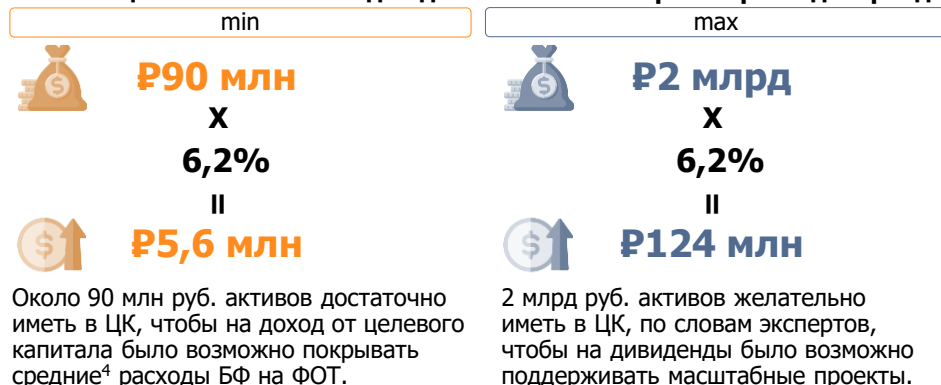
Источник: Frank RG, результаты экспертных интервью, 2023. ¹Среднегодовая доходность по консервативным и нейтральным стратегиям ДУ за период с сентября 2021 по сентябрь 2023.

²Индекс FRG100 отслеживает динамику ставок по годовым вкладам банков на сумму 100 тыс. руб. Рассчитывается ежедневно по вкладам более чем 80 банков.

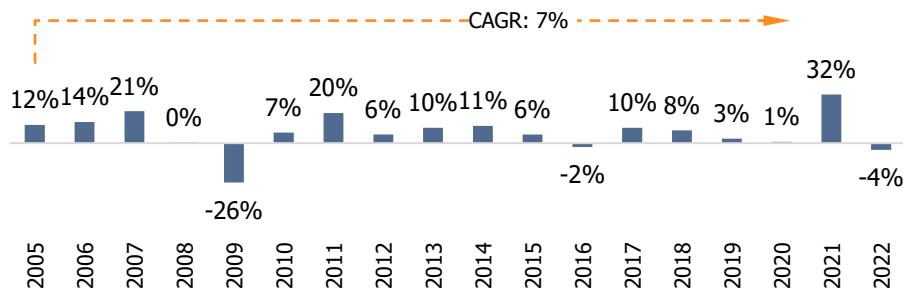
Основная цель эндаумента – покрывать как можно больше постоянных расходов благотворительного фонда через дивиденды и ежегодный прирост капитала



Объемы целевого капитала для достаточности покрытия расходов фонда



Доходность университетских эндаумент фондов США⁵, %



Минимальная сумма, на которую возможно сформировать целевой капитал – 3 млн рублей. В данном случае доход, который будет формироваться от инвестирования активов при учете средней доходности в 6% составит 180 тыс. рублей. Данная сумма может показаться незначительной суммой. Однако ежегодно она уже сможет покрывать некоторую часть от ФОТ или программных расходов. Это дает определенный уровень независимости НКО с ЦК, по сравнению с НКО без ЦК.

По данным нашего бенчмарк исследования, средние расходы на ФОТ благотворительных фондов из выборки составляют 5-6 млн руб. В целях покрытия 100% расходов фондов на ФОТ будет достаточно 90 млн рублей при среднегодовой доходности в 6,2%. Данный объем целевого капитала уже сможет обеспечить значительную независимость от пожертвований.

В рамках экспертных интервью несколько представителей НКО заметили, что для адекватной поддержки масштабной деятельности необходимо сформировать целевой капитал в 2 млрд руб. В данном случае станет возможно обрести полную независимость и финансовую стабильность при помощи целевого капитала.

В целом объемы эндаумент фондов исторически имеют положительную динамику. Если брать в качестве бенчмарка США, то среднегодовой темп прироста за 17 лет составил 7% с учетом даже таких негативных периодов, как ипотечный кризис США.

«Есть два сценария развития. Соответственно, либо поэтапный, когда посредством наших доноров мы будем постепенно наполнять нашу корзину для того, чтобы потом иметь возможность уже пользоваться дивидендами, либо при лучшем стечении обстоятельств, единоразовое вложение порядка 2 миллиардов для того, чтобы можно было сразу работать и снизить нагрузку на доноров.»

7 **Корпоративная социальная ответственность**

Рождение корпоративной социальной ответственности и ESG

1953 – первое положение о теории корпоративной социальной ответственности

KCO – это...



обязательства бизнесменов проводить такую политику, чтобы ее выполнение было направлено на деятельность, желательную с точки зрения целей и ценностей всего общества

Говард Боуэн, американский экономист, «Социальная ответственность бизнесмена»

1969 – крупный разлив нефти на побережье Санта-Барбары; протесты людей с требованиями защиты окружающей среды



1987 – доклад «Наше общее будущее» Всемирной комиссии ООН; введение понятия устойчивого развития

Устойчивое развитие – это...

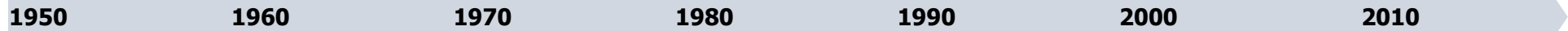


Модель движения вперед, при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей нынешнего поколения людей без лишения будущих поколений такой возможности

из доклада Брундтландской комиссии «Наше общее будущее» 1989 года



2015 – форум по устойчивому развитию под эгидой ООН; определение 17 целей устойчивого развития (ЦУР)



Наблюдается рост корпораций, сближение фирм, работников, покупателей и акционеров. Компании начинают использовать по отношению к себе понятие «корпоративный гражданин», то есть наряду с государством и гражданским обществом формулировать общественные ценности.

Ближе к концу 60-х идет формирование концепции ответственного бизнеса. В США, Германии, Японии и Великобритании становится популярна идея о том, что бизнес – помимо генерирования прибыли и уплаты налогов – должен принимать участие в корректировке социального неравенства и защите окружающей среды.

Со второй половины 70-х годов идет процесс институционализации практик ведения социально ответственного бизнеса – на предприятиях начинают появляться кодексы KCO. Положения кодексов того времени уже можно было разделить на три тематики: социальную, экологическую и управленческую.

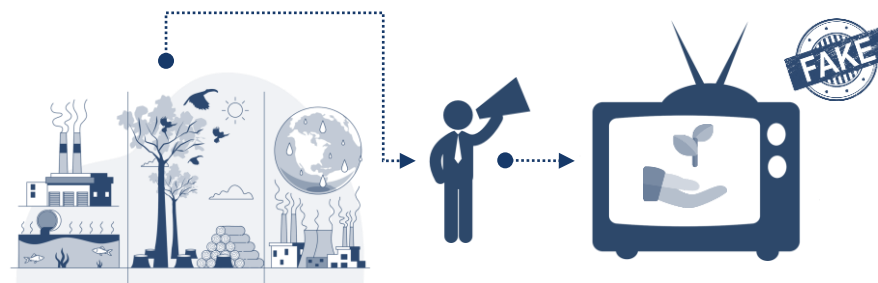
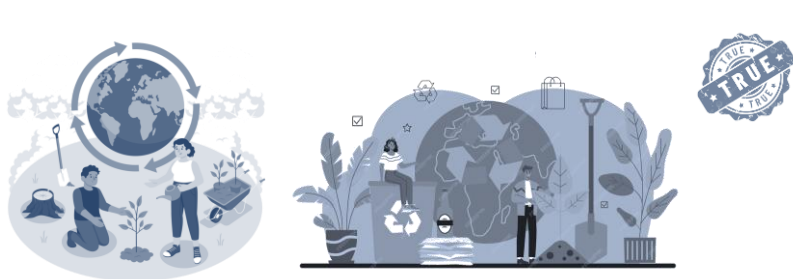
Данное десятилетие – расцвет KCO. В США ведущие компании: «General Electric», «Crysler», «American Telephone and Telegraph», «Ford», «Texasco» – формируют отдельные подразделения, которые бы отвечали за разработку политики KCO. В России во время перестройки развивается идеология предприятия как социального гаранта.

На KCO начинает влиять концепция устойчивого развития (УР) – фокус смещается в сторону экологических проблем. В России до середины 90-х происходит резкое сокращение социальной инфраструктуры предприятий в связи с крушением предыдущего строя. Вторая половина десятилетия – стабилизация.

С начала XXI века в KCO окончательно оформляются направления – данный этап называют ESG 1.0. **Environment Social Governance** Идет критика KCO, поскольку вклад компаний нельзя оценить количественно и сложно дать ему внешнюю верификацию. В России идет актуализация социальной политики компаний

Идет переход к ESG 2.0 – появляются стандарты оценки. По ESG-рейтингам партнеры оценивают устойчивость компаний к разным видам рисков. Главной задачей России на данном этапе является развитие гражданского общества как гаранта установки курса на реализацию осознанной социальной политики.

Развитие ESG в начале двадцатых годов XXI века



Концепция ESG, которая уже давно шагнула за рамки корпоративной культуры, меняет мир. Правительства стран проводят политику, стимулирующую зеленое производство, становятся проводниками ESG-идей на различных уровнях.

За последние несколько лет выделились следующие тренды:

- более качественное раскрытие информации;
- прозрачность цепочек поставок;
- внимание на человеческие ресурсы: привлечение специалистов и адаптация работников, пострадавших в результате сдвигов в промышленном производстве в процессе перехода к экономике с нулевым уровнем выбросов;
- привлечение коренных народов к участию в расширении их прав и возможностей;
- быстрая адаптация стран к международным стандартам*.

Краеугольной проблемой является феномен «green washing», когда компании используют антураж ответственного ведения бизнеса лишь как пиар ход и на самом деле их результативность в области ESG незначительна.

Например, летом 2020 года компания Amazon переименовала спортивный комплекс KeyArena на звучащее более «экологично» Climate Pledge Arena в честь своего проекта по прекращению промышленных выбросов углекислого газа к 2040 году. Гринпис США определили это действие как гринвошинг, поскольку Amazon параллельно данному мероприятию заключает коммерческие сделки, способствующие развитию нефтегазовой промышленности.

К гринвошингу также можно отнести перепродажу квот на выбросы, выпуск фейковых «зеленых» ценных бумаг, несертифицированную маркировку продукции как экологически приемлемой.

Гринвошинг может привести к серьезным экономическим последствиям – в 2020 году эксперты говорили об угрозе возникновения «зеленого» пузыря, который был обусловлен неадекватным ростом спроса на зеленые финансовые инструменты.

KCO и ESG – отдельные концепции об ответственности бизнеса, которые во многом опираются на цели устойчивого развития



KCO

- получение прибыли с учетом интересов общества
- не зависит от основного вектора развития предприятия
- не оказывает существенного влияния на финансовые показатели
- инвесторы все меньше вкладываются в традиционные фонды
- призвана лишь компенсировать социальные дефициты
- оказывает все менее заметное влияние на бизнес-процессы
- добровольное действие, неявно нацеленное на получение прибыли и увеличение собственного капитала
- ответственность перед обществом за последствия своей работы

ESG

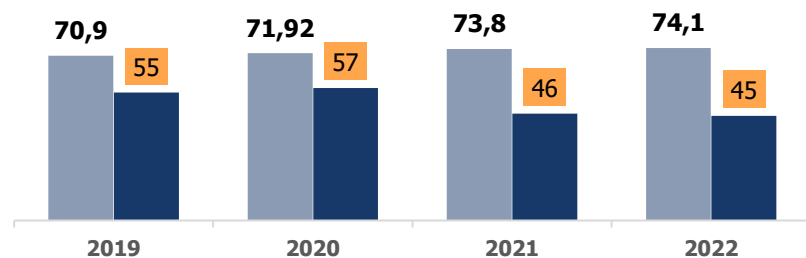
- улучшение качества жизни и условий труда
- влияет на инвестиционные и стратегические решения бизнеса
- влияет на стоимость привлечения заемных средств
- инвесторы отдают предпочтение ESG-продуктам
- призвана лишь компенсировать социальные дефициты
- оказывает все менее заметное влияние на бизнес-процессы
- альтруистическое действие, направленное на обеспечение устойчивости планеты и сдерживание уже существующих кризисов
- минимизация последствий нарушения технологий и регулирования

Россия в рейтинге по выполнению ЦУР* ООН

*цели устойчивого развития

70,9 – индекс устойчивого развития, % выполнения ЦУР

55 – место в рейтинге



*Источник: Cambridge, Sustainable Development Index Data.

ESG формирует тренд ответственного инвестирования

Потенциальные инвесторы все чаще начинают обращать внимание не только на обычные финансовые показатели, но и на риски, связанные с социальными, экологическими и управленческими аспектами деятельности компании, а также на возможности устойчивого развития.



Существует два основных подхода к внедрению КСО, при этом уровень вовлечения государства в разных экономиках может отличаться

Подходы к внедрению КСО в бизнес

На добровольной основе

КСО должна основываться строго на решениях самого бизнеса, чтобы он смог разработать стратегию, исходя из специфики своей деятельности.

Роль государства – проводить политику стимулирования



Обязательный

Поскольку цель бизнеса – получение прибыли, ему нельзя полностью доверить решение социальных проблем → регулирование государством.

Роль государства – создавать законодательно закреплённые критерии отчетности и корпоративного поведения



Основные модели КСО

США



Инициатива исходит только от компании, компания сама определяет свой общественный вклад;

государство проводит политику поощрения социальных инвестиций через налоговые льготы.

Континентальная Европа



Высокая степень регулирования государством;

экономическая, юридическая и этическая ответственность компаний основывается на законодательно закреплённых рамках и высоких налогах

Великобритания



Совмещает две модели: американскую и европейскую;

Высокая вовлечённость как государства, так и гражданских институтов с целью выявления лучших практик

Россия



Отличается большой подвижностью – на нее влияют требования государства, мирового фондового рынка и международная конкуренция.

Сужение круга значимых стейкхолдеров за счет недооценки таких групп, как, например, местные сообщества; НКО немногочисленны и имеют сравнительно небольшое влияние на общественное мнение и давление на бизнес.

В России одним из ключевых инструментов государственного регулирования компаний являются **налоговые льготы**, например:

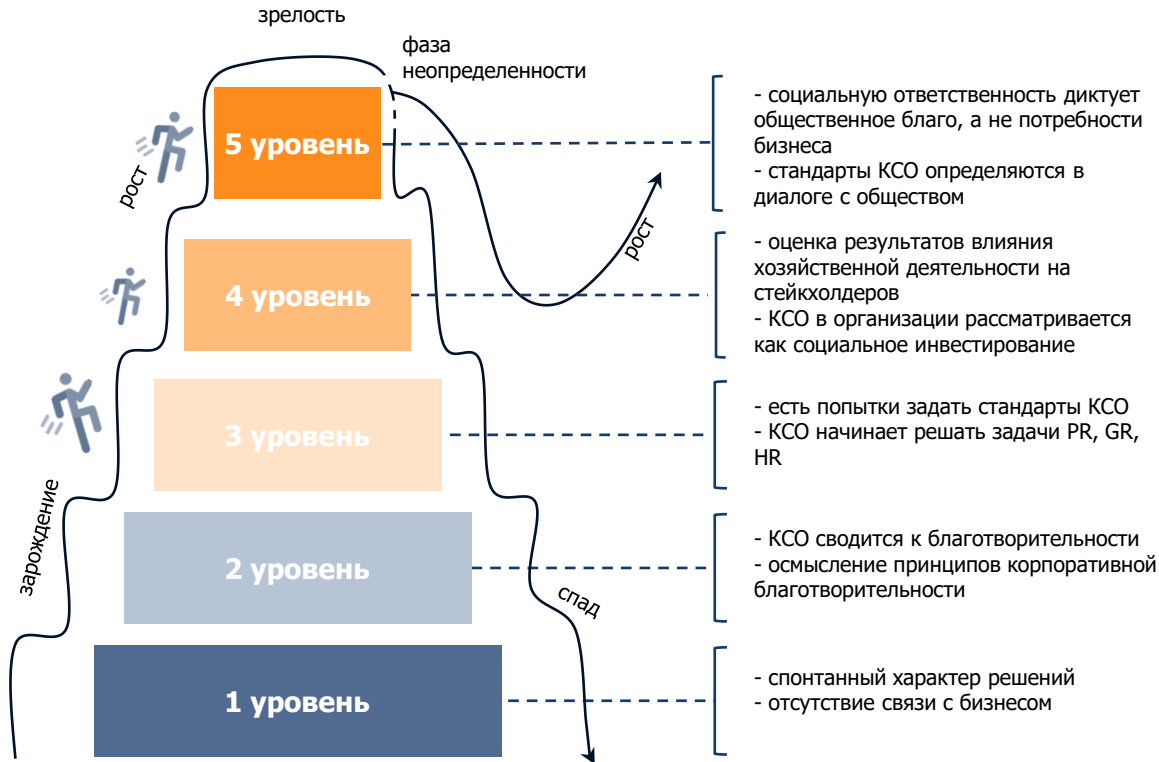
- снижение налоговой базы за счет имущества, полученного на формирование/пополнение целевого капитала (подп. 13–15 п. 2 ст. 251 Налогового кодекса Российской Федерации);

- налоговый вычет в размере пожертвований СОНКО (Федеральный закон от 21.11.2011 №328-ФЗ)

- освобождение от уплаты налогов на выплаты в форме благотворительной помощи, НДС в части услуг по социальному обслуживанию несовершеннолетних детей, граждан пожилого возраста, инвалидов.

Компания должна созреть для осознанной стратегии КСО

Взаимосвязь стадий жизненного цикла компании и уровней развития ее корпоративной социальной ответственности*



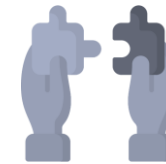
Потенциальные вызовы, с которыми может столкнуться КСО-департамент



Нарушение принципа максимизации прибыли



Расходы на социальную вовлеченность



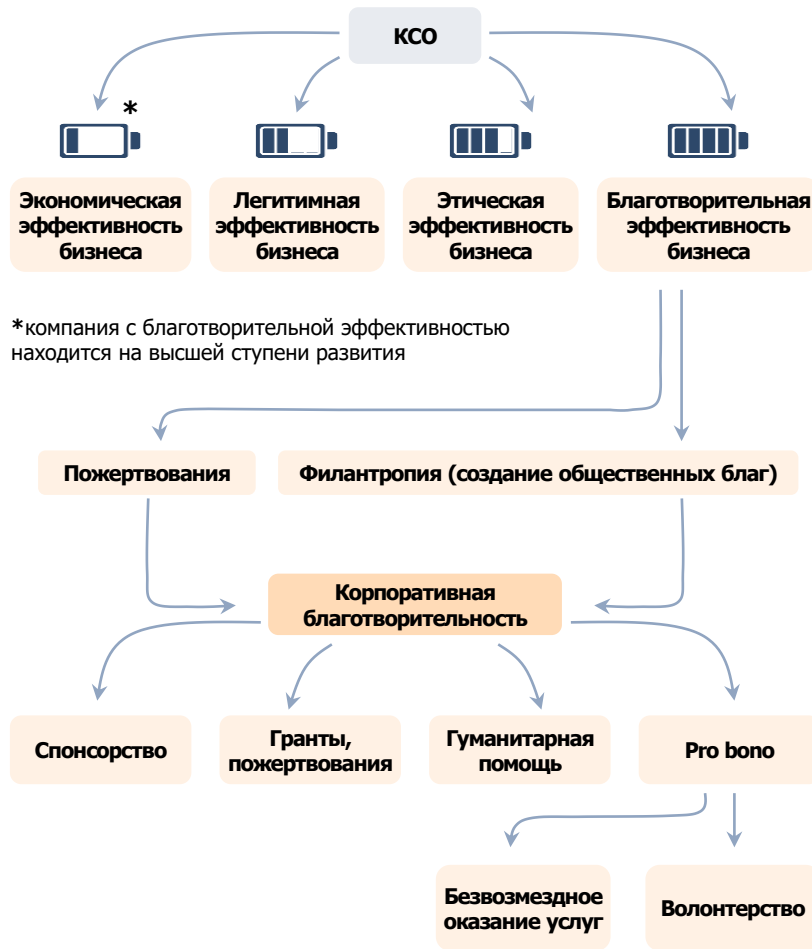
Отсутствие методики определения эффекта социальных программ



Недостаток навыков в решении социальных проблем

*Источник: Батаева Бэла Саидовна, & Жойдик Алексей Петрович (2015). Взаимосвязь корпоративной социальной ответственности со стадиями жизненного цикла компании. Управление экономическими системами: электронный научный журнал, (10 (82)), 12.

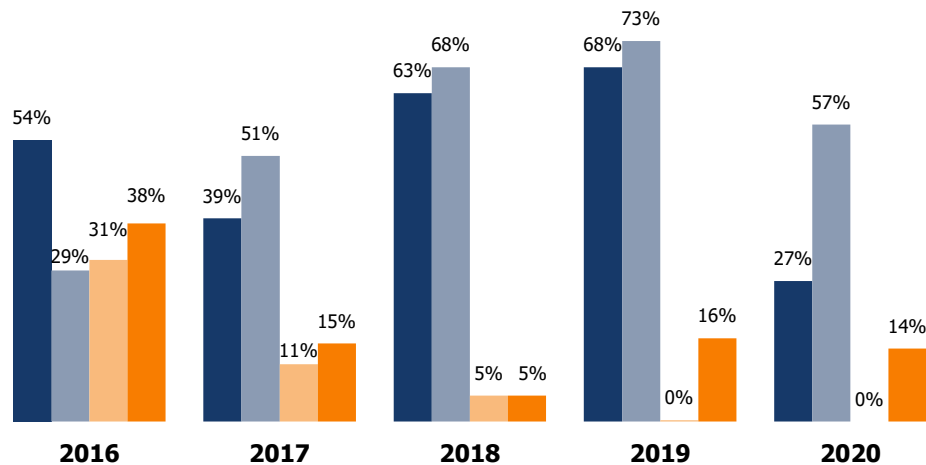
Один из элементов корпоративной социальной ответственности (КСО) – это корпоративная благотворительность, и данные понятия часто путают



	КСО	Корпоративная благотворительность
субъект	Компания/организация	Частное лицо или компания/организация
глубина помощи	Активное участие на всех этапах долгосрочного проекта с привлечением различных агентов рынка, чтобы изменить к лучшему жизнь конкретного сообщества	Помощь на расстоянии вытянутой руки: пожертвование средства (чаще денег, чем навыков)
на кого направлена помощь	Средства/ресурсы передаются в помощь сообществу (фермеры, дети-сироты, матери-одиночки и т.д.)	Средства/ресурсы передаются для нужд отдельной организации или частного лица
отчетность	Постоянный мониторинг расходов средств и получения результатов	Отчетность не обязательна
наличие стандартов	17 целей устойчивого развития	Личный выбор, кому, сколько, чем как часто помогать
вовлеченность сотрудников	Сотрудники - неотъемлемые участники устойчивой бизнес-модели, драйверы социальных инициатив, послы бренда, без них успех устойчивого бизнеса невозможен	Кому и какое пожертвование сделать, выбирают владельцы и топ-менеджмент компании. Сотрудники не участвуют в решении и могут даже не знать о нем, на их жизни оно не отражается
реакция общества на публичность	Ответственный бизнес набирает очки в глазах потребителей, сотрудников, партнеров и общества, участвуя в решении социальных проблем и рассказывая об этом	Попытки компании получить выгоду за счет благотворительности («пиариться») как минимум не приветствуются, как максимум - могут оттолкнуть потребителей и испортить репутацию
наличие стратегии	Пошаговая стратегия на 10-25 лет вперед с четкими промежуточными целями, которые улучшают жизнь сотрудников, местного сообщества и экологию	Чаще разовые, спонтанные пожертвования, краткосрочная перспектива
выгода	Выгода заложена в устойчивую бизнес-модель: помощь в решении социальных проблем должна одновременно повышать конкурентоспособность, завоевывать новые рынки, усиливать корпоративную культуру и внедрять инновации	Выгода не предполагается

Подходы к разработке стратегии корпоративной благотворительности, как правило, отсылают к внутренней конъюнктуре компаний

Причины вовлечения компаний в корпоративную благотворительность, 2016-2020 гг.



Внутренние

Внешние

моральные

экономические

предписанные

прецедентные

Ориентир компании на создание социальной ценности как таковой, то есть без учета возможного бизнес-эффекта

Ориентир компании на создание экономической ценности, то есть получение бизнес-эффектов от благотворительности

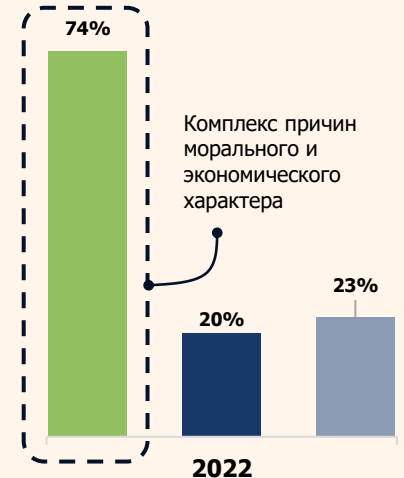
Наличие сильных стимулирующих ожиданий от заинтересованных сторон (государства, НКО)

Следование стратегии благотворительной деятельности материнской компании

В 2022 году у респондентов был вариант выбрать либо комплекс причин, либо приоритет конкретной

Подавляющее большинство отметили важность решения социальных и экономических проблем в рамках устойчивого развития без игнорирования бизнес-задач компании.

О приоритете внешних причин почти не заявляли. Что касается прецедентных причин, такая динамика обусловлена уменьшением доли международных компаний в выборке в связи с их уходом.

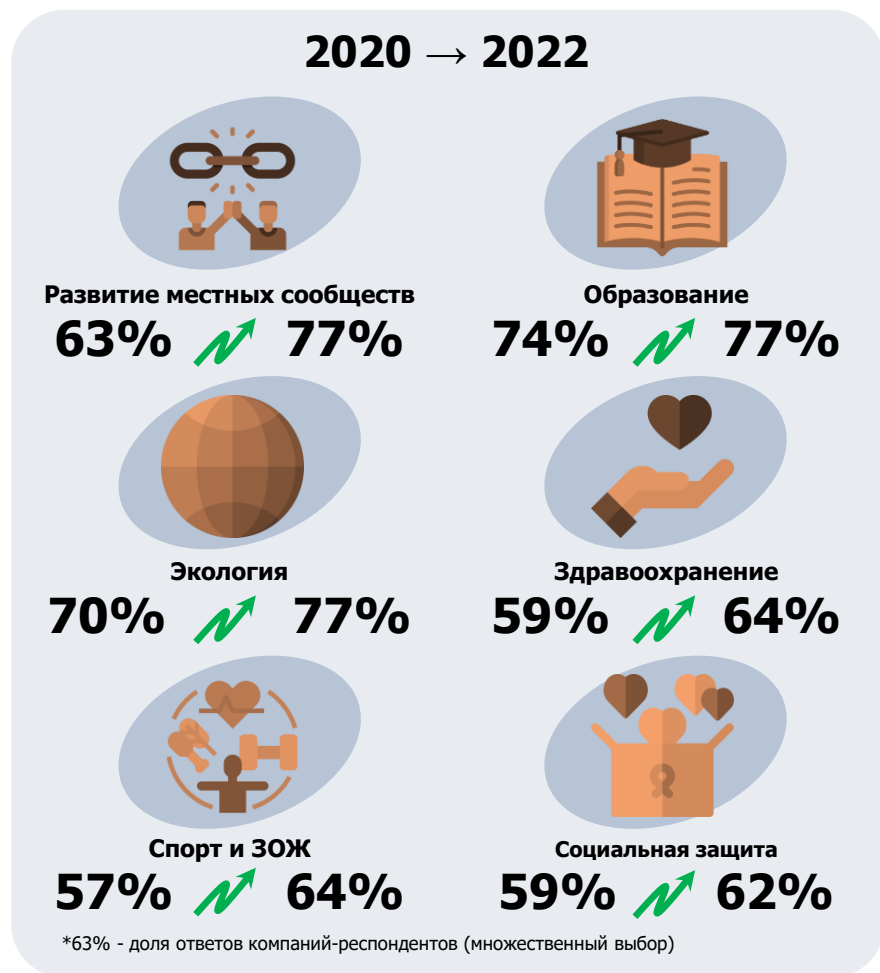


Цели благотворительной деятельности компаний, рейтинг, 2022 г.

- 1 Повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия
- 2 Укрепление бренда работодателя
- 3 Укрепление взаимоотношений с бизнес-партнерами
- ...
- 6 Решение социальных проблем

В период с 2016 по 2020 год решение социальных проблем занимало первое или второе место

Приоритетные направления корпоративной благотворительности - развитие местных сообществ, образование, экология, медицина, спорт и социальная сфера



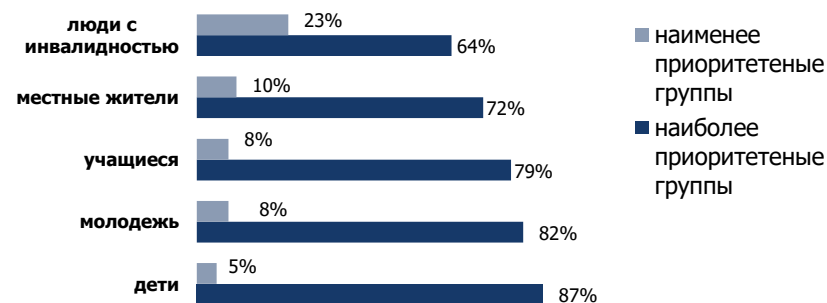
Можно отметить рост интереса к военно-патриотическому воспитанию – число компаний-респондентов, отметивших данное направление в качестве приоритетного выросло почти в два раза в период с 2020 по 2022 гг. (с 7% до 13%, соответственно).

Если говорить о соотношении с целями устойчивого развития, здесь лидирующие позиции остаются за «хорошим здоровьем и самочувствием», «достойной работой и экономическим ростом» и «партнерством в интересах устойчивого развития».

↑↑↑ внимания в 2022

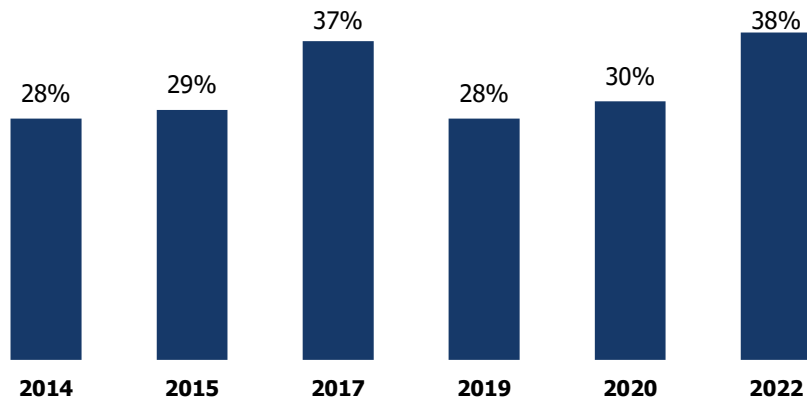


Благополучатели корпоративной благотворительности в 2022 г., доля ответов компаний-респондентов (множественный выбор), %



Управление и формы реализации корпоративной благотворительности

Доля компаний-респондентов, выбравших корпоративный благотворительный фонд (БФ) в качестве субъекта реализации корпоративной благотворительности, %

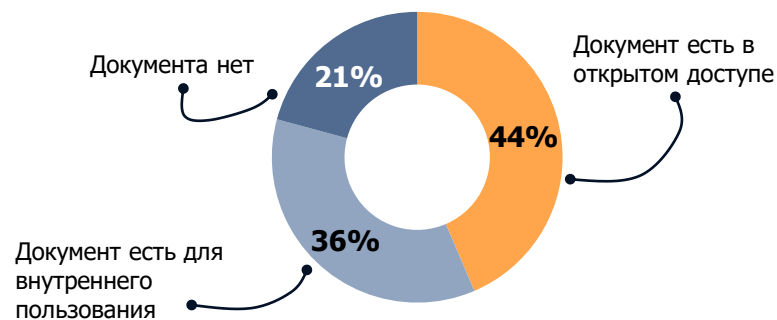


За последние несколько лет все больше компаний относятся к корпоративной благотворительности как к отдельному направлению, требующему профессионального управления и специальной документации.

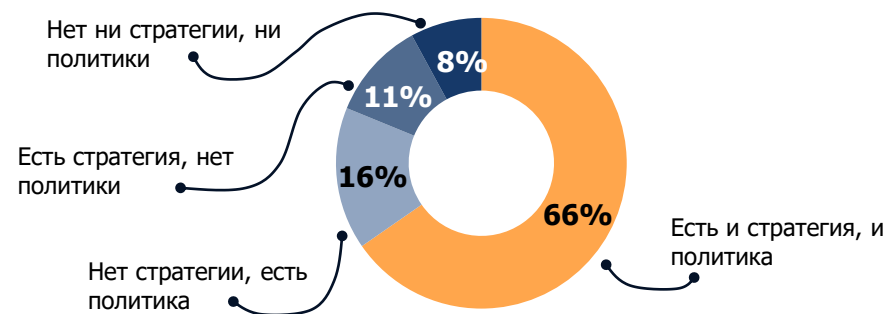
Кроме корпоративных БФ управлением благотворительностью в 2022 году также занимаются: - департамент по коммуникациям (23%); - отдел по устойчивому развитию (13%); - департамент по региональному развитию (9%) и другие департаменты.

Наблюдается рост доли компаний со стратегиями УР и социальными инвестициями. Из числа компаний-респондентов большинство понимают важность отчетной прозрачности и комплексного многоуровневого подхода к планированию благотворительной деятельности.

Наличие документа стратегического уровня и его открытость, %, 2022 г.



Наличие документов на стратегическом и оперативном уровнях, %, 2022 г.

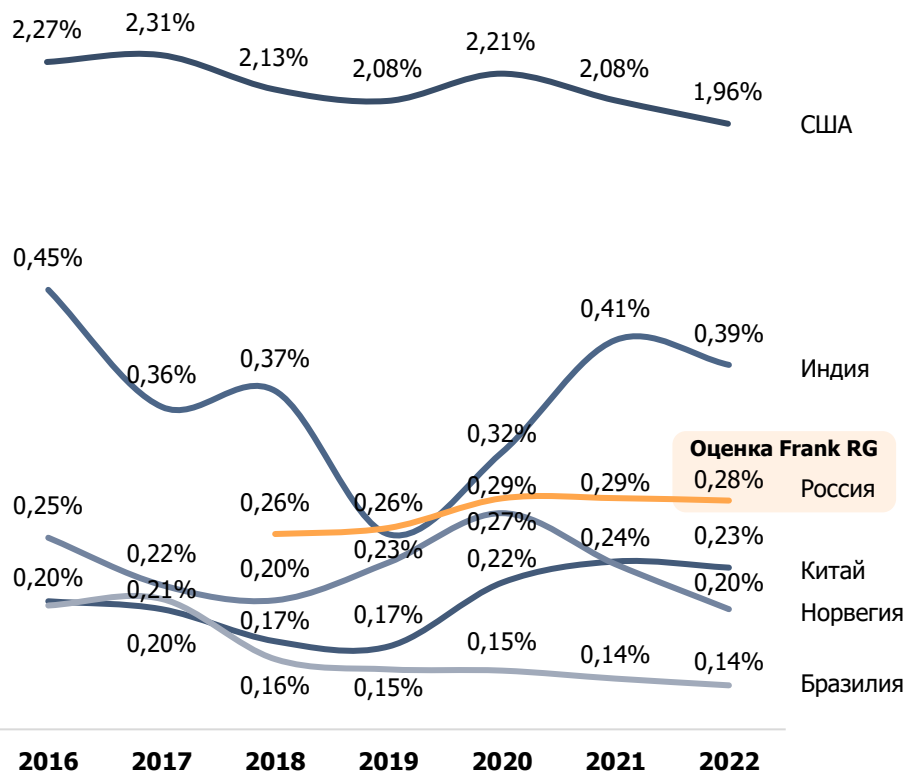


8 Благотворительность за рубежом и потенциал развития сферы

Темп роста расходов на благотворительность в мире отстает от темпов роста экономик стран за последние 2 года

Доля благотворительности в ВВП стран (за исключением средств, направляемых благотворительным НКО государством), **2016–2022 гг., %***

Расчеты Frank RG на основе данных об объемах благотворительности и ВВП



По многим странам в выборке расходы на благотворительность остаются стабильными, хоть и наблюдается некоторое снижение доли в ВВП. Начиная с 2020 года снижение наблюдается в США, Норвегии, Бразилии и немного в России. Китай и Индия в данный период были наиболее стабильными. Индия в 2021 году показала рекордный рост частной благотворительности на фоне пандемии covid-19, достигнув отметки в 0,41% доли ВВП.

Также можно отметить снижение доли по всем странам выборки в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Данный факт связан в основном с более высокими темпами роста экономики стран по сравнению с темпами роста расходов на благотворительность. Падение расходов в номинальном выражении наблюдалось только в Китае, что связано с рекордным по сборам 2021 годом, а также колебанием курса валюты по отношению к доллару.

Правительства многих стран в 2020-2021 гг. выделяли рекордные суммы на социальную поддержку граждан. Часть из данных средств шла и в благотворительную деятельность. Однако, несмотря на рекордные правительственные расходы, частные пожертвования не отличились таким же ростом, в основном они были стабильны или немного росли. Частная благотворительность отыграла пандемию не ростом трат, а переориентацией в наиболее актуальные сферы, такие как здравоохранение и здоровье.

В 2023 году можно ожидать дальнейшего снижения доли благотворительности в ВВП стран на фоне общемирового роста инфляции, поднятия ключевых ставок банков и падения реальных доходов населения. Стимулами для объемов может выступить поддержка пострадавших от вооруженных конфликтов в Украине и Палестине, к которым в 2023 году приковано общественное внимание, что также может сыграть и на рост трансграничной благотворительности.

* Размерность в % на графике не равномерна.

Источник: Frank RG, 2023.

Филантропия – новая стадия развития благотворительности

В СМИ понятия «филантропия» и «благотворительность» часто используют как синонимы, однако, с точки зрения социально-экономического знания, они не являются полными эквивалентами. В то время как благотворительностью можно назвать, например, передачу организацией или частным лицом денежных ресурсов нуждающимся, филантропия может принимать форму вложений в систему здравоохранения.

Системная/ спонтанная деятельность	Благотворительность		Филантропия
	Спонтанная	Системная	
Добровольная/ принудительная деятельность	Добровольная Принудительная (давление со стороны государства, торг)	Добровольная Вынужденная (необходимость ограничения требований со стороны государства) Принудительная (давление со стороны государства, торг)	Добровольная Осознанная
Содержание деятельности	Помощь нуждающимся вне замещения государственных расходов (например, оплата операций, квоты на которые в России не предусмотрены) Замещение государственных расходов: - финансирование социальных проектов, с которыми государство непосредственно обращается к бизнесу, -финансирование проектов, которые социальное государство должно осуществлять, но которые на практике не реализуются или реализуются не в полном объеме (поддержка медицины, социальной сферы и пр.)		Создание общественных благ (социальные инновации, развитие гражданского общества и пр.)
Характер	Мотив – эмоциональный импульс	Наличие определенного алгоритма реализации помощи; узкий, консервативный спектр способов и инструментов	Разработка стратегии, долгосрочное планирование; подбор механизмов и способов реализации занимает столько времени, сколько потребует
Фокус	Помощь в удовлетворении текущих потребностей благополучателей; точечное решение конкретных проблем		Стремление решить первопричину, чтобы устранить барьеры, мешающие нуждающимся удовлетворять свои потребности

9 Методика исследования

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	Фандрайзинговые	Фандрайзинговые	Фандрайзинговые	Фандрайзинговые	Фандрайзинговые	Фандрайзинговые	
Организационно-правовая форма	-	-	Фонд целевого капитала (ФЦК)	ОО, БО, НО, АНО, А	Фонд (в т. ч. благотворительный фонд)	Фонд (в т. ч. благотворительный фонд)	Фонд (в т. ч. благотворительный фонд)	Фонд (в т. ч. благотворительный фонд)	
Объем привлечения / 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	-	-	Образование, культура, прочее	-	Топ-3 популярных направлений**	Прочие направления	Топ-3 популярных направлений**	Прочие направления	
Регион присутствия	РФ или более 20 регионов	РФ или более 20 регионов	-	-	РФ или более 20 регионов	РФ или более 20 регионов	1–20 регионов***	1–20 регионов***	ВСЕГО:
Кол-во проведенных интервью с руководителями НКО	2	-	2	2	5	2	2	1	16

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

** Детство, Инвалидность+Детство, Сиротство.

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

Мы провели серию глубинных интервью с представителями НКО...

Категория	Вопрос/тема*
Параметры НКО	Профиль и охват деятельности, целевая аудитория, характер помощи: адресный, системный, микс
Фандрайзинг	Есть ли отдельная стратегия фандрайзинга?
	Основной тип доноров / источник поступлений / платформа и инструмент финансирования
	Динамика сборов 2022 и 2023 гг. Наблюдается ли сокращение помощи от бизнеса/государства?
	Возможно ли оформить завещание в пользу вашей НКО? Был ли у вас такой опыт?
	Чувствуете ли вы внутреннюю конкуренцию с другими фондами в рамках привлечения средств в НКО?
Целевой капитал (ЦК)	Наличие/актуальность учреждения ЦК, плюсы и минусы, барьеры формирования
	Формирование ЦК своими силами или через внешнего подрядчика? Знакомы с платформами для ЦК?
	Основной источник финансирования ЦК, использование фандрайзинговых площадок
Особенности управления	Как часто ваше НКО организует стратегические сессии / встречи с внешними участниками?
	Есть ли у вас амбассадоры фонда? Что они дают фонду?
	Как вы сотрудничаете с бизнесом/государством/фондами / международными организациями?
	Изменился ли подход к управлению фонда с 2022 года? Начали ли помогать пострадавшим в результате проведения СВО?
Стратегия развития	Есть ли у НКО формализованная стратегия? Менялась ли она в 2022 г.? Основные стратегические задачи
	Мешает ли статус иноагента НКО осуществлять свою деятельность? Наличие антикризисной стратегии
Оценка эффективности благотворительной деятельности	Как проходит оценка результатов деятельности НКО? Есть ли оценка социального эффекта?
Роль крупных филантропов	Какова доля пожертвований от крупных филантропов? Был уход крупных доноров после 2022 года?
	Критерий выделения крупных филантропов, их количество, средний размер пожертвования/год, статус
	Мотивация крупных доноров жертвовать, критерий выбора фонда, отношения: долго-/краткосрочные
	Особенности коммуникации с крупными донорами и особенности поступлений от них
	Каналы привлечения крупных филантропов
	Есть ли у вас цель по привлечению крупных филантропов?
Прогноз	Куда движется российская благотворительность и барьеры для ее развития в ближайшем году?



16 НКО



2 частных



2 фонда целевых капиталов



12 фандрайзинговых фондов

* В зависимости от типа НКО вопросы могли отличаться.

Участники интервью

Некоммерческие организации (НКО)

БФ поддержки социально-незащищенных лиц «Жизнь как чудо»

Межрегиональная благотворительная общественная организация «Ночлежка»

БФ семьи Тиньковых

БФ Константина Хабенского

БФ «Фонд борьбы с лейкемией»

БФ «Фонд поддержки слепоглухих «Со-единение»

БФ «СИЭСЭС»

БФ содействия образованию детей-сирот «Большая Перемена»

БФ «Арифметика Добра»

БФ ПОМОЩИ ЛЮДЯМ В СЛОЖНОЙ ЖИЗНЕННОЙ СИТУАЦИИ "ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ"

Межрегиональная благотворительная общественная организация – Российский Комитет «Детские деревни-SOS»

БФ содействия некоммерческим организациям в сфере образования, науки, культуры, медицины и социальных программ «Друзья»

Некоммерческая организация Фонд помощи детям и молодежи «Обнаженные сердца»

БФ «Рауль»

Эксперты по эндаментам

Александр Свистунов – эксперт рынка целевого капитала и основатель консалтинговой компании для эндаумент-фондов, ECG (Endowment Consulting Group)

Арина Габа - член Совета БФ помощи детям с онкогематологическими и иными тяжелыми заболеваниями «Подари жизнь», эксперт в области некоммерческих организаций

Оксана Гайдаш - директор Специализированного фонда целевого капитала «Фонд формирования и использования целевого капитала для помощи фонду «Подари жизнь»

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

Категория	Показатель
Общие показатели	Количество доноров: физлица и юрлица - в том числе: количество уникальных доноров с разовым пожертвованием от 300 тыс. рублей: физлица
	Поступления денежных средств в рублях в пользу НКО и количество поступлений денежных средств в рублях в пользу НКО : физлица и юрлица
Форма поступления	Поступления внутри РФ
	Поступления по реквизитам: от юрлиц и физлиц
	Поступления через СМС-пожертвования по короткому номеру
	Поступления через банковские карты, Рау-сервисы
	Поступления через QR-код (в том числе СБП)
	Перечисление кешбэка, баллов, округление суммы, процентов (с вклада физлица) в пользу организации
	Поступления через фандрайзинговые и краудфандинговые платформы
	Доходы от реализации услуг (товаров) организации
	Субсидии и гранты: президентские гранты, субсидии, гранты от федеральных органов власти (кроме президентских грантов) и другие субсидии
	Поступления от фондов целевых капиталов
	Сумма сборов через ящики для пожертвований
	Другие поступления
	Поступления из-за рубежа
	Поступления по реквизитам
	Поступления через фандрайзинговые и краудфандинговые платформы в рублях и другой валюте
	Субсидии и гранты
	Другие поступления
Поступления в виде криптовалюты	
Объем разового пожертвования	Поступления в тыс. рублей с шагом: 0-5-20-100-300-500-1 000-5 000-10 000 и свыше 10 000
Регулярные доноры	Количество доноров: с более чем 1 пожертвованием за период и с подключенной подпиской на пожертвования (автоплатежом)
Целевой капитал	Объем активов в целевом капитале
Расходы	Программные и непрограммные расходы – в том числе: затраты на ФОТ (программные сотрудники)
	Административные расходы – в том числе: затраты на ФОТ (административные сотрудники)
	Другие расходы

...и бенчмарк-исследование благотворительных транзакций клиентов банков

Показатели	Детализация транзакций для физлиц	Тип клиента	Сегменты	Период
Количество клиентов – в том числе: для клиентов с более чем 1 операцией за период	Переводы с карт по MCC-коду 8398	Физические лица	Для физлиц (по размеру капитала на счетах и в инвестициях): до 1 млн 1 млн - 6 млн от 6 млн - 10 млн 10 млн - 30 млн 30 млн - 60 млн 60 млн -100 млн 100+ млн	1Н 22
Количество переводов и/или транзакций: – в том числе: для клиентов с более чем 1 операцией за период				2Н 22
Объем переводов и/или транзакций: – в том числе: для клиентов с более чем 1 операцией за период				1Н 23
	Переводы со счетов на счета по реквизита	Юридические лица	Для юрлиц (по годовому обороту): до 120 млн: 120 млн - 800 млн: 800 млн - 2 млрд: 2 млрд+:	2Н 23
	Перечисления кешбэка/ баллов/ округление суммы трат на благотворительность			
Типы НКО				
Частные и корпоративные благотворительные НКО				
Фандрайзинговые благотворительные НКО				
Фонды целевого капитала				

Участники benchmark-исследования

Некоммерческие организации	
Благотворительный фонд «АиФ. Доброе сердце»	Благотворительный фонд «Золотая капля»
Автономная некоммерческая организация по реализации проектов и проведению мероприятий в области культуры и искусства «Актуальное искусство»	Автономная некоммерческая организация «Институт развития донорства «Донор-Сёрч (Поиск доноров)»
Благотворительный фонд «Арифметика Добра»	Региональная общественная организация «Красноярский центр лечебной педагогики»
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД «БЕРЕГИНЯ»	Благотворительный фонд «Культура развития»
Благотворительный фонд содействия образованию детей-сирот «Большая Перемена»	Межрегиональная общественная организация в сфере экологии, экологической культуры и охраны окружающей среды «Мусора.Больше.Нет»
Благотворительный Фонд борьбы с лейкемией	Нижегородская Областная Общественная Организация «Нижегородский Женский Кризисный Центр»
Благотворительный фонд «БЭЛА. Дети-бабочки»	Межрегиональная благотворительная общественная организация «Ночлежка»
Автономная некоммерческая организация Ресурсный центр поддержки НКО «Вместе»	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР ПОМОЩИ СЕМЬЯМ С ДЕТЬМИ «ПЛАНЕТА ДОБРА»
Благотворительный фонд «ВОЛОНТЕРЫ В ПОМОЩЬ ДЕТЯМ-СИРОТАМ»	Благотворительный фонд помощи детям с тяжелыми заболеваниями «Помоги ребенку.Ру»
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ПОМОЩИ ЛЮДЯМ В СЛОЖНОЙ ЖИЗНЕННОЙ СИТУАЦИИ «ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ»	НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕТСКИЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД «ПРЕОДОЛЕНИЕ»
Межрегиональная благотворительная общественная организация – Российский Комитет «Детские деревни-SOS»	Социальный проект «Все получится!»
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД РАЗВИТИЯ ПАЛЛИАТИВНОЙ ПОМОЩИ «ДЕТСКИЙ ПАЛЛИАТИВ»	Благотворительный фонд «СИЭСЭС»
Региональная Общественная Благотворительная Организация «Доверие»	Автономная некоммерческая организация «Ресурсный центр инклюзивных практик «СОДЕЙСТВИЕ»
Благотворительный фонд помощи детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей «Дорога Жизни»	Автономная некоммерческая организация социальной поддержки и защиты населения «Со Действие»
Автономная некоммерческая организация «Центр психологической и информационной поддержки материнства «Душа мамы»	Межрегиональная благотворительная общественная организация «Сообщество семей слепоглухих»
Автономная некоммерческая организация социальных проектов «Женщины за развитие»	Хабаровский краевой благотворительный фонд «Счастливое детство»
Дагестанская региональная общественная организация помощи инвалидам «Жизнь без слез»	

10 Приложения – результаты опроса населения об их благотворительных привычках

Онлайн-опрос благотворительной активности в РФ | Методика

- Опрос проводился в октябре 2023 года. Количество респондентов – 1299 человек.
- Поскольку в благотворительности принимают участие различные группы населения РФ, мы постарались повысить качество выборки исследования, введя определенные нормы квотирования, при этом не сделав их жесткими, чтобы не ограничивать выборку. В рамках гендерного разделения мы установили квоту 50%/50% для женщин и мужчин. Мы также ввели квоты для характеристики материального положения клиента, чтобы в результатах опроса присутствовали и респонденты с уровнем дохода выше среднего. Для того чтобы выборка была репрезентативна с точки зрения регионов, мы ввели квоту, чтобы были учтены респонденты из других городов, кроме Москвы и Санкт-Петербурга (включая области). Также, мы провели дополнительный буст по респондентам (в размере 100 человек) по категории «обеспеченный сегмент» – чтобы качественно проанализировать отношение к благотворительности состоятельных филантропов.



Группы по возрасту

18-24 (15%)
25-34 (20%)
35-44 (>25%)
45-60 (>30%)
61+ (>=5%)



Группы по подпискам

Москва и Московская область
Города-миллионники
Города с 500+ тыс. жителей
100-500 тыс. жителей
100- тыс. жителей
Живу за границей



Группы по доходу

Не хватает денег даже на еду (0,5%)
Денег хватает на еду, но покупать одежду и оплачивать жилищно-коммунальные услуги затруднительно (9,5%)
Денег хватает на еду и одежду, но не могу позволить себе покупку товаров длительного пользования (40%)
Денег хватает на еду, одежду и товары длительного пользования, но не могу позволить себе покупку автомобиля, квартиры, дачи (45%)
Средств достаточно, чтобы купить все, что считаю нужным (5%)

216



Обеспеченный сегмент¹

1 083

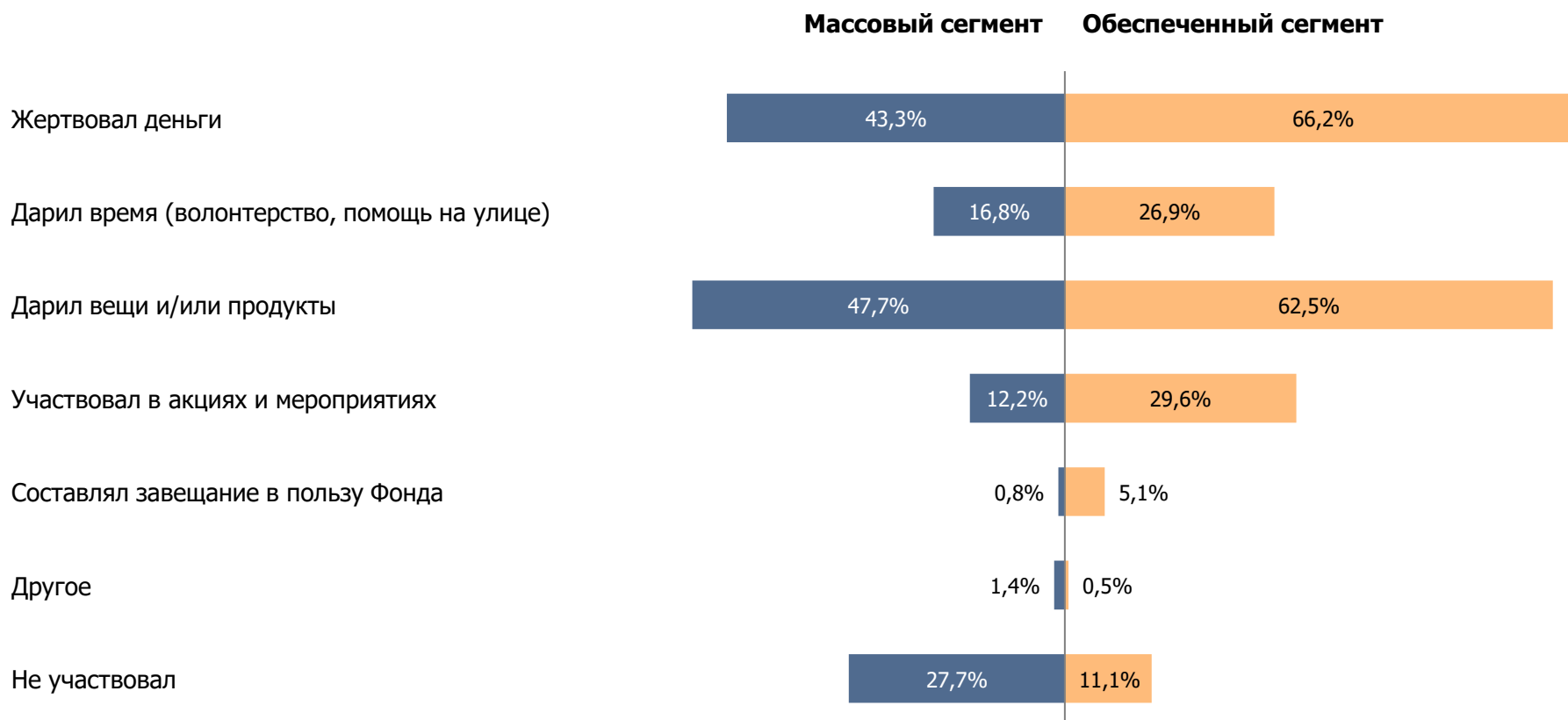


Массовый сегмент²

¹Все респонденты опроса, указавшие сумму средств на счетах от 6 млн рублей и/или клиенты Private banking.

²Все остальные респонденты опроса.

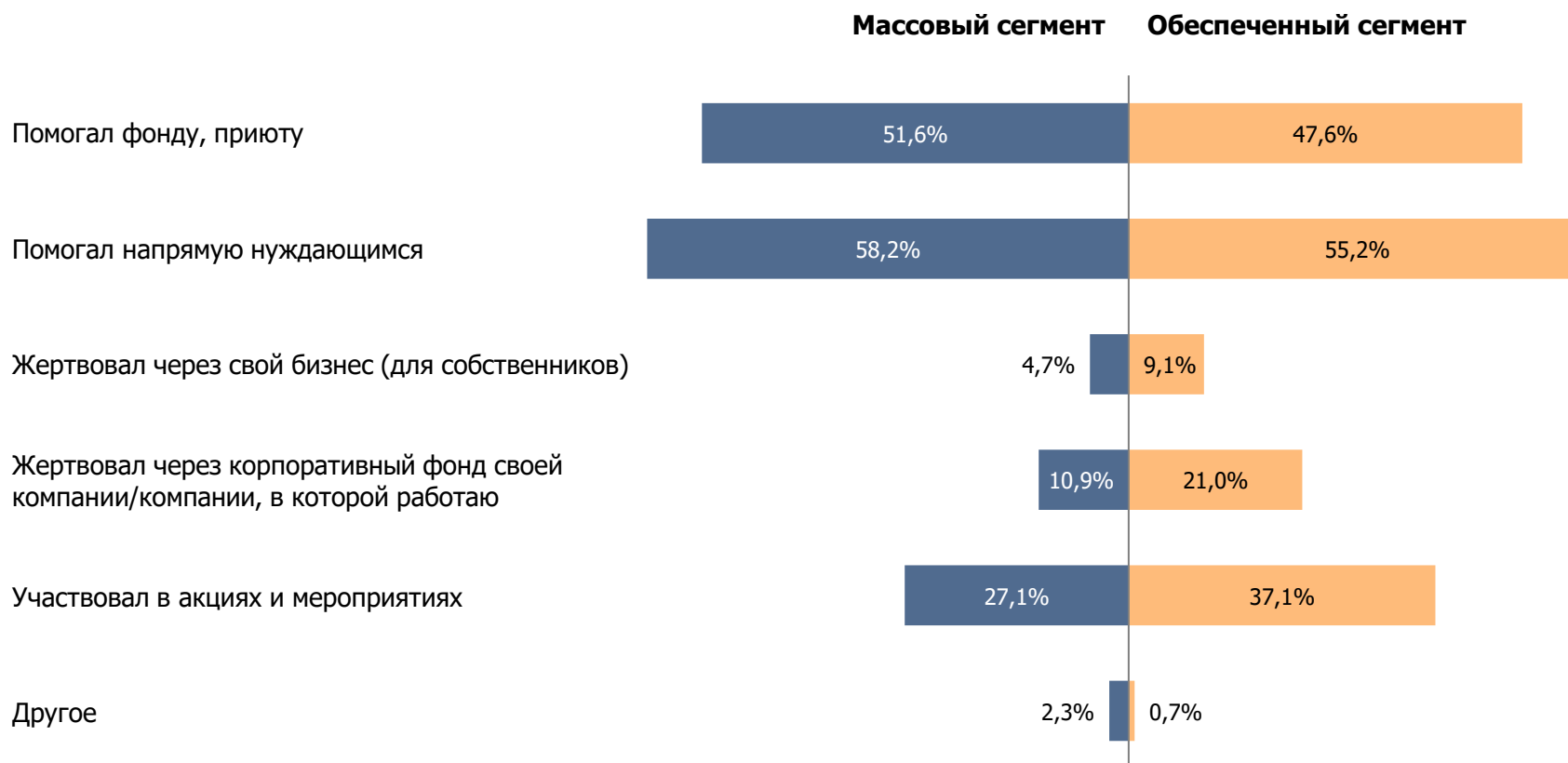
7. «Я участвовал в благотворительности за последний год следующим способом»*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=1083 (массовый сегмент), n=216 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

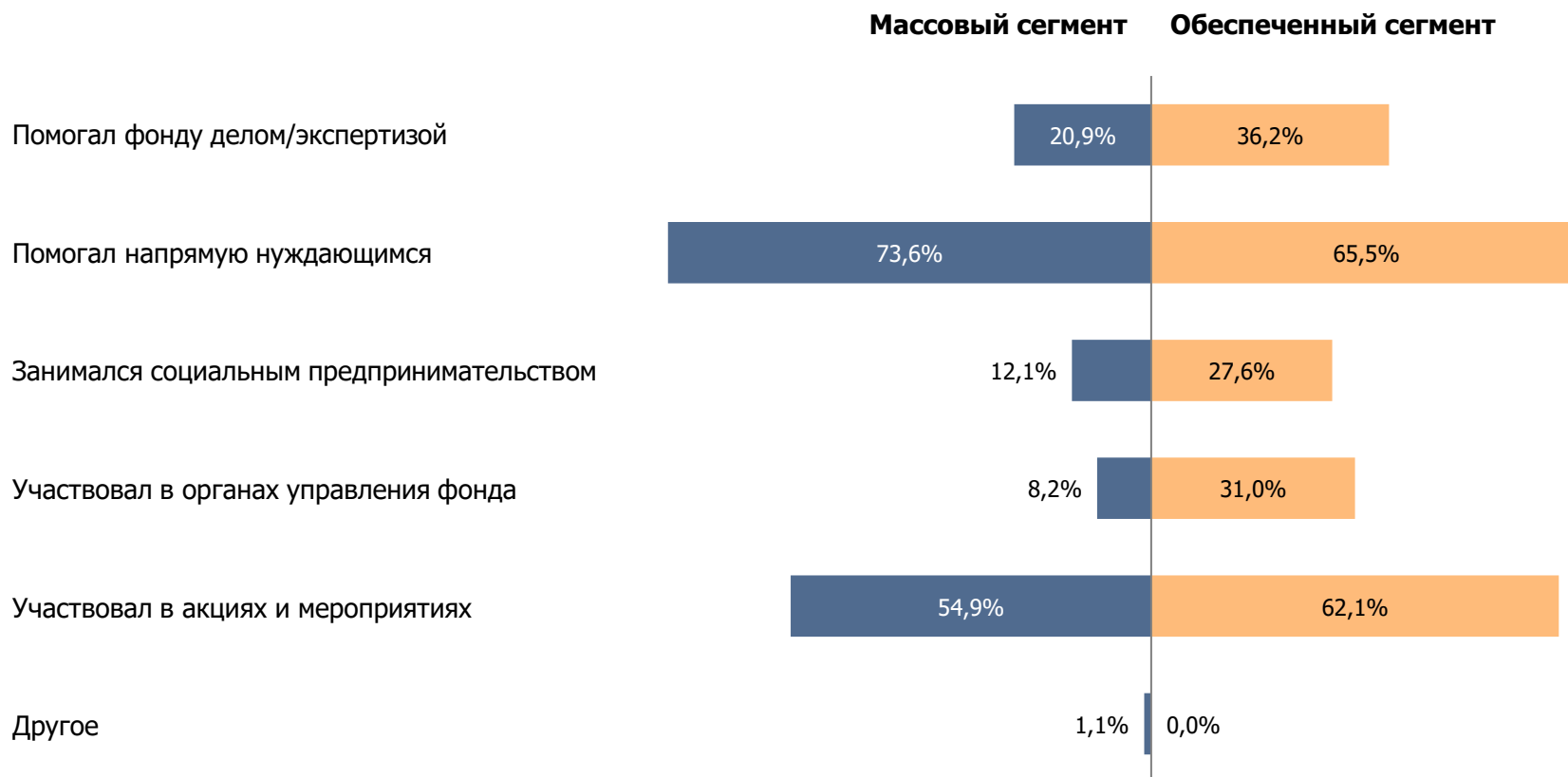
8. «Я жертвовал деньги следующим образом»*



* Только ответившие «Жертвовал деньги» на вопрос 7. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=469 (массовый сегмент), n=143 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

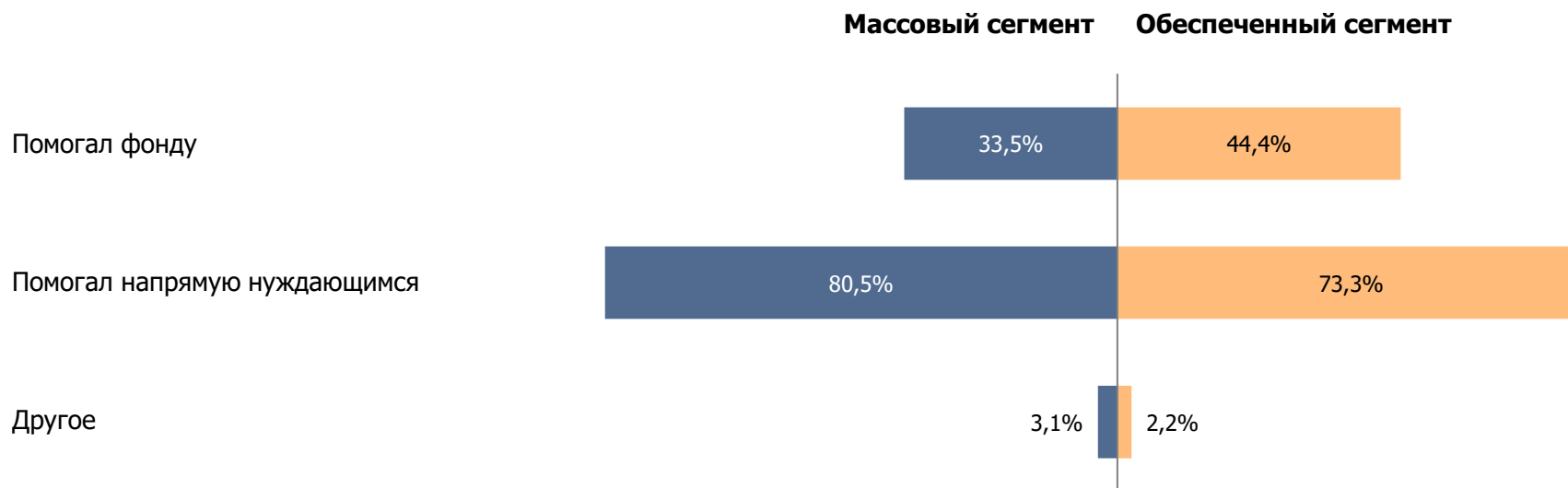
9. «Я дарил время следующим образом»*



* Только ответившие «Дарил время» на вопрос 7. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=182 (массовый сегмент), n=58 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

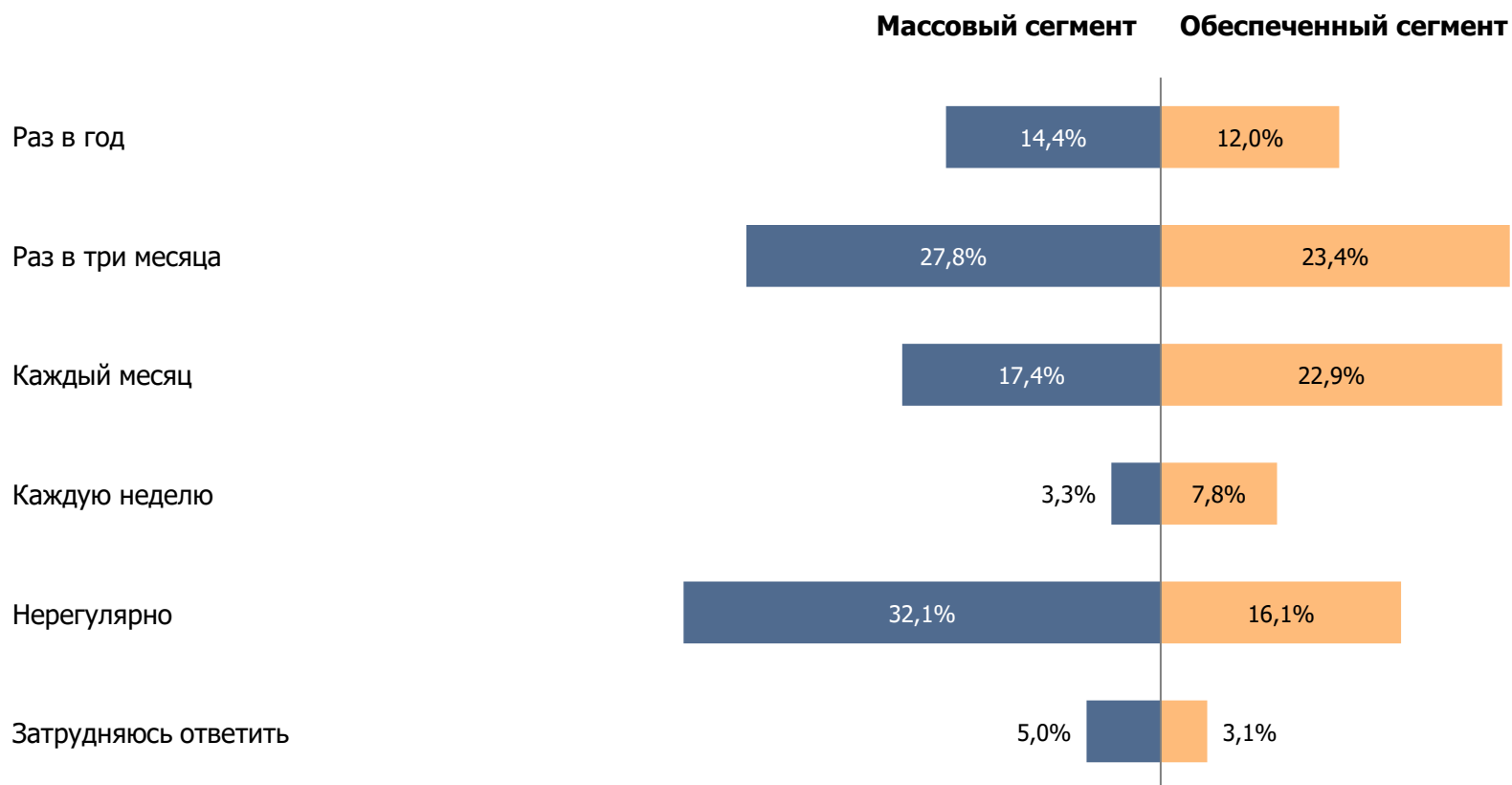
10. «Я дарил вещи и/или продукты следующим образом»*



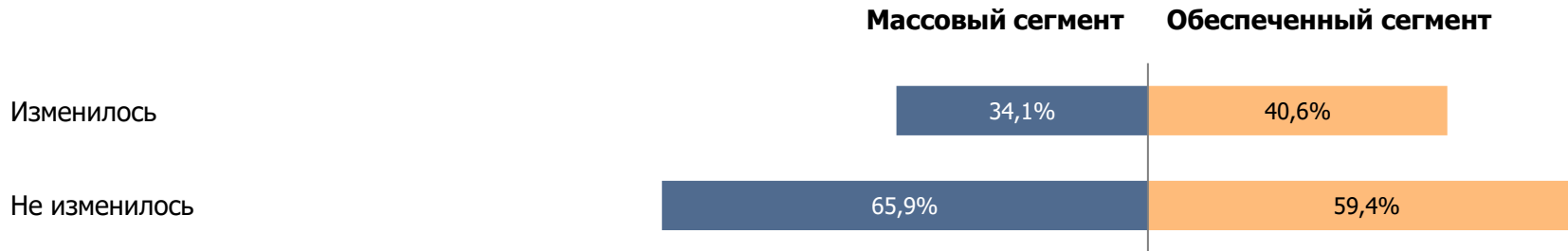
* Только ответившие «Дарил вещи и/или продукты» на вопрос 7. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=517 (массовый сегмент), n=135 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

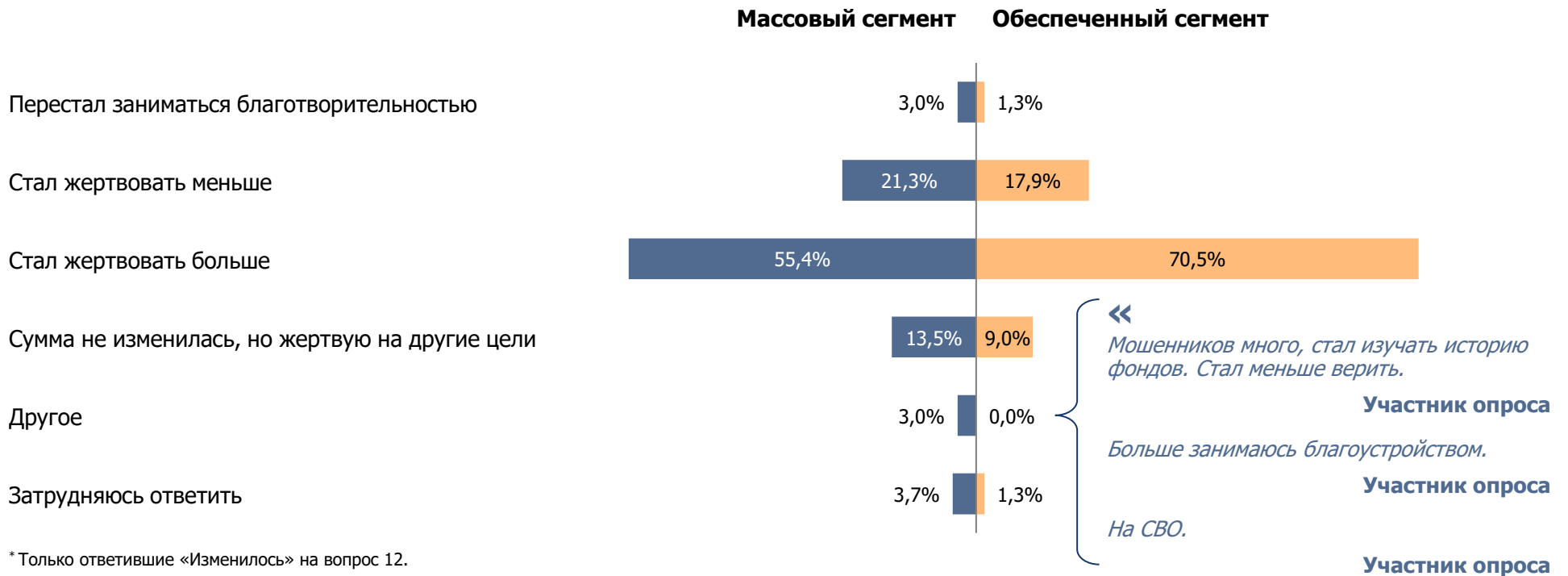
11. «Я участвую в благотворительности ...»



12. «За последние 2 года мое участие в благотворительности ...»

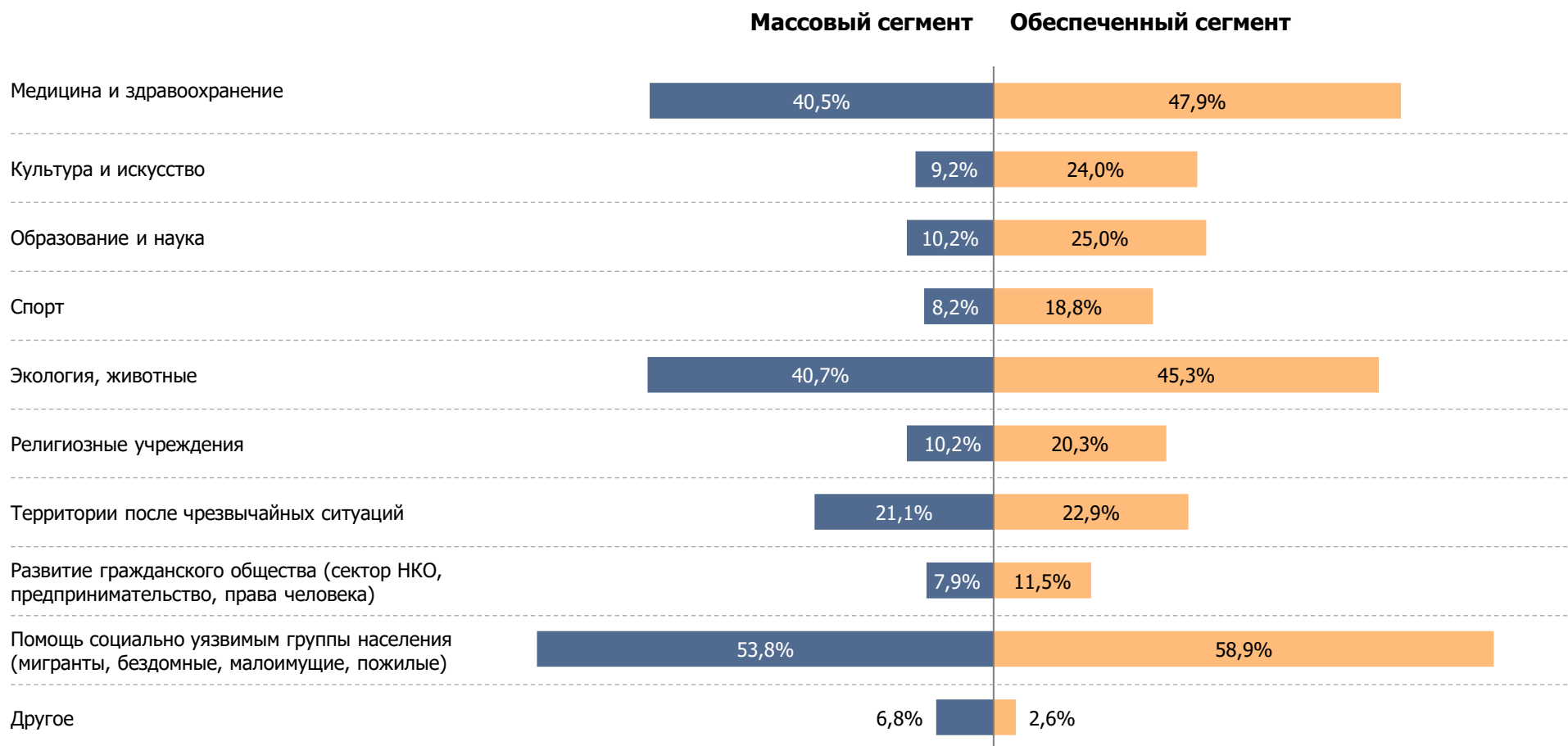


13. «За последние 2 года я ...»*



* Только ответившие «Изменилось» на вопрос 12.

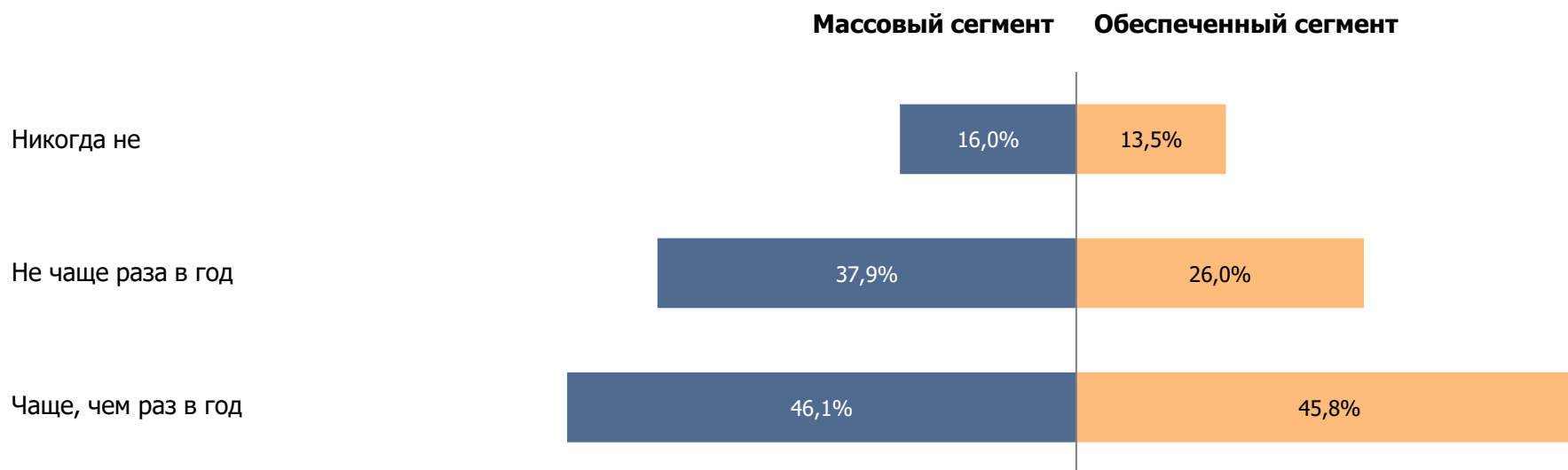
14. «Я поддерживаю следующие направления в благотворительности»*



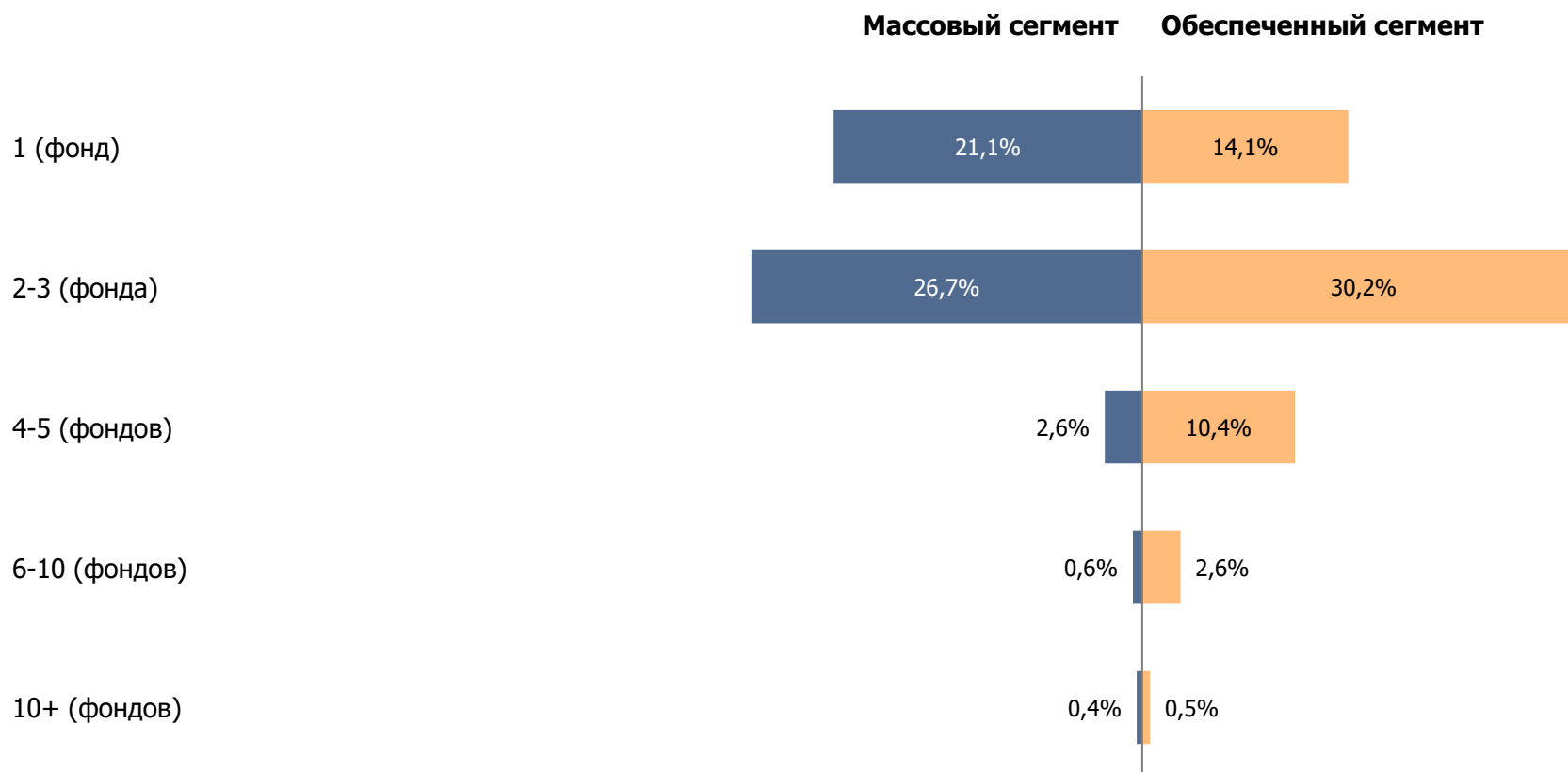
* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=783 (массовый сегмент), n=192 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

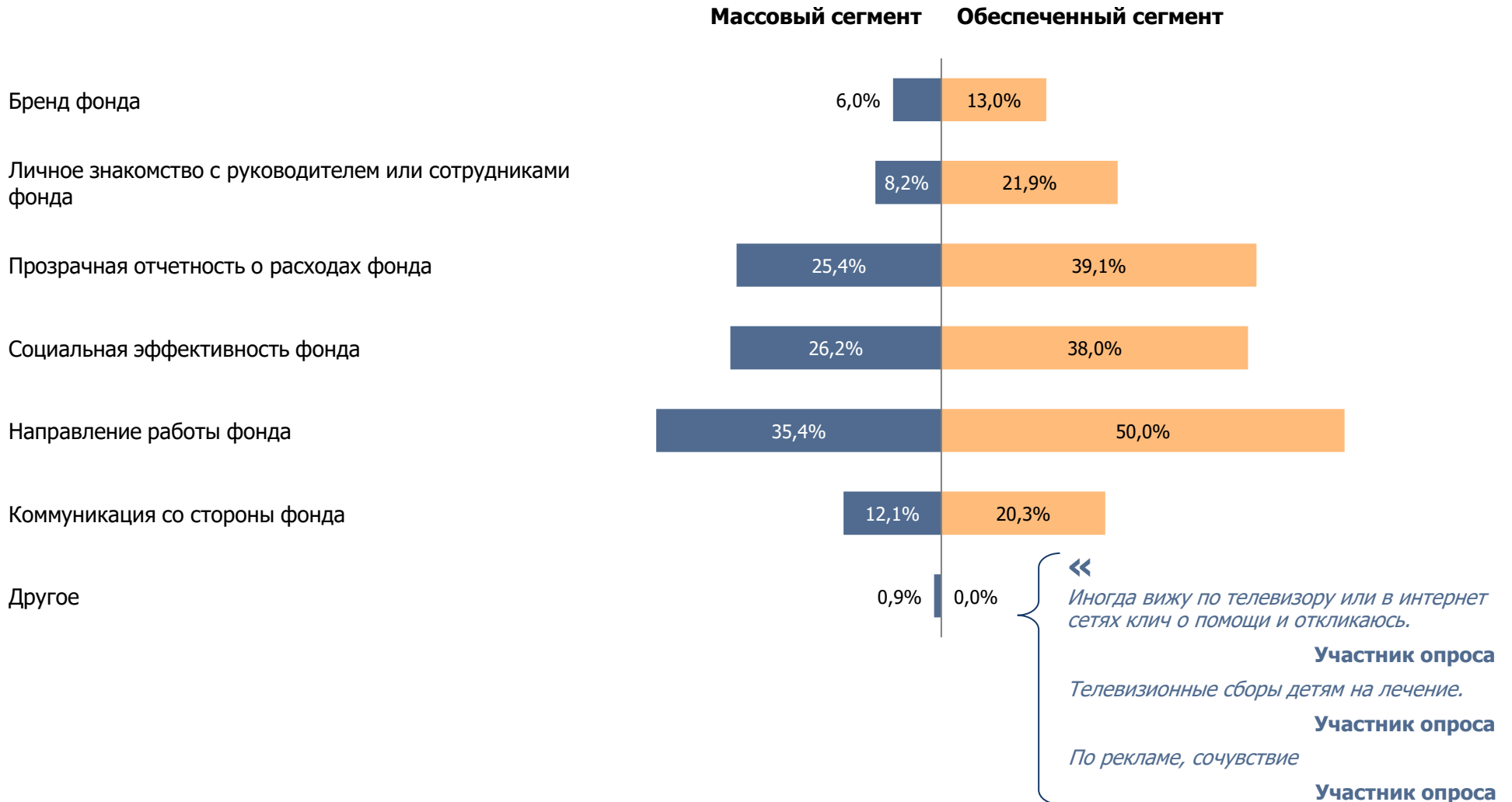
15. «Я ... совершаю спонтанные пожертвования»



16. «Я поддерживаю ... фондов»*

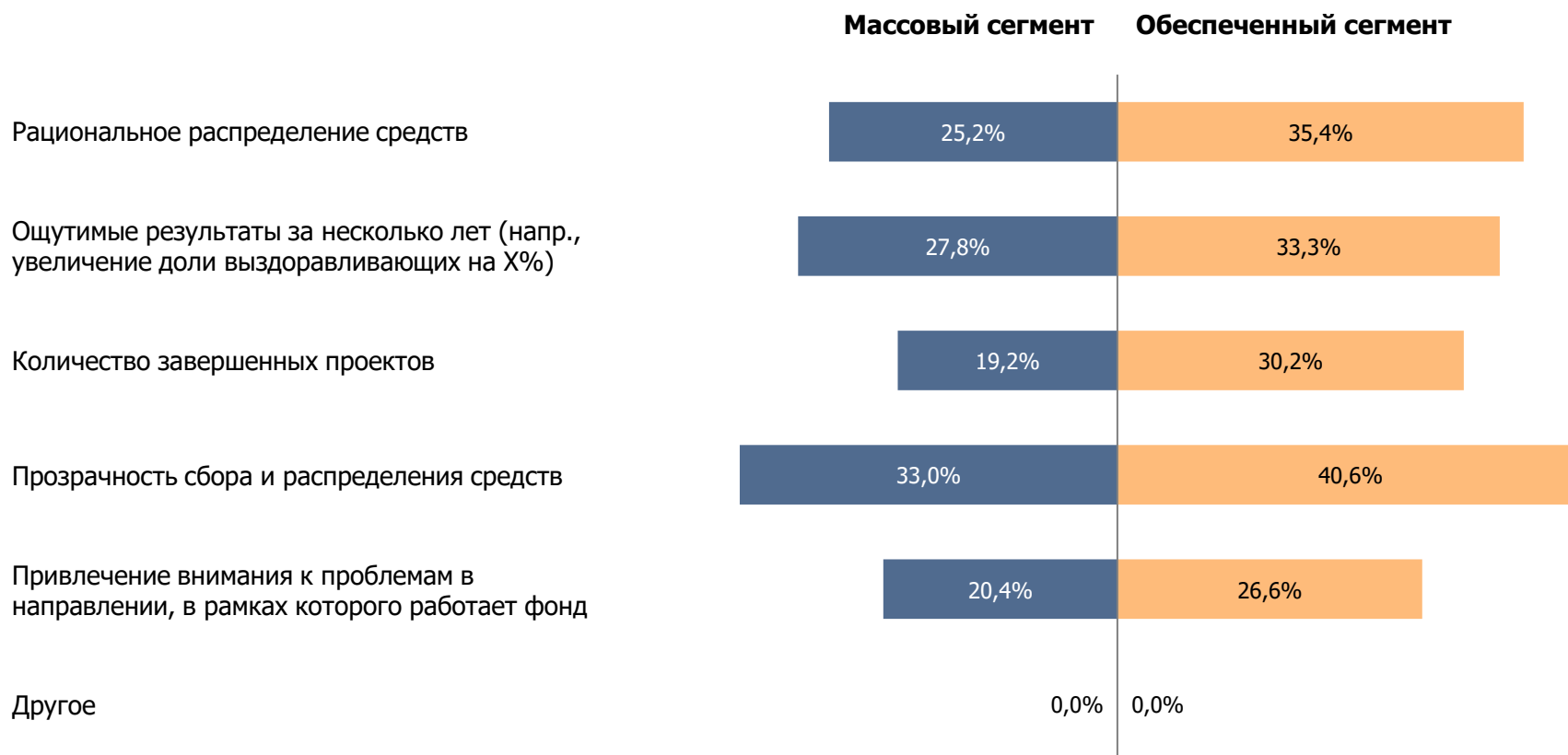


17. «Выбирая фонд, я обращаю внимание на следующее»*

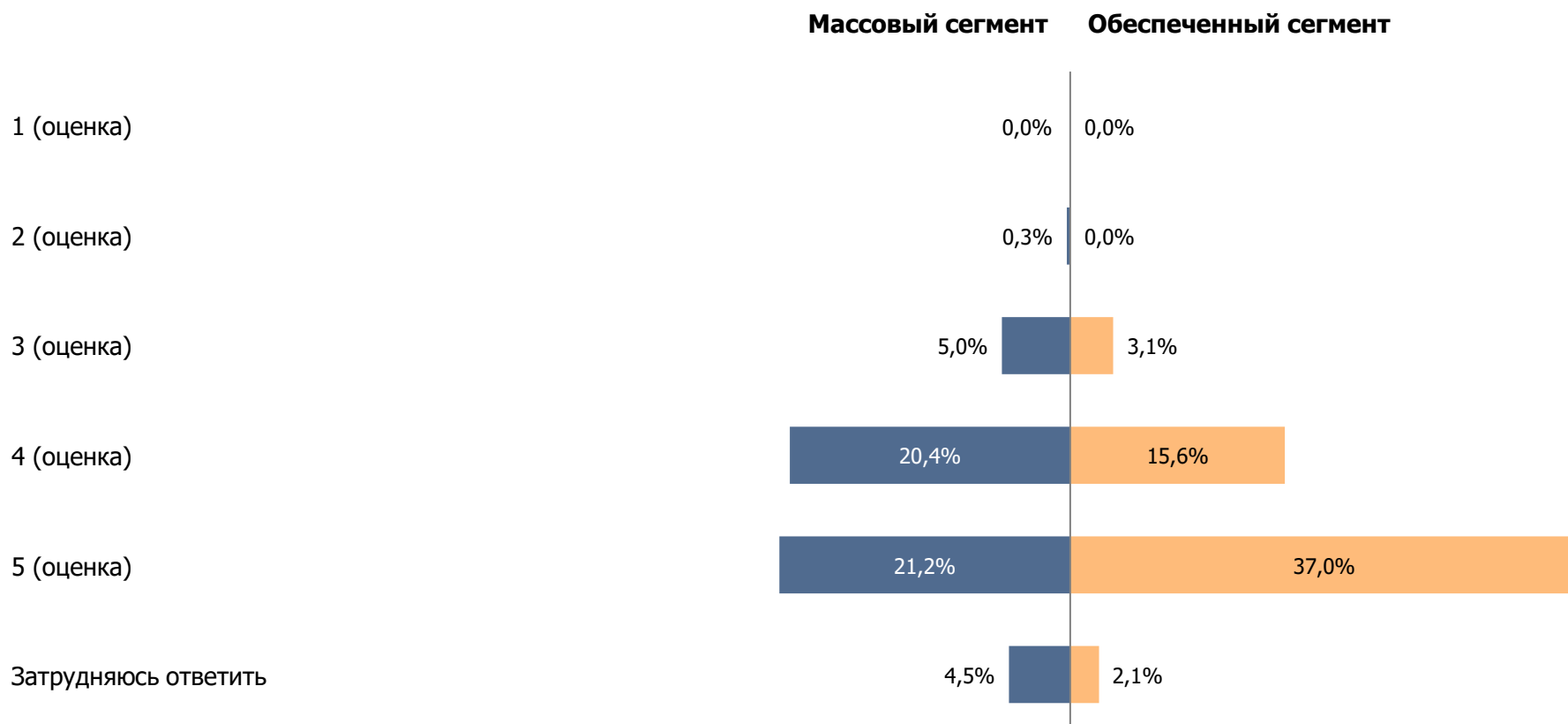


Источник: Frank RG, результаты опроса, n=783 (массовый сегмент), n=192 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

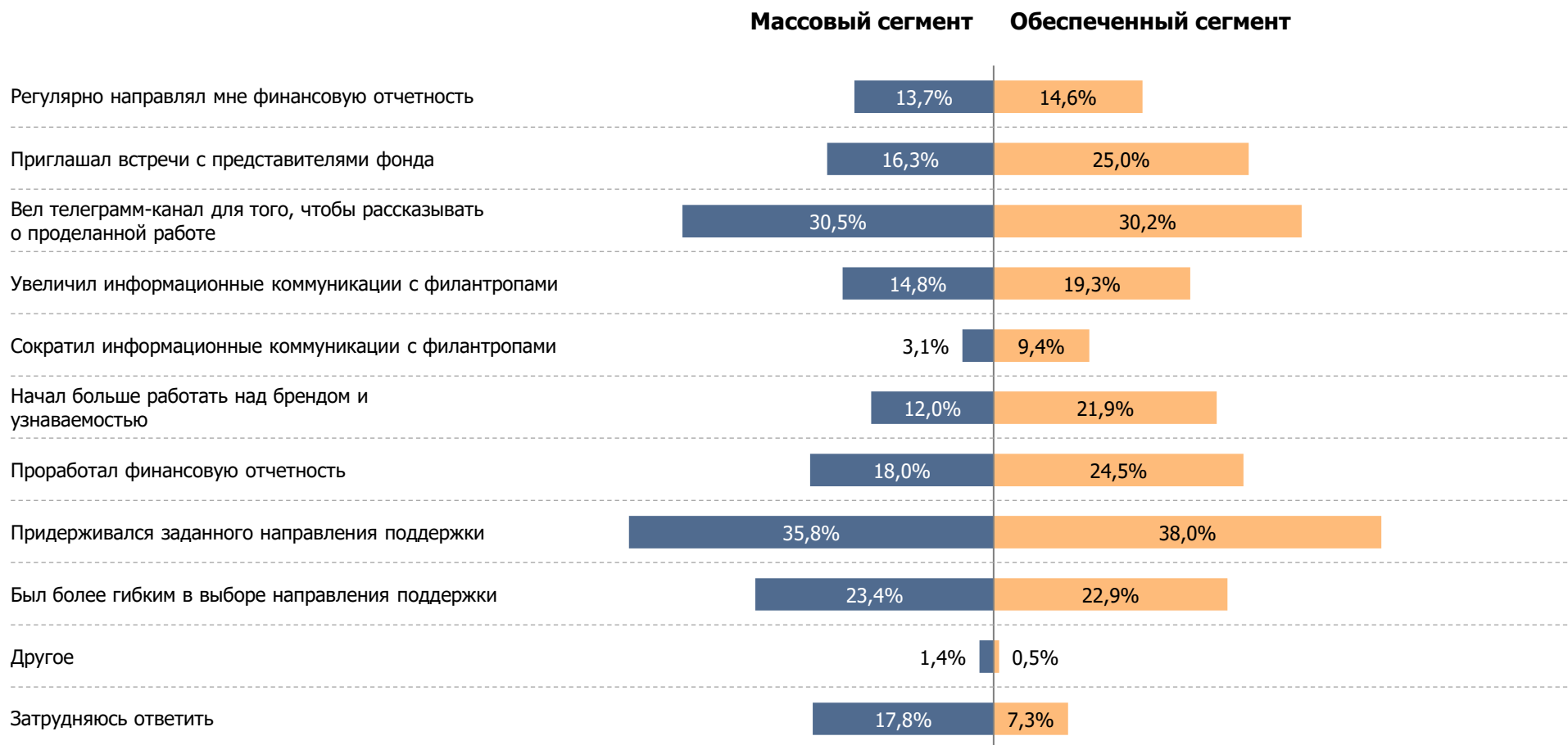
18. «Под эффективностью работы фонда я понимаю ...»*



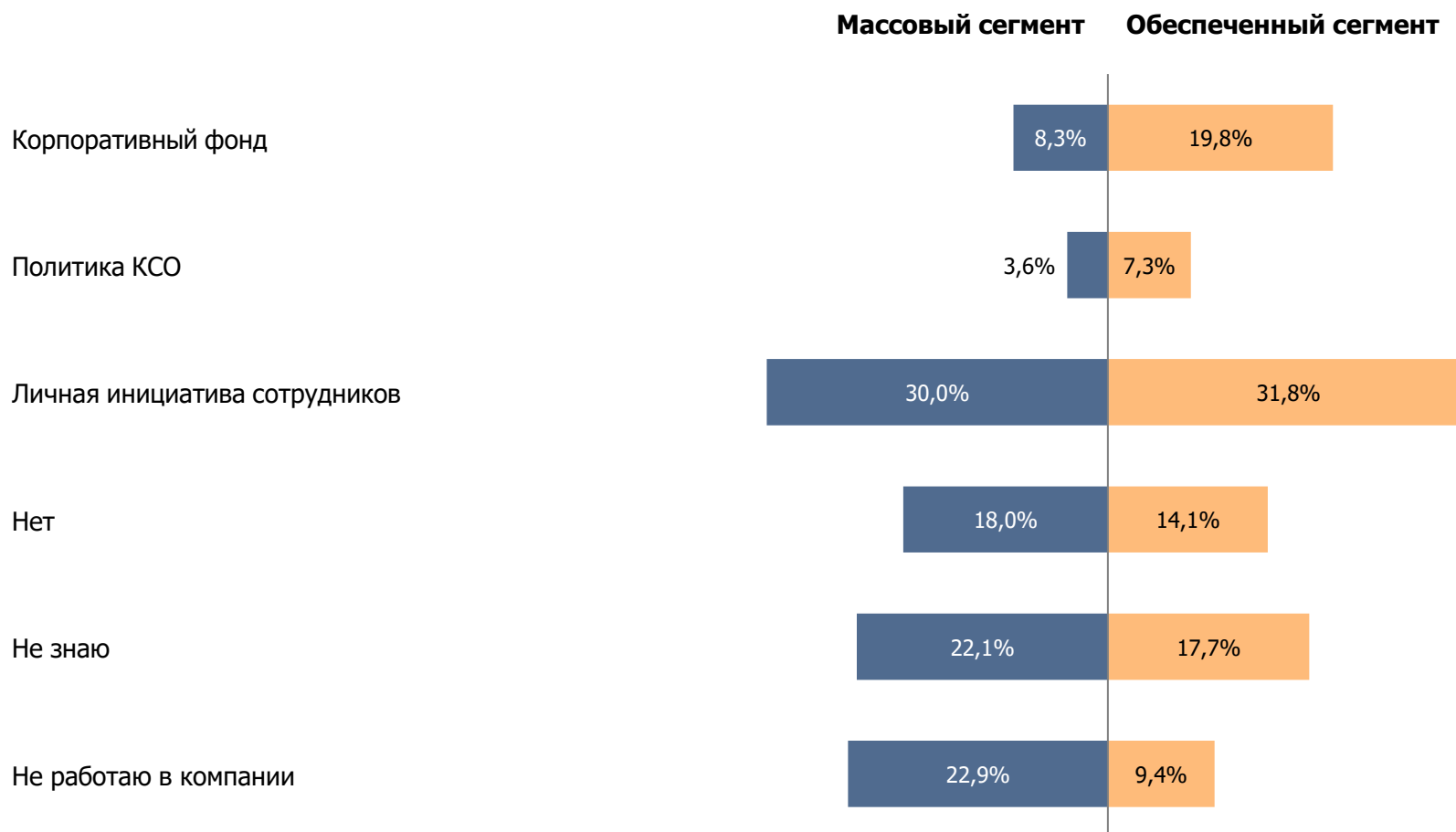
19. «Я оцениваю на ... сотрудничество с фондом, который я поддерживаю»



20. «Я хотел бы, чтобы фонд...»



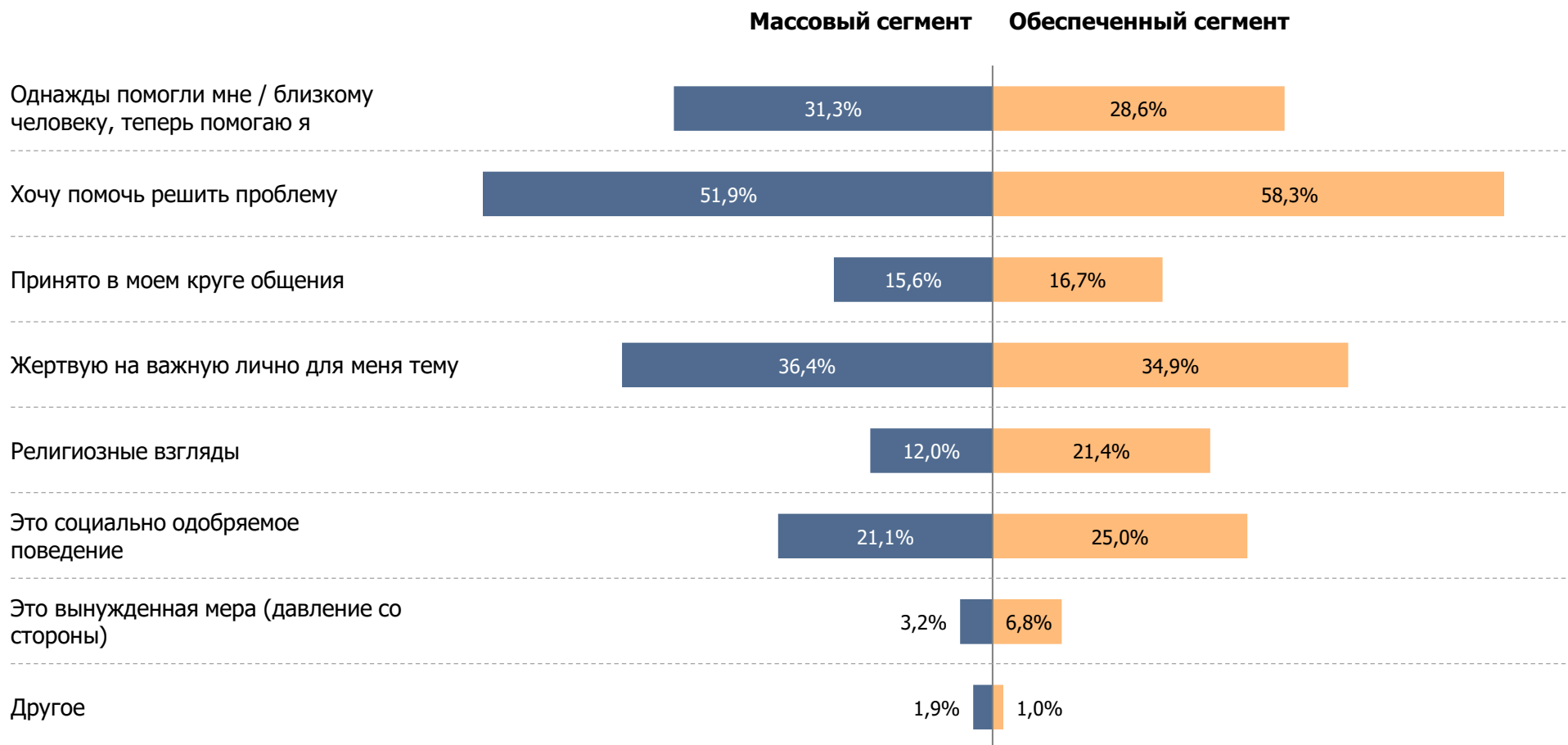
21. «В компании, где я работаю, есть следующие элементы корпоративной благотворительности....»*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

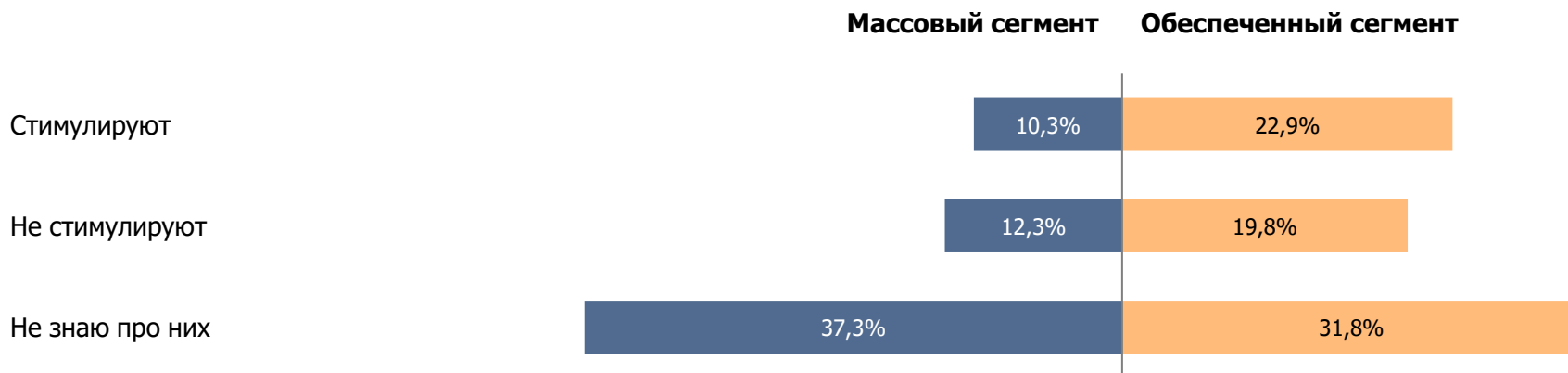
Источник: Frank RG, результаты опроса, n=783 (массовый сегмент), n=192 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

22. «Меня мотивирует заниматься благотворительностью следующее»*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

23. «Меня...налоговые льготы при благотворительности»*



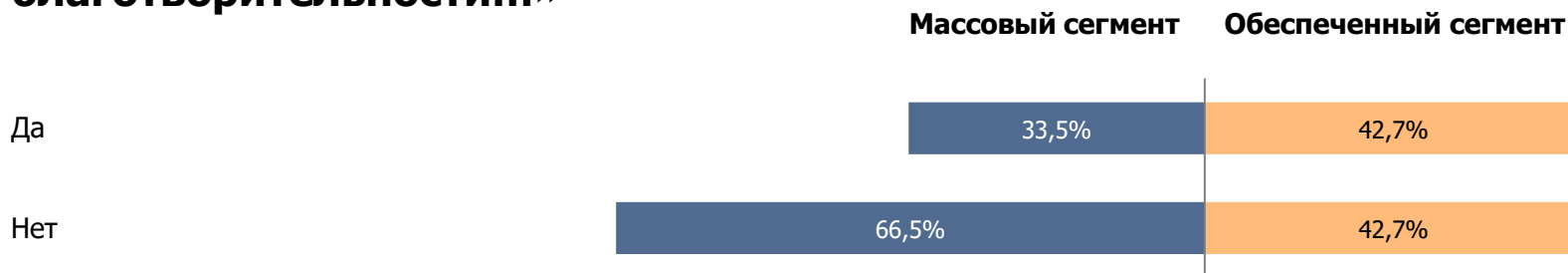
24. «Я направляю средства, полученные в результате налогового вычета/сэкономленные в результате льготного налогообложения, в благотворительность»**



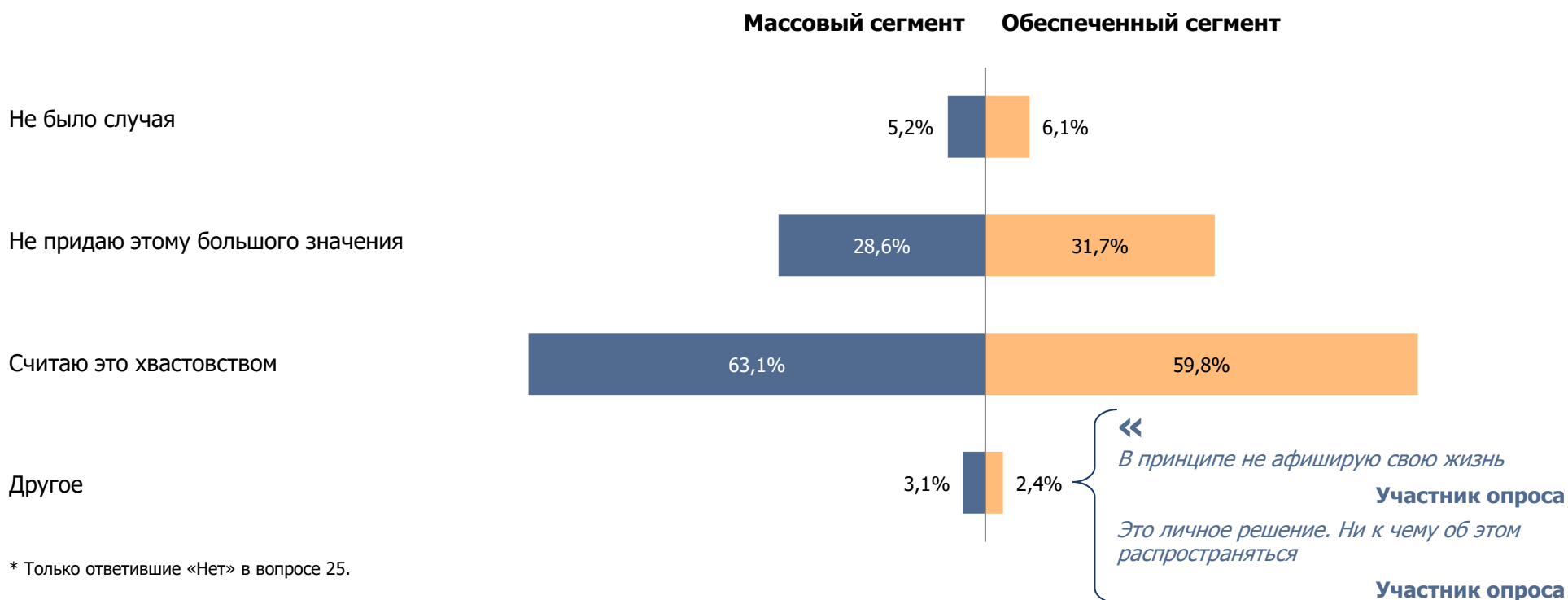
* Только ответившие «Жертвовал деньги» на вопрос 7. Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

** Только ответившие «Стимулируют» и «Не стимулируют» в вопросе 23.

25. «Я рассказываю коллегам, друзьям, в соцсетях об участии в благотворительности...»

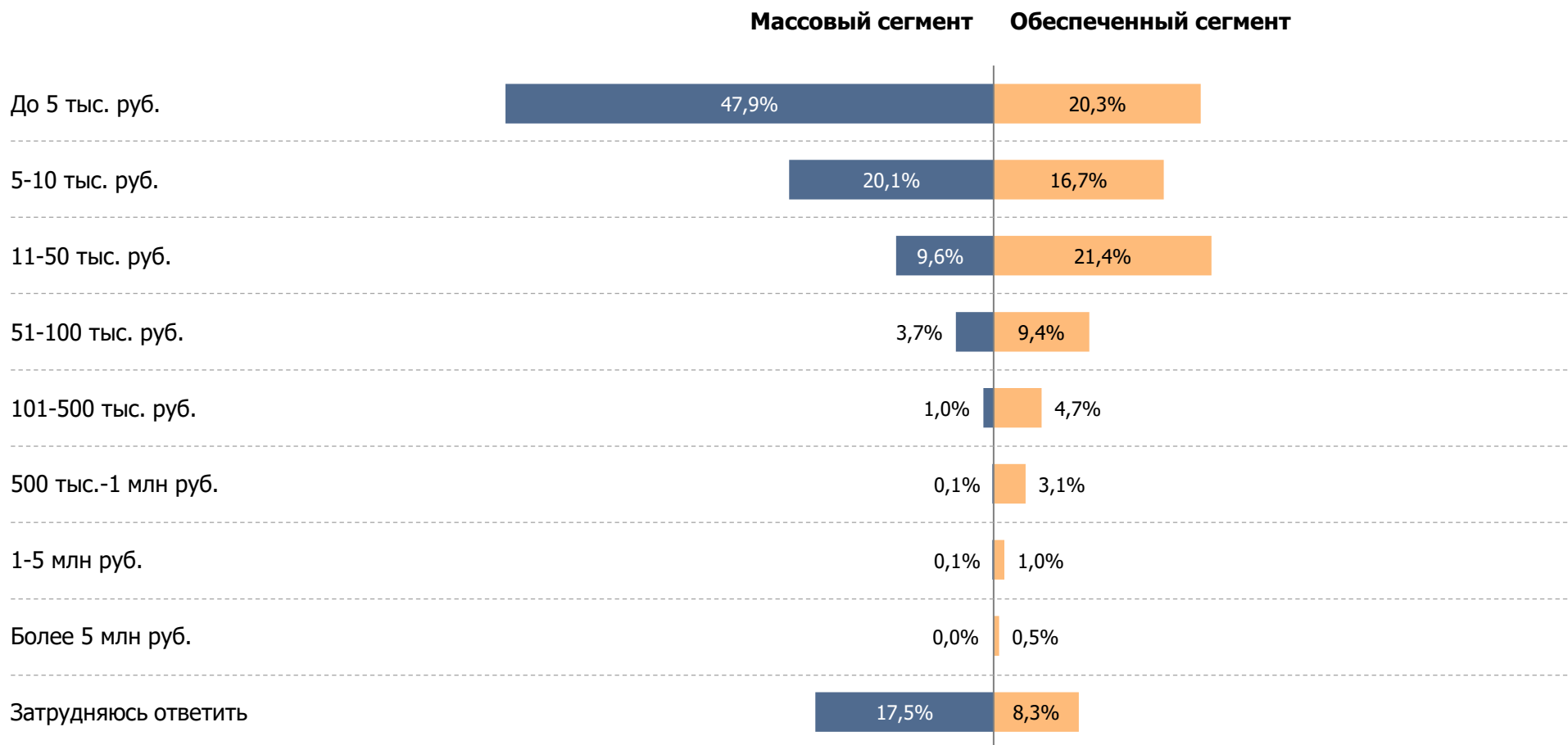


26. «Я не рассказываю о своем участии в благотворительности, потому что...»*

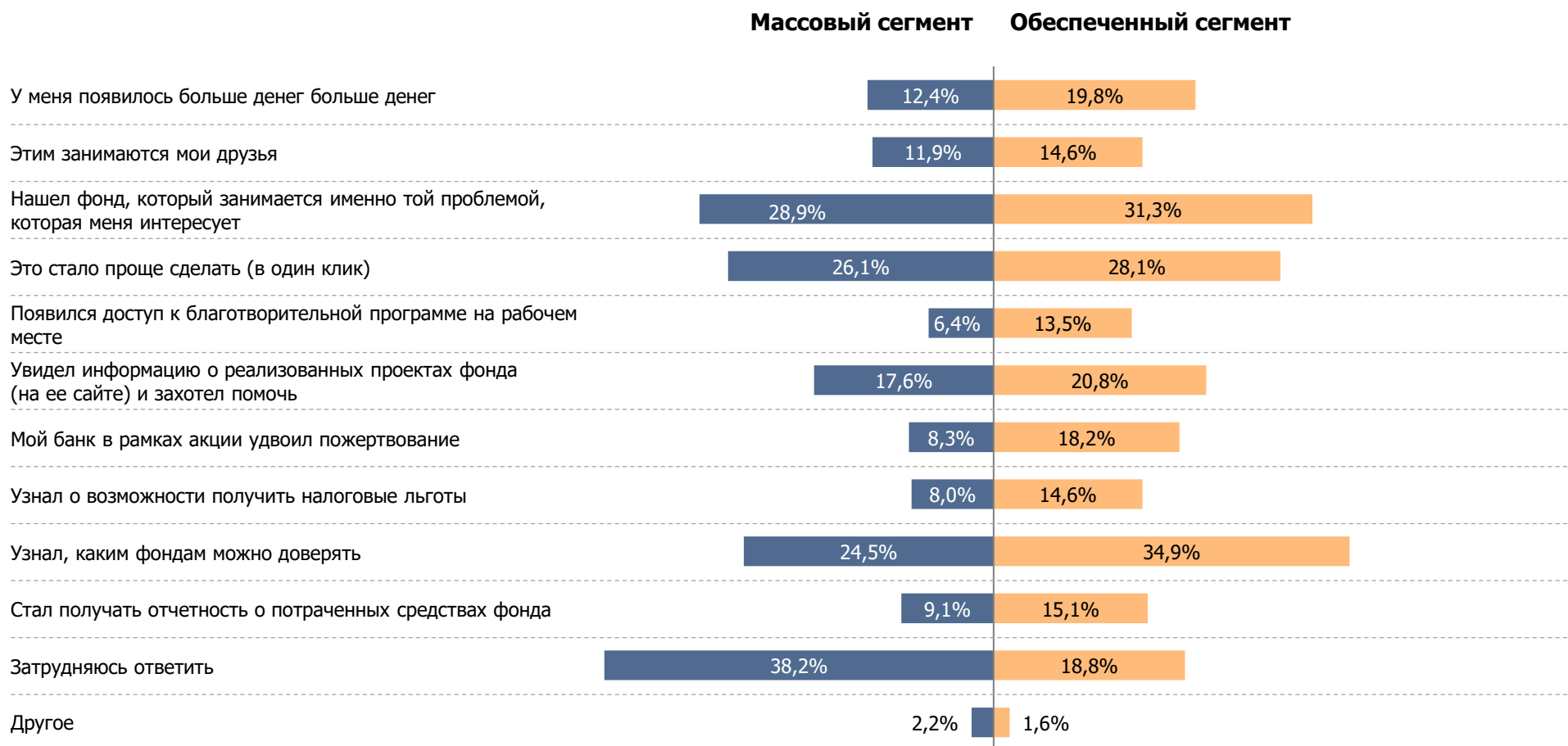


* Только ответившие «Нет» в вопросе 25.

27. «В среднем за год на благотворительность я трачу...»



28. «Я стал больше помогать фондам, потому что...»*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=783 (массовый сегмент), n=192 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

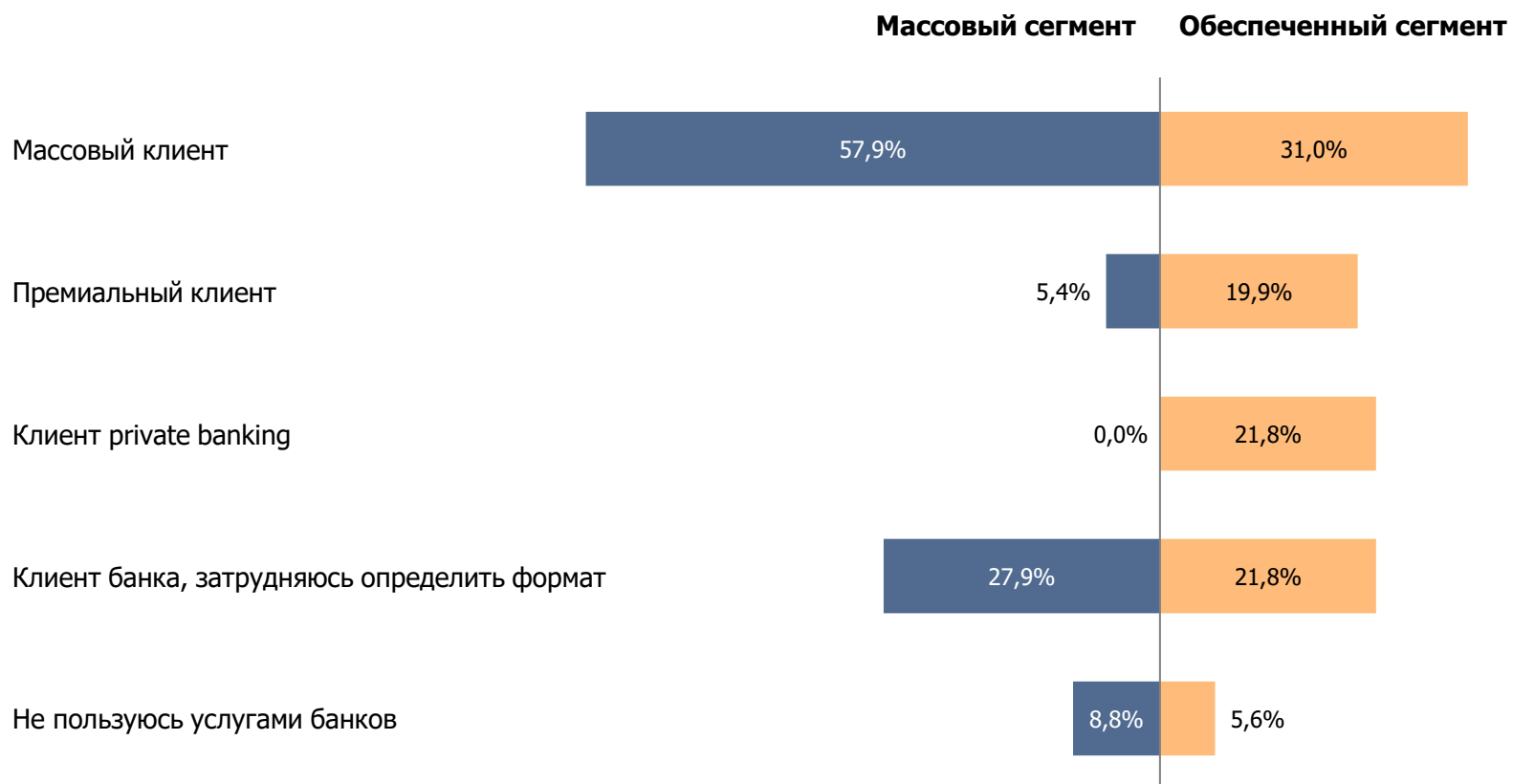
29. «Для меня существуют следующие барьеры участия в благотворительности»*



* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG, результаты опроса, n=783 (массовый сегмент), n=192 (обеспеченный сегмент), ноябрь 2023 г.

30. «Мой формат обслуживания в банке - ...»



31. «В банках и/или у брокера я храню примерно»

