

# Благотворительная индустрия в России и роль крупных филантропов в ней 2025

---

Поиск баланса и устойчивости с опорой на взаимное доверие  
между благотворителями, НКО, бизнесом и государством

## Приветствие проектной команды

Коллеги,

в июне 2025 года команда Frank RG совместно со Sber Private Banking рада представить вам очередное исследование благотворительности в России. В 2025 году российской профессиональной благотворительности исполняется 250 лет – столько прошло с момента образования первых Приказов общественного призрения. Сегодня российская благотворительность принимает многие организационные формы: частные и государственные фонды, эндаументы, корпоративная социальная ответственность бизнеса, фандрайзинговые платформы. Но благотворительность это также люди: сотрудники НКО, их подопечные, благотворители, волонтеры, профессионалы в индустрии и вне ее.

Последние 5 лет общество постоянно сталкивается с новыми вызовами, а новые технологии дают больше возможностей. Все это неизбежно меняет благотворительность: ее направления, участников и организацию. Мы ставим перед собой цель осветить большинство аспектов текущего развития благотворительности в России и попытаться заглянуть в ее будущее. Мы благодарим вас за поддержку, открытость и готовность к сотрудничеству, потому что без вас мы бы не справились.

### Команда Sber Private Banking



**Юлия Ульянова**

Руководитель направлений  
Наследование и Филантропия



**Жанна Каплун**

Руководитель по  
коммуникационной политике



**Никита Варлахин**

Менеджер направлений  
Наследование и Филантропия



**Полина Борисова**

Руководитель направления  
по аналитике данных



**Анна Третьякова**

Исполнительный директор



**Екатерина Старикова**

Менеджер клиентского опыта

### Команда Frank RG



**Юрий Грибанов**

Генеральный директор  
[gribanov@frankrg.com](mailto:gribanov@frankrg.com)



**Анастасия Кудрякова**

Старший проектный лидер  
[kudryakova@frankrg.com](mailto:kudryakova@frankrg.com)



**Ирина Махиянова**

Ведущий аналитик  
[makhyanova@frankrg.com](mailto:makhyanova@frankrg.com)



**Степан Акулёнок**

Ведущий Аналитик  
[akulenok@frankrg.com](mailto:akulenok@frankrg.com)



**Алина Богиева**

Младший аналитик  
[a.bogieva@frankrg.com](mailto:a.bogieva@frankrg.com)

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

### представителей краудфандинговой платформы для сбора пожертвований **Tooba**

- ех-директора по фандрайзингу Мариам Маргарян
- операционного директора Анастасию Фатову

### представителей **Благотворительного фонда «Друзья»**

- ех-управляющего директора Киру Смирнову
- директора направления по работе с экспертами, попечителями и партнерами Екатерину Гостеву

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

- директора по фандрайзингу Елизавету Паршину

### представителя **Благотворительного фонда «Дом с маяком»**

- исполнительного директора Марину Власову

### представителя **Благотворительного фонда «Правмир»**

- ех-генерального директора Татьяну Апатову

### представителя **Благотворительного фонда «Подари жизнь»**

- директора фонда Екатерину Шергову

### представителя **Благотворительного фонда «Онкологика»**

- учредителя и президента фонда Мирославу Сергеенко

### представителей **Благотворительного Фонда борьбы с лейкемией**

- генерального директора Ануш Овсепян
- директора по фандрайзингу Екатерину Максимову

### представителя **Благотворительного фонда «Подсолнух»**

- президента и управляющего директора Ирину Бакрадзе

### представителей **Благотворительного фонда помощи хосписам «Вера»**

- директора фонда Елену Мартьянову
- директора по фандрайзингу и коммуникациям Анастасию Маренцову

### команду **Газпромбанка:**

- исполнительного директора Головного офиса Банка ГПБ (АО) / Департамента развития розничных продуктов / Управления транзакционных розничных продуктов Бузылева Федора

### команду **СберБанка:**

- ведущего аналитика Полегаеву Екатерину
- руководителя направления Усенко Сергея
- исполнительного директора Ламзина Дмитрия
- аналитика данных Ключкина Кирилла
- аналитика Чепалова Михаила



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

Благотворительный фонд «Вера»

Благотворительный фонд  
«ДАЛЬШЕ»

Благотворительный фонд  
«Друзья»

Благотворительный фонд  
«Онкологика»

Благотворительный Фонд  
«ПОДСОЛНУХ»

Благотворительный фонд  
«Правмир»

БФ «Большая Перемена»

БФ «Дом с маяком»

БФ «Помоги ребенку.ру»

БФ «Помощь»

БФ содействия семейному  
устройству «Найди семью»

Общественный фонд «Тооба App»

РК «Детские деревни – SOS»

Социальный проект «Всё  
получится!»

Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ»

ХКБФ «Счастливое детство»

Фонд борьбы с лейкемией



## Содержание

1. Источники данных [6]
2. Основные выводы [8]
3. Вступление [11]
4. Направления в благотворительности, которые поддерживают филантропы [15]
5. Динамика объемов благотворительной помощи в России [22]
6. Благотворители [31]
  - 6.1. Роль государства в благотворительной индустрии в России [31]
  - 6.2. Корпоративная благотворительность и социальная ответственность бизнеса [37]
  - 6.3. Вовлечение в благотворительность частных лиц [45]
    - Массовые и состоятельные филантропы [49]
    - Крупные филантропы [60]
7. НКО как медиатор между филантропами и благополучателями [71]
  - 7.1. Персонал и волонтеры [74]
  - 7.2. Целевые капиталы [80]
  - 7.3. Тренды в коммуникации с благотворителями [88]
  - 7.4. Новые технологии и инструменты [92]
8. Заключение [96]
9. Методика исследования [101]
10. Приложение: результаты онлайн-опроса населения об их благотворительных привычках [108]

# **1**      **Источники данных**

## Источники данных



# 1263

**респондента**  
приняли участие  
в опросе

Во всероссийском панельном опросе приняли участие респонденты разного уровня достатка, в том числе клиенты private и premium banking российских банков.

116 респондентов относятся к состоятельному сегменту, и 87 из них вовлечены в филантропическую активность.

56 респондентов относятся к сегменту **LHNWI+**, и 41 из них вовлечены в филантропическую активность. Фокусом исследования 2024 года являлись **наследники владельцев крупных частных капиталов**. Поэтому в рамках исследования в выборке LHNWI+ 67% респондентов — молодые люди до 35 лет.



# 10

**НКО**  
участвовали  
в интервью

# 12

**НКО** участвовали  
в бенчмарк-  
исследовании



# 3

**банка** участвовали  
в бенчмарк-  
исследовании

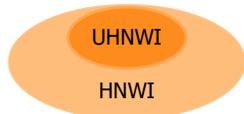
В исследовании приняли участие **10 НКО**:

- 1 благотворительная краудфандинговая платформа;
- 1 фонд, поддерживающий развитие благотворительных НКО;
- 1 благотворительный фонд и образовательный центр;
- 1 региональный фандрайзинговый фонд;
- 5 федеральных благотворительных фондов;
- 1 благотворительный фонд, работающий в нескольких регионах России.

**3 банка** из ТОП5 банков по объему сбережений физических лиц на 01.06.2025 приняли участие в бенчмарк-исследовании, поделившись данными о тратах на благотворительность своих клиентов.

## Сегментация филантропов в рамках исследования

**Международный опыт: 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.

**Россия: LHNWI+\* филантропы (крупные филантропы)** — люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом от 60 млн рублей, 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, и/или доходом от 300 тысяч рублей в месяц.

**Массовые филантропы** — все люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом ниже 6 млн рублей и доходом менее 300 тысяч рублей в месяц.

\*LHNWI+ включает в себя сегмент **LHNWI** (Lower High-Net-Worth Individual — клиенты с капиталом от 60 до 100 млн руб.), **HNWI** (High-Net-Worth Individual — от 100 до 500 млн руб.) и **VHNWI** (Very High-Net-Worth Individual — от 500 млн руб.). Капитал — средства клиента, размещенные на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

## **2      Основные выводы**

## Основные выводы исследования (1/2)

### Приток новых благотворителей

- Те обстоятельства, в которых сейчас существует наше общество, вывели помощь людям, оказавшимся в зоне влияния СВО, и беженцам, а также территориям после чрезвычайных ситуаций, в топ-5 направлений благотворительности, которые чаще всего упоминали все филантропы — как массовые, так и более состоятельные. Этот факт повлиял и на форматы помощи: стала более популярна прямая помощь непосредственно нуждающимся как в денежном выражении, так и делом или вещами. При этом нет явного перехода из одного формата в другой, так как одновременно выросла и доля жертвующих в благотворительные организации почти в два раза по сравнению с 2023 годом (60% VS 32%).
- Благотворителей среди частных лиц стало больше. Среди тех, кто благотворит более, чем раз в год, выросла частота благотворительной активности. Однако среднегодовой размер благотворительных трат частного лица снизился, согласно бенчмарк-исследованию благотворительных НКО (с 2,8 тыс. руб. в 2023 до 2,5 тыс. руб. в 2024). В основном такое падение произошло из-за массового донора. На фоне этого значимость крупных доноров растет, однако важно не забывать, что любая помощь вне зависимости от своего размера может сыграть свою роль. Доля массовых доноров по количеству довольна велика и достаточно незначительного повышения трат такого донора, чтобы сместить чашу весов в объеме средств, направляемых на благотворительные цели, в их пользу. В среднем филантропы разных уровней достатка в России в 2025 году направляют на благотворительность от 2% до 7% своего годового дохода.
- **505-531 млрд руб.** направлено в 2024 г. на благотворительные цели  
**156 млрд руб.** — объем активов эндаументов на 2024 г.  
В России средства, направленные на благотворительность и корпоративную социальную ответственность, по оценке Frank RG, в 2024 году составили 505–531 млрд руб., из которых пожертвования частных лиц — это 110–136 млрд рублей. Оценку возможно сформировать в диапазоне, так как существует некоторая доля «серой» благотворительности, которая происходит в формате прямой помощи адресатам. Около 34% всех пожертвований частных лиц составляют пожертвования LHNWI+\* благотворителей с капиталом от 60 млн рублей. 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, объем которых на конец 2024 года составлял 156 млрд руб. Около 60% целевого капитала на конец 2024 года составляют активы фонда Потанина.

### Филантропы — владельцы крупных капиталов

- **34%** — доля LHNWI+ от всей помощи частных лиц  
В России 66 тысяч человек относятся к сегменту LHNWI+, 44 тысячи из них по оценке Frank RG вовлечены в благотворительную активность. В 2024 году доля средств, направляемых от LHNWI+ филантропов, в общем объеме помощи от частных лиц вернулась к показателям 2021 года (34%).
- В рамках исследования 2025 года мы опросили ряд филантропов с фокусом на более молодую аудиторию (младше 35 лет). Мотивация филантропов, участников исследования, в большей степени сфокусирована на внутренних устремлениях и взглядах, чем у крупных филантропов. Они предпочитают быть непубличными, обращают внимание на форматы помощи, подходящие их образу жизни и взглядам, стремятся решить социальные проблемы. Они мало подвержены влиянию внешних факторов — у большинства вовлечение в благотворительность не изменилось за прошедший год.

\*LHNWI+ включает в себя сегмент **LHNWI** (Lower High-Net-Worth Individual — клиенты с капиталом от 60 до 100 млн руб.), **HNWI** (High-Net-Worth Individual — от 100 до 500 млн руб.) и **VHNWI** (Very High-Net-Worth Individual — от 500 млн руб.). Капитал — средства клиента, размещенные на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

## Основные выводы исследования (2/2)

### Тройная спираль НКО – бизнес – государство на службе социального прогресса

#### НКО

- Благотворительные НКО по-прежнему стремятся диверсифицировать источники поступлений, выстраивают стратегии работы с крупными донорами как среди частных лиц, так и среди бизнеса. Ряд НКО при достижении определенного уровня сборов стремятся создавать целевые капиталы, которые могли бы обеспечивать устойчивость отдельных программ, направлений или статей расходов внутри их организации.
- Отмечается тренд на ухудшение пиар-стратегий благотворительных фондов — многие вынуждены строить свою деятельность по привлечению доноров с помощью провокационных заголовков и фотографий для того, чтобы «достучаться» до доноров сквозь негативный информационный фон. Также отмечается возобновление практики фандрайзинга через перевод средств на личные банковские карты, что создает благоприятные условия для мошенников. Как опасаются участники отрасли, все это может привести к отвержению многих потенциальных доноров.

#### Государство влияет на индустрию, развивая новые институты

- **200 млрд руб.**  
— объем средств, направленных на помощь подопечным Фонда «Круг добра» в 2024 г.

Роль государства в благотворительности растет. Государство, создавая НКО под своим прямым управлением, формирует их бюджет из налогооблагаемой базы за счет реформ налогового законодательства. Кроме того, государство стремится минимизировать последствия санкционных ограничений для некоммерческого сектора, в первую очередь — для организаций, работающих в сфере здравоохранения. Совершенствуется законодательство и ужесточаются правила отчетности для санации благотворительной деятельности от элементов мошенничества и коррупции. Государство начинает выполнять роль медиатора между НКО, местными госорганами и бизнесом для большей эффективности сектора, достигаемой координацией действий и концентрацией средств и опыта.

#### В России растет доля компаний с системным подходом к благотворительности

- Наблюдается повышение заинтересованности отечественного бизнеса в благотворительности. Увеличилось число компаний, занимающихся благотворительностью, однако компании склонны к сокращению объемов своей благотворительной деятельности. До сих пор ощущается уход зарубежных компаний с российского рынка, поскольку у них был более широкий спектр направлений деятельности НКО, которым они оказывали поддержку. Относительно молодой российский бизнес склонен к поддержке самых массовых направлений помощи: детского здравоохранения, помощи животных. НКО других направлений тяжелее выстраивать взаимодействия с российскими компаниями, чем с зарубежными, поскольку последние имеют более диверсифицированный подход к корпоративной благотворительности из-за большей истории ее развития. Однако среди российских компаний появляются новые участники в благотворительной индустрии, которые выстраивают корпоративную благотворительность системно, выстраивая инфраструктуру и задавая тон и тренды.
- Распространение начинают получать способы участия в благотворительности через незаметные автоматизированные механики, когда отчисления на благотворительность донор делает не отдельно, а вместе со своими регулярными тратами. Банки предлагают пользователю перевод накопленного кешбэка и накопленных округлений на благотворительность. Подобная механика внедряется все большим числом компаний и сервисов. Такие способы оплаты более популярны у более высокодоходных клиентов банков.

# **3 Вступление**

## Прообразы целевых капиталов обеспечивали устойчивость благотворительной отрасли России до 1917 года

### Ключевые события в развитии благотворительности

**1775** • Появление Приказов общественного призрения: «Учреждение о губерниях» 7 ноября 1775 г.



- В Петербурге образовано «Человеколюбивое общество»

**1802**



**1860 - 1880**

- Банковские функции Приказов переданы Государственному банку.
- Целевые капиталы Приказов переданы земству.
- К попечению нуждающихся присоединилось городское самоуправление.
- Появилось «Положение о городских общественных банках» 1862 г.
- В 1876 появляются именные стипендии, обеспеченные целевым капиталом.

- Организована комиссия Константина Грота по преобразованиям в области помощи бедным.
- Наработки комиссии использовались вплоть до 1917 года.

**1892**

**1918 - 1987**

- В СССР благотворительность считалась буржуазным явлением, однако при профсоюзах создавались кассы взаимопомощи, типовой устав которых был утвержден только в 1959 году.



**1987**

- Создание «Российского детского фонда»

- ФЗ №275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»

**2006**



- В **1764 г.** были основаны Московский и Санкт-Петербургский воспитательные дома, оставшиеся после строительства средства было принято решение использовать для извлечения процентов.
- В **1775 г.** в каждой губернии были созданы **Приказы общественного призрения** с первоначальным капиталом от казны в размере 15 тыс. руб. для решения социальных проблем и для параллельного ведения банковской деятельности.
- В **1817 г.** было законодательно запрещено создавать благотворительные организации, назначать **стипендии** без достаточного объема накопленного целевого капитала.
- В **1862 г.** законодательно оформляется практика **общественных банков** – банков с резервами, собранными через подписку. Так Казанский общественный городской банк, в последствии один из крупнейших банков в стране, первоначально создавался для финансирования деятельности городского приюта.

В Российской империи сложилась богатая традиция прообразов современных эндаументов. Вся благотворительная деятельность в России обеспечивалась за счет целевых капиталов, благодаря чему для отрасли была обеспечена стабильность и устойчивость.

После революции все эндаументы в России были национализированы, а благотворительность объявлена явлением капиталистического общества. В СССР место эндаументов заняли **кассы взаимопомощи**, действовавшие при профсоюзах.

- В **1987 г.** создается старейший из ныне действующих благотворительных фондов – **«Российский детский фонд»**, это событие можно считать возрождением профессиональной благотворительности в России. За советский период практика создания целевых капиталов была во многом забыта.
- В **2006 г.** в российском законодательстве вводится понятие эндаумент. **Эндаументы** в благотворительности – относительно новое для России явление.

Источники: Ульянова Г. Н. «ЦЕЛЕВЫЕ ФОНДЫ В ФИНАНСИРОВАНИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ» <https://fondpotanin.ru/upload/iblock/a86/1ptbfik2fgxmnwpgsqg182nu04jf1anv.pdf>  
Ульянова Г. Н. БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ // Большая российская энциклопедия. Электронная версия (2016); [https://old.bigenc.ru/domestic\\_history/text/1872801](https://old.bigenc.ru/domestic_history/text/1872801)

## Этика старообрядцев также способствовала развитию благотворительности в Российской империи

Этические соображения старообрядцев в Российской империи способствовали успешному развитию предпринимательства в их среде. Схожесть воззрений русских старообрядцев и западных протестантов обращают на себя внимание экономистов и социологов. Однако существующие различия определили и вклад старообрядцев в благотворительность.

В основе успеха «старообрядческого предпринимательства», как и во многом «протестантского» лежат следующие принципы:

- Бытовой аскетизм
- Строгая дисциплина
- Высокий уровень грамотности
- Максима – работа это труд для Бога

Эти предпосылки привели к высокому уровню накоплений среди старообрядцев, как и среди протестантов. Богатство не воспринималось как нечто порочное, бытовой аскетизм сочетался наличием крупных капиталов.

Особенностью старообрядчества является положение гонимой социальной группы, что привело к выстраиванию плотных социальных связей между членами общины. В условиях долгих институциональных ограничений, и этических запретов старообрядцы привыкли не прибегать к банковским займам, а использовать собранные на доверительных началах членами общины средства на развитие бизнеса.

Еще одним значимым отличием старообрядчества от протестантизма является идея, что заработанные средства должны быть израсходованы на общее благо. Предпринимательство воспринимается как служение Богу и людям.

Как итог, в русской истории имеется множество примеров старообрядцев предпринимателей, меценатов и филантропов. Особенно отличились старообрядцы в музейном деле и коллекционировании.

Государственный музей нового западного искусства основан на коллекциях живописи, собранными **Сергеем Щукиным** и **Иваном Морозовым**. **Петр Щукин** собирал произведения искусства Востока, а для публичного выставления своей коллекции он выстроил отдельное здание. Сегодня эта коллекция хранится в Музее Востока

Предприниматель **Матвей Кузнецов** проводил прогрессивную для своего времени «политику КСО». В рабочих поселках строились школы, больницы, спортивные площадки, бани и прочая социальная инфраструктура.

### Этика старообрядцев несет в себе следующие предпосылки к занятию благотворительностью:



Важность принесения общественной пользы за счет заработанных средств



Долгий опыт «фандрайзинга» в условиях гонений и этического запрета



Чувство ответственности перед общиной за помощь в создании бизнеса

# Привлечение новых благотворителей — это одновременно и возможности, и вызов для благотворительной индустрии в России в 2024 году

**1992**

Распад СССР — демократизация и переход на рыночную экономику.

Экономические кризисы в 1998 г., 2008 г.

**2012**

Принятие закона об иностранных агентах.

Санкционное давление на Россию после 2014 г.

Пандемия COVID-19 в 2020 г.

Создание Фонда «Круг Добра».

**2022**

Старт СВО.

Visa и Mastercard покинули Россию, были отключены сервисы Apple Pay, Google Pay, PayPal.

Разрыв культурных, гуманитарных связей.

Уход зарубежных компаний.

Повышение стоимости, сроков доставки импортного оборудования либо их полная недоступность.

Закрытие 7 БФ с 2012 по 2022 г. из-за статуса иноагента.

Государственный фонд «Защитники отечества».

**События в сфере экономики и политики****События в сфере благотворительности**

Возрождение благотворительности в России. Появление первых российских благотворительных фондов и проникновение зарубежных. Образование фондов Потанина, Дерипаски, Зимина и др.

С 2000 г. активно запускаются программы КСО, отмечается резкий рост количества НКО и начало применения массового фандрайзинга.

С 2008 г. начинается поддержка НКО государством.

НКО стали активно работать над повышением доверия общества, делая отрасль прозрачнее через публичную отчетность, медийную активность и развитие культуры благотворительности.

Появились фонды, специализирующиеся на консалтинге прочих НКО. Появляются фандрайзинговые платформы на целевые сборы для благотворительности, программы округления и кешбэка.

Крупные НКО сформировали стандарты благотворительности и диалога с обществом. Начинается продвижение деятельности НКО в социальных сетях при помощи амбассадоров. НКО сохранялись и развивались несмотря на кризисные явления в 2014–2016 гг. и в 2020 г.

Отмечается тренд на ухудшение пиар-стратегий благотворительных фондов — многие вынуждены строить свою деятельность по привлечению доноров с помощью провокационных заголовков и фотографий для того, чтобы «достучаться» до доноров сквозь негативный информационный фон. Также отмечается возобновление практики фандрайзинга через перевод средств на личные банковские карты, что создает благоприятные условия для мошенников. Как опасаются участники отрасли, все это может привести к отвержению многих потенциальных доноров.

*«Как будто нас откинуло на 20 лет назад: "А можно ли помочь, переводя деньги на личную карточку?" — это меня всерьез спрашивали люди, которые являлись топ-менеджерами крупных компаний».*

**Представитель НКО****Реакция в обществе**

В обществе отмечается недоверие к деятельности НКО. В 1990-х, в условиях экономической и политической нестабильности, у населения нет мотивации активно помогать только что возникшим благотворительным организациям.

Все больше людей вовлекаются в некоммерческий сектор и благотворительность. Начинает формироваться пул экспертов и профессионалов в этой сфере.

Фандрайзинг, перевод округлений и кешбэка делает доступным участие в благотворительности.

Медийная представленность НКО увеличивается.

Растет общий уровень доверия к благотворительности.

На фоне СВО в сферу благотворительности пришло большое количество новых людей, как координаторов, так и жертвователей, волонтеров, ранее никогда не сталкивавшихся с благотворительностью. Не имея достаточного опыта организации и участия в благотворительности, многие «неофиты» не уделяли достаточного внимания финансовой и отчетной прозрачности своей деятельности — распространилась практика прямых денежных переводов на карты, в том числе без регистрации юридического лица. Это стало благодарной почвой для создания мошенниками фейковых сборов. Из-за этого общество рискует значительно потерять доверие к НКО и БФ.

Согласно исследованиям НАФИ инфляция и рост цен второй по распространенности страх российского общества (27%) после страха болезни (30%) в 2023–2024 гг. Страх мошенников увеличился в два раза до 13%. В таких «тревожных» условиях уменьшился средний размер пожертвования массового донора.

## **4 Направления в благотворительности, которые поддерживают филантропы**

## Ключевые выводы раздела

**55%** респондентов онлайн-опроса оказывают благотворительную помощь в таких направлениях как медицина и здравоохранение

### **Традиционно популярные направления благотворительности остаются наиболее приоритетными для доноров, однако сектор меняется под внешними условиями**

Традиционно важные направления российской благотворительности, такие как медицина и здравоохранение, помощь детям, сохраняют свою приоритетность и продолжают привлекать наибольший объем благотворительной помощи. Среди частных лиц-благотворителей LHNWI+— филантропы чаще, чем в 2022 году выбирают сложные темы, такие как сиротство, помощь взрослым с тяжелыми заболеваниями. Вместе с тем происходит трансформация сектора, который адаптируется к актуальным социальным проблемам. Среди доноров наблюдается рост поддержки, оказываемой другим категориям благополучателей: помощь участникам СВО заняла 3 место среди наиболее популярных направлений благотворительности —34% респондентов за последний год—два поддерживали это направление благотворительности.

Оперативная реакция общества на возникающие вызовы, реализация государством мер поддержки лицам в зоне влияния СВО вкупе с действиями благотворительных НКО создают среду российской благотворительности, которая гибко подстраивается под меняющиеся условия, оставляя в центре самого благополучателя.

**40%** респондентов онлайн-опроса оказывают благотворительную помощь участникам СВО и беженцам, в том числе пострадавшим от вооруженных конфликтов

### **Появление и рост популярности новых направлений помощи создает новые вызовы для благотворительного сектора**

Смена общественной повестки, вызванная триггерными событиями и обстоятельствами (военными действиями, экологическими катастрофами и изменениями и пр.), привлекла внимание к новым направлениям благотворительности и категориям нуждающихся. Это также привело и к появлению в секторе новых доноров, которые ранее не проявляли благотворительной активности.

Однако появление новых благотворителей не всегда положительно отражается на деятельности НКО и отрасли в целом: например, среди людей, ранее не занимавшихся благотворительностью, может быть распространено участие в прямых адресных сборах. Случаи участия таких доноров в оказании помощи благополучателям часто становятся не единичными. Поэтому необходимо прикладывать усилия для работы с ними, а также стать условным навигатором для них в среде профессиональной благотворительности.

## Социальные проблемы, здравоохранение, образование, религия – самые популярные направления благотворительности в мире

Несмотря на правовые и культурные особенности благотворительности в разных регионах и странах, направлениями благотворительности, в пользу которых чаще жертвуют доноры, являются образование, экология, здравоохранение, социальная помощь и религия.

Среди наиболее популярных направлений благотворительности повышается интерес молодых доноров к сфере экологии и защиты окружающей среды. Согласно Kadence International, 82% молодых людей в возрасте 15–29 лет обеспокоены состоянием планеты, а 72% изменили свое поведение и привычки, чтобы уменьшить отрицательное воздействие на окружающую среду.



### Структура направлений благотворительности по странам\*, %

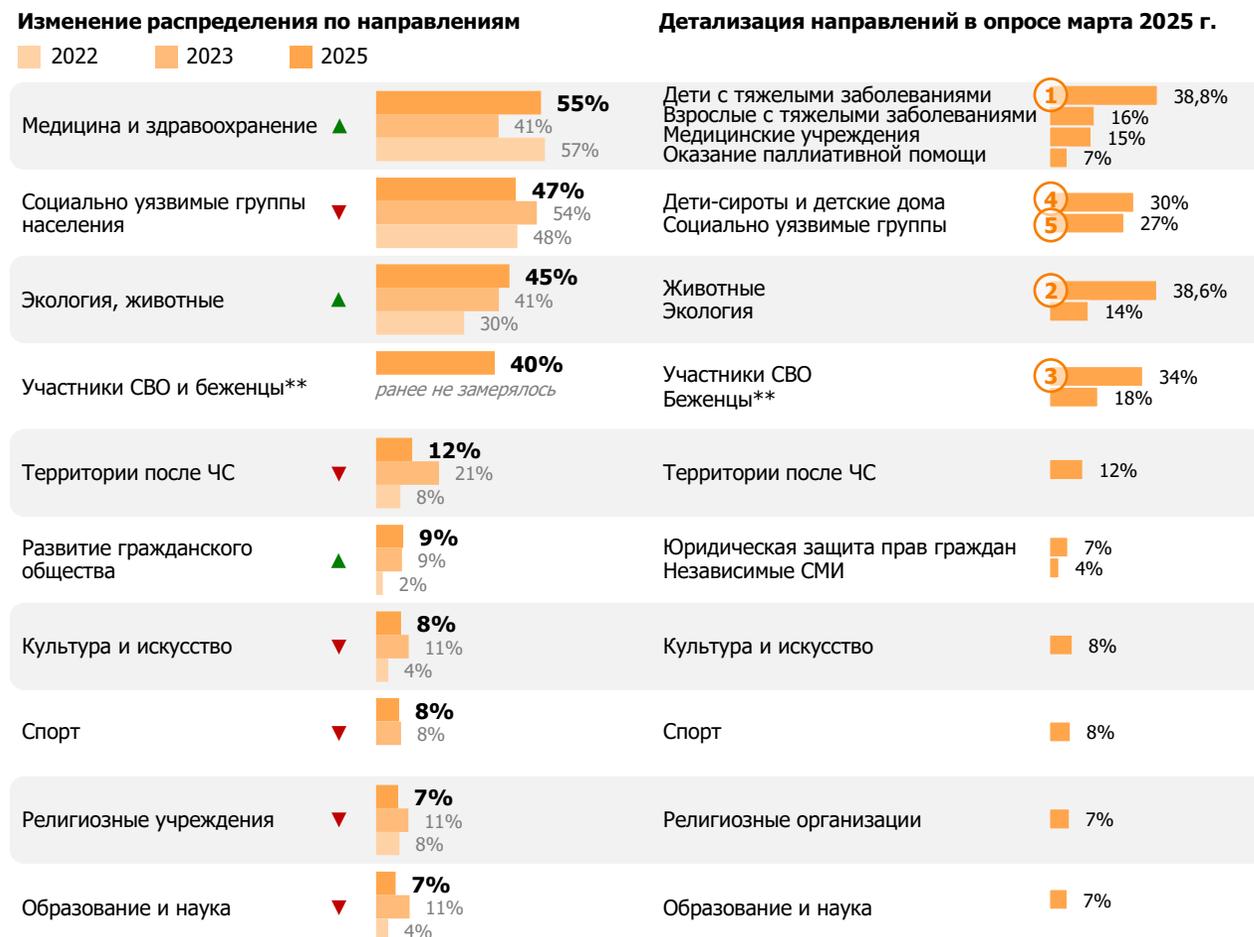
США	Великобритания	Бразилия	Индия	ЮАР	Россия
46% Здравоохранение	14% Здравоохранение	46% Помощь детям	71% Здравоохранение, образование	66% Социальное развитие	39% Дети с тяжелыми заболеваниями
43% Борьба с бедностью	13% Помощь детям и молодежи	30% Здравоохранение	40% Соц. равенство, инвалидность, ментальное здоровье	25% Религия	39% Животные
26% Помощь детям и молодежи	8% Религия	29% Борьба с голодом	29% Борьба с климатическими изменениями	22% Образование	34% Участники СВО
25% Религия	7% Защита животных	15% Помощь в кризисных ситуациях	23% Улучшение условий жизни	16% Защита животных	30% Дети-сироты и детские дома
25% Последствия стихийных бедствий	6% Помощь людям с ограниченными возможностями	11% Помощь пожилым людям	9% Укрепление экосистем	16% Здравоохранение	27% Социально уязвимые группы
2024 г.	2024 г.	2022 г.	2024 г.	2022 г.	2025 г.

\*Множественный выбор направлений во всех странах, кроме Великобритании.

Источник: CAF America, UK giving report 2025 — CAF, India Philanthropy Report 2025 — Dasra, NEDBANK, данные опроса Frank RG, март–апрель 2025 г.

## В России в 2024 году медицина и здравоохранение снова занимает первое место среди всех направлений благотворительности у частных лиц

Доля частных лиц, которые оказывали благотворительную поддержку за последний год по следующим направлениям, %\*



В 2024 г., как и в 2022 г. первое место среди всех направлений благотворительности заняла медицина и здравоохранение.

Анализ предпочтений респондентов показал, что фокус респондентов перераспределился на 5 групп: дети с тяжелыми заболеваниями, животные, участники СВО, сиротство и социально уязвимые группы населения.

В среднем один донор участвует в благотворительной деятельности в 3 различных направлениях.

При этом 30% респондентов указывают только одно направление, что может говорить о довольно высокой сфокусированности и вовлеченности в решение конкретной социальной проблемы.

Половина благотворителей (51% доноров) отдают предпочтение 2–4 направлениям. Такие доноры либо стремятся распределить свою помощь между значимыми для них проблемами, либо у них нет привязки к определенной теме, и они стараются оказать своей помощью эффект на несколько тем.

\*\*В том числе пострадавшие от вооруженных конфликтов

\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа. Для расчета доли частных лиц в общих темах были подсчитаны уникальные респонденты, ответившие на вопрос о направлениях благотворительной поддержки по узкоспециализированным направлениям.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n=502, март–апрель 2025 г.

# Основным направлением оказания благотворительной поддержки для крупных филантропов также является медицина и здравоохранение

Доля крупных филантропов, которые оказывали благотворительную поддержку за последний год по направлениям, %\*

Изменение распределения по направлениям



Детализация направлений в опросе марта 2025 г.



! Малая выборка

*«... каждый год делали опрос на тему, а какие направления благотворительности интересны сотрудникам? Компания достаточно большая, там было максимум 12 тысяч человек, когда я работала.*

*И каждый год помощь животным была в течение четырех лет на первом месте. В прошлом году впервые помощь людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию, вышла на первый план. Потому что много было событий: был Крокус, Курск и так далее».*

Представитель НКО

В 2022 году ТОП-3 важными для состоятельных филантропов темами были (1) медицина и здравоохранение, (2) социально-уязвимые группы населения и (3) экология и животные. Повестка 2025 года погрузила всех в новую реальность, где среди наиболее важных тем появились также направления, связанные с помощью участникам СВО и пострадавшим от военных конфликтов.

При этом, зачастую в эти новые направления приходят доноры, которые ранее не были вовлечены в благотворительность. По мнению представителей индустрии, они приходят, потому что возможность повлиять на сложившуюся ситуацию через собственные усилия может быть способом снизить стресс. Кроме того, опросы в рамках исследования показывают, что такое поведение продиктовано естественным откликом и желанием помочь.

Это создает новые вызовы для сектора: снова становятся распространенными прямые адресные сборы; появляется много филантропов, которых необходимо направлять в среде профессиональной благотворительности — рассказывать, какие фонды уже есть на подобную тематику, как создавать собственные сборы через платформы.

При этом крупные благотворители в проведенном опросе чаще, чем в 2022 году выбирают сложные темы: темы социальной уязвимости (39%) и сиротства (39%), помощь взрослым с тяжелыми заболеваниями (27%).

Образование и наука — те категории, которые чаще выбирает ряд наиболее состоятельных филантропов. Большая часть целевых капиталов, сформированных некоммерческими организациями, создана в этих направлениях. Поддержка этих тем для крупных филантропов скорее носит характер социальных инвестиций, от которых ожидается мультипликативный эффект и для экономики, и для благополучия общества в целом.

\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа. Для расчета доли частных лиц в общих темах были подсчитаны уникальные респонденты, ответившие на вопрос о направлениях благотворительной поддержки по детальным направлениям. \*\*В том числе пострадавшие от вооруженных конфликтов.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, май 2022 г. (n=44) и март-апрель 2025 г. (n=41).

## Частные лица, помогающие детям с тяжелыми заболеваниями и религиозным организациям, предпочитают оказывать финансовую помощь напрямую и в фонды

*Привычка участвовать в благотворительности определенным способом\*\**

<i>Группа респондентов, поддерживающих направление*</i>	Перечислять деньги в фонд	Безвозмездно передавать вещи для фонда	Перечислять деньги непосредственно нуждающимся	Участвовать в акциях и мероприятиях	Безвозмездно выполнять работы для фондов	Социальное предпринимательство ***
Дети с тяжелыми заболеваниями	76%	48%	59%	22%	18%	8%
Животные	64%	59%	51%	24%	23%	8%
Участники СВО	69%	57%	56%	27%	27%	11%
Дети-сироты и детские дома	73%	63%	61%	31%	26%	13%
Социально уязвимые группы	61%	70%	59%	33%	31%	13%
Беженцы и пострадавшие от вооруженных конфликтов	67%	75%	60%	24%	30%	9%
Взрослые с тяжелыми заболеваниями	63%	60%	67%	41%	33%	20%
Медицинские учреждения	67%	63%	58%	39%	36%	16%
Экология	54%	58%	55%	32%	37%	17%
Территории после ЧС	66%	70%	56%	34%	33%	15%
Культура и искусство	60%	64%	45%	57%	38%	36%
Международные благотворительные организации	73%	53%	48%	45%	33%	18%
Спорт	62%	51%	46%	46%	28%	31%
Религиозные организации	81%	62%	76%	38%	32%	14%
Юридическая защита прав граждан	53%	59%	44%	50%	35%	29%
Оказание паллиативной помощи	73%	61%	48%	21%	33%	18%
Образование и наука	48%	48%	42%	58%	33%	18%
Независимые СМИ	72%	50%	33%	50%	28%	28%
<i>Другое</i>	<i>29%</i>	<i>12%</i>	<i>18%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>

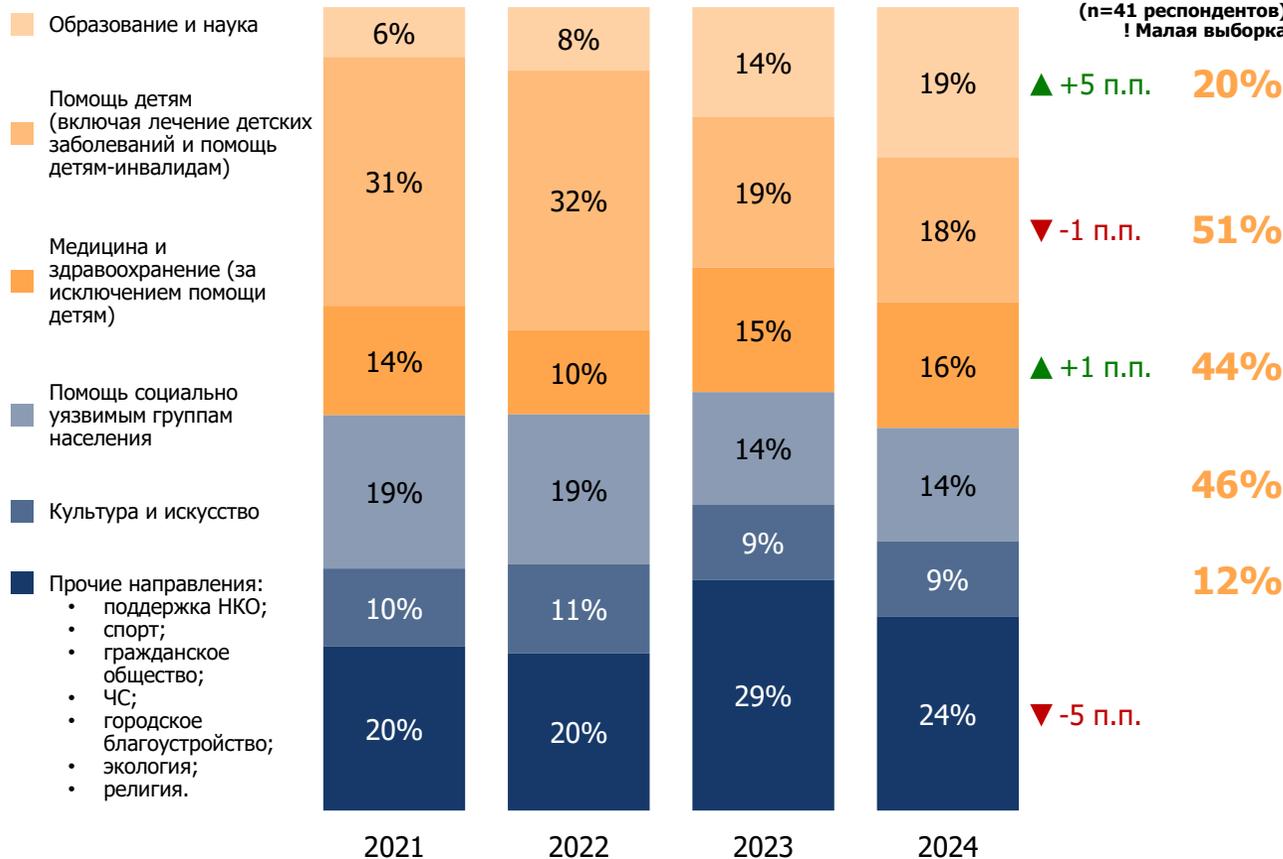
В 2025 году помощь деньгами фондам или напрямую нуждающимся свойственна тем респондентам, которые помогают религиозным организациям и детям с тяжелыми заболеваниями. Взрослые с тяжелыми заболеваниями, медицинские учреждения, экология — направления, где филантропы распределяют помощь примерно равномерно по 3 формам участия: перечисление денег в фонд, безвозмездная передача вещей в фонд, перечисление денег напрямую нуждающимся. Группы, помогающие социально уязвимым группам населения, беженцам и территориям после ЧС чаще помогают вещами, чем финансово.

Филантропы, участвующие в акциях и занимающиеся социальным предпринимательством, чаще других встречаются в таких направлениях помощи, как культура и искусство, независимые СМИ, юридическая помощь и спорт. При этом среди тех, кто оказывает поддержку в образовании и науке, чаще других встречаются филантропы, которые участвуют в акциях и мероприятиях.

\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа. \*\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа. Доля респондентов, которые чаще выбирают такую форму участия в благотворительности, вне зависимости от направления помощи. \*\*\*Бизнес, направленный на достижение общественно полезных целей, способствующий решению социальных проблем граждан и общества. Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n=502, март–апрель 2025 г.

## Наука и образование — направление с самым заметным ростом поступлений, при этом для крупных филантропов приоритетной остается помощь детям

Структура средств, направленных в благотворительные НКО в 2021-2024 гг., по видам помощи, %



Доля средств, направленных на поддержку сферы науки и образования, растет четвертый год подряд. В 2024 г. это направление показало наибольший прирост среди всех категорий благотворительности, незначительно обогнав по темпам роста традиционно популярное направление — помощь детям.

Доля средств, собранных для помощи детям, несущественно снизилась по сравнению с 2023 г. Тем не менее в 2024 г. российские крупные филантропы по-прежнему чаще всего направляют денежные средства на поддержку детей и социально уязвимых групп населения.

Среди прочих направлений приоритетными для всех филантропов являются помощь животным и поддержка участников СВО.

Однако, несмотря на то, что тему помощи животным упоминают довольно часто, в 2024 г. в целом в профессиональной благотворительности доля средств, собранных для поддержки животных и охраны окружающей среды, составляет всего лишь 1,6% от общего объема благотворительных пожертвований. Возможно, часть таких пожертвований происходит напрямую на личные карты владельцы животных, приютов или оказывается в формате волонтерства или помощи вещами.

Источник: оценка Frank RG на основании сумм собранных средств, типах направлений помощи в исследуемых фондах, а также популярности направлений; онлайн-опрос состоятельных респондентов, Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, март–апрель 2025 г. В вопросе возможен выбор нескольких вариантов ответа.

## Помощь оказавшимся в зоне влияния СВО сместила фокус с других социальных проблем, однако привлекла новых доноров и внимание к сектору

«Акции помощи беженцам и мобилизованным гражданам развернули некоторые НКО... но при этом сильно упало внимание к другим категориям нуждающихся, например, к детям-сиротам и приемным семьям».

«Многие организации значительно пересмотрели структуру оказываемой поддержки и высвободили ресурсы на новые вызовы зачастую в ущерб той деятельности, которую они вели для своей основной целевой аудитории».



«Появились люди, которые до начала СВО вообще не занимались глобально благотворительностью. Они занимались бизнесами своими в основном или еще чем-то. И вот начало войны и обострение проблемы, связанной с солдатами и с беженцами, и трансляция этого по телевизору и во всех остальных СМИ быстро пробудила в этих людях отзывчивость. И эти люди стали благотворителями. То есть это очень круто. Потому что я могу сказать, что мне кажется, если ты уже стал благотворителем, то, скорее всего, ты им и не перестанешь быть».

Представитель НКО

Из интервью с представителями НКО для журнала «Профиль»\*



**Доля респондентов опроса, проведенного Frank RG в 2025 г., которые за последний год оказали благотворительную поддержку участникам СВО**

Массовый сегмент	32,5%
Состоятельный сегмент	39,1%
LHNWI+ сегмент**	34,1%

### Меры поддержки НКО, реализующих помощь участникам СВО и их семьям:

- Принятие с начала СВО 120+ законов для поддержки военнослужащих и их семей.
- Снижение правительством административной нагрузки на НКО, отмечается важность их участия в программах помощи участникам СВО.
- Финансовая поддержка НКО, реализующих проекты по поддержке участников СВО, членам их семей в размере 90 млн руб. от властей Москвы.
- Внесенное депутатами Госдумы и общественниками предложение законопроекта, который снижает налоговые отчисления малых и средних предприятий, направляющих средства на поддержку СВО.

После начала СВО более трети НКО начали (1) осуществлять поддержку лицам, оказавшимся в зоне влияния специальной военной операции, в том числе семьям военнослужащих, беженцам, жителям новых регионов, а также (2) развивать программы патриотического воспитания.

Наряду со сменой фокуса деятельность НКО сопровождалась новыми вызовами из-за санкционных ограничений: ростом цен и логистическими трудностями при приобретении зарубежных лекарственных препаратов и оборудования, оплате лечения лиц с тяжелыми заболеваниями; сбоев в рекуррентных и разовых пожертвованиях через сервисы Apple Pay, Google Pay, PayPal и платежные системы Visa, Mastercard.

Смещение фокуса НКО на помощь лицам, оказавшимся в зоне влияния СВО, изменение структуры финансирования НКО, а также трудности сбора пожертвований из-за санкций привели к упадку уровня разовой и системной помощи другим категориям благополучателей. Однако расширение сферы деятельности НКО, оказываемая им государственная поддержка и общий благотворительный подъем среди населения после начала СВО способствовали расширению сфер деятельности НКО и появлению новых доноров в некоммерческом секторе.

\*Привычка помогать: после начала СВО системная благотворительность уступила стихийной, Профиль. \*\*Доля рассчитана по малой выборке.

Источник: Frank RG, результаты онлайн-опроса (n=507 (массовый сегмент), n=87 (состоятельный сегмент), n=41 (LHNWI+ сегмент), март–апрель 2025 г.), НИУ ВШЭ, [Государственная Дума РФ](#), [Социодиггер](#), ПУЛЬС НКО, Известия, Коммерсантъ, Профиль.

# **5**      **Динамика объемов благотворительной помощи в России**

## Ключевые выводы раздела

**На 1%-5%** сократился объем средств, направляемый на благотворительные цели за 2024 год

### Общий объем трат на благотворительность в 2024 году сократился

Согласно оценке Frank RG, динамика средств, направленных на благотворительные цели (включая КСО) в 2024 г. стала отрицательной – (-1%) – (-5%) за год: объем средств, направленных на благотворительность, остался примерно на таком же уровне, как в 2023 г., и составил около 505-531 млрд руб.

**45%** поступлений в исследуемые НКО — поступления свыше 300 тыс. рублей в 2024 году

### В структуре денежных поступлений НКО растет роль крупных пожертвований

Согласно предыдущим исследованиям Frank RG годовой размер пожертвований в НКО более 300 тыс. руб. можно отнести к крупным пожертвованиям. На сегодняшний день такого рода переводы составляют около трети объема сборов исследованных в рамках бенчмарка 12 НКО и их значение для благотворительных организаций увеличивается.

**На 16%** упал среднегодовой размер пожертвования в исследуемых НКО за 2024 год

### В 2024 году произошло снижение общего среднего годового размера переводов в пользу НКО

В рамках бенчмарк-исследования было выявлено, что общий рост числа финансовых доноров меньше роста объема сборов. У отдельных категорий доноров, несмотря на рост их числа, отмечено снижение среднегодового объема пожертвований, что приводит к замедлению темпов прироста сборов НКО. Наибольший вклад в это замедление внесло падение среднего объема переводов среди малых доноров-физлиц и среди крупных доноров-юрлиц, а именно коммерческих компаний.

**8%** от всех поступлений в исследуемых НКО занимают перечисления кешбэка и округления, и эта доля будет расти

### НКО заинтересованы в диверсификации источников финансирования для обеспечения финансовой стабильности

В условиях изменений в структуре денежной помощи некоммерческие организации с несколькими источниками финансирования лучше справляются с устойчивой поддержкой благотворительных программ. Они также, как и вся сфера, видят в своей структуре уменьшение доли пожертвований от коммерческих организаций и увеличение доли пожертвований от физлиц. В ситуации экономической нестабильности и ухода иностранных компаний, осуществлявших корпоративную благотворительность, сильно выросли поступления от негосударственных и государственных НКО.

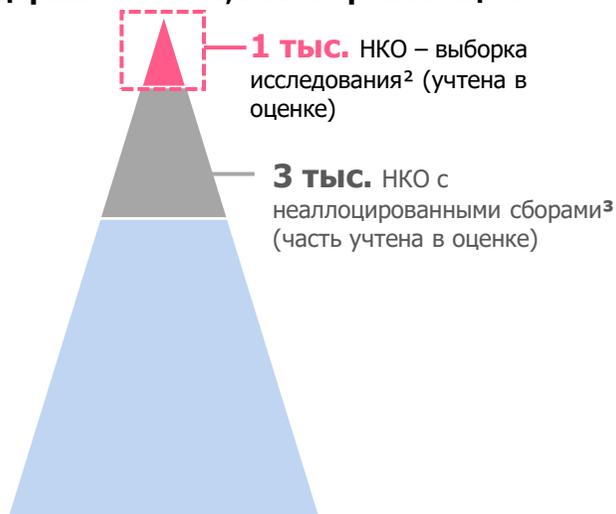
## В 2024 году траты на благотворительные цели и КСО превысили 500 млрд рублей

Согласно оценке Frank RG, динамика средств, направленных на благотворительные цели в 2024 г. стала отрицательной – (-1%) – (-5%) за год: объем средств, направленных на благотворительность, остался примерно на таком же уровне, как в 2023 г. Однако в 2023 г. прирост составил около 27%, основной вклад в этот прирост внесли компании в рамках своих затрат на КСО, а также физические лица, направляющие средства как через фонды, так и напрямую. В 2024 г., по оценке Frank RG, компании сократили объем трат на КСО на 9%. В оценке не учтены объемы благотворительной помощи фонда «Круг добра» (200 млрд руб. в 2024 г., 121 — в 2023, 61 — в 2022, 31 — в 2021), а также фонда «Защитники отечества».

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

**6,5 тыс.**

согласно внутреннему тегу и фильтру по текстовому поиску



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

<sup>2</sup>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.

<sup>3</sup>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, 2023-2025 гг.

### Средства, направленные на благотворительные цели и КСО, 2024 г., млрд руб.

**~505–531 млрд<sup>1</sup>**

**(-1%) – (-5%)**  
за 2024 год



<sup>1</sup>За исключением пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО.

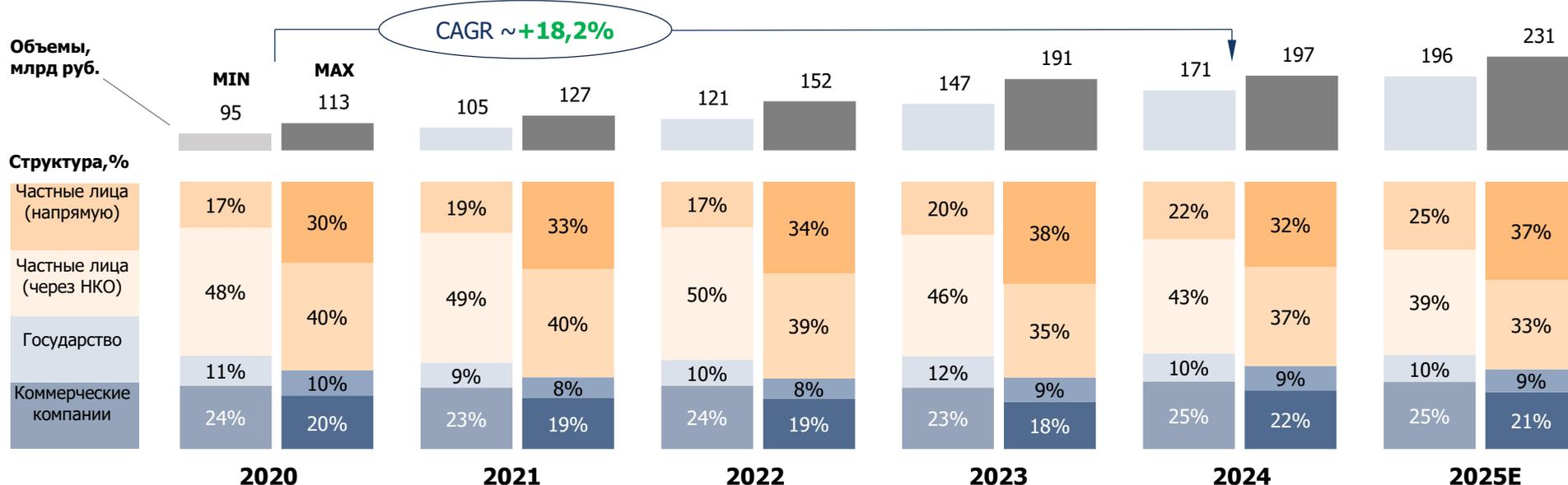
<sup>2</sup>Оценка Frank RG на основе доли затрат компаний на благотворительные цели и выплаты социального характера работникам в прибыли компаний.

<sup>3</sup>Прогноз Frank RG на конец 2025 года.

## Прямая помощь от частных лиц стала более значимой в 2023 и 2024 годах

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

Оценка рынка представлена диапазоном, так как невозможно точно оценить реальный объем прямой помощи частных лиц благополучателям. Этот диапазон отражается в формате двух значений: при минимальных объемах прямой помощи (MIN) и при максимальных объемах прямой помощи (MAX).



В прошлом исследовании мы прогнозировали сохранение объемов сборов по исследуемым фондам на благотворительные цели, за исключением КСО, как минимум на том же уровне, что и в 2022 г. Оценки подтвердились, 2023 г. оказался позитивным — оцениваемый объем сборов составил 147–191 млрд руб. В 2024 г. объем сборов продолжил рост, сыграли роль и нарастающий объем прямой помощи от частных лиц, и рост поддержки НКО от коммерческих компаний.

Новым участником индустрии стал фонд «Круг добра». Объемы средств, направленных на помощь подопечным данного фонда, не учитываются в общей сумме оценки, поскольку финансирование этого фонда происходит из налогооблагаемой базы.

Для справки: объем средств, направленных на помощь подопечным Фонда «Круг добра», млрд руб.



\*За исключением пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО. Источник: оценка Frank RG, 2025 г.

## Фонды, имеющие 4–5 источников финансирования, эффективнее используют привлеченные средства и быстрее масштабируют свои программы

Структура источников финансирования благотворительных фондов в РФ, опрос НКО, 2023 г.



Прогнозный прирост доли источника в 2024 г.\*

\*Прогноз «Партнер НКО» на основе статистического, сравнительного анализа, интервью с экспертами отрасли и SWOT-анализа источников финансирования фондов на основе данных исследования Форум Доноров в 2023 г.

16% НКО предприняли или рассматривают в дальнейшем отказ от иностранного финансирования, согласно блицопросу, проведенному среди 271 НКО из 58 регионов в 2023 г.

Изменения в законодательстве, ограничивающем деятельность иностранных агентов, уход зарубежных компаний, осуществлявших корпоративную благотворительность, прекращение работы платежных систем в РФ приводят к уменьшению иностранных благотворительных пожертвований и повышению зависимости российских НКО от внутренних источников финансирования.

В условиях экономической нестабильности, влекущей за собой изменение донорской активности (как физлиц, так и КСО), диверсификация источников финансирования является важным аспектом стабильности и роста НКО.

Согласно оценке Партнер НКО, фонды, имеющие диверсифицированную структуру финансирования (около 78% НКО имеют 4–5 источников финансирования) в среднем на 23% эффективнее используют привлеченные средства и на 17% быстрее масштабируют свои программы.

Вместе с увеличением количества источников финансирования эффективная стратегия диверсификации предполагает оптимизацию структуры источников в зависимости от сферы деятельности и целей НКО, стратегии диверсификации могут включать:

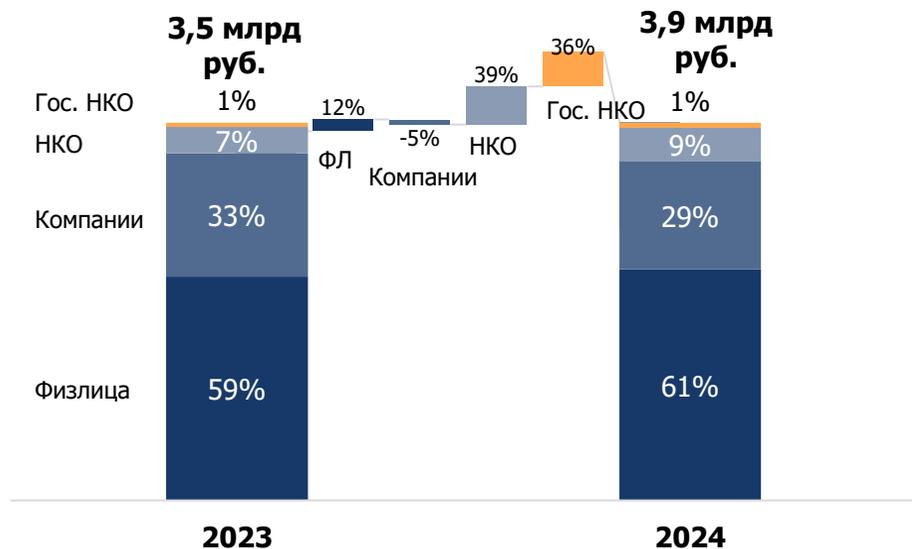
- развитие базы индивидуальных, корпоративных доноров, развитие государственного финансирования;
- создание целевых капиталов (эндаументов)\*\*;
- развитие социального предпринимательства;
- краудфандинг;
- использование цифровых активов и криптовалюты;
- партнерство с финтех-компаниями.

## В структуре поступлений в исследуемые НКО пожертвования от коммерческих организаций уменьшаются

За последний год в исследуемых НКО отмечается уменьшение роли коммерческих организаций в общем объеме поступлений. В номинальном выражении объем средств от коммерческих организаций упал за год на 5%. Выросла доля физических лиц на 2 п.п., негосударственные НКО увеличили свою долю в финансировании на 2 п.п. до 9% за счет прироста на 39%.

70% поступлений НКО приходится на транзакции по реквизитам, переводы с помощью банковских карт и Рау-сервисов. Перечисления кешбэка и округления уже занимают 8% от всех поступлений и их доля будет расти.

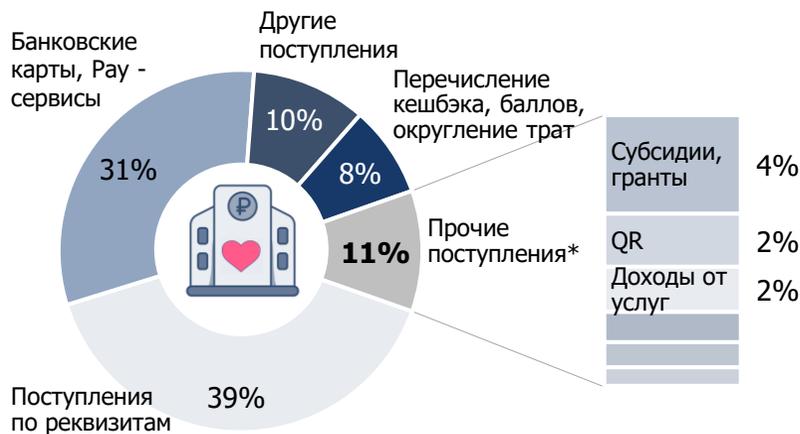
**Источники финансирования исследуемых НКО, %, 2023-2024 гг.**



*«И мы слышим от наших и крупных частных благотворителей, и благотворителей-физических лиц, и юридических лиц, они говорят: "У нас изменения, у нас урезан благотворительный бюджет, у нас урезаны маркетинговый бюджет, мы вам поможем, но в меньшем объеме". Мы это слышали почти всю вторую половину прошлого года и начало этого года, и, я полагаю, что это тенденция сохранится».*

**Представитель НКО**

**Формы поступления средств в исследуемые НКО, 2024 г.**

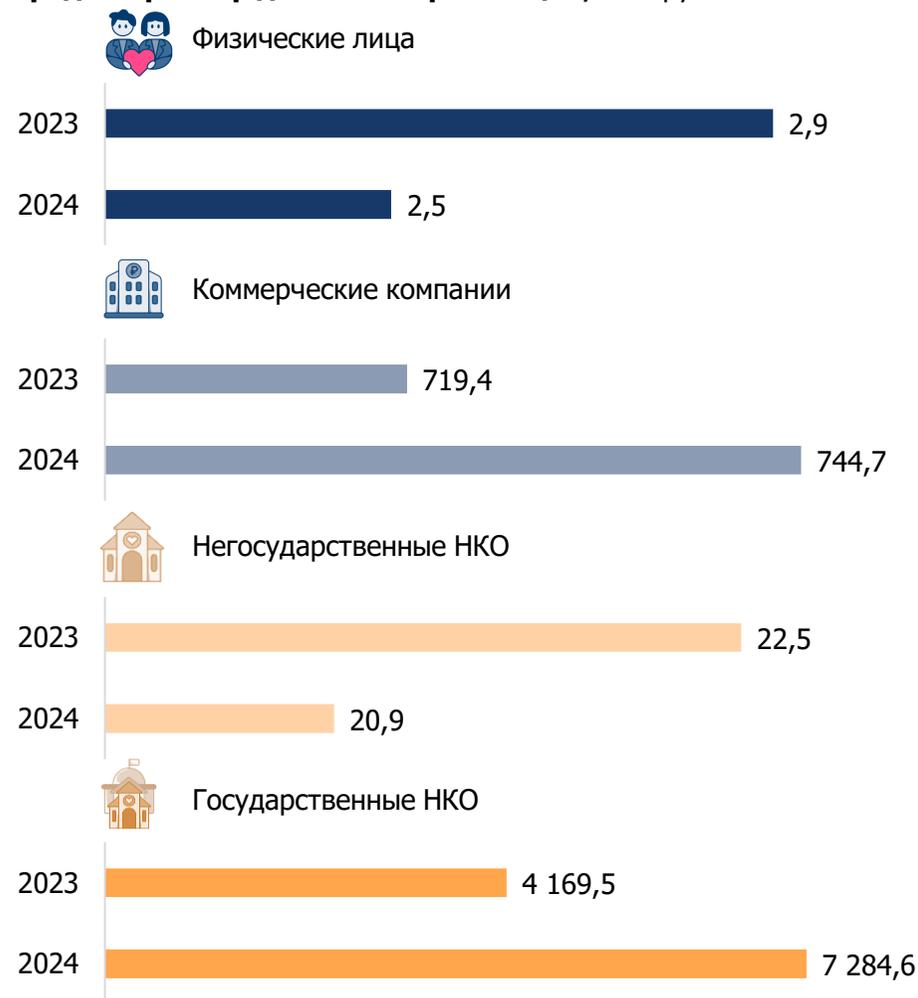


\*Прочее: субсидии и гранты, поступления через QR-код, доходы от реализации товаров и услуг, поступления через фандрайзинговые и краудфандинговые платформы, поступления через СМС-пожертвования по короткому номеру, сборы через ящики для пожертвований, поступления от собственного эндаумента.

Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2025 г. (Благотворительный фонд «Вера», Благотворительный фонд «ДАЛЬШЕ», Благотворительный фонд «Онкологика», БФ «Большая Перемена», БФ «Помоги ребенку.ру», БФ «Помощь», БФ содействия семейному устройству «Найди семью», РК «Детские деревни – SOS», Социальный проект «Всё получится!», Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ», Фонд борьбы с лейкозией, ХКБФ «Счастливое детство»).

## Средний размер поступлений от всех доноров в исследуемых НКО сократился

Средний размер денежной транзакции, тыс. руб.

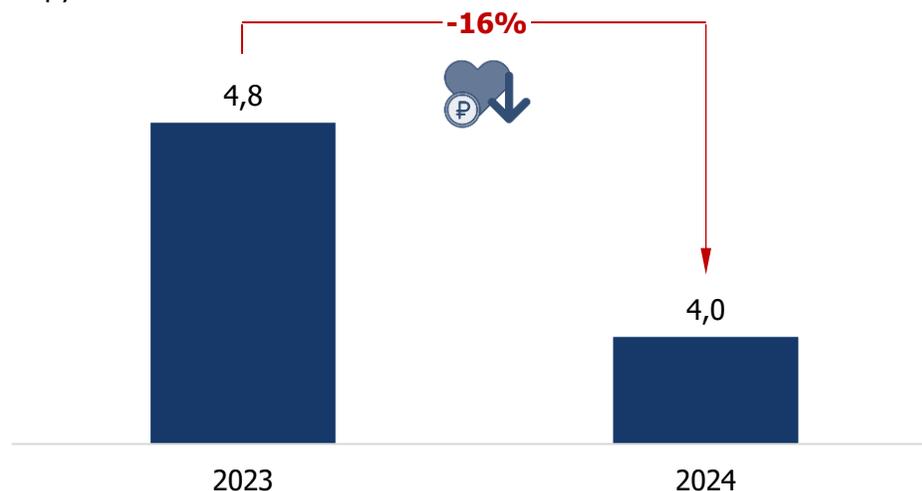


Происходит общее снижение среднего размера пожертвования в исследуемых НКО. В первую очередь снизились средние траты на благотворительность среди физических лиц и негосударственных НКО. Высокий уровень роста цен и инфляционных ожиданий влияет в первую очередь именно на массового донора, что значительно сказывается на общей картине благотворительных сборов.

Коммерческие организации и государственные НКО увеличили свои средние траты на благотворительность, компенсируя потери НКО от снижения сборов от физлиц и негосударственных НКО.

Для сохранения объемов поступлений НКО вынуждены наращивать количество доноров-физлиц с помощью медийного продвижения и выстраивать отношения с коммерческими организациями и государственными НКО.

Средний размер денежной транзакции по всем видам доноров, тыс. руб.



Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2025 г. (Благотворительный фонд «Вера», Благотворительный фонд «ДАЛЬШЕ», Благотворительный фонд «Онкологика», БФ «Помоги ребенку.ру», БФ «Помощь», БФ содействия семейному устройству «Найди семью», РК «Детские деревни – SOS», Социальный проект «Все получится!», Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ», Фонд борьбы с лейкемией).

## Пожертвования от 300 тыс. рублей формируют более трети поступлений в исследуемые НКО

**Поступления в НКО по объему пожертвований и по типам доноров, 2024 г., %**

Тип донора по годовому объему пожертвований	Количество доноров, %	Объем средств, %	Средний объем пожертвований в год, тыс. руб.*
Физические лица	0–300 тыс.	98,2	2
	Свыше 300 тыс.	0,03	1 389
Коммерческие компании	0–300 тыс.	0,1	160
	Свыше 300 тыс.	0,02	4 268
Негосударственные НКО	0–300 тыс.	1,3	1
	Свыше 300 тыс.	0,01	4 257
Государственные НКО	0–300 тыс.	1,6	251
	свыше 300 тыс.	0,007	8 691

\*Средний размер пожертвований за год рассчитан без учета данных БФ «Большая Перемена», ХКБФ «Счастливое детство» и Фонда борьбы с лейкемией

Источник: Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2025 г. (Благотворительный фонд «Вера», Благотворительный фонд «ДАЛЬШЕ», Благотворительный фонд «Онкологика», БФ «Большая Перемена», БФ «Помоги ребенку.ру», БФ «Помощь», БФ содействия семейному устройству «Найди семью», РК «Детские деревни – SOS», Социальный проект «Всё получится!», Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ», Фонд борьбы с лейкемией, ХКБФ «Счастливое детство»); Frank RG, результаты бенчмарк-исследования пула банков, 2025 г. (пул банков - 3 банка из ТОП5 банков по объему сбережений физических лиц на 01.06.2025)

**Траты клиентов банков на благотворительные цели по типам клиентов, 2024 г., %**

Тип и сегмент клиента банка	Количество доноров, %	Объем средств, %	Средний объем пожертвований в год, тыс. руб.
Физические лица с активами**	<1 млн руб.	92,4	2
	от 1 до 10 млн руб.	6,9	6
	от 10 до 30 млн руб.	0,5	20
	от 30 до 100 млн руб.	0,1	82
	от 100 млн руб.	0,04	268
Коммерческие компании и НКО с оборотами	до 120 млн руб.	0,02	92
	от 120 до 800 млн. руб.	0,002	4 614
	от 800 млн до 2 млрд руб.	0,005	437
	свыше 2 млрд руб.	0,002	127 149

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

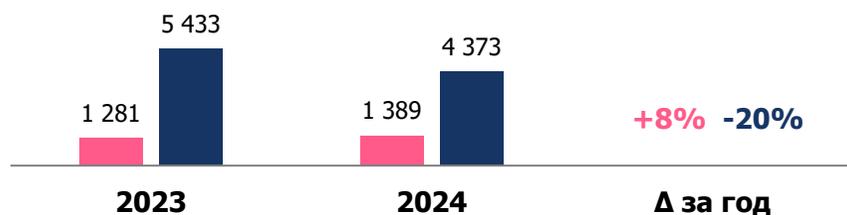
Бенчмарк-исследования НКО и банков показывают схожие результаты: состоятельные доноры-физлица вносят вклад от 12% до 15% в поступления благотворительных фондов, а крупные доноры юрлица (включая коммерческие и некоммерческие организации) - от 23% до 44%. Таким образом, занимая долю менее 10% от общего числа доноров, состоятельные доноры физлица и юрлица формируют до 59% всех поступлений НКО, причем до 42% приходится на поступления крупного бизнеса.

## Влияние доноров, жертвующих в пользу НКО от 300 тыс. руб. в год, увеличивается

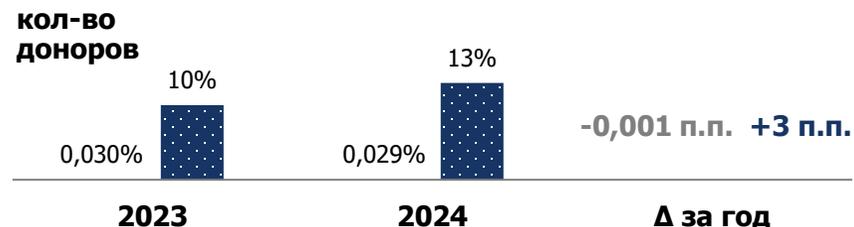
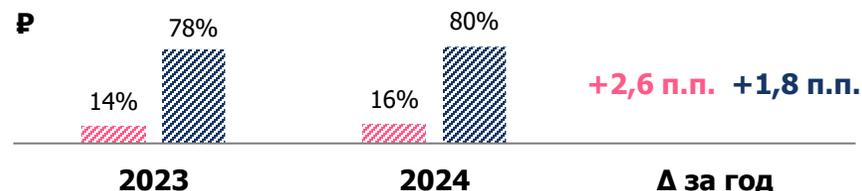
Динамика поступлений в исследуемые НКО за 2023-2024 гг.



Средний размер поступлений свыше 300 тыс. руб., тыс. руб.



Поступления свыше 300 тыс. руб. от всех поступлений за год, %



Высокая степень тревожности в экономике повлияла в первую очередь на размер пожертвований ряда коммерческих организаций. Бизнес вынужден оптимизировать издержки, что привело к снижению среднего пожертвования свыше 300 тыс. руб. на 20% по сравнению с 2023 г. в НКО, участвующих в бенчмарк-исследовании. Доноры-физлица с пожертвованиями свыше 300 тыс. руб., напротив, нарастили средний размер пожертвования в год на 8%.

Крупные пожертвования от физлиц формируют 16% всех поступлений от физлиц в исследуемых НКО в 2024 г. Даже прирост среднего чека таких доноров на уровне инфляции (прирост +8% при уровне ИПЦ за 2024 год в 9,5%) при сохранении их доли по количеству доноров (0,029%) привел к тому, что их доля в объемах помощи от физлиц выросла до 16% на 2,6 п.п. за год.

Крупные пожертвования свыше 300 тыс. руб. в год — это бóльшая часть всех пожертвований коммерческих компаний в 2024 г. (80%). Несмотря на значительное снижение среднего размера пожертвования в год (-20%), таких доноров стало больше. Они составляют 13% от всех доноров, коммерческих компаний, и их доля по количеству помощи выросла на 3 п.п. за год. Это привело к приросту доли объемов помощи от крупных доноров среди коммерческих компаний на 2,4 п.п. до уровня 80%.

Крупные доноры, как компании, так и частные лица, со средним чеком выше 300 тыс. руб. в год всегда были важны для благотворительных НКО, однако за 2024 год их значимость выросла.

## Снижение размера пожертвований у некоторых типов доноров приводит к снижению темпов роста сборов на фоне общего увеличения числа доноров

Типы доноров*	Физические лица		Коммерческие организации		Негосударственные НКО		Государственные НКО		
	Малые	Крупные	Малые	Крупные	Малые	Крупные	Малые	Крупные	
<b>Динамика числа доноров в 2024 г., Y-to-Y</b>	+ 205 538 чел. ▲ + 31%	+ 47 чел. ▲ + 23%	- 205 ед. ▼ - 15%	+ 22 ед. ▲ + 15%	+ 5 335 ед. ▲ + 58%	+ 5 ед. ▲ + 12%	0 ед. — 0%	- 1 ед. ▼ - 25%	
Средний размер пожертвований в 2024 г., руб.	2 026	1 389 108	160 936	4 372 980	774	3 707 054	250 872	9 666 617	
<b>Динамика среднего размера пожертвования в 2024 г., руб. Y-to-Y</b>	- 412 ▼	+ 108 006 ▲	- 3 150 ▼	- 1 060 051 ▼	- 160 ▼	- 54 970 ▼	+ 8 608 ▲	+ 4 375 923 ▲	
<b>Разница реальных и возможных поступлений в НКО за 2024 г. при сохранении среднего размера пожертвований на уровне 2023 г.</b>									
Недополученные поступления из-за снижения размера пожертвований, тыс. руб.	- 503 062	-359 690	26 894	-3 639	-174 908	-2 327	-2 529	9	13 128
Фактический прирост поступлений НКО в 2024 г., тыс. руб.	+ 162 749 + 5%								

Общее число-доноров (физлиц и юрлиц) у 8 БФ преимущественно растет, однако при этом практически у всех типов доноров отмечается снижение среднего размера пожертвования. **Если бы средний размер пожертвования сохранился на уровне 2023 г., то исследуемые НКО могли бы получить дополнительно более 503 млн рублей.** Например, сокращение среднего пожертвования всего на 412 рублей среди массовых доноров-физлиц, несмотря на то, что гораздо больше людей стало вовлечено в благотворительность, привело к недополучению НКО около 360 млн рублей сборов. Несмотря на рост числа жертвующих коммерческих организаций, НКО недополучили около 175 млн рублей.

Согласно Росстату цены на товары и услуги, приобретаемые НКО, увеличились на 16%\*\*\*. У исследуемых НКО растет и номинальный объем ФОТ: в 2024 году прирост за год составил 21%. Существует опасение, что номинальный положительный прирост сборов на благотворительность может не перекрыть текущий рост цен и затрат благотворительных НКО.

*«Для того, чтобы остаться на месте, надо бежать, а для того, чтобы сдвинуться с этого места, нужно бежать со всех ног».*

**Представитель НКО**

\*Крупные доноры — доноры, с пожертвованием более 300 тыс. руб. в год, малые доноры — доноры, с пожертвованием менее 300 тыс. руб. в год.

\*\*Индекс-дефлятор расходов на конечное потребление некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства.

Источники: Frank RG бенчмарк-исследование НКО, 2025 г. (Благотворительный фонд «Вера», Благотворительный фонд «ДАЛЬШЕ», Благотворительный фонд «Онкологика», БФ «Помоги ребенку.ру», БФ «Помощь», БФ содействия семейному устройству «Найди семью», РК «Детские деревни – SOS», Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ»).

## **6.1 Роль государства в благотворительной индустрии в России**

## Ключевые выводы раздела

**49,2 млрд руб.** составляют расходы Фонда «Круга добра» на закупку незарегистрированных в РФ препаратов в 2023 г.

Максимальный размер компенсации НКО при страховом случае — **1,4 млн руб.**

**22** фонда были признаны иноагентами, 15 из них прекратили свою деятельность

**До 6 месяцев** НКО может ожидать закупленное в рамках параллельного импорта оборудование и препараты

### В благотворительной сфере увеличивается роль государства

За последние годы государство активно участвует в благотворительности и влияет на эту индустрию. В России развивается законодательство, регулирующее деятельность НКО. В основном изменения направлены на повышение прозрачности работы НКО и на расширение спектра льгот и форматов поддержки НКО со стороны государства. Также государство работает над преодолением НКО санкционных ограничений, в первую очередь для благотворительных НКО, занятых проблемами здоровья. Созданы и развиваются государственные НКО.

### Российское законодательство нуждается в доработках

Проинтервьюированные Frank RG представители благотворительной отрасли рассказали о своих предложениях и пожеланиях в сфере законодательства. Они упомянули важность расширения государственной программы страхования счетов и вкладов для НКО, объявление государственных гарантий компенсации поставщикам «бесплатных» медпрепаратов и медизделий, предоставление льгот сотрудникам НКО.

### Институт иноагентов оказывает влияние на благотворительную отрасль

НКО вынуждены прекращать сотрудничество со некоторыми своими донорами и амбассадорами из-за боязни быть признанными иноагентами. Признание отдельных НКО иноагентами понижает доверие к сектору и создает дополнительные финансовые трудности для других НКО.

### Сотрудничество НКО, государства и бизнеса должно способствовать быстрому внедрению социальных инноваций

Совместное взаимодействие НКО, бизнеса и государства способно ускорить внедрение социальных инноваций в обществе. Подобная синергия обладает инфраструктурными, финансовыми, административными ресурсами бизнеса и государства, которые подкреплены опытом НКО в решении социальных проблем.

## Государство реализует меры по повышению прозрачности, упрощению процессов и поддержке деятельности НКО

### Снижение административной нагрузки на НКО

В 2023 г. учредительным документом НКО был определен устав, к которому предъявляется меньше требований: больше не нужно указывать сведения о филиалах и представительствах, источниках формирования имущества, порядке внесения изменений в учредительные документы, условия вступления новых членов в НКО<sup>1</sup>. НКО также получили право действовать на основе типовых уставов, утвержденных Минюстом РФ<sup>2</sup>.

Использование типовых уставов и снижение требований к учредительным документам НКО уменьшает юридические риски, упрощает и ускоряет процесс регистрации новых НКО, что сбавляет административную и бюрократическую нагрузку, позволяя сосредоточить внимание на реализации социальных проектов и инициатив.

### Информационная поддержка СОНКО

Для социально ориентированных НКО были установлены меры поддержки от органов государственной и публичной власти федерального и регионального уровней. Они включают предоставление вычислительных мощностей для функционирования информационных систем, а также содействие в создании официальных сайтов НКО и в обеспечении их функционирования с помощью «Единого портала государственных и муниципальных услуг (функций)» с целью предоставления доступа пользователей к информации о деятельности СОНКО<sup>3</sup>.

### Поддержка подготовки и обучения кадров для СОНКО

По запросам СОНКО органами государственной власти и местного самоуправления осуществляется организация или содействие в организации обучающих, научных и практических мероприятий с целью подготовки, профессиональной переподготовки и повышения квалификации работников и волонтеров СОНКО<sup>4</sup>.

### Расширение видов деятельности СОНКО, получающих государственную помощь

Расширение перечня видов деятельности СОНКО, при осуществлении которых они могут получать финансовую, имущественную, консультационную, налоговую и пр. поддержку от органов власти. В перечень СОНКО были включены организации, осуществляющие деятельность по: поддержке семьи, материнства, отцовства и детства, организации по проведению мероприятий, способствующих развитию форм устройства в семью детей, оставшихся без попечения родителей, по содержанию животных в приютах, по участию в профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, по развитию межмуниципального сотрудничества и благоустройству территорий<sup>5</sup>.

### Публикация уставов НКО на Портале Минюста

С 1 января 2025 г. НКО в течение 30 календарных дней после регистрации обязаны публиковать свой устав, а также заполнить форму отчетности о своей деятельности (до 15 апреля года, следующего за отчетным) в электронном виде на Портале Министерства юстиции России для НКО, подача документов на бумажном носителе отменяется<sup>6</sup>. Публикация действующих уставов и ежегодных отчетов НКО на Портале призвана повысить доверие к деятельности НКО и прозрачность их деятельности.

<sup>1</sup>Федеральный закон от 19.12.2022 №535-ФЗ «О внесении изменений в статьи 19 и 20 Федерального закона «Об общественных объединениях» и статью 14 Федерального закона «О некоммерческих организациях».

<sup>2</sup>Приказ Минюста РФ от 30.06.2023 г. № 163 «Об утверждении типовых уставов некоммерческих организаций»: использование типовых уставов допускается для местных и региональных общественных организаций и движений, ассоциаций (союзов), общин коренных малочисленных народов, общественно полезных фондов, частных учреждений, автономных НКО).

<sup>3</sup>Федеральный закон от 14.04.2023 N 119-ФЗ «О внесении изменений в статью 31.1 Федерального закона «О некоммерческих организациях».

<sup>4</sup>Статья 31.1 Федерального закона от 12.01.1996 N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (п. 12.1 введен Федеральным законом от 19.12.2016 N 449-ФЗ «О внесении изменений в статью 31.1 Федерального закона «О некоммерческих организациях»; в ред. Федерального закона от 05.02.2018 N 15-ФЗ).

<sup>5</sup>Изменения в ст. 31.1 п.1 Федерального закона от 12 января 1996 года N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»: пп. 1, 4 дополнены ФЗ от 26.02.2024 N 32-ФЗ, пп. 7 дополнен ФЗ от 30.09.2024 N 333-ФЗ, пп. 19 введен ФЗ от 13.07.2024 N 181-ФЗ, пп. 20 введен ФЗ от 30.09.2024 N 333-ФЗ.

<sup>6</sup>Приказ Минюста РФ от 05.06.2024 №180. Не распространяется на политические партии. НКО, зарегистрированные до 01.01.2025, разрешено разместить свои уставы до 01.04.2025.

Источник: Frank RG, 2025 г.

## Представители НКО инициируют изменения законодательства для оптимизации расходов на благотворительность и страхования рисков

### Страхование счетов и вкладов

ФЗ №177 от 23.12.2003 «О страховании вкладов в банках Российской Федерации» предусматривает страхование вкладов юридических лиц, в том числе БФ и социально-ориентированных НКО. Размер компенсации по умолчанию при страховом случае составляет 1,4 млн руб. Статья 13.8 закона дает возможность получения физлицами, в том числе МСП, повышенного размера компенсации денежных средств, полученных в качестве грантов, утвержденных должностными лицами и органами исполнительной власти.

На счетах БФ и НКО могут быть средства, полученные в рамках грантов, которые могут реализовываться на протяжении нескольких лет. Грантодателем также зачастую выступает не государство, а коммерческие организации и негосударственные НКО. Данные средства не подпадают под условия повышенной компенсации при страховом случае.

Кроме того, вклады и счета, используемые для обслуживания целевых сборов в благотворительности, также не подпадают под условия повышенной денежной компенсации.

Есть необходимость пересмотра условий страховых выплат по вкладам и счетам БФ и НКО, в том числе по средствам, полученным в форме грантов не от государства.

*«Есть периоды, когда средства просто аккумулируются на счетах, поскольку для того, чтобы оплатить какой-то большой чек, нужно сначала эту сумму собрать. Это могут быть программные деньги, грантовые, которые мы получаем, а потом они расходуются в течение трёх лет. И если что-то случится с банком, то мы потеряем эти средства. Как мы будем их возмещать?»*

**Представитель НКО**

### Закупка «гарантийных» препаратов и медизделий

В соответствии с постановлением Правительства №890 от 30.07.1994 утвержден перечень групп населения и категорий заболеваний, при лечении которых лекарства и медизделия предоставляются по рецепту бесплатно. На практике этот механизм недостаточно отлажен — некоторые пациенты вынуждены обращаться в БФ для получения положенных бесплатных препаратов, поскольку не могут долго ожидать начала лечения. Срок рассмотрения жалоб составляет 30 дней и может быть больше из-за большой нагрузки на систему здравоохранения.

Складывается ситуация, когда БФ собирают средства для закупки препаратов и медизделий, которые должно закупать государство.

Необходима проработка правового механизма закупки фондами лекарственных препаратов без оплаты поставщику под гарантии компенсации поставщику этих средств за счет госбюджета.

### Льготы для сотрудников НКО и интеграция их работы в госучреждениях

На фоне дефицита кадров и все большей профессионализации сектора благотворительности остро стоит проблема привлечения и удержания сотрудников. НКО не могут конкурировать с коммерческим сектором по зарплатам и социальным льготам. Выполняя социально-значимые функции, сотрудники НКО не имеют таких государственных социальных льгот, как удлиненный отпуск, социальная пенсия, бесплатный проезд, доплаты за выслугу лет и пр.

Также необходима формализация работы НКО в госучреждениях, в частности в учреждениях здравоохранения, где НКО дополняют или фактически замещают работу перегруженного медперсонала на профессиональном уровне.

## Государство несет большую ответственность, оказывая влияния на развитие благотворительности в России и формируя доверие к сектору

НКО вынуждены проверять своих доноров на статус иноагента, поскольку боятся оттока финансирования в случае признания их самих иноагентами и последующего закрытия. Пандемия COVID-19, которая повлияла на логистические цепочки, и старт СВО привели к росту общественного интереса к благотворительности, а вслед за этим и к увеличению роли государства в ней.

### Применение статуса иноагента в отношении БФ\*

- Кол-во признаний БФ иноагентами
- Кол-во закрытий БФ-иноагентов
- Кол-во лишений БФ статуса иноагента



**7%** доля благотворительных фондов среди юрлиц и общественных объединений, признанных иноагентами

**11 493** заявки обработано Фондом «Круг добра» в 2023 г.

**120,9** млрд руб. составили программные расходы Фонда «Круга добра» в 2023 г.

**145,5** млрд руб. поступило в Фонд «Круг добра» за счет повышенной ставки НДФЛ в 2023 г.

**49,2** млрд руб. расходы Фонда «Круга добра» на закупку незарегистрированных в РФ препаратов в 2023 г.

За все время 22 фонда были признаны иноагентами, 15 из них прекратили работу, 4 – потеряли статус иноагента, 3 – продолжают свою деятельность. До 2020 г. в список иностранных агентов не вносились физические лица, поэтому благотворительные фонды в отдельные года составляли до 29% (2018) включенных в список иноагентов юрлиц и общественных объединений. После 2020 г. список иноагентов пополнялся в основном физлицами, благотворительные фонды признавались Минюстом России иноагентами не каждый год. В 2024 г. был признан иноагентом фонд «Нужна помощь»\*\*, после чего он был закрыт, что сильно ударило по отрасли, уменьшив доверие доноров. Начиная с 2021 г., количество новых физлиц-иноагентов превышает число новых юрлиц-иноагентов, что принуждает фонды отказываться от сотрудничества со своими амбассадорами, крупными донорами и, в некоторых случаях, учредителями.

*«В 2024 году признали и иноагентом "Нужна помощь"\*\*. И для фандрайзинга это одно из самых значимых событий в секторе, потому что это ударило по всем. В первую очередь, финансово и с точки зрения общего ощущения внутри фандрайзинга, внутри благотворительного сектора. Для нас встал вопрос "Рто следующий"? Ну, если "Нужна помощь"\*\* — фонд фондов, у которого прекрасная репутация, могут признать иноагентом, то это, конечно, тревожит».*

Представитель НКО

Представители сферы благотворительности отмечают увеличение роли государства в отрасли, что опрошенные эксперты связывают с высокой степенью развития благотворительности в России. На общем фоне новых НКО выделяются Фонд «Круг добра», созданный для поддержки детей с орфанными, тяжелыми острыми и хроническими заболеваниями, а также ГФ «Защитники Отечества», занимающийся поддержкой ветеранов СВО и семей погибших военнослужащих. Увеличение роли государства в благотворительности может способствовать координации усилий между НКО, государство начинает выполнять роль медиатора и консолидирующей силы между участниками отрасли. За счет совместного планирования и управления в отдельных направлениях благотворительности могут ставиться цели, недостижимые отдельными игроками отрасли.

**Государственное участие в благотворительности ускоряет тренд на объединение усилий среди НКО.**

*«Регулятор в виде государства сказал: "СВО – это сюда, а все орфанные заболевания – сюда". Это говорит нам о том, что как только какая-то история становится большой, существенной, туда приходит государство, и это хорошо невероятно. Это по книжке прям - мы создаем благотворительную организацию для того, чтобы когда-нибудь её закрыть».*

Представитель НКО

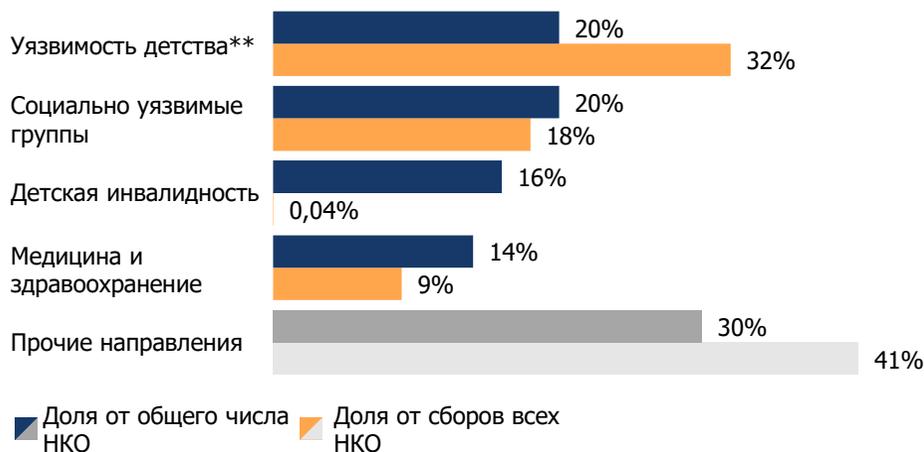
\*по состоянию на 11.04.2025.

\*\*01.03.2024 внесен Минюстом в реестр иностранных агентов

Источники: Frank RG, Минюст России, Фонд «Круг добра», ГФ «Защитники Отечества».

## Невозможность финансирования из-за рубежа и сотрудничества с зарубежными партнерами создает барьеры для оказания благотворительной помощи

### Деятельность благотворительных НКО, наиболее пострадавших от санкций на фоне прочих, 2022 г.\*



*«Сейчас финансирование из-за рубежа, в принципе, невозможно, этого никто не делает, но это скорее на той стороне проблема — нельзя переводить деньги в Россию».*

#### Представитель НКО

*«Мы смотрели, в каких странах есть интересные социальные проекты и куда несложно добраться».*

*«Было знакомство с местными крупными благотворительными фондами. Была целая палитра социальных проблем Индии, и она сильно отличается от социальных проблем России».*

#### Представители НКО

Благотворительные организации, занимающиеся вопросами здравоохранения и медицинской помощью, ощутили на себе санкционные ограничения после начала СВО и трудности с поиском доноров. Государство легализовало параллельный импорт, однако получения закупленного оборудования и препаратов НКО приходится иногда ждать до полугода. Функции закупки незарегистрированных в России препаратов выполняет узкий круг юрлиц, поэтому НКО тесно сотрудничают с государством по вопросам закупки данных препаратов. Замена импортных препаратов на отечественные дженерики подходит не для всех пациентов по медицинским показаниям, а некоторое оборудование в России не производят.

Государственный БФ «Круг добра» занимается организацией импорта оборудования и лекарств, незарегистрированных или недоступных в России. Также усиливается государственно-частное партнерство для разработки отечественного медицинского оборудования и препаратов. После 2022 г. усложнился поиск зарубежных доноров для российских пациентов, вследствие чего в 2022 г. начал работу Федеральный регистр доноров костного мозга и гемопоэтических стволовых клеток.

В целом, российская благотворительная отрасль все еще адаптируется к санкциям, все проблемы не решены, но общая ситуация не такая острая, как весной 2022 г. Российские НКО нельзя назвать целиком изолированными от зарубежных коллег.

70% российских благотворительных НКО так или иначе завязаны на закупку зарубежных препаратов и медицинского оборудования для помощи своим подопечным. Из-за санкционных ограничений с 2022 года растет стоимость закупок за счет возросших транспортных издержек, высокого спроса и колебаний курса российского рубля. Периодически отмечается нехватка препаратов и оборудования.

\*Расчет Frank RG по 1026 НКО.

\*\*Под уязвимостью детства понимается подверженность детей таким рискам и угрозам, как бедность, сиротство, незащищенность, дискриминация и др.

Источники: Frank RG 2025, Фонд «Круг добра», информационный портал «Такие дела».

## Усиление роли государства в некоммерческом секторе создает предпосылки для роста числа социальных инноваций путем синергии НКО, бизнеса и государства

Совместное взаимодействие НКО, бизнеса и государства способно ускорить внедрение социальных инноваций в обществе. Создание тройной спирали\* «НКО–бизнес – государство» необходимо для ускорения социального прогресса. Подобная синергия обладает инфраструктурными, финансовыми, административными ресурсами бизнеса и государства, подкрепленными опытом НКО в решении социальных проблем.

### Взаимодействие НКО и государства:

- Бюджетное финансирование проектов НКО;
- Предоставление доступа к инфраструктуре госучреждений для НКО;
- Координирование деятельности между НКО, работающих по одному направлению;
- Кооперирование НКО и госучреждений для решения социальных проблем;
- Имплементация опыта НКО в работу госучреждений (программы социальной поддержки сотрудников, построение корпоративной культуры, программы подбора сотрудников);
- Правовое регулирование деятельности НКО и госучреждений, на основе накопленного НКО опыта.

*«Нам важно продолжать выстраивать системные отношения с государством и бизнесом. Потому что, объединившись, государство, бизнес, НКО, становятся масштабной историей, и я считаю, что за этим будущее. Что-то можно изменить, улучшить, дополнить, потому что когда ты работаешь только в государственной структуре, ты видишь одну сторону, через бизнес ты видишь вторую сторону, через НКО ты видишь третью сторону. И когда есть целостная картинка — это надежный фундамент системы помощи, например».*

**Представитель НКО**



### Взаимодействие государства и бизнеса:

- Совместное финансирование проектов НКО;
- Совместное предоставление собственной инфраструктуры для НКО;
- Правовое регулирование поддержки НКО со стороны бизнеса, в том числе предоставление налоговых и прочих преференций.

### Взаимодействие НКО и бизнеса:

- Финансирование благотворительной деятельности НКО;
- Предоставление pro bono инфраструктуры и продукции бизнеса для НКО;
- Выстраивание HR-бренда для бизнеса;
- Имплементация опыта НКО в работу бизнеса.

*«У НКО накопилось за последние 30 лет много практик, социальных технологий, которые сейчас могут быть и в бизнесе востребованы — во всем, что касается работы с людьми: с сотрудниками, с клиентами. Как сделать организацию человеческой не на бумажке, а в реальности: от проходной до кассы. И этим знаниям, навыкам, техникам — бизнес может научиться в том числе у НКО. Например, в медицине и социальной работе учатся проводить сложные разговоры, мотивировать людей на активные действия для того, чтобы прийти к изменениям. То же востребовано для каждого руководителя».*

*Тот же сотрудник или руководитель отдела КСО в бизнесе (если он есть) — это человек, к которому стекаются все сложности и запросы, которые есть у сотрудников компании. Он, по сути, выступает таким кейс-менеджером, который помогает человеку построить маршрут к решению проблемы, это требует навыков жизнестойкости, коммуникации, знания того, какие могут быть варианты помощи. Это то, что хорошо знают НКО, чем они могут делиться, то есть как делать помощь даже внутри компании более профессиональной».*

**Представитель НКО**

\*Термин «тройная спираль» взят из работ по инновационному развитию Л. Эткивица и Л. Лейесдорфа (Etzkowitz L., Leydesdorff H. The triple helix: university-industry-government relations a laboratory for knowledge based economic development. EASST Review, vol. 14 (1), March 1995 //This contains a considerable number of background references. – 1995. – С. 14-19).

## **6.2 Корпоративная благотворительность и социальная ответственность бизнеса**

## Ключевые выводы раздела

**На 16%** вырос объем средств, направленных на благотворительность крупнейшими корпоративными фондами в 2023 г.

### На фоне ухода с российского рынка зарубежных компаний растет вклад отечественного бизнеса в благотворительность

В 2022 г. российский рынок покинули зарубежные компании, а отечественный бизнес оказался в условиях экономической неопределенности. В результате многие НКО лишились финансовой поддержки со стороны коммерческого сектора, поскольку российские компании были склонны поддерживать довольно узкий спектр направлений благотворительности — помощь тяжелобольным детям и помощь животным. Уход зарубежных фирм повлиял во многом на НКО, которые действуют на федеральном уровне. Только в последнее время намечается тренд на поддержку решений других социальных проблем. Это выражается в росте объемов сборов корпоративных БФ и в развитии корпоративного волонтерства.

**1,9 млрд руб.** собрано через платформы онлайн-пожертвований за 2023 г.

### Объем благотворительных сборов, публикуемых на фандрайзинговых платформах, активно растет

В благотворительной индустрии представлены как независимые фандрайзинговые платформы без привязки к компаниям, так и социальные проекты коммерческих компаний со схожей пользовательской механикой. Их значение для благотворительности будет расти, поскольку это простой и удобный для пользователей инструмент. Взаимодействие донора с НКО через платформы-агрегаторы повышает уровень доверия, поскольку сборы проходят верификацию. Также привязка благотворительных сборов к бренду той или иной компании способствует повышению доверия к благотворительным организациям.

**1,5 млрд руб.** за 2023 г. перевели клиенты Т-Банка организациям из раздела «Благотворительность»

### Банки за счет совершенствования механик пользования банковскими услугами помогают развитию благотворительности

Участвуя в благотворительной деятельности, банки получают ряд преимуществ, включая налоговые и репутационные выгоды. Вместе с тем рост корпоративной благотворительности в банковском секторе может дать серьезный толчок для развития благотворительного сектора, так как банковские институты не только привлекают к участию в благотворительности своих сотрудников (их более 600 тыс.) через корпоративные БФ, волонтерство, pro bono, благотворительные акции и пр., но и разрабатывают новые инструменты осуществления пожертвований. Таким образом, оказание благотворительной помощи становится проще, доступнее и удобнее для благотворителей — клиенты банков могут осуществлять поддержку НКО через разовые или рекуррентные платежи, благотворительные фонды и платформы банков, округления в пользу НКО (кешбэк, бонусы или рубли от покупок, % с дохода вклада) и даже жертвовать средства долями.

# Российские компании значительно увеличили инвестиции в корпоративные фонды на фоне ухода зарубежных фирм в 2022 году, рост продолжился и в 2023

Количество корпоративных фондов по направлениям благотворительности в зависимости от отрасли деятельности компаний\*, 2023 г.

Отрасль	Металлургия и горнодобывающая промышленность							
	Розничная торговля	Топливно-энергетический комплекс	Финансы и юридические услуги	Промышленное производство	Транспорт и логистика	Образование, культура, спорт	Прочие	
<b>Всего фондов</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
Детство	9/16	11/16	2/10	7/10	1/6	–	2/3	1/5
Культура, искусство	7/16	3/16	8/10	2/10	1/6	1/4	–	1/5
Развитие НКО	6/16	5/16	3/10	7/10	–	–	–	2/5
Образование	3/16	5/16	5/10	4/10	1/6	1/4	1/3	3/5
Старость	4/16	3/16	3/10	2/10	3/6	2/4	1/3	–
Сиротство	3/16	7/16	–	6/10	1/6	–	–	1/5
Здравоохранение	3/16	4/16	4/10	4/10	1/6	–	–	2/5
Развитие общества	1/16	3/16	5/10	2/10	1/6	3/4	–	2/5
Спорт	4/16	3/16	4/10	1/10	1/6	–	1/3	2/5
Инвалидность	4/16	4/16	1/10	3/10	1/6	–	1/3	1/5
Наука	4/16	1/16	5/10	2/10	–	–	1/3	–

«...Мыкратно увеличили выделяемые фонды. Важно иметь осознанную стратегию с чёткими ответами на вопросы: зачем, почему, как вовлекать сотрудников и какой выделять бюджет.

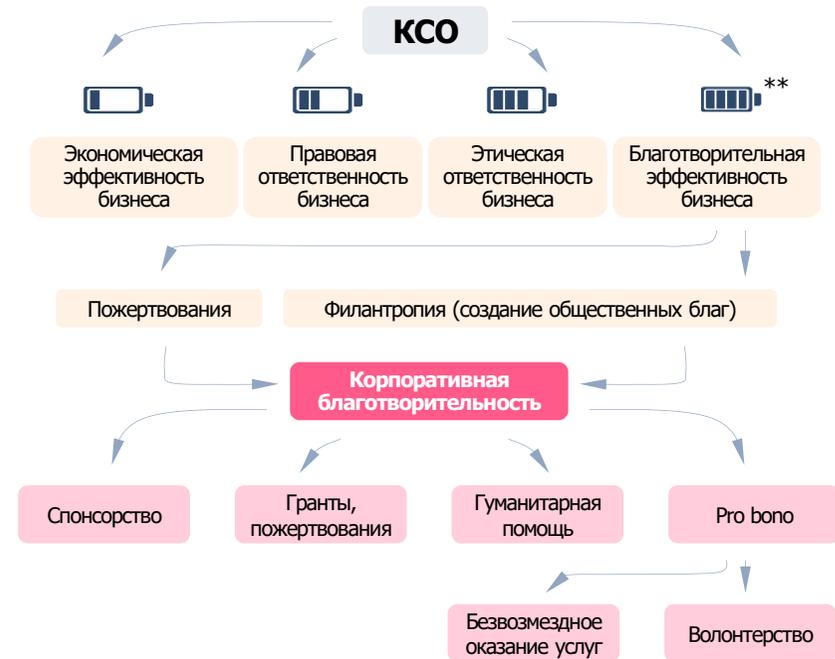
Я убеждён, что правильнее всего формировать бюджет как процент от прибыли — скажем, 1% от прибыли, идущей акционерам, направлять на благотворительность, что также может быть использовано для PR и GR».

## Крупный филантроп

\*У фондов может быть несколько направлений деятельности. В таблице указано количество корпоративных фондов в рамках отраслей, которые занимаются тем или иным направлением благотворительности. Например, 11 корпоративных фондов компаний из отрасли розничной торговли занимаются направлением «Детство».

\*\*КСО компаний с благотворительной эффективностью находятся на высшей ступени развития.

Источник: The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, AK&M, Frank RG, 2025 г.



На фоне ухода зарубежных компаний из России происходили заморозки их благотворительных проектов в процессе смен юрилиц и появления новых брендов. Действия санкций затруднили осуществление пожертвований (см. слайд 35).

Согласно исследованию рейтингового агентства AK&M, рост средств, направленных на благотворительность крупнейшими корпоративными фондами, в 2022 г. составил 26%, в 2023 г. — 16%.

## Уход зарубежных компаний, оказал влияние на сектор, однако сотрудничество между НКО и российским бизнесом становится все более активным

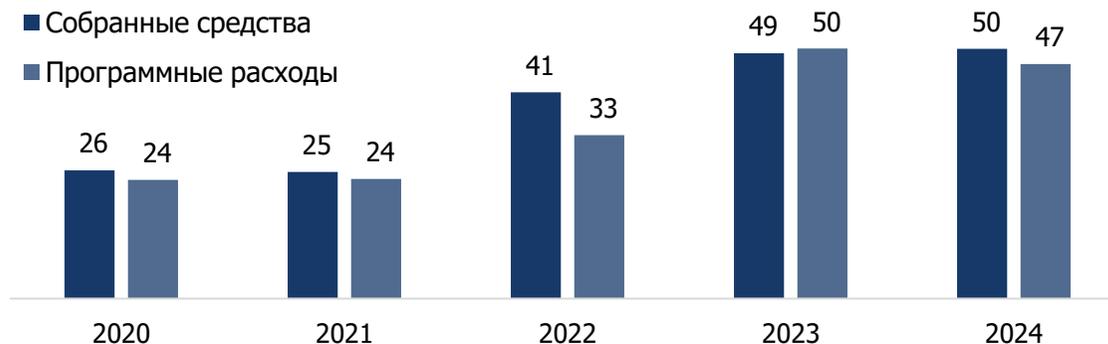
«Да, все больше людей пользуются округлениями, и мы наметили отдельную большую работу со всеми банками и большими платформами, которые используют кешбэки, округления и пр. Это действительно используется успешно. К сожалению, когда ты ноунейм или новенький, то сложно влиться в это. Но сейчас поступления по кешбэкам и округлениям определенно держат хорошую динамику».

«Точно могу сказать про FlowWow. Они нас поддержали букетами цветов для мам пациентов. Они сделали пожертвования, на которые мы сделали дорожки в нашем саду, и недавно мы проводили с ними акцию с начислением бонусов. У нас есть еще одна хорошая пиар-акция. Пользователи ГазпромНефти получают баллы за заправку, а потом они могут эти баллы сами потратить, либо в фонд перевести. Мы второй год заправляем машины хосписа за счет перевода баллов от самых обычных людей».

«Нам всегда было проще работать с компаниями международными, потому что, поскольку там культура благотворительности и корпоративной социальной ответственности чуть более зрелая, чем в России, то всегда были диверсифицированы направления помощи. И, условно говоря, они помогали сразу и детям, и животным, и пожилым, и людям в хосписе. Сейчас, когда мы с новыми партнерами начинаем работать, российскими, то для нас главная задача — это обосновать, почему это нужно, объяснить несправедливость, с которой мы работаем. Найти нужные аргументы. Например, о том, что помощь людям в конце жизни — это помощь всем, кто остается жить после потери близкого. Или что развитие помощи неизлечимо больным детям дома — это в том числе профилактика сиротства. Я вижу, что запрос на конкретные дела есть. А у фондов есть огромный опыт в том, как ресурсы (деньги, экспертизу, волонтеров) — преобразовать в изменения для нас всех. Важно научиться говорить об этом и уважать право на незнание».

**Представители НКО**

### Объем сборов и программных расходов исследованных корпоративных благотворительных фондов, млрд руб.\*



Сотрудничество между бизнесом и НКО углубляется. Различные компании вшивают через свои цифровые платформы возможность для пользователя участвовать в благотворительности в виде перевода средств НКО или оплаты услуг компании для НКО. Также представители НКО отмечают рост заинтересованности компаний в благотворительности, но некоторые НКО все еще не восполнили свои потери от ухода зарубежных компаний с их мероприятиями КСО.

В 2022 г. российский рынок покинули зарубежные компании, а отечественный бизнес оказался в условиях экономической неопределенности. В результате многие НКО лишились финансовой поддержки со стороны коммерческого сектора. Во-первых, российские компании не могли быстро заместить объем помощи зарубежных партнеров. Во-вторых, деятельность отечественных компаний в рамках КСО зачастую локализована в населенных пунктах, где предприятия являются градообразующими — это продолжение практики, заложенной в СССР. Уход зарубежных фирм повлиял во многом на НКО, действующих на федеральном уровне. В-третьих, российские компании были склонны поддерживать довольно узкий спектр направлений благотворительности — помощь тяжелобольным детям и помощь животным, остальным направлениям уделялось меньше внимания. Только в последнее время намечается тренд на поддержку решений других социальных проблем. Так с 2022 г. объем программных расходов 62 исследованных корпоративных БФ практически удвоился.

## Российские компании развивают корпоративное волонтерство как инструмент социальной ответственности бизнеса

Наиболее привлекательный формат участия в корпоративных волонтерских инициативах для работников компаний, 2024 г.\*

39% Оказание помощи в натуральной форме

31% Волонтерство без общения с нуждающимися\*\*\*

28% Финансовая помощь

20% Волонтерство

20% Профессиональная помощь

«Какой благотворительной деятельностью занимается Ваша организация / организация, в которой Вы работаете?», 2025 г.\*\*

42% Участие в благотворительных акциях

38% Централизованный сбор помощи от сотрудников в компании

33% Участие в совместных проектах организации и БФ

24% Организация благотворительных акций

19% Участие в корпоративном фонде

7% Другое



Коммерческие компании реализуют КСО, направляя на благотворительные цели как материальные, так и человеческие ресурсы. Pro bono — безвозмездное предоставление товаров, услуг и бесплатное оказание профессиональной помощи НКО — становится все более популярным способом участия в корпоративной благотворительности для сотрудников.

Причины роста популярности pro bono как инструмента КСО:

- Pro bono деятельность предоставляет преимущества и НКО, которым могли быть финансово недоступны услуги профессионалов, и компаниям, оказывающим такую помощь, так как укрепляет корпоративную культуру и репутацию компании.
- Привлечение соискателей: согласно исследованию, проведенному НАФИ и Ингосстрахом, 80% молодых людей в возрасте 18–35 лет при выборе потенциального места работы обращают внимание на то, соблюдает ли компания принципы ESG — например, реализует ли программы корпоративного волонтерства (два года назад показатель был ниже — 74%).
- Участие в pro bono способствует развитию профессиональных и коммуникационных навыков у сотрудников компании, что создает основу для формирования компетенций у будущих управленцев.
- Развитие профессиональных компетенций и навыков межличностной коммуникации: вовлечение сотрудников в интеллектуальное волонтерство может стать площадкой для возвращения лидеров и новых управленцев.

\*Опрос ВЦИОМ о корпоративном волонтерстве.

\*\*Результаты онлайн-опроса Frank RG, n = 540, учтены только ответы респондентов, которым известно о благотворительной деятельности их компании, март–апрель 2025 г.

\*\*\*Благоустройство территории, донорство.

Источник: ВЦИОМ, СберПро, TO DO GOOD, Frank RG, 2025 г.

## В российских банках трудятся более полумиллиона человек, и их вовлечение в благотворительность может повлиять на общий уровень знания об индустрии



Сотрудники банка



НКО

Количество сотрудников российских банков превышает 600 тысяч человек. Вовлечение сотрудников в корпоративную благотворительность может осуществляться не только через совершение материальных пожертвований в корпоративные и/или сторонние фонды, но и через участие в волонтерской деятельности и pro bono.

### Россельхозбанк



Россельхозбанк реализует и поддерживает социальные проекты, а также активно привлекает своих сотрудников к участию в них — совместно с Росприроднадзором они приняли участие в активностях по очистке и обустройству прибрежных территорий и водоемов, в мероприятиях по посадке деревьев, поддержке приютов для животных и проведении мероприятий по обращению с отходами.

### Новикомбанк



Сотрудники Новикомбанка стали участниками благотворительного забега «Спорт во благо», организованного фондом «Синдром любви» в поддержку людей с синдромом Дауна.

### Совкомбанк



В Совкомбанке есть благотворительный Фонд помощи сотрудникам «Мы — Совкомбанк». Фонд был создан с целью оказания помощи коллегам и их близким родственникам в тяжёлых жизненных ситуациях. «Мы — Совкомбанк» работает благодаря добровольным перечислениям — ежемесячно из зарплаты сотрудников, состоящих в фонде, автоматически списывается комфортная для них сумма.

### Райффайзен Банк



В Райффайзен Банке была запущена корпоративная программа «Поможем вместе!», через которую сотрудники участвуют в благотворительных сборах, осуществляя взносы из личных средств. Если собранная сумма оказывается недостаточной, банк добавляет необходимые средства. Основными направлениями благотворительной деятельности Райффайзен Банка являются помощь одиноким пожилым людям и ветеранам ВОВ.

### Московский кредитный банк



Сотрудники МКБ принимают участие в мероприятиях благотворительного фонда «Арифметика добра», который оказывает поддержку детям-сиротам.

### Росбанк\*



В Росбанке была реализована программа корпоративного волонтерства «Share Care», разработанная сотрудниками при поддержке партнеров банка. Волонтерская деятельность сотрудников была направлена на обучение НКО, социальных предпринимателей, детей, оставшихся без попечения родителей, сирот, на оказание помощи пожилым, людям с инвалидностью, бездомным животным и на проведение мероприятий на тему экологии.



\*Росбанк стал частью Т-Банка 1 января 2025 г.

Источник: Публичные данные указанных банков, Ведомости. Устойчивое развитие, Frank RG, 2025 г.

## Внедрение инструментов для пожертвований в банковскую экосистему способствует формированию у пользователей культуры благотворительности



Банки не только создают благотворительные фонды и платформы, но и поддерживают НКО, внедряя в свою экосистему инструменты и решения, которые позволяют клиентам осуществлять пожертвования более доступным, удобным и безопасным способом. Благодаря поддержке благотворительности банки:

- получают налоговый вычет (может достигать до 1% от выручки);
- укрепляют ESG-рейтинг, повышая инвестиционную привлекательность;
- инвестируют в образование;
- продвигают собственные финансовые продукты.

### Способы осуществления пожертвований в НКО через экосистему банков

#### Авторизованная digital-зона\*

- Интернет-банк;
- Мобильный банк;
- Терминал банка;
- Перевод по QR-коду.

\*Авторизованная digital-зона – цифровая область, в которой находится пользователь после авторизации в личном кабинете экосистемы банка.

#### Благотворительные фонды банков

-  «Вклад в будущее» — благотворительный фонд, нацеленный на содействие развитию социальной сферы с учетом вызовов современного мира.
-  «ВТБ-Страна» поддерживает социальные инициативы, оказывает адресную помощь в области культуры, спорта, здравоохранения, образования, патриотизма.
-  «Экология» — фонд поддержки проектов устойчивого развития и защиты экологии.
-  «Мы — Совкомбанк» — благотворительный фонд помощи сотрудникам и их близким родственникам в тяжёлых жизненных ситуациях.

*И другие фонды банков*

#### Платформы банков

-  «СберВместе»
-  СБЕР ВМЕСТЕ
-  «Совкомбанк про добро»  
СОВКОМБАНК *про добро*
-  «Рядом с теми, кто помогает»
-  рядом с теми, кто помогает

#### Округление в пользу НКО

- Кэшбэк:  «Кэшбэк во благо»;
- Бонусные баллы:  «СберСпасибо»;  «МКБ Бонус»;  «Деньги сверху»;
- Процент с дохода вклада:  «Лучший %», «СберВклад», «Управляй»;
- Сумма с каждой покупки:  «Добрая подписка».

#### Пожертвования долями

-  «Благо Долями».

*См. более подробную информацию на следующем слайде →*

## В полтора раза вырос объем средств, собранных на благотворительной платформе «СберВместе» — россияне перечислили 448 млн руб. за 2024 г.

### **T** Т-Банк

**1 600 млн руб.**

Платформа «Рядом с теми, кто помогает» объединяет грантовые конкурсы, фандрайзинговые и продуктовые решения и информационные ресурсы для НКО. Т-Банк также запустил «Умную камеру», которая распознает объекты и позволяет делать пожертвования в фонды помощи бездомным животным, сервис «Кэшбэк во благо», направляющий кешбэк за покупки по карте Black в выбранный фонд и проект «Благо Долями», позволяющий помогать без ущерба для бюджета — фонд получит сумму сразу, а клиенты вносят деньги частями по 25%.

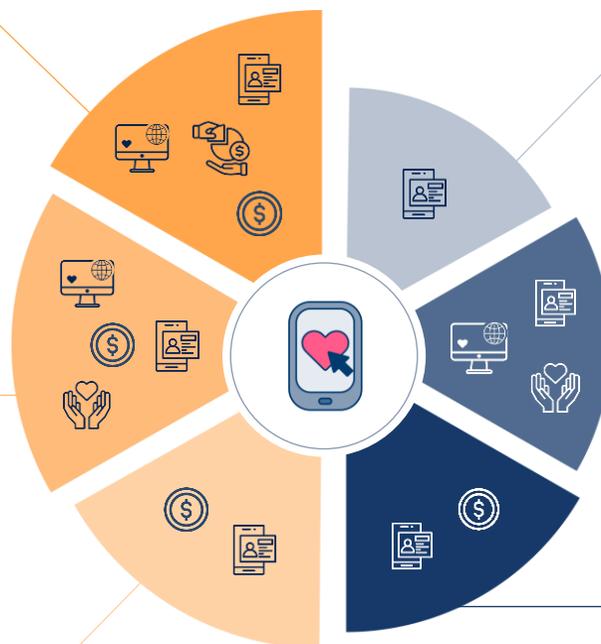
### **С** СберБанк

**902 млн руб.**

Через платформу «СберВместе» пользователи могут осуществить разовое или подключить регулярное пожертвование. Также клиенты могут открыть вклад из линейек «Лучший %», «СберВклад» и «Управляй» онлайн или в офисе банка и выбрать процент дохода, который будет регулярно отчисляться в выбранный благотворительный фонд после активации услуги «Благотворительность». Делать пожертвования пользователи Сбера могут через личный кабинет, приложение СберБанк Онлайн и в банкоматах банка.

### **A** Альфа Банк

Альфа Банк дает возможность клиентам переводить баллы, накопленные в рамках программы лояльности «Деньги сверху» в благотворительный фонд «Линия жизни», а также подключить «Добрую подписку», которая будет направлять 1 Р с каждого платежа клиента в «Линию жизни» на спасение детей.



-  Авторизованная digital-зона
-  Платформы банков
-  Благотворительные фонды банков
-  Округление в пользу НКО
-  Пожертвования долями

### Банк ДОМ.РФ

Банк «ДОМ.РФ» оказал поддержку Благотворительному фонду Константина Хабенского, с помощью универсального QR-кода, технология которого будет в дальнейшем использоваться для различных видов платежей. На стенде банка на форуме инновационных финансовых технологий «FINOPOLIS» было продемонстрировано, как с помощью наведения камеры на QR-код перевести выбранную сумму в фонд.

### Совкомбанк

**68 млн руб.**

Совкомбанк запустил благотворительную платформу «Совкомбанк про добро», с помощью которой пользователи могут осуществить разовые или подключить регулярные пожертвования, а также помогают банку распределять дополнительную помощь пяти благотворительным фондам ежемесячно.

### Московский кредитный банк

**>700 млн руб.**

У клиентов есть возможность осуществить пожертвование в Фонд «Арифметика добра» в рублях или в бонусных баллах, используя личный кабинет, терминал банка или мобильное приложение.

Такие банки, как **Банк «Санкт-Петербург», Газпромбанк, ВТБ** и др. дают клиентам возможность осуществлять пожертвования в благотворительные фонды через Интернет-банк и мобильный банк. Пользователи БСПБ могут также подключить регулярные отчисления в фонды, а для клиентов-юридических лиц ВТБ есть возможность совершать пожертвования через «Бизнес Платформу ВТБ».

## Объем пожертвований через агрегаторы вырос на 67% в 2023 году

### Российские благотворительные платформы-агрегаторы



 **Тооба** +202% за 2023

Доступно осуществление пожертвований в 110+ НКО.

2,5 млрд ₽ собрано на поддержку НКО за время существования — с 2018 г.

 **planeta.ru** -15% за 2023

Краудфандинговая платформа.

400+ млн ₽ собрано на поддержку благотворительных проектов с 2014 г.

 **Avito**\*

Доступно осуществление пожертвований в 34 НКО.\*\*

272 млн ₽ собрано на поддержку НКО (2022 г.).

 **VK Добро**\* ~+20% за 2023

Доступно осуществление пожертвований в 300+ НКО.

114,2 млн ₽ собрано на поддержку НКО (2023 г.).

 **СБЕР ВМЕСТЕ**\* +45% за 2023

Доступно осуществление пожертвований в 270+ НКО.

1,5 млрд ₽ собрано на поддержку НКО за время существования — с 2016 г.

 **mos.ru**

Доступно осуществление пожертвований в 90+ НКО.

195 млн ₽ собрано на поддержку НКО с 2020 г.

 **помощьрядом**\*

Доступно осуществление пожертвований в 100+ НКО.

435,9 млн ₽ собрано на поддержку НКО (2023 г.).

*Благо.ру* ~+20% за 2023

Доступно осуществление пожертвований в 170+ НКО.

223,3 млн ₽ собрано на поддержку НКО.

**ПОМОЩЬ** +88% за 2023

Доступно осуществление пожертвований в 50+ НКО.

74,2 млн ₽ собрано на поддержку НКО (2023 г.).

**Сделай!** +53% за 2023

Доступно осуществление пожертвований в 170+ НКО.

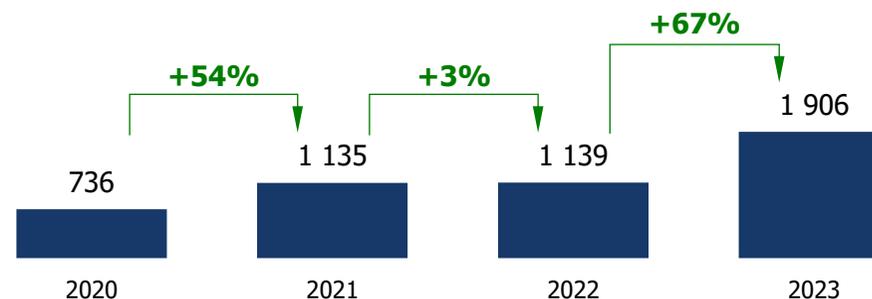
Сервис для спортивного волонтерского фандрайзинга.

Согласно исследованию КУБ, объем пожертвований, совершенных с использованием благотворительных платформ-агрегаторов, вырос в 2023 г. на 67%.

### Развитие цифровых платформ:

- упрощает процесс осуществления пожертвований для доноров;
- НКО получают возможность привлекать более широкую аудиторию благотворителей;
- доверие доноров к организации повышается, так как существуют процессы верификации фонда/НКО для присоединения к платформе.

### Динамика объема пожертвований, млн руб.



\*«VK Добро» (VK, бывш. «Добро mail.ru»), «СберВместе» (СберБанк), «Помощь рядом» (Яндекс), «Знак добра», «Экстренная помощь» (Авито) — соцпроекты коммерческих компаний.

\*\*Авито позволяет пользователям оказывать поддержку НКО в вещественной, денежной форме, предоставлением жилья пострадавшим или волонтерам через программы «Знак добра», «Экстренная помощь» и сотрудничество с «ЛизаАлерт», а также через покупку сувенирной продукции, выручка от которой направляется на благотворительность.

Источники: Партнер НКО, КУБ, Фонд Потанина, официальные сайты указанных платформ, Frank RG, Отчет «Платформы онлайн-пожертвований в России 2023», КУБ.

## **6.3 Вовлечение в благотворительность частных лиц**

## Ключевые выводы раздела (1/2)

**5,3** пожертвований в среднем было совершено одним представителем поколения Z в 2022 г.

### Смена поколений приводит к изменениям в благотворительности

Представители поколений Y и Z тратят на благотворительность меньше, но спектр направлений, на которые они направляют деньги шире, чем у более старших поколений. Высокий уровень вовлечения молодежи в цифровую среду оказывает влияние на формирование их мнения и моделей поведения, в том числе в области благотворительности. Интеграция НКО с инфлюенсерами в рамках сбора пожертвований может стать эффективным инструментом привлечения пожертвований и увеличения осведомленности молодых доноров через публикацию контента, проведение благотворительных челленджей, мероприятий и онлайн-трансляций.

**87%** участвующих в благотворительности направляют помощь в денежной форме

### Денежные переводы стали самым популярным способом участия в благотворительности

Основной формой благотворительной помощи в 2024 г. стала финансовая поддержка как в адрес благотворительных фондов, так и напрямую нуждающимся (включая помощь близким, друзьям и знакомым). По сравнению с прошлым годом доля таких пожертвований выросла на 17 п.п. до 87%. Более чем у трети опрошенных Frank RG респондентов изменились траты на благотворительность. У абсолютного большинства из них траты на благотворительность увеличились. Среди тех, у кого траты не изменились, также преимущественно не поменялись и направления помощи. Переводы, осуществляемые с помощью автоплатежа обычно больше, чем разовые переводы с помощью СМС, QR-кода и переводы с накопленных округлений и кешбэка, что может свидетельствовать о большем вовлечении в благотворительность тех, кто настроил автоплатежи. Также больше тратят на благотворительность те, кто покупает товары и услуги, часть стоимости которых переводится в пользу благотворительных НКО.

**45%** благотворителей помогли деньгами нуждающимся напрямую

### Почти половина участвующих в благотворительности переводит средства нуждающимся напрямую

Так называемая «серая» благотворительность сопоставима по своим объемам с помощью через НКО. 45% респондентов, совершающих денежные пожертвования, отдают предпочтение финансовой помощи благополучателям напрямую.

## Ключевые выводы раздела (2/2)

**42%** респондентов онлайн-опроса в рамках исследования ответили, что доверяют благотворительным организациям

### Большинство россиян в той или иной степени доверяют благотворительным фондам

42% респондентов опроса Frank RG указали, что доверяют благотворительным фондам, 39% затруднились ответить, а 19% заявили о недоверии благотворительным НКО. Доверие к НКО является одним из факторов, определяющих участие в благотворительности. Наибольшая доля поддерживающих НКО респондентов (59%) наблюдается в группе тех, кто затрудняется в оценке своего доверия к НКО. В группе тех, кто доверяет НКО, поддерживает их несколько меньшая доля – 45%. Среди не доверяющих НКО респондентов только 6% переводили средства НКО. В этой группе также отмечаются наименьшие доли тех, кто принимал участие в других формах благотворительности, а более половины не занимались благотворительностью и не планируют.

**у 8 из 10** опрошенных в рамках исследования крупных филантропов недоверие к НКО возникает из-за внешних факторов

### Мотивация занятия благотворительностью у филантропов массового и высокодоходных сегментов различается

С ростом благосостояния растут и траты на благотворительность, при этом состоятельные филантропы сфокусированы на внутренних устремлениях и взглядах, их мотивация отличается от благотворителей массового сегмента. Состоятельные доноры ориентируются на системный подход к решению социальных проблем. Благотворительность для них скорее не помощь отдельному человеку, а помощь целым социальным группам. При выборе НКО крупный донор в значительно большей степени ориентируется на личные знакомства с людьми из той или иной организации. Также для состоятельных доноров важен бренд и репутация НКО.

## Доноры «нового поколения» вовлекаются в благотворительность через более мелкие, но частые пожертвования



### Предпочтительные каналы получения информации о благотворительных инициативах

- телефонные звонки, Email, иногда СМС и соцсети

- телефонные звонки, Email, иногда СМС и соцсети

- СМС и соцсети, реже — телефонные звонки и Email

- соцсети

Целят **прозрачность** в вопросах распределения средств НКО и целевых расходов, предпочитают жертвовать в НКО с **хорошей репутацией**.

Доноры следующих поколений — Y и Z — **склонны урезать свои другие расходы, чтобы увеличивать свою вовлеченность в благотворительность**, а также учитывать и планировать благотворительные траты в своем бюджете.

Представители поколения Y и Z более чем в три раза чаще **оценивают успех своих вложений через общественное признание**.

## Смена поколений влечет за собой новые способы коммуникации с донорами — через инфлюенсеров и социальные сети

Для молодых людей, которые росли во время появления смартфонов и соцсетей и их активной интеграции в повседневную жизнь, характерно поддаваться влиянию инфлюенсеров в социальных сетях и медиа. Согласно отчету We are for Good, контент в социальных сетях побудил к изучению или осуществлению пожертвований в благотворительные организации 41% представителей зумеров (поколение Z), 25% — миллениалов (поколение Y). Высокий уровень вовлечения молодежи в цифровую среду оказывает влияние на формирование их мнения и моделей поведения, в том числе в области благотворительности. Инфлюенсеры имеют лояльную аудиторию, часто делятся личными историями, переживаниями и историями из жизни, что может способствовать росту доверия к их мнению. Интеграция НКО с инфлюенсерами в рамках сбора пожертвований может стать эффективным инструментом привлечения пожертвований и увеличения осведомленности молодых доноров через публикацию контента, проведение благотворительных челленджей, мероприятий и онлайн-трансляций.

### Структура населения по поколениям, 2023 г.



### Сборы пожертвований с участием инфлюенсеров:

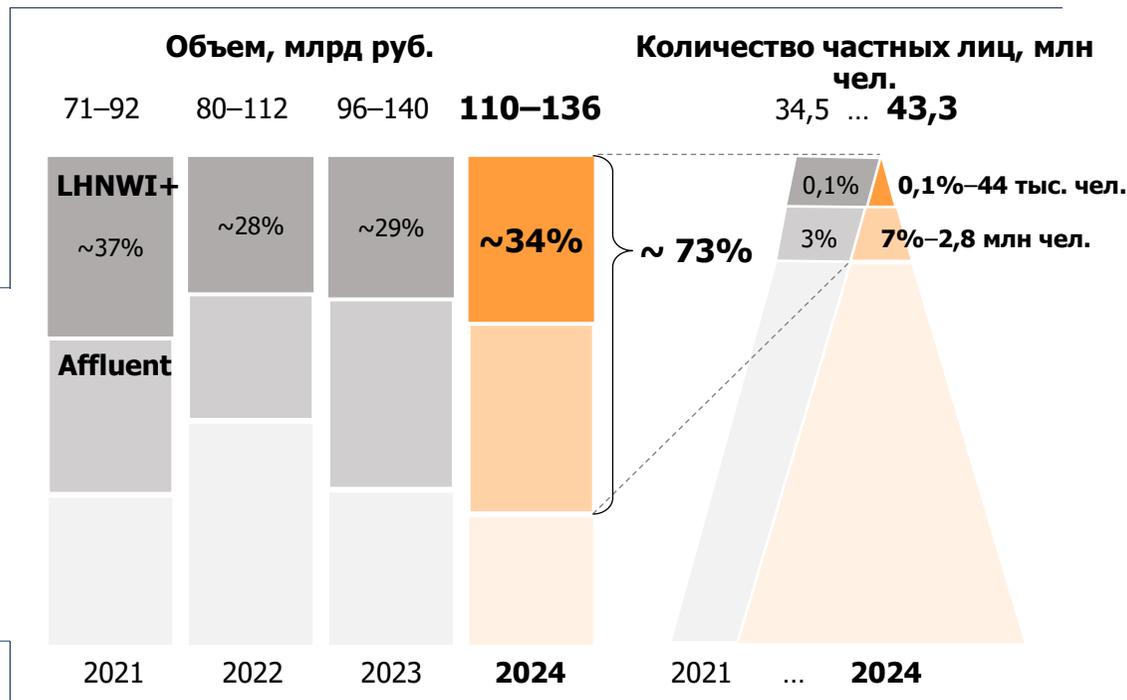
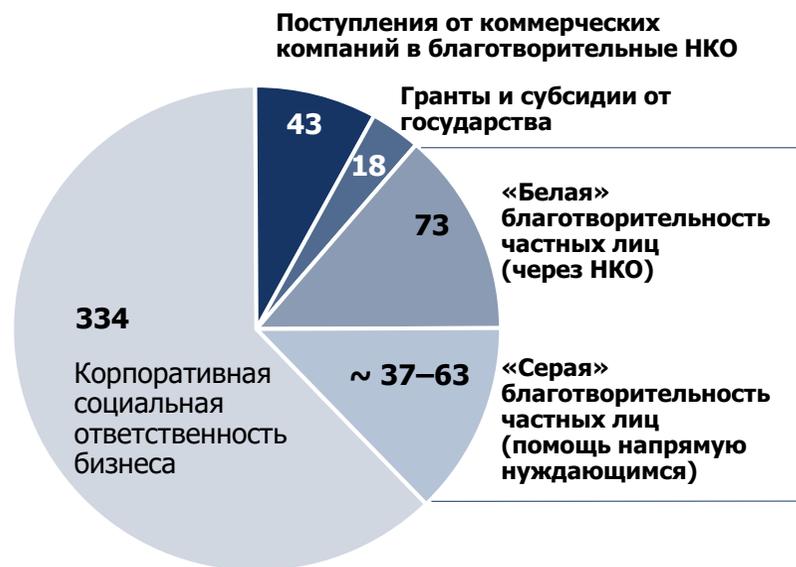
- Благотворительные эфиры американского стримера DrLupo для Детской исследовательской больницы Святого Иуды, специализирующейся на изучении онкологических и пр. заболеваний, позволили собрать в поддержку больницы более **\$15 млн** в 2018–2024 гг.
- В феврале 2023 года после землетрясения в юго-восточной части Турции известные турецкие бизнесмены, деятели искусства, ТВ, кино, спорта и политики были привлечены к участию в сборе пожертвований для пострадавших от землетрясения. За время ТВ-трансляции программы «Турция — одно сердце» с помощью звонков в прямом эфире и СМС-пожертвований (более 9 млн) было собрано более **115,1 млрд турецких лир (~\$6,1 млрд)**.
- Для сбора пожертвований в поддержку пострадавших от лесных пожаров в Калифорнии в начале 2025 г. был организован благотворительный концерт «FireAid», в котором приняли участие около 30 всемирно известных исполнителей. Концерт транслировался на стриминговых сервисах Netflix, Apple TV, Paramount+ и др., в соцсетях и более чем на 800 радиостанциях. Сумма сборов составила **около \$100 млн**.

## В 2024 году доля состоятельных филантропов вернулась к показателям 2021 года

Средства, направленные на благотворительные цели и КСО, 2024 г., млрд руб.

# 505–531 млрд\*

(-1%) – (-5%) за год



Благотворительность в России финансируется за счет компаний, частных лиц и государства. Компании финансируют собственные корпоративные фонды, оказывают поддержку другим НКО и расходуют средства на корпоративную социальную ответственность бизнеса (КСО). Государство поддерживает НКО через гранты, субсидии. Частные лица поддерживают НКО, а также оказывают прямую поддержку нуждающимся. Около 34% всех пожертвований частных лиц составляют пожертвования LHNWI-благотворителей\* — **41 млрд рублей**. В 2024 г. доля помощи от сегмента LHNWI в общем объеме помощи частных лиц вернулась к показателям 2021 г.

Оценивая рынок, мы учитываем суммы средств, направленных на благотворительные цели в исследуемую выборку фондов, а также затраты компаний на КСО. В оценке рынка не учитывается объем помощи, оказываемый фондом «Круг добра» (200 млрд руб. в 2024 году).

\*За исключением пополнений фондов целевых капиталов (ФЦК). Исключена циркуляция средств между благотворительными НКО. Источник: оценка Frank RG, 2025 г.

\*\*LHNWI+ (Lower High-Net-Worth Individual) — клиенты, с капиталом от 60 млн руб., Affluent — от 3 до 60 млн руб. Капитал — средства клиента, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

## **6.3 Вовлечение в благотворительность частных лиц**

- Массовые и состоятельные филантропы**

## Филантропы стали чаще поддерживать НКО в виде финансовой помощи

Вы принимали участие в благотворительности за последний год?, %\* Если да, то как?, %\*\*



В 2024 году 80% респондентов либо участвовали в благотворительной деятельности, либо задумывались о ней. Половина респондентов были участниками благотворительности в 2024 году. Основной формой благотворительной помощи стала финансовая поддержка как в адрес благотворительных фондов, так и напрямую нуждающимся (включая помощь близким, друзьям и знакомым). По сравнению с прошлым годом доля таких пожертвований выросла на 17 п.п. Однако, такой прирост может быть связан также с тем, что в этом году в респондентам был задан вопрос о том, оказывали ли они безвозмездную помощь близким, друзьям и знакомым. Из-за особенностей культурного кода такая безвозмездная поддержка могла быть не воспринята как форма благотворительности респондентами в рамках исследования 2023 года.

Особенно заметна положительная динамика в сегменте частных пожертвований фондам и благотворительным организациям. Доля лиц, направляющих денежные средства в фонды и благотворительные организации, выросла почти в два раза.

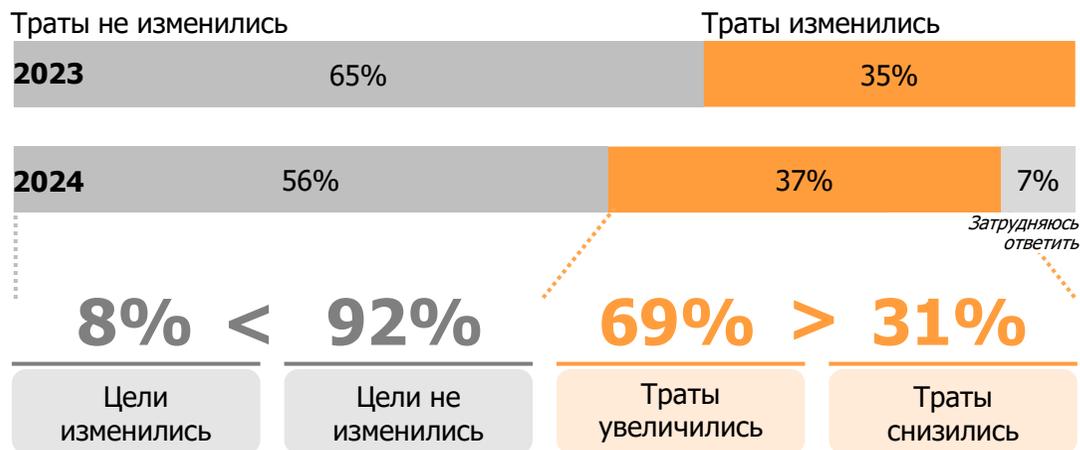
\*В вопросе респондент выбирает только один ответ.

\*\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n (число респондентов) = 1207, март-апрель 2025. Для опроса 2025 г. при выборке 1207 респондентов ошибка выборки составляет ±2.82% (уровень значимости – 95%). Для опроса 2023 г. при выборке 1170 респондентов ошибка выборки составляет ±2.86% (уровень значимости – 95%).

## 37% филантропов изменили свои траты на благотворительность

Изменились ли траты на благотворительность за последний год и как?, %\* Частота участия в благотворительности, %\*



За последние год-полтора у трети респондентов (37%), которые помогают фондам денежными средствами, траты на благотворительность изменились. Из них у большей доли (69% респондентов), траты увеличились. 92% тех, кто не изменил свои траты, изменил цели своей благотворительности.

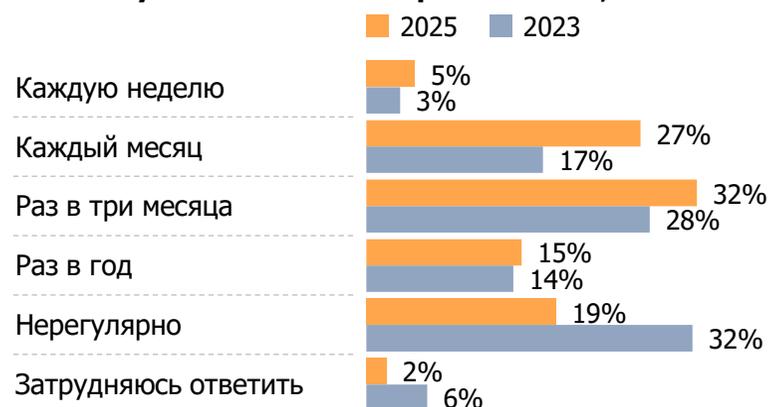
Треть респондентов, совершающих денежные пожертвования, участвуют в благотворительности один раз в три месяца, при этом 21% респондентов не смогли четко ответить на вопрос о частоте участия.

В среднем, респонденты, оказывающие помощь в денежной форме, направляли на благотворительность около 9 тыс. руб. за прошедший год. Однако стоит отметить, что респонденты онлайн-опроса – это выборка, смещенная в сторону тех, кто активно пользуется digital-каналами. Если рассматривать все население РФ, включая пенсионеров, средний размер пожертвования может быть ниже.

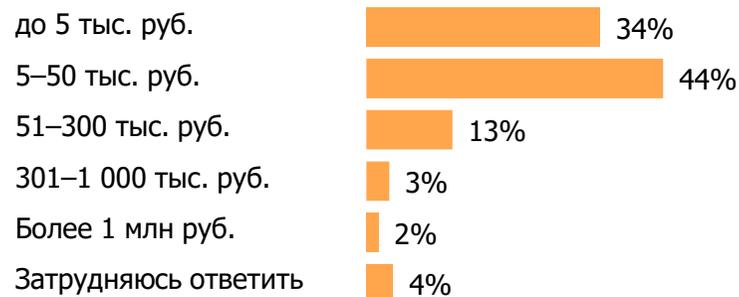
*«У нас сборы примерно такие же, как годом раньше, чуть-чуть больше, но филантропов почти в два раза больше».*

Представитель НКО

\*В вопросе респондент выбирает только один ответ.  
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n=514, март–апрель 2025 г.



Средний размер в год трат на благотворительность, 2025, %\*\*



**9,6**  
тыс. руб./год

Среднегодовой размер пожертвований массового и состоятельного филантропа, который тратит на благотворительность до 300 тыс. руб.

\*\* В вопросе респондент выбирал диапазон трат по каждому способу пожертвований (со слайда 53). Для каждого респондента рассчитывалось суммарное среднее.

## Финансовая помощь напрямую благополучателям по-прежнему остается на первом месте среди всех способов финансовых пожертвований

Каким способом Вы направляли деньги на благотворительные цели?, %\*

45% Наличные, перевод непосредственно получателю

39% Разовый платеж по реквизитам или через форму на сайте

32% Через СМС - сообщение

30% Покупка товаров/услуг, часть выручки от которых идет на благотворительность

21% Разовый платеж через сканирование QR-кода

21% Через ящик для пожертвований

19% Автоплатеж в фонд

15% Округление покупки, кешбэк, % от дохода по вкладу

4% Другое

1% Затрудняюсь ответить

«По умолчанию платежи разовые и платежная форма на сайте тоже разовая. Мы как-то пробовали тестировать рекуррентные платежи, но люди, к сожалению, их не видят по умолчанию».

Представитель НКО

«...сборы на ТВ до сих пор очень активно работают. Это вот, кстати, тот факт, который для меня, как человека извне, был удивителен, потому что я давно живу без телевизора, не представляла, что до сих пор он настолько популярен. Но для нас да, это правда, большая помощь. Нам очень помогает телеканал "Домашний" уже на протяжении долгого времени. Надеемся, что наше сотрудничество и дальше будет поддерживать пациентов Детского хосписа».

Но здесь очень интересный момент, что люди, которые регулярно совершают пожертвования через сайт, положительно настроены к нам. А бывают люди, которые просто случайно увидели по ТВ сюжет, эмоционально поддержали, переведя 50–100 Р. Потом мы получаем от них негатив на горячую линию».

Представитель НКО

«...рассказываю про этот самый социальный маркетинг, когда вы, скажем, как покупатель, просто покупаете товар, на котором есть указание, что внутри цены заложена благотворительная часть. Что важно нынешнему равнодушному потребителю? Ему важно, чтобы была составляющая "Я не просто покупаю, я еще при этом делаю что-то хорошее и не прикладываю никаких особых усилий для этого". И это нормально, человеку нравится совершать добрые дела, не прикладывая никаких усилий. В этой связи, я считаю, что за рекуррентными платежами будущее».

Представитель НКО

45% респондентов, совершающих денежные пожертвования, отдают предпочтение финансовой помощи благополучателям напрямую. Второе и третье место занимают разовые платежи на сайте или через СМС-сообщение. Представителям благотворительных НКО, в которых важной составляющей сборов является массовый фандрайзинг, важно изучать потребительские привычки благотворителей и людей в целом, для того, чтобы определять векторы развития своих инструментов фандрайзинга.

Несмотря на то, что у ряда фондов рекуррентные платежи (автоплатежи для благотворительных организаций, округления с покупок, перечисление процента с дохода от вклада) могут составлять значительную часть массового фандрайзинга, среди ответов респондентов эти способы пока что не входят в топ-5 среди наиболее упоминаемых, согласно проведенному опросу.

Способ благотворить в денежном формате через покупку товаров и услуг, часть выручки от которых идет на благотворительность, вошел в топ-5 способов, упоминаемых клиентами. О социальной составляющей упоминали в интервью и представители фондов, указывая на то, что равнодушному потребителю нравится, когда благотворительность встраивается в их траты, которые они и так совершают в регулярном формате, не заставляя при этом совершать дополнительные действия.

\* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n=517, март–апрель 2025 г.

## Филантропы предпочитают тратить на благотворительность небольшие суммы

**87%**

доля частных лиц, которые жертвуют деньгами\*

**9,6** тыс. руб.

средний размер пожертвования в год\*\*

Из них:

**69%**

в фонд, благотворительную организацию

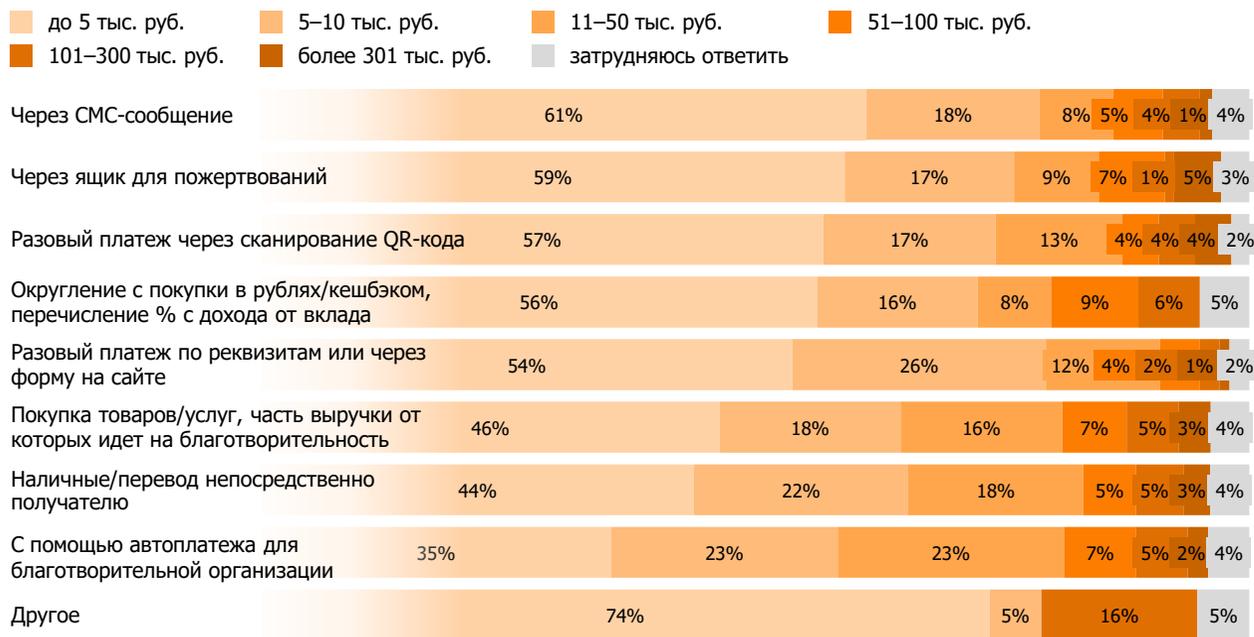
**52%**

своим родственникам, друзьям, знакомым

**50%**

непосредственно нуждающимся

### Способы направления денег на благотворительные цели и суммы в год, %\*

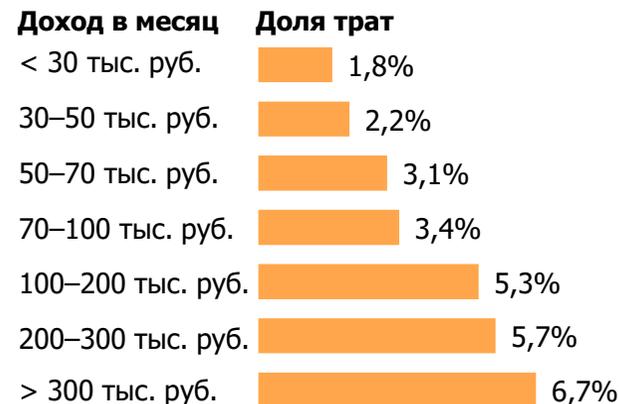


Подавляющее большинство (87%) респондентов предпочитает жертвовать деньгами.

Самые маленькие пожертвований (до 5 тыс. руб.) чаще всего отправляются через СМС-сообщения. Небольшие платежи до 5 тыс. руб. занимают наименьшую долю в автоплатежах для благотворительных организаций. В таких автоплатежах чаще всего встречаются пожертвования в диапазоне от 5 до 50 тыс. руб.

Платежи свыше 50 тыс. руб. накапливаются у филантропов через округление стоимости покупок или перечислением % дохода от вклада, что говорит в пользу этих инструментов как довольно перспективных.

### Доля трат на благотворительность от доходов филантропов, %\*



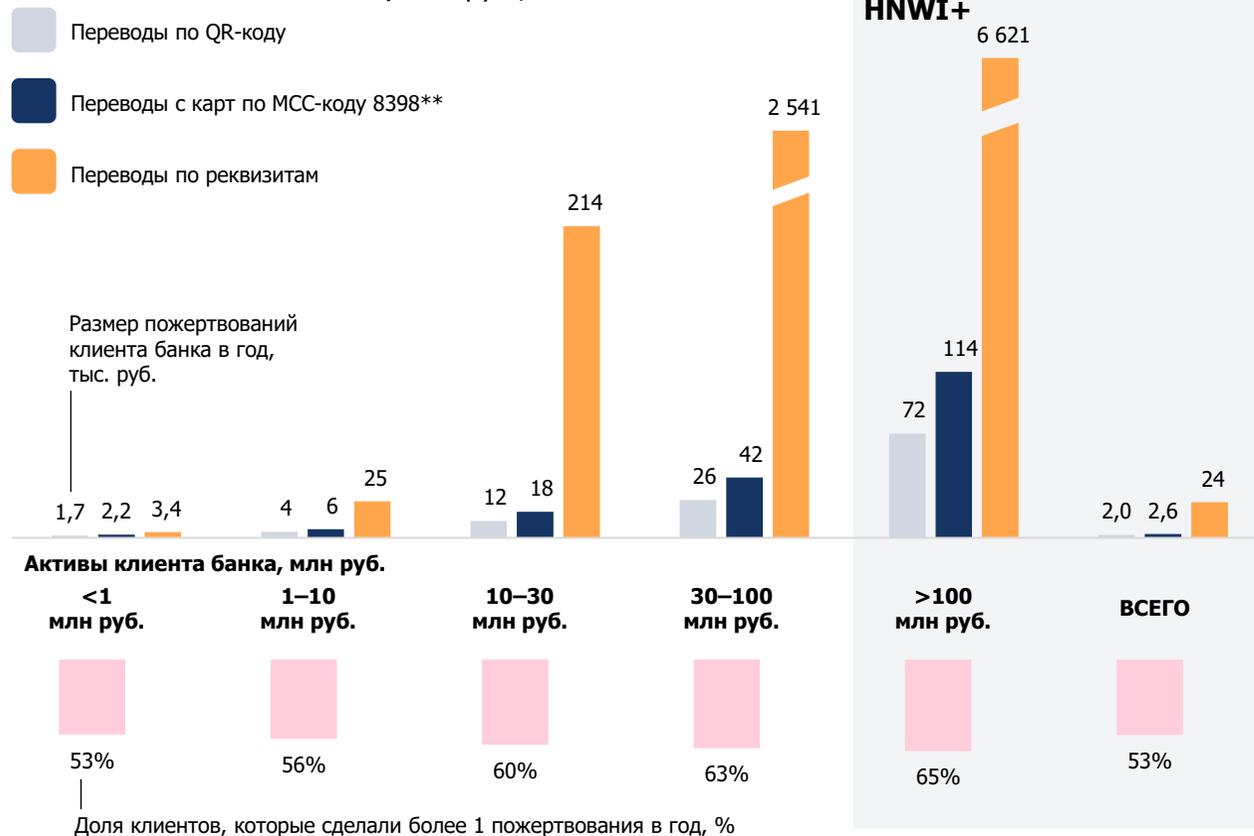
\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

\*\*В расчете были исключены пожертвования более 300 тыс. руб. в год.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и Сбер Первый, онлайн-опрос, n (ответили на вопрос о виде пожертвований)=594, n (ответили на вопрос о сумме пожертвований)=501, n (ответили на вопрос о доходах) = 485, март–апрель 2025 г.

## Перевод по реквизитам остается ключевым способом благотворительных трат, при этом растет значимость других платежных инструментов

**Средний размер трат клиента на благотворительность в зависимости от объема капитала клиента банка\*, тыс. руб., 2024 г.**



Было проведено бенчмарк-исследование трат на благотворительность на основе данных трех банков. Траты на благотворительность растут с ростом капитала жертвователя.

Самые значительные средние размеры пожертвований у клиентов обычно осуществляются через переводы по реквизитам. При этом, при переводе по реквизитам средний размер пожертвований от сегмента к сегменту растет скачкообразно (в 10 раз в сегментах от 1 до 100 млн руб.), по сравнению с переводами по MCC и с помощью QR-кода.

*«Самый активный из новых инструментов — это СБП. Мы сами ей в жизни стали пользоваться, и у нас она очень динамично растет и используется во всех наших коммуникациях...»*

*«Все возможные инструменты, все возможные платежные системы, которые есть в России, мы используем. И как только они появляются, мы начинаем с ними договариваться о снижении комиссии.»*

**Представитель НКО**

\*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.

Источник: Frank RG, результаты бенчмарк-исследования пула банков, 2025 г. (пул банков - 3 банка из ТОП5 банков по объему сбережений физических лиц на 01.06.2025). HNWI+ включает в себя сегмент HNWI (High-Net-Worth Individual — от 100 до 500 млн руб.), и VHNWI (Very High-Net-Worth Individual — от 500 млн руб.). Капитал — средства клиента, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах

## Более 40% филантропов доверяют фондам

### 19% Не доверяют фондам



**6%** перечисляли деньги в фонд в 2024 г.

### 42% Доверяют фондам



**45%** перечисляли деньги в фонд в 2024 г.

### 39% Затрудняются с ответом

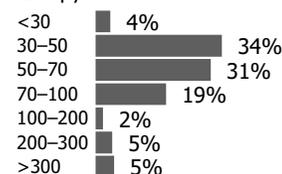


**59%** перечисляли деньги в фонд в 2024 г.

#### Распределение по городам



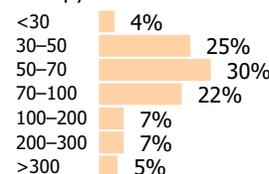
#### Уровень зарплаты, тыс. руб.



#### Распределение по городам



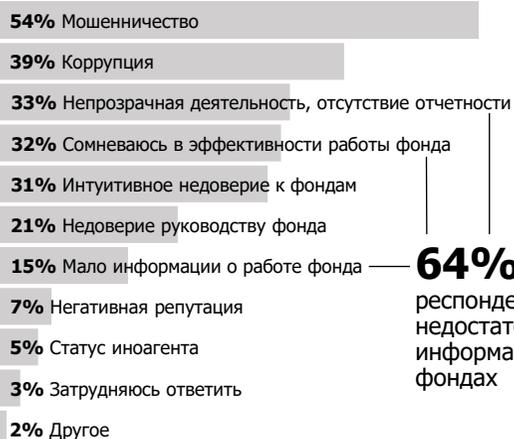
#### Уровень зарплаты, тыс. руб.



Большинство респондентов доверяют фондам, не доверяют им лишь 19% респондентов. В возрастной группе от 18 до 34 лет чаще испытывают доверие к фондам, чем недоверие или затруднение с формулировкой своего отношения.

Респонденты в возрастной группе от 45 до 60 лет чаще других выражают недоверие или неопределенность по отношению к фондам. Так 64% уникальных респондентов указывают в качестве причин те, что так или иначе связаны с недостатком информации. При этом, отсутствие информации скорее связано с тем, что она не представлена в информационном поле, которое окружает человека в повседневной жизни.

#### Причины недоверия\*, %



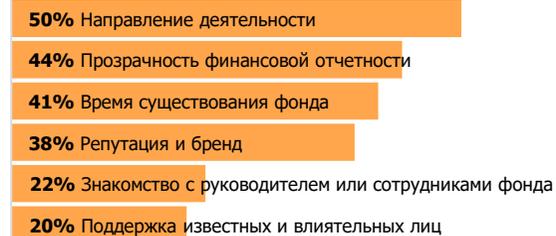
**64%** респондентам недостаточно информации о фондах

#### Те, кто доверяют, поддерживают ...

**1** фонд — **37%** респондентов

**2>** фондов — **63%** респондентов

#### Причины выбора фонда для поддержки\*\*, %



«Я сталкивался с их деятельностью: жулье и мошенники».

«Государство должно заботиться о своих гражданах, а не фонды благотворительности!»

«В РФ не осталось нормальных фондов, все живое и настоящее эмигрировало».

#### Ответы респондентов из опроса

\*Была возможность выбора максимум трех вариантов ответа. \*\* Была возможность выбора нескольких вариантов ответа  
 Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n (число тех, кто не доверяет фондам)=199, n (число тех, кто доверяет фондам) =433, n (затрудняются с ответом) = 403, n (доверяют фондам и поддерживают)=378, март–апрель 2025 г.

# Случаи мошенничества, в частности цифрового, уменьшают доверие потенциальных и действующих доноров к НКО

## Варианты мошенничества в благотворительной сфере:

- Создание поддельных фондов, сайтов и аккаунтов для сборов пожертвований;
- Перевод средств, собранных на благотворительность, на личные счета сотрудников фонда, а не на целевые расходы;
- Осуществление сборов на личные счета;
- Использование вымышленных историй, фото- и видеоматериалов, документов для открытия благотворительных сборов;
- Использование злоумышленниками реальных историй бенефициаров для открытия благотворительных сборов;
- Мошенники в роли волонтеров, собирающие средства от имени НКО;
- Создание фишинговых сайтов НКО;
- Поддельные отчетности НКО с ложной информацией о программных расходах, сборах, благополучателях.

Согласно оценке СберБанка, в результате действий телефонных мошенников в 2024 г. россияне потеряли не менее 295 млрд рублей.

Согласно оценке ВЦИОМ, в среднем в год около 39% средств, перечисленных на благотворительность россиянами, уходят в потенциально нелегальный сектор.

По оценке Роскачества, около 500 млн руб пожертвований, предназначавшихся для больных детей, престарелых и бездомных, поступили на счета мошенников.

## Действия государства и НКО против мошенничества

### Государство:

- Обязанность публикации ежегодных отчетов НКО на портале Минюста для обеспечения прозрачности деятельности НКО (с 2025 г.);
- Публикация разъяснительных материалов от Минэкономразвития для физлиц и юрицев в рамках кампании по противодействию мошенничеству при совершении пожертвований (2021 г.);
- Законопроект о необходимости аутентификации страниц НКО в социальных сетях через Госуслуги для защиты граждан от мошенников (2025 г.).

### НКО:

- Регулярная публикация прозрачной отчетности о целевом использовании пожертвований;
- Проведение информационных кампаний (создание роликов, материалов) о том, какие каналы для пожертвований являются надежными и как понять, что сбор является мошенническим;
- Обучение сотрудников и волонтеров для предотвращения случаев мошенничества (фишинга и пр.);
- Проверка и верификация фондов и благополучателей, размещаемых на благотворительных платформах или сайтах БФ;
- Создание каналов обратной связи/поддержки для сообщений о мошенничестве (пример — размещение на сайте фэйковой истории и пр.)

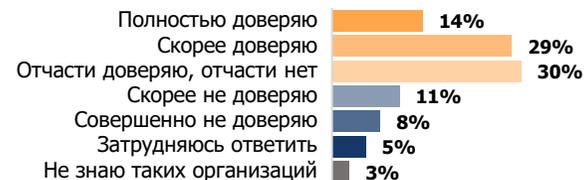


## Влияние мошенничества на доверие к благотворителей сектору

для **37%** доноров\* **страх мошенничества** — барьер для участия в благотворительности.

для **27%** доноров\* **недоверие к БФ** — барьер для участия в благотворительности.

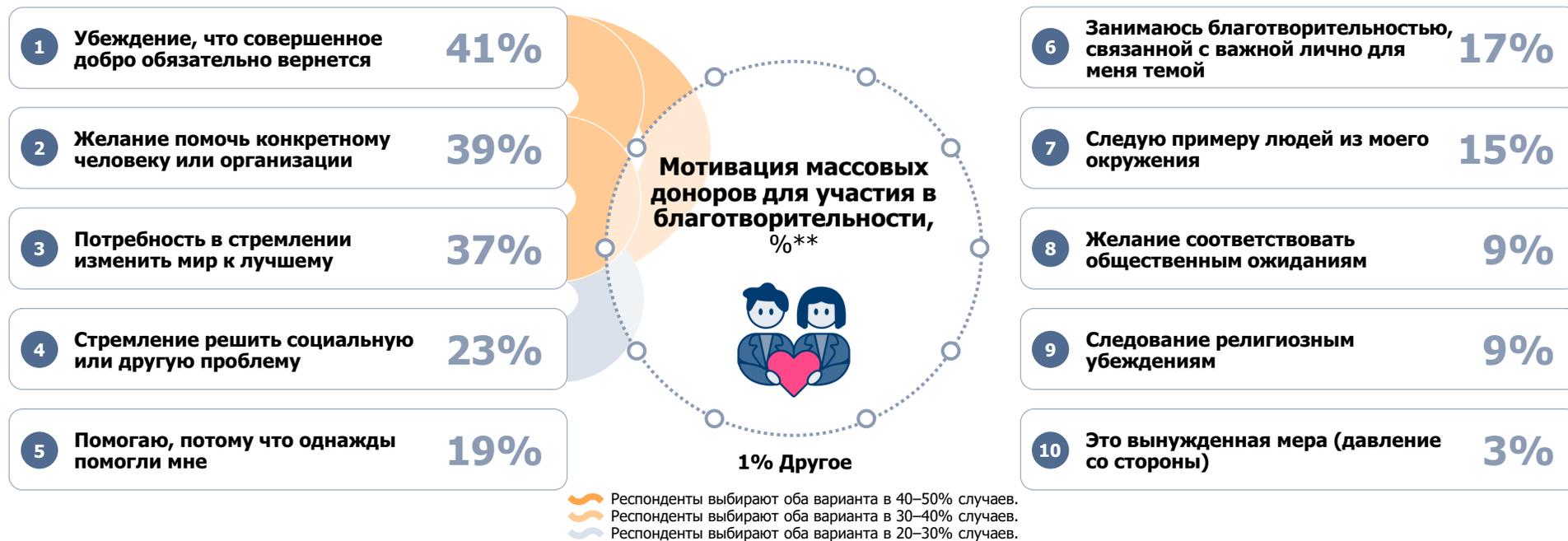
### Уровень доверия благотворителей к БФ\*\*, 2025 г.



## Представители НКО отмечают, что...

- У новой и потенциальной аудитории, как и в любой другой сфере, есть предубеждения о некоммерческом секторе. Поэтому, если аудитория сталкивается с негативным опытом взаимодействия с НКО или мошенничеством, она скорее не останется в секторе.
- Недоверие к деятельности НКО сохраняется, однако растет осознанная аудитория, которая понимает, что БФ не занимаются мошенничеством. Рост доверия связан с прозрачностью деятельности, поэтому НКО важно оперативно публиковать отчетность, быть медийно открытыми и понятными общественности. Профессионализм и поддержание репутации — ключевые условия для укрепления доверия к фондам.
- Люди больше доверяют знакомым, лидерам мнений и бизнесу, чем НКО, поэтому коммуникацию нужно адаптировать под каждый канал и аудиторию, чтобы увеличивать лояльность и доверие потенциальных благотворителей к фондам.

## Массовых филантропов\* мотивирует убеждение, что добро вернется, а также желание оказать помощь конкретному человеку или организации



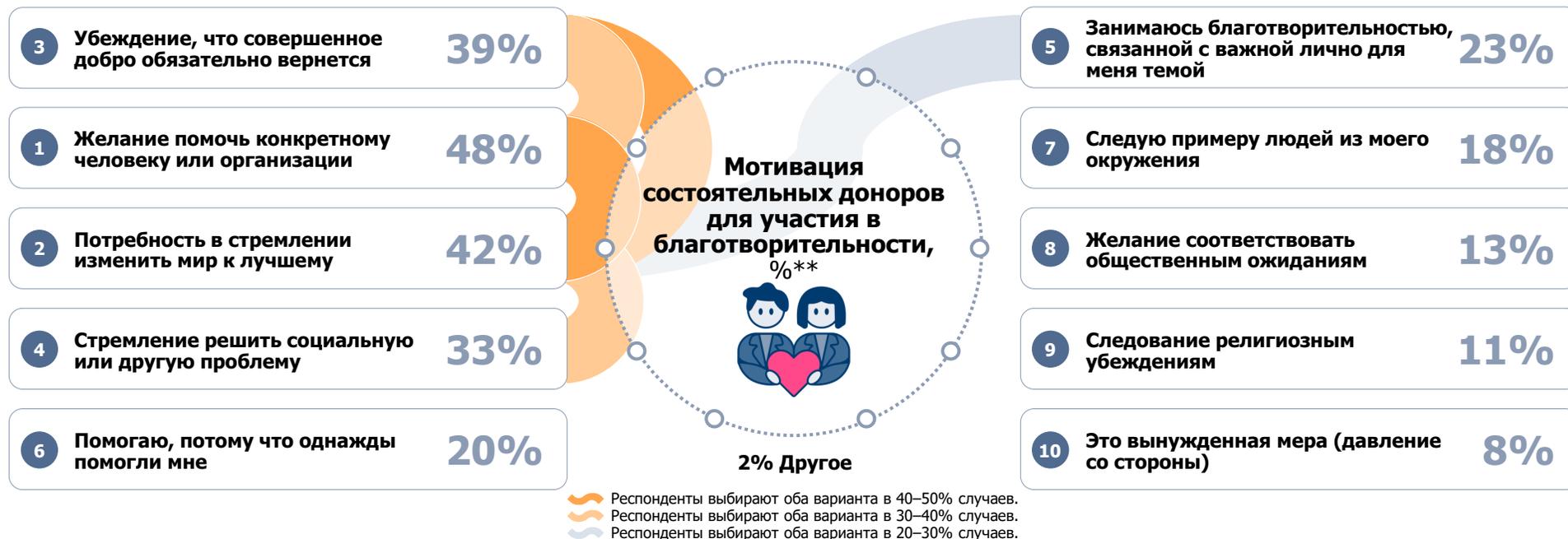
Для наибольшей доли массовых доноров мотивацией для участия в благотворительности является убеждение в том, что совершенное добро обязательно вернется: 41% респондентов уверены, что их отзывчивость будет вознаграждена в будущем. В трети случаев этот мотив также сопровождается желанием помочь конкретным людям/организациям, и так же часто — стремлением изменить мир к лучшему.

Эксперты отмечают, что в первую очередь мотивацией для регулярных доноров является личная история или желание сделать что-то хорошее, принести пользу людям или миру в целом, что особенно характерно для молодого поколения. Поэтому в третьем секторе появляется больше доноров, которые оказывают поддержку благополучателям осознанно.

В остальных случаях массовые доноры принимают участие в благотворительности, так как хотят внести свой вклад в решение социальной или другой проблемы, соответствовать социально-одобряемому поведению или помогают, потому что ранее помощь оказали им.

\*Массовые филантропы — все люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом ниже 6 млн рублей и доходом менее 300 тыс. руб. в месяц. \*\*В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа. Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n=870, март–апрель 2025 г.

## Состоятельные филантропы\* настроены более прагматично: они также хотят оказать конкретную помощь и изменить мир в лучшую сторону



Почти половина — 48% — состоятельных доноров принимает участие в благотворительности в связи с желанием поддержать конкретного человека или организацию. В 43% случаев вместе с этим фактором состоятельными благотворителями движет стремление изменить мир к лучшему, оно мотивирует к участию в благотворительности 42% доноров. Уверенность в том, что совершенное добро обязательно вернется, хотя и не является самым популярным стимулом среди состоятельных благотворителей, но, как в массовом сегменте, входит в ТОП-3 факторов, побуждающих доноров принимать участие в благотворительной деятельности.

С ростом сегмента растет и давление на более высокодоходных филантропов: 8% из всех респондентов отметили, что участвовать в благотворительности им приходится (против 3% среди массовых доноров). Состоятельные филантропы по сравнению с массовыми чаще выбирают комплекс причин, почему они занимаются благотворительностью. Об этом говорит и более высокие значения проникновения причин, а также более сильная связь в сочетаниях между разными мотивами. С ростом доходов, большую значимость приобретает и окружение людей — 1/5 респондентов в этом сегменте отметили, что следуют примеру окружения.

\***Состоятельные филантропы** — люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом от 6 млн рублей, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах и/или доходом от 300 тыс. руб. в месяц. \*\*В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n=102, март–апрель 2025 г.

## Состоятельные доноры\* оценивает работу фондов в России лучше, чем массовые

Оценка деятельности и критерии выбора фондов или благотворительных организаций донорами, сотрудничающими с фондами.

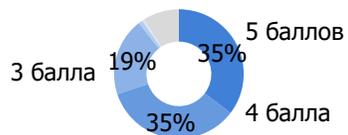
### Массовый сегмент

при выборе фонда ориентируются на...

1–2 параметра 3 и больше параметров

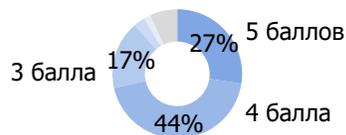


**4,1** средняя оценка работы фондов



2 балла — 1% 1 балл — 1%  
затрудняюсь ответить — 9%

**4,0** средняя оценка работы фондов



2 балла — 3% 1 балл — 2%  
затрудняюсь ответить — 7%

чаще ориентируются на следующие параметры ...\*\*

- 37% Направление деятельности
- 30% Прозрачность ФО
- 24% Время существования фонда
- 22% Репутация и бренд
- 14% Знакомство с сотрудниками фонда
- 8% Поддержка известных лиц
- 2% Другое

- 77% Прозрачность ФО
- 74% Направление деятельности
- 71% Время существования фонда
- 68% Репутация и бренд
- 35% Поддержка известных лиц
- 30% Знакомство с сотрудниками фонда

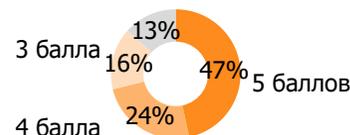
### Состоятельный сегмент

при выборе фонда ориентируются на...

1–2 параметра 3 и больше параметров

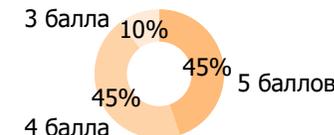


**4,4** средняя оценка работы фондов



затрудняюсь ответить

**4,3** средняя оценка работы фондов



чаще ориентируются на следующие параметры ...\*\*

- 29% Направление деятельности
- 29% Репутация и бренд
- 27% Прозрачность ФО
- 24% Знакомство с сотрудниками фонда
- 18% Время существования фонда
- 11% Поддержка известных лиц
- 2% Другое

- 72% Время существования фонда
- 72% Направление деятельности
- 72% Прозрачность ФО
- 72% Репутация и бренд
- 59% Знакомство с сотрудниками фонда
- 45% Поддержка известных лиц

Состоятельные доноры при выборе фонда чаще обращают внимание на большее количество параметров, чем массовые доноры. Однако, для всех доноров важной составляющей выбора является прозрачность и понятность финансовой отчетности, что может говорить о том, что благотворителям важно понимать, на что направляются денежные средства. Состоятельные доноры чаще, чем массовые опираются на репутацию и бренд фонда.

При оценке донорами работы благотворительных организаций отмечается наличие связи между оценкой и количеством параметров, на которые опираются филантропы. В опросе средняя оценка респондентов была ниже, если они рассматривали работу фондов комплексно.

\*Состоятельные филантропы — люди, занимающиеся благотворительностью, с капиталом от 6 млн рублей, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах и/или доходом от 300 тыс. руб. в месяц. \*\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа при выборе параметров, на которые обращают внимание, работая с фондом  
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, n (число респондентов из массового сегмента, работающих с фондами)=560, n (число респондентов из состоятельного сегмента, работающих с фондами)=74, март–апрель 2025 г.

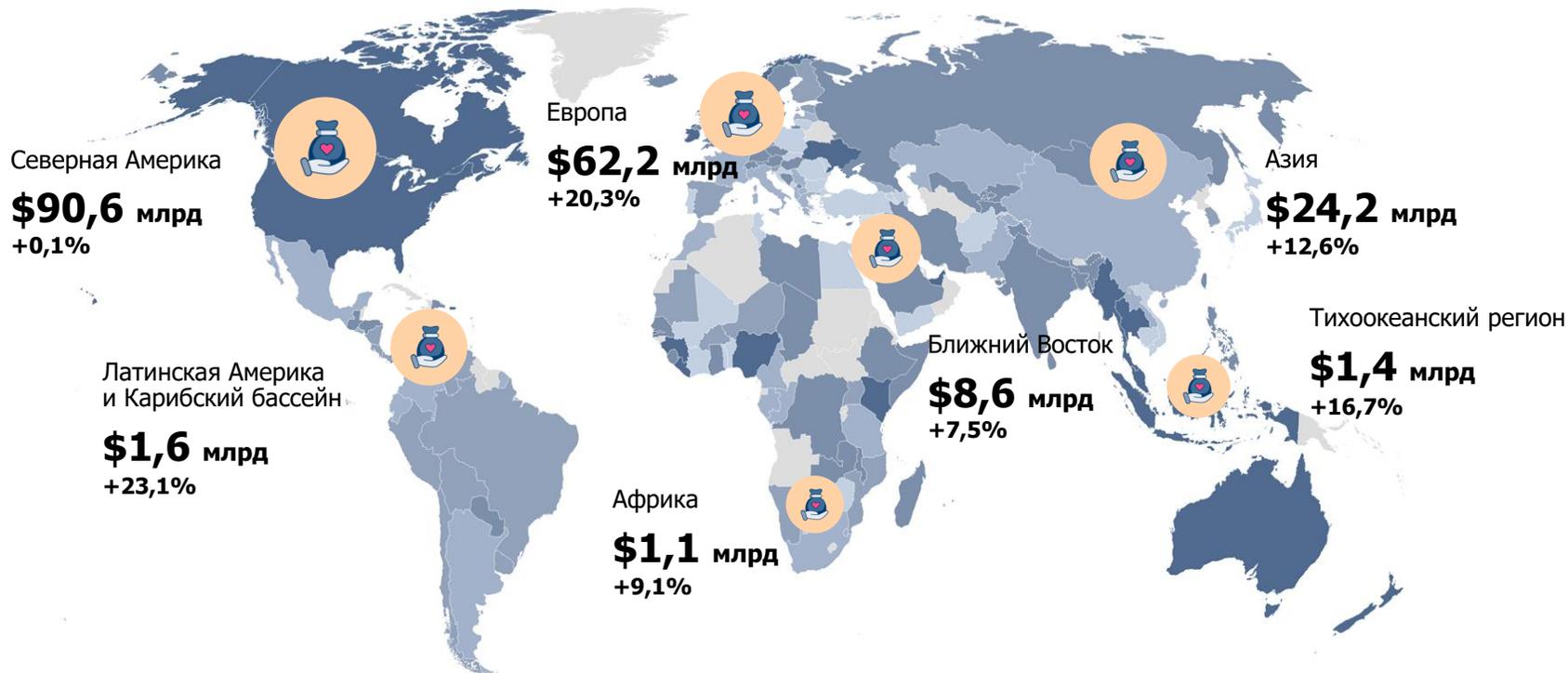
## **6.3 Вовлечение в благотворительность частных лиц**

- Крупные филантропы

## 47,7% частных UHNW-пожертвований совершают американцы, 32,8% — европейцы

Траты UHNWI на благотворительность и прирост относительно 2020 г., \$ млрд, 2022 г.

WGI\* от 15 до 31    WGI от 31 до 38    WGI от 38 до 42    WGI от 42 до 50    WGI более 50    Нет данных



Объем пожертвований в каждом регионе зависит как от количества владельцев крупных капиталов в регионе, так и от культурных традиций, религиозных убеждений, социального обеспечения, государственных налоговых политик и льгот, наличия функционирующей инфраструктуры НКО. Например, в Америке существует многолетняя традиция благотворительности и действуют более 1,8 млн благотворительных организаций. А объем пожертвований в некоторых странах Европы сдерживается низким уровнем неравенства и объемными государственными расходами на социальное обеспечение.

\*World Giving Index стран учитывает частоту помощи незнакомым людям, перечисление средств в благотворительные организации и участие в волонтерской деятельности.  
Источник: WEALTH-X, Altrata, Ultra High Net Worth Philanthropy 2024, WORLD GIVING INDEX 2024, CAF, сделано с помощью Datawrapper, Frank RG

## Вовлеченность UHNWI-доноров в благотворительность в 2024 году выросла

В 2022 г. сверхбогатые доноры по всему миру совершили пожертвования на сумму, на 25% превышающую значение 2018 года — \$190 млрд, что эквивалентно 38% всех пожертвований частных лиц, или 0,19% мирового ВВП в 2022 г.

### Изменения благотворительного поведения UHNW-доноров

**1** Наибольшая доля UHNW-доноров по-прежнему направляет пожертвования на образование, однако происходит смещение фокуса и перераспределение благотворительных средств между другими сферами благотворительности.

#### Наиболее популярные благотворительные сферы среди UHNWI, 2024 г.

+X п.п. — прирост пожертвований относительно 2022 г.

	Европа	Азия	Северная Америка
Образование	49% <b>+2 п.п.</b>	54% <b>-8 п.п.</b>	54% <b>-1,5 п.п.</b>
Культура и искусство	22% <b>-7 п.п.</b>	13% <b>+4 п.п.</b>	32% <b>-5 п.п.</b>
Здравоохранение	31% <b>+7 п.п.</b>	21% <b>+3 п.п.</b>	28% <b>-1,7 п.п.</b>
Социальные услуги	19% <b>+3 п.п.</b>	20% <b>+3 п.п.</b>	23% <b>-9 п.п.</b>
Окружающая среда	7% <b>+1 п.п.</b>	3% <b>+0,3 п.п.</b>	14% <b>-1 п.п.</b>
Детство и юность	12% <b>+2 п.п.</b>	5% <b>-0,2 п.п.</b>	11% <b>+2 п.п.</b>

**2** Растет влияние ликвидности инвестиционного портфеля на склонность UHNW-доноров к совершению пожертвований — сверхбогатые люди, которые жертвуют на благотворительность более щедро, имеют более высокую долю ликвидных активов (денежных средств, доходов, дивидендов) в общем капитале.

<b>Доля ликвидных активов в капитале различных групп UHNWI, 2024 г.</b>	46,2%	Высокая склонность к благотворительности
	43,9%	Низкая склонность к благотворительности
	34,9%	Не совершают пожертвования

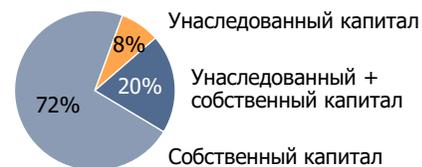
**3** Регулярность рыночных, экологических, социальных и политических потрясений изменила способы взаимодействия НКО с UHNW-донорами: осуществление пожертвований на оперативное решение кризисов (экологических катастроф, военных конфликтов и т. д.) уменьшило влияние личных мотивов донора при выборе направлений благотворительности.

### 4 Портрет UHNW-донора

#### 2022 год



#### Доля UHNWI-доноров по источникам капитала, 2022 г.



#### 2024 год



#### Доля UHNWI-доноров по источникам капитала, 2024 г.



Средний возраст UHNW-доноров увеличился с 64 до 66 лет в 2024 г. по сравнению с 2022 г. Возраст повышенной донорской активности UHNWI увеличивается — 55% доноров с высокой склонностью к благотворительности старше 70 лет.

Несмотря на то, что доля женщин среди всех сверхбогатых людей мира составляет лишь 11,2%\*\*\*, они продолжают увеличивать свою вовлеченность в благотворительность и демонстрировать более высокие размеры пожертвований: почти четверть наиболее склонных к благотворительности UHNWI — женщины. Рост доли женщин среди сверхбогатых доноров вызван социо-культурными изменениями, связанными с гендерным равенством, развитием женского предпринимательства и растущим числом межпоколенческого наследования женщинами.

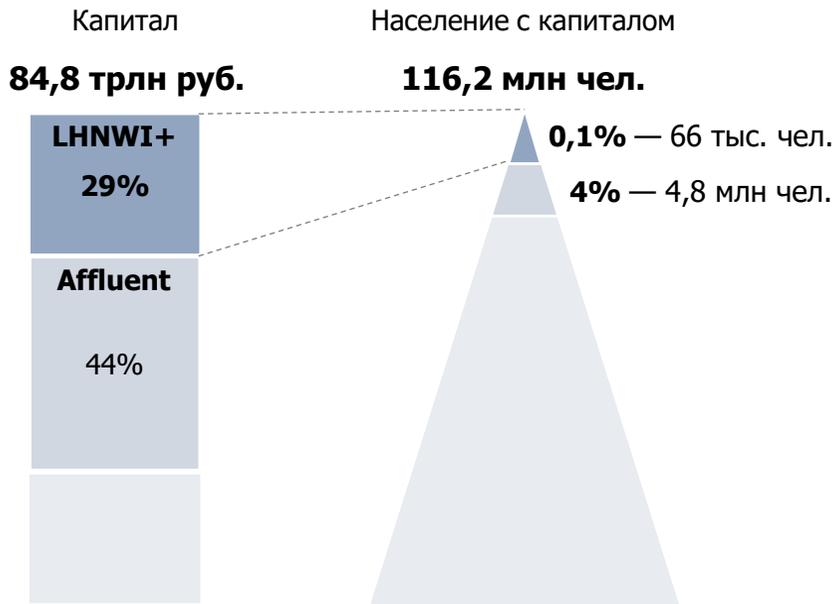
\*Доли UHNW-доноров, владеющих частными фондами и осуществляющих пожертвования через них.

\*\*Средний показатель за 2018–2023 гг.

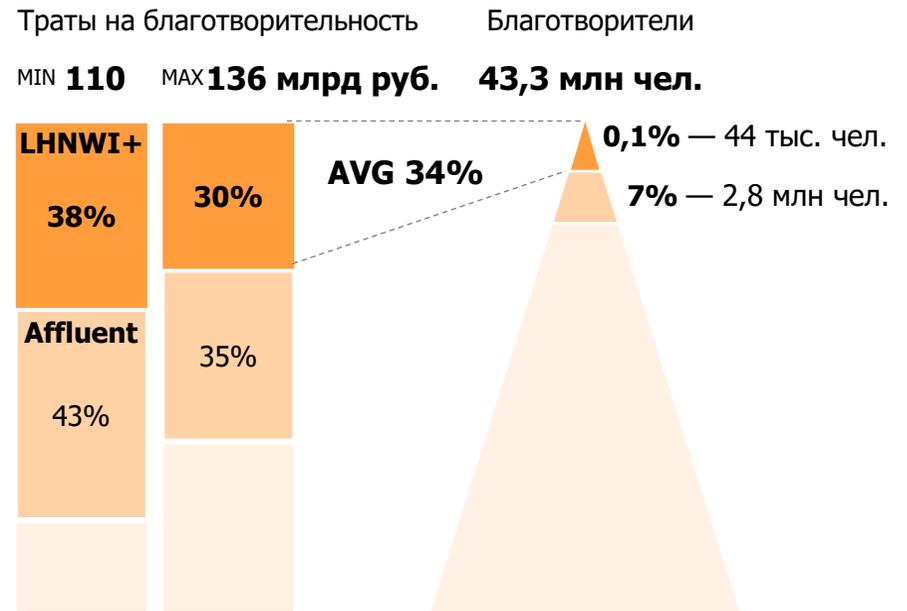
Источник: Ultra High Net Worth Philanthropy 2022, Ultra High Net Worth Philanthropy 2024, World Ultra Wealth Report 2023, Frank RG, 2025 г.

## В России LHNWI+ в 2025 году потратили 41 млрд рублей на благотворительность — это 0,17% от капитала всех LHNWI+

Сегментное распределение частных лиц в России (доноры и не доноры) и их капитал, 2024 г., чел., руб.



Количество доноров и размер трат на благотворительные цели (включая «серую» благотворительность), 2024 г., чел., руб.



Размер трат LHNWI+ на благотворительные цели, по оценке Frank RG, составляет около 41 млрд руб. Это примерно 34% от общих трат частных лиц на благотворительность и примерно 0,17% от капитала всех LHNWI+ (доноров и не доноров). Для сравнения: доля трат UHNWI клиентов в мире от капитала всех таких клиентов составляет 0,5%. Доля состоятельных клиентов, жертвующих денежные средства, осталась примерно на том же уровне — 66% в 2024 г. vs 64% в 2022 г. При этом, среди клиентов сегмента Affluent упала до 58% в 2024 г. с 61% в 2022 г. Но сам сегмент Affluent «подрос», как и количество благотворителей в нем, в абсолютных значениях: почти в два раза выросло число клиентов сегмента до 4,8 млн человек, а число благотворителей выросло более, чем в 2 раза — до 2,8 млн человек в 2024 г.

**LHNWI+** (Lower High-Net-Worth Individual) — клиенты, с капиталом от 60 млн руб., **Affluent** — от 3 до 60 млн руб. Капитал – средства клиента, размещенным на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

Источник: Frank RG, 2025 г.

# В исследовании мы опросили 56 представителей сегмента LHNWI+ с фокусом на более молодое поколение об их отношении к благотворительности

! Малая выборка

## Участвуют в благотворительности следующими способами n = 41 респондент

- 85% Перечисляют деньги в фонд, нуждающимся
- 66% Передают вещи, товары
- 37% Выполняют работы, оказывают услуги
- 32% Участвуют в акциях и мероприятиях
- 17% Через социальное предпринимательство
- 5% Составляют завещание в пользу БО

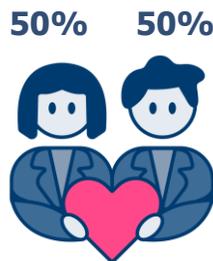
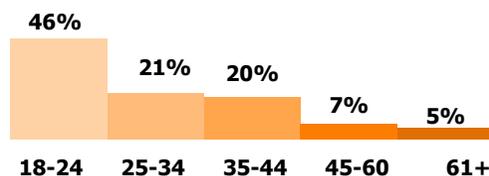
*«Только адресная помощь. Ты четко понимаешь, что есть проблема и что она решена. В ряде случаев какая-то коллективная история не мотивирует тебя на достижение финальной цели: ты отдал копейчку, а эта копейчка может быть 1% или 95%, но цель все еще не достигнута. ...Иногда решение нужно быстро; либо ты можешь и делаешь, закрываешь вопрос, либо время уходит».*

**Крупный филантроп**

## У 46% опрошенных участие в благотворительности не изменилось n=37 респондентов

- 46% Сумма не изменилась, жертвую на те же цели
- 24% Затрудняюсь ответить
- 22% Мои траты увеличились
- 5% Сумма не изменилась, жертвую на другие цели
- 3% Мои траты снизились

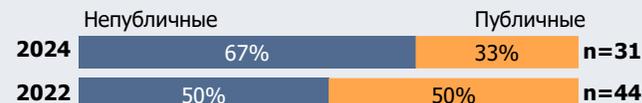
## Распределение респондентов по возрасту



Молодые филантропы составили основную массу респондентов в исследовании (67% респондентов <35 лет).

n=56 респондентов

## Предпочитают непубличность



## ТОП-3 причины оставаться непубличным n=45 респондентов

- 55% Добрые дела не должны быть публичными
- 35% Незначительный вклад не требует огласки
- 32% Считаю неуместным хвастаться

**1 215 тыс. руб.** средний размер пожертвования крупного филантропа

## Обращают внимание на форматы

*«...дайте мне интересный формат и более-менее уверенность, что мы реально делаем что-то хорошее, и я буду all for it».*

**Крупный филантроп**

**33% респондентов** стремятся решить социальную или другую проблему.

*«Что-то, что долгосрочно решает проблему, а не краткосрочно затыкает конкретную дыру».*

**Крупный филантроп**

**LHNWI+** (Lower High-Net-Worth Individual) — клиенты, с капиталом от 60 млн руб. Капитал — средства клиента, размещенные на банковских счетах и в инвестиционных инструментах.

\*Данный портрет состоятельного филантропа характерен для данного исследования. Филантропы LHNWI+ являются труднодостижимым сегментом, в опросе участвовало 56 филантропов из данного сегмента.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, онлайн-опрос, март-апрель 2025 г.; Frank RG, бенчмарк-исследование НКО, 2025 г.

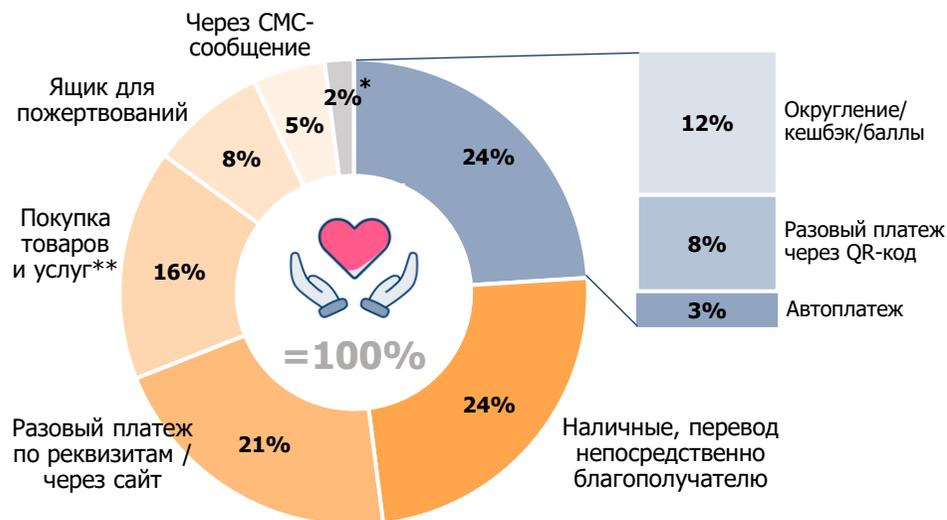
## На первый план для крупных филантропов в исследовании выходят удобные и автоматизированные способы участия в благотворительности

Крупные филантропы, участвующие в опросе, указали наиболее привычные для них способы перечисления денежных средств на благотворительные цели. Для молодого поколения филантропов они связаны с (1) удобными, чаще автоматизированными, процессами (платежи через QR-коды, автоплатежи, округления и др.); (2) прямой помощью благополучателю; (3) разовыми платежами по реквизитам или через форму на сайте.

Способы пожертвований через ящики или через СМС для участников исследования уходят на второй план. Интересно, что покупку товаров и услуг\*\* отметили как способ 16 из 37 молодых филантропов.

### Частота упоминаний способов для направления денежных средств на благотворительные цели, доли, %

! Малая выборка



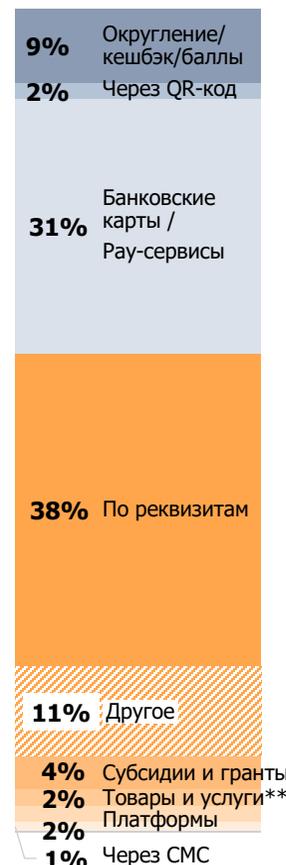
\*Затрудняюсь ответить.

\*\*Товары и услуги, выручка от которых идет на благотворительные цели.

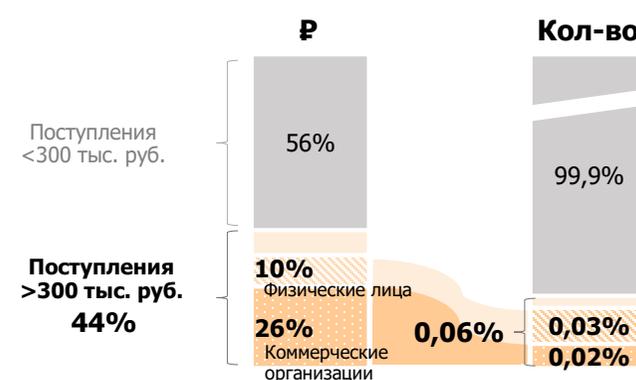
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март 2025 г. (n=37).

### Детализация поступлений в исследуемые НКО за 2024 г.

#### По способам, %



#### По размерам поступлений и типам доноров, %



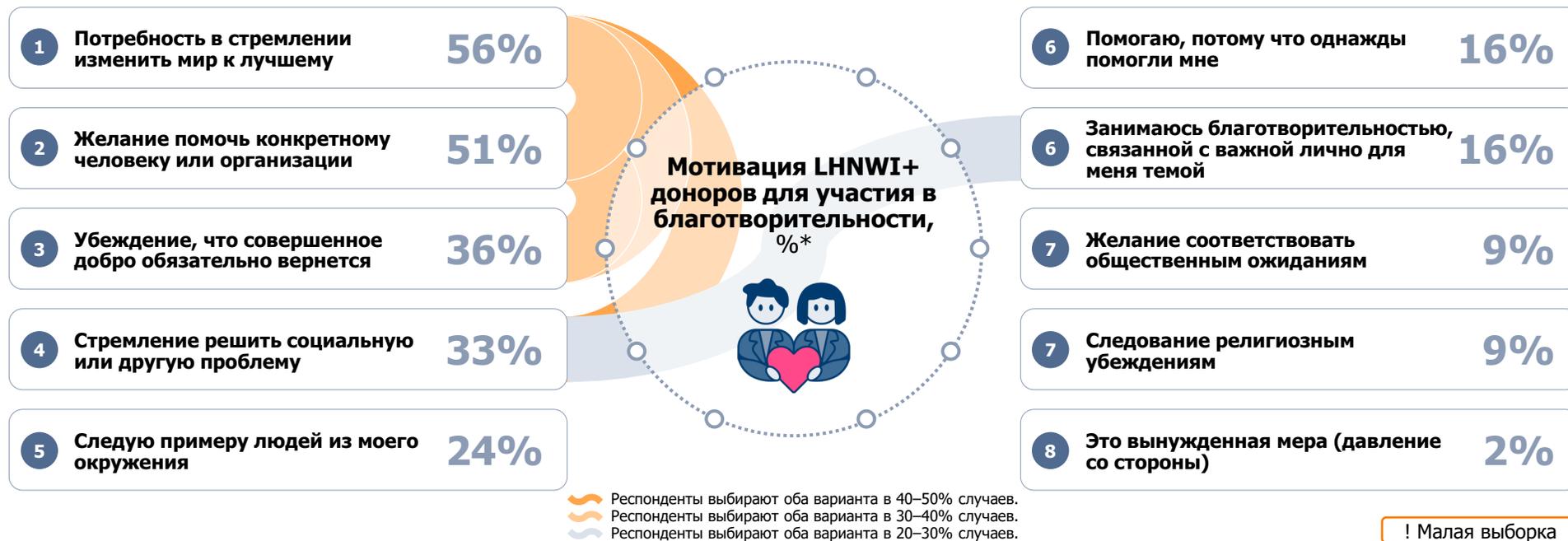
Бенчмарк-исследование коррелирует с результатами опроса — 42% в сборах исследуемых НКО занимают способы, связанные с удобством и автоматизацией процесса помощи.

Согласно бенчмарк-исследованию, поступления свыше 300 тыс. руб. занимают 44% всех поступлений НКО. При этом, в структуре поступлений более трети всех поступлений исследуемых НКО — это поступления от 300 тыс. руб. от компаний и состоятельных филантропов.

**Состоятельные филантропы поддерживают НКО и как частные доноры, и через коммерческие организации как лица, принимающие решения.**

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, бенчмарк-исследование НКО.

## Для крупных филантропов, принявших участие в опросе, важна уверенность в цели пожертвования



Большинство крупных филантропов, ответивших на вопросы в 2025 г. (56%), участвуют в благотворительности, так как стремятся изменить мир к лучшему, и 51% — в связи с желанием помочь конкретному человеку или организации. Почти в половине случаев, когда филантропов мотивирует идея сделать мир лучше через оказание благотворительной помощи, они также стремятся решить социальную или другую проблему. Каждый третий филантроп, отметивший стремление изменить мир к лучшему, также убежден в том, что совершенное добро обязательно вернется.

Независимо от уровня благосостояния доноров, основными мотивами их участия в благотворительности являются вера в то, что сделанное добро вернется, стремление изменить мир к лучшему и желание поддержать конкретного человека или организацию.

\*В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, n=45, март–апрель 2025 г.

## Мотивы молодого поколения филантропов более сфокусированы на внутренних устремлениях и взглядах

! Малая выборка

Фокус в мотивации крупных филантропов смещается в сторону их убеждений и потребностей, которые возникают изнутри, а не диктуются извне социумом. При этом, пример благотворительных практик из окружения по-прежнему важен. Личный опыт соприкосновения с темой имеет значение для гораздо меньшей группы состоятельных филантропов, на первое место выходит желание поменять сложившуюся ситуацию через адресную помощь конкретному благополучателю в виде организации или человека, а также системного решения конкретной проблемы.

### Май 2022, крупные филантропы



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.

Представитель НКО

### Март 2025, крупные филантропы с фокусом на молодое поколение



Для меня благотворительность вдруг оказалась на уровне разных индустрий, потому что человеку нужно помогать, и ему в разных жизненных ситуациях помогают разные социальные институты.

Где-то это государство, где-то это страховой бизнес, где-то тебе помогает благотворительная организация, потому что по тем или иным причинам государство не может решить твою проблему.

Крупный филантроп



Это обычно какие-то личные переживания у всех. В моей среде я знаю людей, у которых есть приемные дети, которые сами являются приемными родителями или детьми приемных родителей.

Поэтому мне эта тема показалась близкой, и она достаточно понятна. Есть страдающие дети как в России, так и в других странах, везде это по-разному реализовано.

Крупный филантроп

## Вопрос сохранения своего наследия все больше волнует филантропов, российское право постепенно адаптируется к этим запросам

В России только в последнее время начинают появляться примеры наследования крупных капиталов. Связано это с тем, что формирование класса предпринимателей началось только накануне 1990-х гг. Наследственное право в России сформировано на основе советского, в котором не были детально проработаны вопросы наследования некоторых видов активов (бизнес наследодателя) и наследования в пользу юридических лиц. Владельцы капиталов сталкиваются со страхом, что их посмертная воля в завещании может быть оспорена наследниками, а НКО, опасаясь судебных споров с наследниками, иногда вынуждены отказываться от завещанного им. В связи с этим, российское наследственное право совершенствуется, перенимая зарубежные правовые практики. Так в 2021 году был принят ФЗ №287 от 01.07.2021, внедряющий в российское гражданское право понятие «личного фонда» (ЛФ), которое позволяет минимизировать опасения наследодателей, что их воля в целом и в отношении НКО в частности не будет выполнена. Пока что НКО чаще всего сталкиваются с завещаниями в их пользу недвижимости, которую они либо реализуют, либо используют под целевую деятельность. Крупные филантропы прививают детям понимание важности благотворительности. Большую роль в этом играет формирование сообщества крупных филантропов — правила и установки социальной группы чаще и проще прививаются будущим наследникам, чем личные правила и установки родителей.

*«Я думаю, если приходит правильный проект и ты чувствуешь, что это the right thing to do, ты это делаешь. Прививать это в формате какой-то обязательности — что ты должен в воскресенье ходить в церковь, а в понедельник донатить в фонд — не уверен».*

### Крупный филантроп

*«Все, что касается каких-то личных, интимных тем должно быть человеком принято через осознание, что эти темы являются обязательной частью сообщества, в котором он находится. Приведу пример некоего английского клуба. В английском клубе есть некие правила, и ты должен этим правилам соответствовать. Все это делают, кто-то это воспринимает как развлечение, другие просто этому следуют. У нас таких сообществ на сегодняшний момент нет. Они формируются годами, десятилетиями, веками».*

### Крупный филантроп

*«Принимая участие в каком-то из ивентов или готовя его, я создаю площадку, куда может войти каждый из членов семьи по-своему: от физической помощи до любой другой. Никого не агитирую и уж тем более это не звучит как повинность».*

### Крупный филантроп

Создание, управление личными фондами регулируется статьями 123.20-4 — 123.20-8 Гражданского кодекса РФ.

*«Личным фондом признается учрежденная на определенный срок либо бессрочно гражданином или после его смерти нотариусом унитарная некоммерческая организация, осуществляющая управление переданным ей этим гражданином имуществом или унаследованным от этого гражданина имуществом, а также иным имуществом в соответствии с утвержденными им условиями управления».*

### Пункт 1 Статьи 123.20-4 Гражданского кодекса РФ

Таким образом, гражданин имеет право при жизни учредить свой личный фонд и передать в его управление любой объем своего имущества после ухода из жизни. Личный фонд — юридическое лицо, распоряжающееся имуществом учредителя в соответствии с его прижизненной волей, закрепленной в уставе. Данная юридическая норма закрепляет право учредителя личного фонда на защиту своего наследия — успешное оспаривание потенциальными наследниками передачи имущества под управление юрлица, основанного наследодателем, маловероятно с точки зрения права. Учредитель при жизни формирует механизм управления личным фондом, сохраняя свое наследие, оберегая его от разделения по итогам рассмотрения судебных исков от наследников. Личный фонд — правовой инструмент, позволяющий наследодателю и НКО быть уверенными, что воля наследодателя передать свои активы НКО будет исполнена, потому что закон не запрещает передачу управления личным фондом НКО после ухода из жизни учредителя.

Владимир Мельников — основатель группы компаний под брендом Gloria Jeans. Управление компаний осуществлялось посредством юрлица ООО «ВВМ Инвестмент». В 2024 г. 100% акций ООО «ВВМ Инвестмент» перешло Личному фонду «Имени Святой Великомученицы Анастасии Узорешительницы». Существует одноименный БФ, основанный Мельниковым. БФ и ЛФ — разные юрлица, управляемые одним лицом. Передача бизнеса под управление ЛФ означает, что после смерти Владимира Мельникова его бизнес будет управляться в соответствии с уставом ЛФ людьми, которым он доверяет. Кроме ведения коммерческой деятельности, уставом прописана и благотворительная деятельность. Пример Владимира Мельникова демонстрирует нам правовые механизмы подготовки к сохранению своего наследия как коммерческого, так и благотворительного.

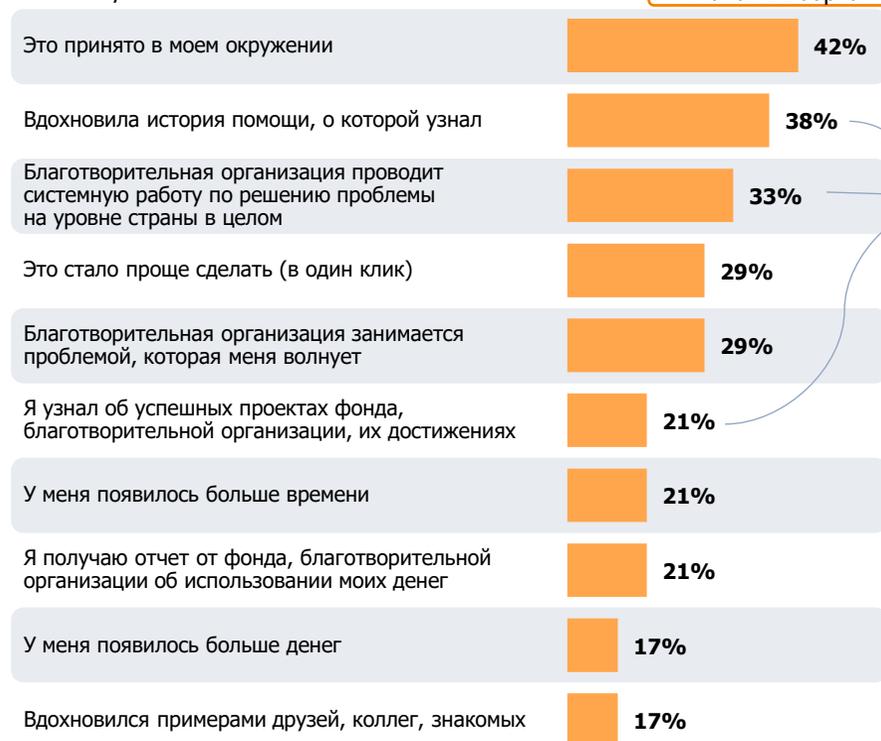
## Вопросы доверия для крупных филантропов, участников опроса — определяющие

Несмотря на то, что первичной мотивацией крупного филантропа, участвующего в исследовании, не является пример людей из окружения, его важность не стоит недооценивать. Те благотворители, что стали помогать больше (неважно, экспертизой или деньгами), в первую очередь делали это из-за влияния окружения. При этом, доступная информация об историях помощи, в целом о результатах деятельности организации способствует преодолению одного из ТОП-3 барьеров — недостаточной осведомленности. Первые два барьера связаны с уровнем доверия по отношению в благотворительным организациям. У 1/5 крупных филантропов нет барьеров для участия в благотворительности.

### Филантропы стали помогать больше, потому что...

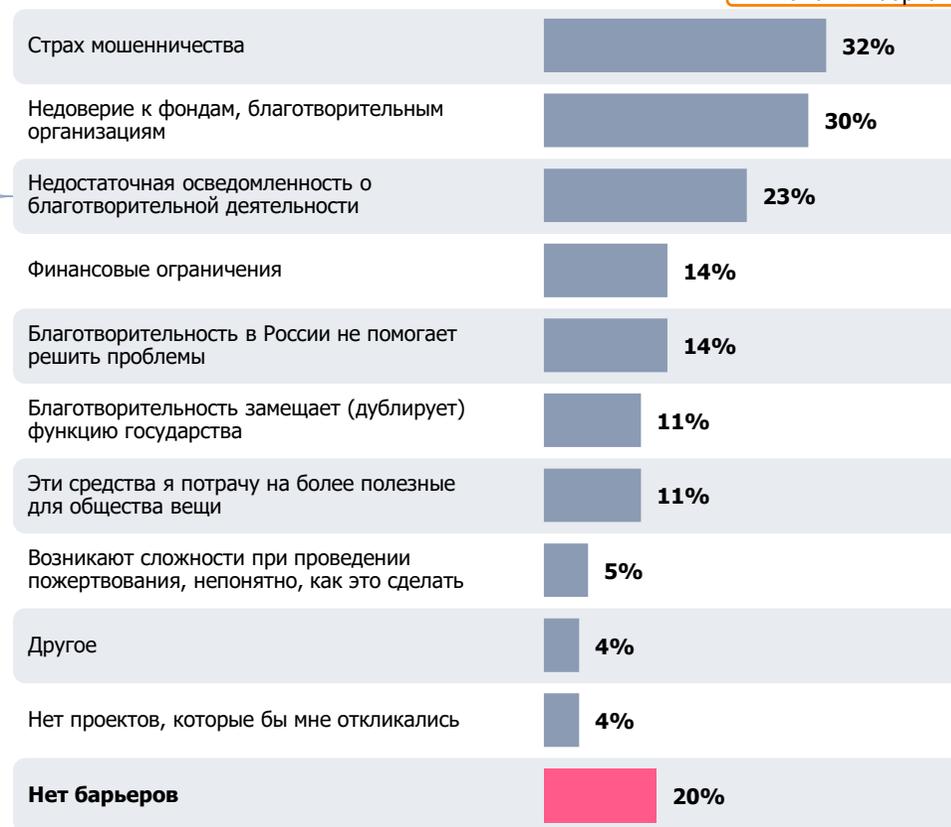
ТОП-10 причин

! Малая выборка



### Барьеры для участия в благотворительности

! Малая выборка



Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г. (n=24).

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г. (n=56).

## В половине случаев недоверие крупных филантропов опирается на личное восприятие деятельности благотворительной организации или индустрии в целом

На вопрос о доверии и деталях взаимодействия с фондами ответили далеко не все крупные филантропы, участвовавшие в опросе. Однако на основании их ответов можно увидеть, что основные причины недоверия разделились примерно поровну между внешними и внутренними, хотя вариативность внешних гораздо выше. Под внутренними причинами в этом случае мы понимаем причины, связанные с личным восприятием состоятельным филантропом конкретного фонда или индустрии в целом. К внешним мы отнесли те факторы, которые благотворительная организация может контролировать самостоятельно. При этом, внешние факторы практически все так или иначе связаны с репутационными рисками, на которые обращает внимание большинство филантропов при выборе фонда, которые они будут поддерживать.

*«Последние годы мы видим, что доверие снижается, но мне кажется, что это связано с некоторой поляризацией общества, с тем, что соседствуют очень разные взгляды. Мы сейчас можем видеть, что люди больше думают про то, кто здесь свой, кто здесь чужой. И часто история с недоверием уже не про какую-то объективную реальность, а про общую усталость. «Мне кажется, что все благотворители нечестные, я не буду жертвовать...»*

**Представитель НКО**

! Малая выборка

### Полностью доверяют фондам 11 из 26 филантропов



Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г. (n=26).

### При выборе фонда обращают внимание на...



Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г. (n=17).

### Среди причин недоверия к фондам филантропы указывают следующее ...



Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г. (n=10).

# **7 НКО как медиатор между филантропами и благополучателями**

## Ключевые выводы раздела

Летом 2020 г. доля виртуальных волонтеров выросла с 17% до

**29%**

### Внешние вызовы и новые технологии изменяют состав занятых в благотворительности

После пандемии COVID-19 во всем мире сократилось количество волонтеров и не только международных. Значительно увеличилось количество людей, занятых благотворительностью дистанционно через онлайн-волонтерство. Благодаря цифровизации благотворительные НКО могут оптимизировать свои траты на выполнение административных задач. Быстрое появление и внедрение новых информационных технологий требуют высокой квалификации и готовности к изменениям со стороны сотрудников НКО. Навыки, релевантные для бизнес-менеджмента, также находят свое применение при работе в благотворительных НКО.

НКО активно внедряют в свою работу ИИ, особенно для создания контента и для анализа данных. Однако расширение сфер применения ИИ в деятельности НКО ограничено этическими вопросами о безопасности персональных данных подопечных благотворительных организаций.

Объем целевых капиталов на конец 2024 г. составил

**156 млрд руб.**

### Эндаументы — инструмент обеспечения финансовой стабильности НКО

На данный момент эндаументы распространены преимущественно в сферах образования и культуры. Среди благотворительных НКО они получают все большее распространение. Представители НКО едины во мнении, что при создании целевого капитала эффективнее формировать его под конкретную цель или статью расходов. Также стоит учитывать, что для небольших фондов открытие отдельного фонда целевого капитала может быть затратным и невыгодным: фандрайзингом за счёт мелких пожертвований сформировать капитал сложно: нужны либо крупные доноры, либо возможность получить грант на формирование капитала — что также сложно для фондов с ограниченными ресурсами.

**55%**

благотворителей выбирают фонд, основываясь на бренде и поддержке известных лиц

### Расширение медийной деятельности и прозрачная коммуникация — ключевые аспекты повышения доверия к НКО и благотворительному сектору в целом

Из-за низкой информированности о деятельности НКО в обществе сохраняется ряд предубеждений о некоммерческом секторе, которые препятствуют его развитию и привлечению новых доноров. Для повышения доверия и стимулирования вовлечения потенциальных доноров в благотворительность НКО необходимо повышать качество и прозрачность отчетов, информации о проектах, благополучателях, а также расширять каналы коммуникации, привлекая поддержку публичных лиц и бизнеса, имеющих высокий уровень лояльности и отклика аудитории. Так НКО, транслируя информацию о своей деятельности, разрушают негативные установки о профессиональной благотворительности среди широкого круга лиц.

## На начало 2025 года 6,5 тысяч социально-ориентированных некоммерческих организаций в РФ занимаются благотворительной деятельностью

# 219 тыс.

НКО зарегистрировано в Минюсте на февраль 2025 г.\*

+2,3% с 2022 года

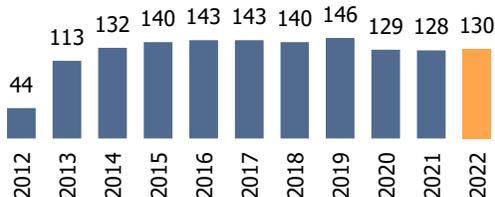
### Распределение НКО по организационно-правовой форме, %



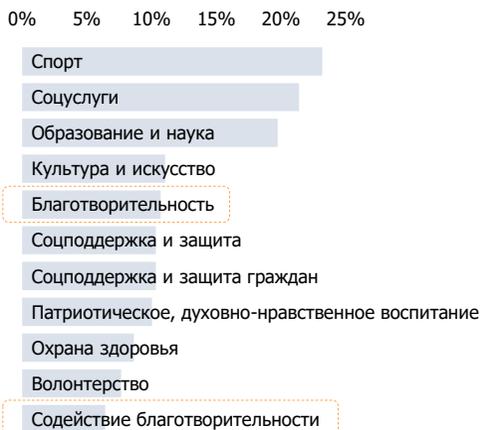
# 130 тыс.

НКО относятся к социально-ориентированным НКО на 2022 г.

### Динамика количества СОНКО, тыс., 2012–2022 гг.



### Распределение НКО по направлениям, %, 2022 г.



# 50,7 тыс.

СОНКО зарегистрированы на 16.03.2025 в реестре Минэкономразвития.

### В реестр СОНКО кроме благотворительных организаций входят:

- Детские сады;
- Больницы;
- Частные образовательные учреждения;
- Компании, снимающие социальные ролики для государства;
- И др.

# 5,8 тыс.\*

Социально-ориентированных НКО занимаются непосредственно оказанием благотворительной помощи.

\*согласно внутреннему тегу и фильтру по текстовому поиску реестра МЭР России.

# 1 373

благотворительных НКО входит в выборку в рамках исследования.



### Информация, проанализированная в рамках исследования:

- Сумма собранных средств;
- Направления деятельности;
- Программные расходы;
- Непрограммные расходы;
- Регионы присутствия.

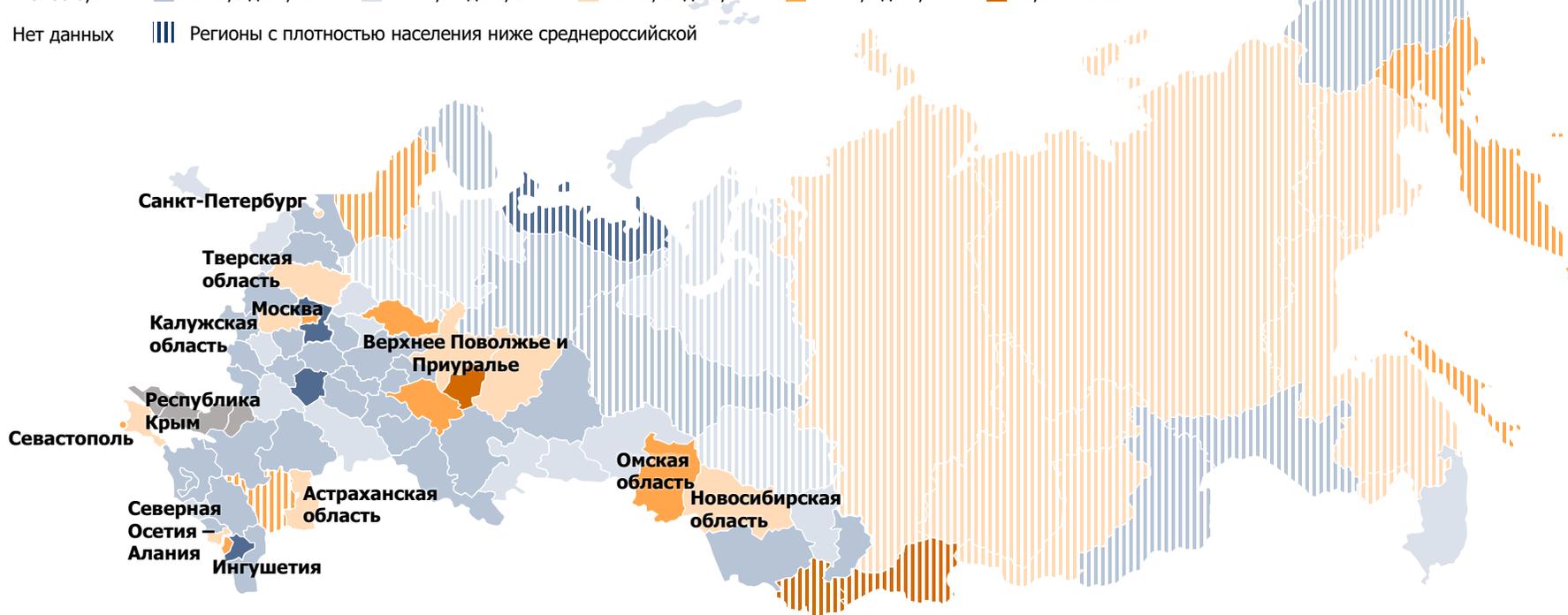
\*Благотворительные НКО, которые не относятся к корпоративным и частным, источником для сбора средств которых может быть как массовый фандрайзинг, так и крупные пожертвования от компаний, частных лиц, а также гранты от государства и других НКО.

\*С 1 января 2025 г. все НКО обязаны пройти регистрацию на специализированном Портале Минюста и размещать на нем устав и ежегодные отчеты о деятельности НКО. Источник: Министерство юстиций РФ, Минэкономразвития РФ, ЕМИСС, Frank RG, 2025 г.

## Представленность НКО в регионах России значительно различается

По абсолютному числу благотворительных фондов выделяются в первую очередь Москва (853) и Санкт-Петербург (284), топ-5 замыкают Республика Татарстан (248), Краснодарский (198), Красноярский (159) края. При рассмотрении распределения НКО относительно населения зачастую выделяются регионы с малыми численностью и плотностью населения (регионы Крайнего Севера, Сибири и Дальнего Востока). Кроме низкой численности населения это объясняется большими расстояниями и сложностью с логистикой — при низкой плотности населения и населенных пунктов необходимо создание большего числа НКО для реализации некоммерческой деятельности. По числу благотворительных НКО относительно численности населения в населенной Европейской части России и Южной Сибири, кроме столиц, выделяются регионы Верхнего Поволжья и Приуралья (Удмуртия, Татарстан, Костромская, Кировская области, Пермский край), а также Севастополь, Республики Крым, Северная Осетия — Алания, Ингушетия, Калужская, Тверская, Астраханская, Омская, Новосибирская области.

### Количество благотворительных НКО на 10 000 населения по субъектам РФ, 2025 г.

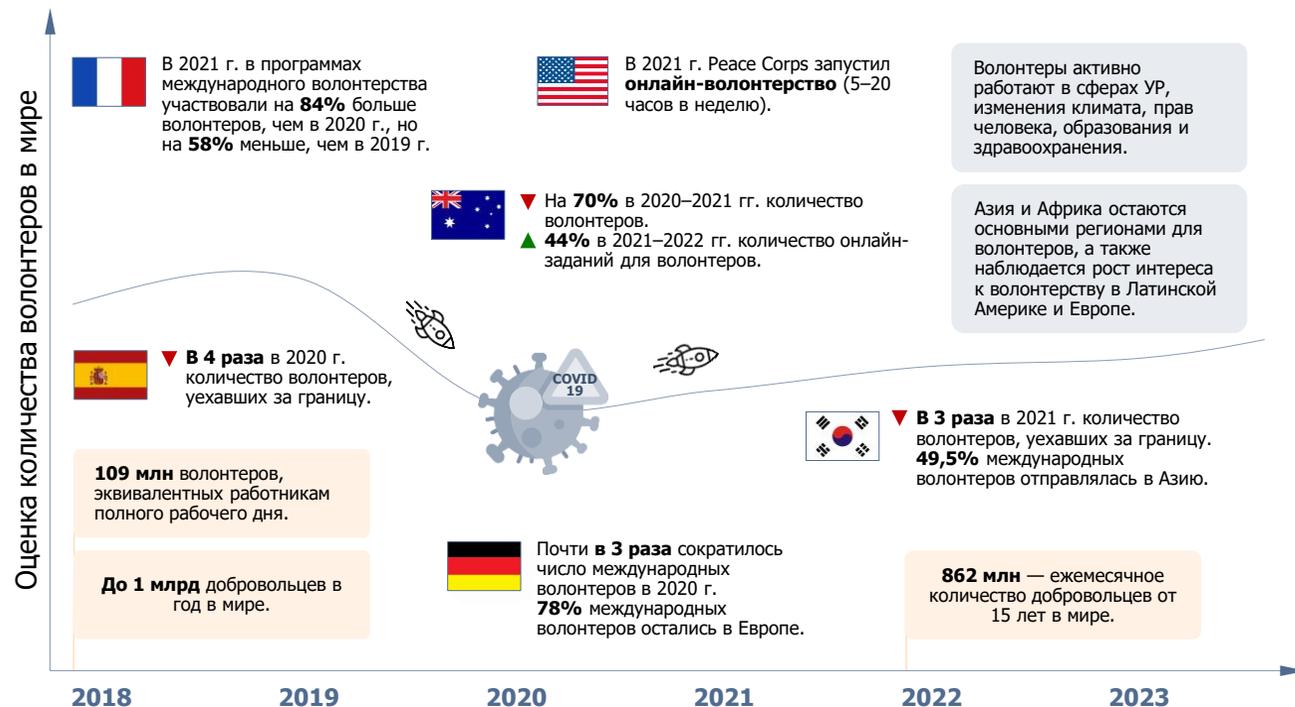


## **7.1 Персонал и волонтеры**

## Пандемия COVID-19 не только значительно сократила количество международных волонтеров, но и стимулировала переход к онлайн-работе

НКО по всему миру столкнулись с проблемой подбора и удержания волонтеров — количество международных волонтеров значительно сократилось в 2020 году из-за пандемии COVID-19. Несмотря на постепенное восстановление показателей, в большинстве стран они ниже, чем в 2019 г. В последние годы международные волонтеры предпочитают осуществлять деятельность в странах, находящихся ближе к дому, или вовсе удаленно. Еще изменился формат их участия в благотворительности — возросла популярность онлайн-волонтерства, которое позволило большому числу людей оказывать помощь из любой точки мира без необходимости физического присутствия. Уже летом 2020 г. доля виртуальных волонтеров выросла с 17% до 29%.

### Развитие мирового волонтерства



### Способы участия в онлайн-волонтерстве:

- Разработка общей стратегии НКО;
- Разработка и реализация маркетинговых и коммуникационных планов НКО;
- Создание фандрайзинговых инструментов;
- Создание совместных проектов и налаживание сотрудничества между бизнесом и НКО по решению социальных задач;
- Юридическая, медицинская, финансовая и прочая экспертиза;
- Оказание психологической помощи;
- Оказание помощи в переводе документов;
- Репетиторство;
- Разработка обучающих и просветительских материалов;
- Создание контента о деятельности НКО, проектах и подопечных;
- Модерация благотворительных онлайн и офлайн-мероприятий и содействие в их организации.



## За счет цифровых технологий происходит сокращение административных расходов НКО

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



Цифровизация позволяет оптимизировать административные расходы за счет введения CRM и использования ИИ.

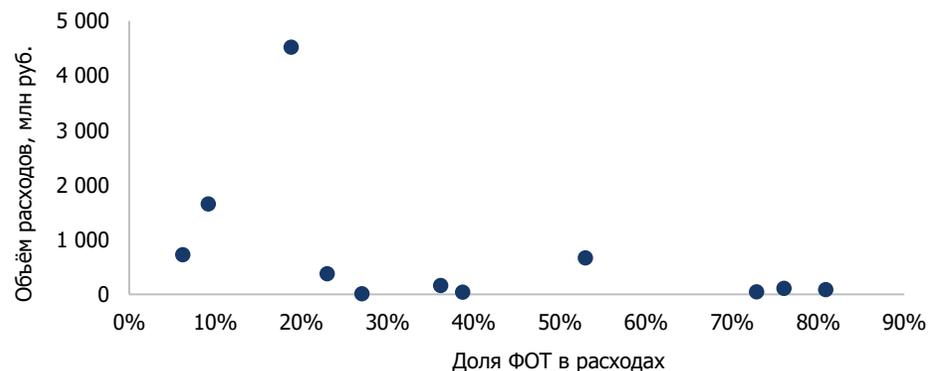
«ФОТ сотрудников — это всегда расходы, которые нужно учитывать. И каждый, кто лидирует фондом, и управленческая команда должны стремиться к использованию автоматизации, к технологиям, которые помогут сделать эти расходы еще более эффективными. Чтобы не расширять штат сотрудников, мы задействуем ресурсы и помощь волонтеров, которых в фонде уже более 500. А большая часть сотрудников фонда — это горячая линия, 40 человек. И план по увеличению количества благополучателей до 40 тысяч человек. Наша задача не увеличить команду горячей линии в два раза, а привлечь еще больше волонтеров, а также использовать все возможные технологии, для того, чтобы эти 40 человек были ещё эффективнее, помогать им автоматизировать процессы и оказывать поддержку новым клиентам фонда на таком же высоком уровне».

Представитель НКО

«Мы считаем себя достаточно передовыми, технологичными. Регулярно отслеживаем тренды и достаточно оперативно адаптируем их. Мы стараемся максимально автоматизировать процессы, и сейчас команда фонда активно работает в этом направлении».

Представитель НКО

### Объем расходов и доля ФОТ в расходах БФ, 2024 г.



Нет прямой зависимости между объемами расходов НКО и объемами издержек на фонд оплаты труда. Доля ФОТ от общего объема расходов НКО зависит от направления деятельности НКО и сильно варьируется — от 9% до 81%.

Если НКО в рамках программной деятельности занимается преимущественно образованием и психологической помощью, то доля ФОТ в расходах обычно превышает 50–60%.

Среди 11 НКО, исследованных в рамках бенчмарка, доля ФОТ в расходах составила 28%. В административных расходах ФОТ занимает больше половины потраченных средств, в программных — около трети. По сравнению с 2023 годом НКО снизили долю ФОТ на 1 п.п. за счет административных расходов, доля которых уменьшилась в 2024 г. на 4 п.п. Таким образом НКО нарастили долю «чистых» программных расходов на 3 п.п. до 64% с сохранением доли ФОТ программных сотрудников на уровне 19%.

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

Благотворительный фонд «Вера», Благотворительный фонд «ДАЛЬШЕ», Благотворительный фонд «Онкологика», БФ «Большая Перемена», БФ «Помоги ребенку.ру», БФ «Помощь», БФ содействия семейному устройству «Найди семью», РК «Детские деревни – SOS», Социальный проект «Всё получится!», Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ», Фонд борьбы с лейкемией.

## Приток в некоммерческий сектор профессионалов из бизнеса создает среду для применения лучших практик и развитию нового поколения руководителей НКО



*«Я вижу огромное число людей, у которых был неплохой карьерный трек, и они хотят что-то в своей жизни изменить и считают, что они досрочно дошли до перехода из бизнеса в некоммерческий сектор — такие люди к нам приходят».*

**Представитель НКО**

Эксперты отмечают, что существует приток в некоммерческий сектор людей из бизнеса. Результаты опроса ПУЛЬС НКО подтверждают это: почти треть новых сотрудников в некоммерческих организациях — люди с опытом работы в бизнесе.

Приходя в некоммерческий сектор, такие сотрудники, как правило, приносят практики и инструменты из своего предыдущего опыта. Это создает среду, где требования к компетенциям руководителей НКО растут. Помимо знаний в предметной области в том направлении, в котором действует НКО, повышаются требования к навыкам управления, стратегического планирования, финансового менеджмента, фандрайзинга, маркетинга.

Однако, не существует явного тренда на то, что молодые сотрудники рассматривают благотворительные организации как место, где они могут начать (и развивать) свою карьеру, несмотря на то, что сейчас у ряда новых поколений существует запрос на смыслы и осознанность.

Для благотворительных НКО, в условиях того, что довольно сложно фандрайзить на уставную деятельность и поддерживать уровень заработных плат ключевых сотрудников на рыночном уровне, подбор и обучение на стажерских позициях — нетривиальная задача.

### 3 поколения руководителей НКО

1

«Первопроходцы» сектора — руководители, которые, не имея опыта работы в некоммерческом секторе, в своей деятельности руководствовались собственными идеями.

Мотив создания НКО: стремление способствовать решению социальных проблем, принести пользу обществу.

2

Поколение лидеров, которые считают свою деятельность в рамках НКО не просто волонтерством, а работой. Некоммерческий сектор становится сферой, в которой можно зарабатывать несмотря на то, что она сопряжена с общественной деятельностью.

Мотив создания НКО: желание осуществлять общественно значимую деятельность, при этом зарабатывая в ней.

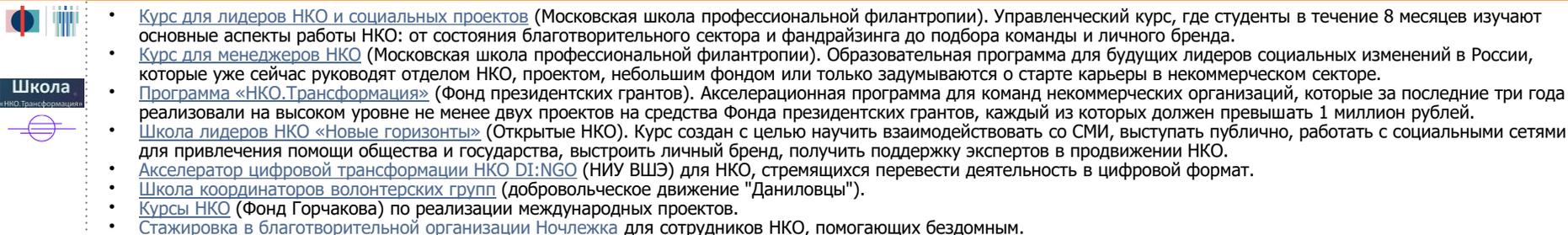
3

Профессиональные руководители НКО — поколение лидеров, чьей сферой профессиональной деятельности является работа в некоммерческих организациях.

**Мотив создания НКО:** желание строить профессиональную карьеру не в бизнесе, а в некоммерческом секторе, чтобы создавать ценность для общества, при этом имея возможность профессионального развития.

## Для экспертов НКО существует большое количество как специализированных программ, (1/2)...

### Для экспертов НКО:

- 
- [Курс для лидеров НКО и социальных проектов](#) (Московская школа профессиональной филантропии). Управленческий курс, где студенты в течение 8 месяцев изучают основные аспекты работы НКО: от состояния благотворительного сектора и фандрайзинга до подбора команды и личного бренда.
  - [Курс для менеджеров НКО](#) (Московская школа профессиональной филантропии). Образовательная программа для будущих лидеров социальных изменений в России, которые уже сейчас руководят отделом НКО, проектом, небольшим фондом или только задумываются о старте карьеры в некоммерческом секторе.
  - [Программа «НКО.Трансформация»](#) (Фонд президентских грантов). Акселерационная программа для команд некоммерческих организаций, которые за последние три года реализовали на высоком уровне не менее двух проектов на средства Фонда президентских грантов, каждый из которых должен превышать 1 миллион рублей.
  - [Школа лидеров НКО «Новые горизонты»](#) (Открытые НКО). Курс создан с целью научить взаимодействовать со СМИ, выступать публично, работать с социальными сетями для привлечения помощи общества и государства, выстроить личный бренд, получить поддержку экспертов в продвижении НКО.
  - [Акселератор цифровой трансформации НКО DI:NGO](#) (НИУ ВШЭ) для НКО, стремящихся перевести деятельность в цифровой формат.
  - [Школа координаторов волонтерских групп](#) (добровольческое движение "Даниловцы").
  - [Курсы НКО](#) (Фонд Горчакова) по реализации международных проектов.
  - [Стажировка в благотворительной организации Ночлежка](#) для сотрудников НКО, помогающих бездомным.

### Для экспертов НКО, работающих в определенных регионах:

- 
- [Открытая школа](#) (пространство Среда своих). Образование для всей команды и руководителей НКО или для специалистов, которые планируют работать с благотворительностью. Создано несколько модулей: Инфопродукты. Упаковка экспертизы в курсы; Практический грантрайтинг; Адресная помощь с системным эффектом; Волонтерство как сервис; Метрики. Решения, основанные на данных. Обучение на Модулях доступно только резидентам Среды своих. Резидентами могут становиться только представители НКО, зарегистрированных в Москве, но есть и исключения.
  - [Школа коммуникаций и инноваций АСИ](#) (Агентство социальной информации). Стажировка для сотрудников региональных негосударственных НКО, которые отвечают за внешние коммуникации.
  - [Лидерская программа для экспертов НКО](#) (Школа региональных экспертов). Интенсивный тренинг по разным экспертным компетенциям.
  - [Управление командой проекта](#) (Душевная Москва). Только для организаций, которые зарегистрированы в Москве.
  - [PRO Гранты 1.0: Основы](#) (Автономная некоммерческая организация «Центр поддержки гражданских инициатив Республики Дагестан»). Программа повышения квалификации для руководителей и сотрудников НКО, социальных предпринимателей, активистов и инициативных граждан, специалистов учреждений образования, культуры и социальной сферы.
  - [Образовательная программа «Управление некоммерческой организацией»](#) («Университет НКО» Хабаровского края). Обучение проводится для руководителей, сотрудников, волонтеров НКО и инициативных граждан Хабаровского края.
  - [Образовательный практикум «Социальное проектирование и управление социальными проектами»](#) (НО «Центр инновационного развития и трансфера технологий» и Казанский федеральный университет). Учебный курс посвящен качественной проектной, информационной и текущей работе некоммерческих организаций. Проходит только для негосударственных (немуниципальных) социально ориентированных НКО Республики Татарстан.
  - [Школа СО НКО](#) (Фонд гражданских инициатив Югры). Образование для представителей некоммерческого сектора, которое готовит профессионалов, обладающих набором практических знаний и навыков для создания некоммерческой или добровольческой организации, а также для ее успешной работы и качественного развития.

*«Помимо знаний, обучение дает возможность стать частью сообщества, обрести новые социальные связи. Многие впервые знакомятся и начинают взаимодействовать с коллегами, которые занимаются такой же темой, хотя до этого не общались или даже конкурировали».*

**Представитель НКО**

## ...так и бизнес-программ, специализированных курсов и курсов повышения квалификации и переподготовки (2/2)

### Бизнес-образование:

-  **СКОЛКОВО. Pro bono.** Инициатива Школы управления СКОЛКОВО, в рамках которой лидерам благотворительной индустрии России предоставляются грантовые места на бесплатное обучение в ряде программ школы.
-  **Обучение на платформе Нетология.** На каждом курсе для новичков (уровень Нео) выделяется два льготных места, доступ к которым может получить сотрудник или подопечный НКО.
-  **Курсы на платформе Skillbox.** Программа предоставляется для участников проекта «Технологии Добра» и предполагает льготный доступ и получение НКО скидки до 95% на программы обучения Skillbox по таким направлениям как: маркетинг, финансы, бухгалтерия, управление командой, цифровой дизайн, копирайтинг, формат обучения. Доступ предоставляется на корпоративной платформе обучения Lerna.ru, а сами занятия проходят на образовательной онлайн-платформе Skillbox в формате видеоуроков с выполнением практических заданий и их проверкой куратором. Доступ предоставляется официально трудоустроенным сотрудникам НКО.

### Специализированные курсы и курсы повышения квалификации:

-  **Школа НКО. Тиражирование** (АНО «Центр творческого развития и просвещения»). Проект учит быстро и качественно фиксировать свой опыт и упаковывать его в письменный продукт/технологии, которую можно будет распространять в другие регионы России.
- Онлайн-курс по социальному проектированию** (Фонд президентских грантов). Базовый курс «Социальное проектирование» доступен всем желающим научиться планировать социальные проекты.
-  **smm добра** (Медиашкола НКО). Курс нацелен на то, чтобы: сделать соцсети НКО привлекательными для аудитории, увеличить количество подписчиков, научиться через контент привлекать больше пожертвований, благополучателей, волонтеров
-  **Институт развития образования им. К. Д. Ушинского.** Курсы в области кадровой политики, документооборота, цифровизации, менеджмента, воинского учета, стандартов информационной отчетности, цифровой коммуникации. Курсы предоставляются бесплатно для участников проекта «Технологии Добра».
-  **Инновационно-образовательный центр «Северная столица».** Курсы в области менеджмента, бюджетирования, воинского учета.
- «АНО ДПО «Академия дополнительного профессионального образования».** «Управление НКО. Школа нового лидера», «Управление некоммерческой организацией»
- Факультет НКО.** Курсы в области права, финансов, управления.
- ЦНТИ Прогресс.** Обучение для специалистов некоммерческих и общественных организаций.
- ITC GROUP Бизнес-школа.** Семинары и курсы в Москве и Санкт-Петербурге, офлайн и онлайн.
- Повышение квалификации «Управление некоммерческой организацией» в Москве** (НЦПО).
- Управление социальными проектами в рамках некоммерческой организации** (Московский институт профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогов).
- Корпоративный фандрайзинг для НКО.**
- Поиск средств для НКО.**
- Школа для создания СО НКО.**

*«Я, наверное, против того, чтобы учить людей замыкаться на какой-то отдельной среде. Я за равные возможности во всем. Мы должны учиться там же, где учатся все. Мне кажется, что очень плохо замыкаться в среде. Я считаю, что важны маркетинг, просто управление, например. Но я как человек, который не так давно в НКО работает, вижу внутри фонда коллег, которые давно работают в НКО и которые недавно, и, честно, если говорить про PR-проекты, про фандрайзинг, то больше каких-то свежих идей, новых контактов, активной вовлеченности у людей, которые не из сферы НКО приходят».*

*«И здесь гораздо важнее, чтобы человек был профессионалом не в индустрии, а в своей области. То есть если человек идет в фандрайзинг, он должен быть хорошим продавцом. Если человек идет в маркетинг, он должен быть профессиональным маркетологом, финансистом, бухгалтером, юристом, психологом, управленцем и так далее. В сфере благотворительности нет никакой специфики, если мы говорим о бизнес-процессах».*

Представитель НКО

Представитель НКО

## **7.2 Целевые капиталы**

## В США за 2024 год объем активов эндаументов в сфере образования увеличился на 7%

Зарубежные НКО все чаще диверсифицируют источники финансирования и обеспечивают финансовую безопасность путем развития эндаумент-фондов. В США, как и во многих странах, наибольшую долю объемов целевых капиталов составляют эндаументы высших учебных заведений — 86% от общей рыночной стоимости целевых капиталов принадлежит 144 колледжам, институтам и образовательным фондам.

### Размер активов эндаументов образовательных фондов США, млрд \$



Несмотря на снижение средней номинальной доходности целевых капиталов американских ВУЗов в 2023 и 2024 гг., она превышает уровень инфляции. Объем активов эндаументов за период 2021–2024 гг. увеличился на 6,4%, что свидетельствует о сохранении интереса к долгосрочному финансированию НКО через целевые капиталы.

Вместе с тем, сохраняется тенденция на размещение наибольшей доли активов эндаумент-фондов в непубличных акциях (включая частный капитал, венчурный капитал и рыночные альтернативы): так в США их доля в активах составляла 45,1% в 2024 г. и 30% в 2023 г., в Канаде в 2024 г. 15% активов были инвестированы в непубличные акции и 50,8% — в публичные (канадские и зарубежные акции).

\*Количество участников исследования в 2021 г. – 720 фондов, в 2023 г. – 688 фондов, в 2024 г. – 658 фондов.

### Формы распределения активов целевых капиталов ВУЗов США\*\*, 2024 г.



\*\*Данные исследования 2024 NACUBO-Commonfund Study of Endowments, в котором приняли участие 658 эндаументов, принадлежащих американским колледжам, университетам и образовательным фондам, медианный размер эндаументов которых — \$234,1 млн  
 Источник: 2024 NACUBO-Commonfund Study of Endowments, 2021 NACUBO-TIAA Study of Endowments, [Commonfund](#), Current US Inflation Rates: 2000-2025, Frank RG, 2025 г.

## 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.

*«Я сторонник эндаумента. Я видел примеры очень больших эндаумент-фондов (скорее при университетах). Для университетов и для благотворительных фондов логично, чтобы были эндаументы: они дают стабильность и долгосрочность планирования, позволяя брать обязательства, которые можно гарантировать на длительный период».*

**Крупный филантроп**

## Объем капитала в эндаумент-фондах в России на 2024 год составляет 156 млрд рублей

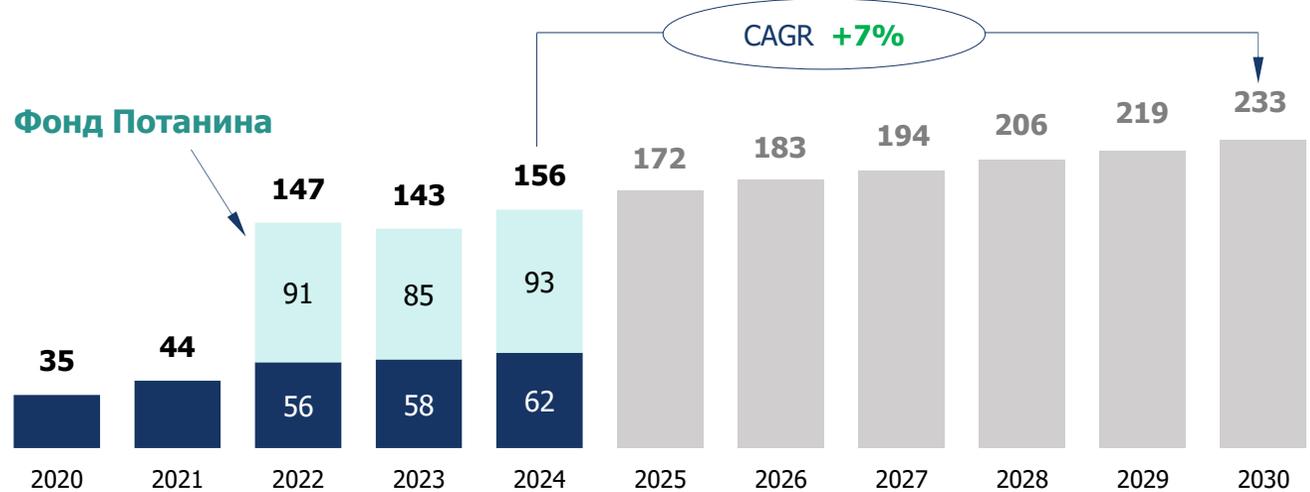
НКО с целевыми капиталами, шт.

У **12%** в среднем сформировано **5** целевых капиталов.

У **88%** сформирован **1** целевой капитал.



Объем активов в целевых капиталах под управлением, прогноз до 2030 г., млрд руб.



Около 15% всех НКО с целевыми капиталами являются пустыми, т. е. не имеют активов в целевых капиталах, и еще примерно 15% не делятся информацией или находятся в стадии ликвидации. В большинстве случаев НКО или специализированный эндаумент-фонд формируют один целевой капитал, но у 12% НКО сформировано, в среднем, 5 целевых капиталов — диапазон колеблется от 2 до 30 целевых капиталов на одну организацию. Зачастую, такие целевые капиталы формируются под разные программы или цели внутри университетских эндаумент-фондов. У практики создания большого количества капиталов есть и дополнительная цель — это сплочение сообщества вокруг одной темы и взаимная поддержка. Другим преимуществом создания нескольких целевых капиталов является гибкость и прозрачность при управлении активами. В 2023 г. было зарегистрировано 30 новых целевых капиталов или фондов целевых капиталов, 8 из них были сформированы внутри организации.

По данным 22-х управляющих компаний, предоставивших данные Национальной Ассоциации Эндаументов, на конец 2024 г. объем целевых капиталов составил 156 млрд рублей. Без учета фонда Потанина общий объем рынка в 2024 г. также вырос и составил 62 млрд руб. против 44 млрд руб. в 2021 г. (+41%). Активы фонда Потанина в 2024 г. по отношению к 2023 г. выросли на 9,4%, превысив показатели 2022 года.

Согласно прогнозу, к 2030 г. объем в эндаумент-фондах вырастет в полтора раза до 233 млрд руб. Ожидания завершения периода высокой ключевой ставки переориентируют рынок обратно с вкладов на инвестиционные инструменты. Однако, поскольку эндаумент-фонды действуют в парадигме долгосрочного горизонта планирования, то эти ожидания в меньшей степени влияют на политику управления их активами.

## ВИМ инвестиции управляют более чем третью всех целевых капиталов, в то время как ТКБ имеют самый крупный портфель целевых активов

### Топ-10 НКО по размеру ЦК, 2024 г., млн руб.

Эндаумент-фонды	Управляющие компании
Фонд Потанина* <b>93 273</b>	Эра Инвестиций, ТКБ Инвестмент Партнерс, ТрастЮнион АйЭм, УК Тринфико, РОНИН Траст, РВМ Капитал
ФК «Динамо-Москва» <b>7 667</b>	ВИМ Инвестиции**
Сколтех <b>5 015</b>	Альфа-Капитал, ВИМ Инвестиции
Наш Норильск <b>3 959</b>	AAA Управление Капиталом
Школа «ЛЕТОВО» <b>2 892</b>	Первая**
Российский Фонд культуры <b>2 648</b>	Первая**
ЕУСПб <b>2 607</b>	Апрель Капитал, ТКБ Инвестмент Партнерс
Кольский <b>2 150</b>	Эра Инвестиций
МГИМО <b>2 010</b>	ВИМ Инвестиции
РВИО <b>1 919</b>	AAA Управление Капиталом

### Топ-10 УК по объему ЦК под управлением, 2024 г., млрд руб., шт.

Управляющая компания	Объем ЦК (млрд руб.)	Количество ЦК
ТКБ Инвестмент Партнерс	<b>26,0</b>	<b>43</b>
ООО «ТрастЮнион АйЭм»	<b>16,9</b>	<b>1</b>
Ронин Траст	<b>16,7</b>	<b>18</b>
РВМ Капитал	<b>16,3</b>	<b>2</b>
ТРИНФИКО	<b>16,2</b>	<b>5</b>
ВИМ Инвестиции	<b>16,2</b>	<b>93</b>
Брокеркредитсервис	<b>15,4</b>	<b>43</b>
Первая	<b>15,1</b>	<b>85</b>
AAA Управление Капиталом	<b>13,9</b>	<b>27</b>
Альфа-Капитал	<b>6,1</b>	<b>27</b>

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 (см. таблицу справа). 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 рисковые портфели. На конец 2024 г. управляющей компанией с наибольшим объемом целевых капиталов под управлением является ТКБ Инвестмент Партнерс, далее следует «ТрастЮнион АйЭм». С 2021 г. в рейтинге изменились лидеры, что связано с формированием целевого капитала Фонда Потанина. Если говорить о количестве целевых капиталов под управлением, то лидирующую позицию занимает «ВИМ Инвестиции».

\*Эндаумент фонд + НКО

\*\*УК «ВТБ Капитал Управление активами» была переименована в «ВИМ Инвестиции» в марте 2022 г. «Сбер Управление Активами» был переименован в УК «Первая» в апреле 2022 г.

Источник: НАЭ, Фонд Потанина, официальные сайты указанных организаций, InvestFunds.

### Денежные средства ЦК, в том числе иностранная валюта, могут быть размещены в →

- государственных ценных бумагах РФ;
- облигациях и акциях иных иностранных эмитентов;
- объектах недвижимого имущества;
- акциях российских публичных компаний;
- ипотечных ценных бумагах;
- депозитах в рублях и иностранной валюте в кредитных организациях;
- государственных ценных бумагах иностранных государств, в которые могут размещаться средства ФНБ;
- ЗПИФ, ОПИФ, ИПИФ, БПИФ;
- клиринговых сертификатах участия.

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

Структура и доходность ЦК фонда Потанина, 2023 г., %, млрд руб. Структура чистых активов фонда Потанина, %, млрд руб.



Фонд Потанина посредством целевых капиталов являлся 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.

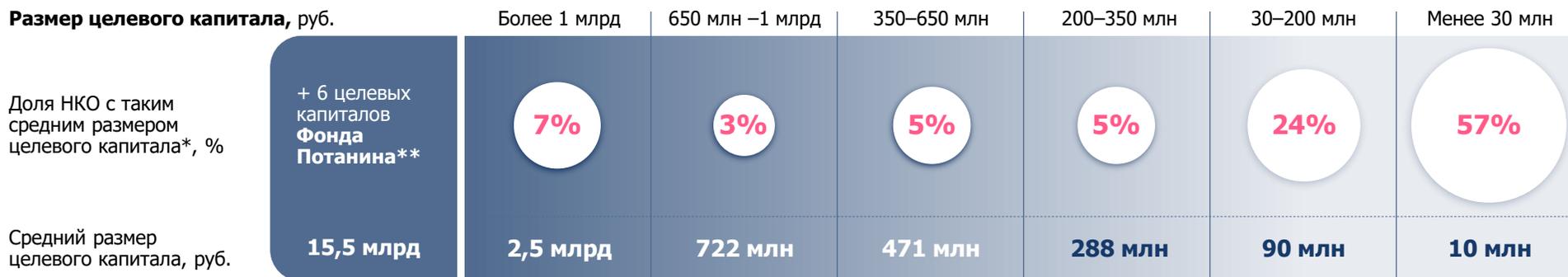
\*Годовая доходность доверительного управления до вычета вознаграждения УК.  
 \*\*Рыночные инвестиции – ценные бумаги, денежные средства и банковские депозиты.  
 \*\*\*Росбанк стал частью Т-Банка 1 января 2025 г.  
 Источник: Фонд Потанина, АСИ, Frank RG, 2023 г.

Источник: Фонд Потанина

FRGSPB2025C

## Более половины российских эндаумент-фондов имеют капитал размером до 30 млн рублей

### НКО по размеру сформированного целевого капитала



Более половины НКО с целевым капиталом имеют средний размер капитала меньше 30 млн рублей. Другая значимая группа — это целевые капиталы от 30 до 200 млн рублей, где средний размер составляет 90 млн рублей. 15% всех НКО с целевыми капиталами имеют капиталы свыше 650 млн рублей. Формирование целевого капитала размером в 1 млрд рублей, 300 млн рублей или 30 млн рублей — разные по масштабу и ресурсоемкости задачи. Однако, капитал любого размера может послужить целям организации.

*«То есть создать эндаумент — это не проблема с организационной точки зрения. Вопрос в том, чем пополнять и кто будет в этом участвовать? Это всегда человеческие отношения. Это долгая, серьёзная история».*

#### Представитель НКО

*«Мы понимаем, что эндаумент имеет смысл создавать, когда масштаб нашей деятельности и бюджет, соответственно, будут увеличены в несколько раз».*

#### Представитель НКО

Большой поддержкой для НКО при формировании капитала является возможность получить грант на эту цель. На этом этапе НКО, для формирования необходимого размера капитала, может также подключить и помощь крупных филантропов. Поскольку НКО не является целевым клиентом для управляющих компаний, выбор управляющей компании и настраивание взаимодействия с ней — один из важных шагов, где НКО также может потребоваться экспертная поддержка. **Сочетание грантовой поддержки и профессионального совета даст максимальное эффективное использование выигранного гранта.**

Представители НКО едины во мнении, что при создании целевого капитала эффективнее формировать его под конкретную цель или статью расходов. Также стоит учитывать для небольших фондов, что открытие отдельного фонда для целевого капитала может быть затратным и, возможно, предпочтительнее формировать капитал внутри НКО или воспользоваться платформами для создания целевых капиталов. Это поможет избежать лишних расходов.

Вопросы доверия существуют не только у благотворителей к деятельности НКО, но и у самих НКО, когда они сталкиваются с необходимостью создать целевой капитал. Среди причин недоверия может быть отрицательный опыт взаимодействия с УК, желание контролировать самостоятельно процесс, а также труднодоступность информации, полезной для эндаумента планируемого масштаба.

\*Из 261 российских НКО, имеющих эндаумент-фонды, были рассмотрены 153 НКО, имеющие размещенный в 289 эндаумент-фондах капитал.

\*\*6 целевых капиталов Фонда Потанина с общим капиталом 93,3 млрд руб. исключены из анализа.

Источник: Люди Идеи, Фонд Потанина, Frank RG, 2025 г.

## В РФ 71% НКО, имеющих ЦК, созданы с целью развития образования и науки

Доля НКО в разных группах по среднему размеру целевого капитала, которые работают в следующих направлениях, %

Направление / Средний размеру ЦК	2022						2024					
	Менее 30 млн	30–200 млн	200–350 млн	35–650 млн	650 –1000 млн	Более 1000 млн	Менее 30 млн	30–200 млн	200–350 млн	35–650 млн	650 –1000 млн	Более 1000 млн
Развитие системы образования	67,5%	69,0%	66,7%	37,5%	–	30,0%	69,1%	62,2%	71,4%	55,6%	25,0%	27,3%
Развитие науки	39,2%	41,4%	11,1%	37,5%	100,0%	30,0%	40,0%	35,1%	28,6%	44,4%	25,0%	36,4%
Развитие культуры и искусства	19,2%	13,8%	22,2%	37,5%	100,0%	30,0%	20,9%	10,8%	28,6%	22,2%	50,0%	36,4%
Социальные проекты	12,5%	–	–	–	–	10,0%	12,7%	2,7%	–	–	–	9,1%
Развитие спорта	5,8%	3,4%	11,1%	12,5%	–	10,0%	6,4%	2,7%	14,3%	11,1%	–	9,1%
Развитие здравоохранения	5,8%	10,3%	–	–	–	10,0%	6,4%	8,1%	–	–	–	9,1%
Развитие НКО, благотворительности	3,3%	13,8%	11,1%	25,0%	–	10,0%	0,9%	18,9%	–	22,2%	25,0%	9,1%
Детство	3,3%	–	11,1%	–	–	–	2,7%	2,7%	–	11,1%	–	–
Сиротство	2,5%	–	11,1%	–	–	–	1,8%	2,7%	–	11,1%	–	–
Онкология	0,8%	–	–	–	–	–	0,9%	–	–	–	–	–
Развитие предпринимательства	0,8%	–	–	–	–	–	–	2,7%	–	–	–	–
Наследие и историческая память	1,7%	–	–	–	–	–	1,8%	–	–	–	–	–
Детская инвалидность	0,8%	–	–	–	–	–	0,9%	–	–	–	–	–
Религия	0,8%	–	–	–	–	–	0,9%	–	–	–	–	–
Окружающая среда	0,8%	–	–	–	–	–	0,9%	–	–	–	–	–

Небольшие эндаумент-фонды, размер которых составляет до 30 млн руб., охватывают наиболее широкое разнообразие поддерживаемых направлений. Как правило, с ростом размера эндаумента происходит сужение сфер оказываемой помощи — крупные фонды размером более 350 млн руб. сосредоточены на поддержке 1-3 приоритетных направлений. «Развитие системы образования» и «развитие науки» — наиболее часто встречающееся сочетание направлений. Эти направления деятельности являются приоритетными для большинства фондов, особенно эндаументов, принадлежащих ВУЗам, которые направляют средства на развитие и поддержку образовательных и научных программ для студентов, выпускников и преподавателей. Однако по мере увеличения целевого капитала эндаументы чаще формируются для поддержки науки, культуры и искусства.

\*Из 261 российских НКО, имеющих эндаумент-фонды, были рассмотрены 176 НКО, имеющие размещенный в 317 эндаумент-фондах капитал. 6 целевых капиталов Фонда Потанина с общим капиталом 93,3 млрд руб. исключены из анализа как экстремальные выбросы, искажающие значение среднего целевого капитала в группах.  
Источник: Люди Идеи, Фонд Потанина, Frank RG, 2025 г.

## **7.3 Тренды в коммуникации с благотворителями**

## В обществе сохраняются низкая информированность и негативные представления о профессиональной благотворительности

Несмотря на обилие контента о благотворительности, а также открытой политике в отношении отчетности в индустрии благотворительности, о секторе сохраняется определенный пул предубеждений и мифов. Большинство из них связано не с отсутствием информации о работе фондов и не с низким уровнем профессионализма сотрудников, а с нехваткой простой и понятной коммуникации о том, что происходит в индустрии и как работают фонды. Важно разрушать предубеждения, и мы предлагаем ряд контраргументов, которые можно использовать в коммуникации

### Мифы

- Фонды занимаются мошенничеством.
- Фонды используют для отмывания денег.

- Благотворительность — способ отмыть свою репутацию за счет денег.

- Переводить на личные счета карт благополучателей и сотрудников фондов напрямую — это удобно.
- НКО — лишнее звено на пути средств для нуждающихся.

- Лучше помочь конкретному человеку, чем помогать фондам.

- Благотворительность — средство пиара. Настоящая помощь должна быть неафишируемой, «тихой».

### Контраргументы

Простая, легкодоступная и регулярная коммуникация о работе фонда.

Личные истории учредителей и сотрудников фондов могут повысить доверие потенциальных доноров.

Переводы напрямую нуждающимся создают среду, где мошенники спекулируют на теме благотворительности. Отрицательный опыт человека в таком случае создает благодатную почву для укоренения мифа о мошенничестве в фондах.

- НКО создает инфраструктуру, аккумулирует экспертизу, контакты, что позволяет масштабировать благотворительную помощь. Можно помочь большему количеству людей.
- Часть НКО занимается не помощью людям напрямую, а фокусируется на системных проблемах, до которых пока что не «дотягивается» государство.

Пересказ личного опыта, особенно вживую, помогает многим решиться на занятие благотворительностью, преодолев свои предубеждения и страхи.

*«Мы работаем, открывая всю информацию, которая есть: куда мы тратим деньги, как мы привлекаем деньги, кто у нас работает. Всю ту информацию, которая необходима для того, чтобы человек, попадая на твое поле деятельности через сайт, через социальные сети, чтобы он понимал, что такое фонд, мог легко и просто разобраться, понимал, чем занимается организация. Как система отзывов и рейтингов в Яндекс. Если вы зайдете на Яндекс, у нас там достаточно много отзывов. И многие пишут отзывы, это все реальные люди, и это очень круто. Наш рейтинг там 5.0».*

**Представитель НКО**

*«Важное погружение вообще в любую сферу или в любой вопрос — это увидеть людей, которые непосредственно этим занимаются, задать им порой даже, возможно, очень глупые вопросы, просто для того, чтобы почувствовать себя наравне».*

**Представитель НКО**



## НКО все более системно подходят к освещению своей работы в медийном пространстве

Медиапотребление претерпело изменение за последнее время: значительно расширился пул медийных площадок, кроме традиционных СМИ появились интернет издания в мессенджерах и каналы блогеров, крупные компании с помощью своих сайтов и приложений могут размещать информационные материалы. В условиях снижения среднего размера пожертвования БФ диверсифицируют свою медийную деятельность для расширения пула доноров. Представители БФ отметили, что потребители склонны более доверять конкретному (зачастую малому) блогеру или конкретной компании, поэтому работа с этими медийными площадками активно развивается.

«Используем все возможные каналы, которые есть, начиная от выхода публикаций в СМИ и медиа. У нас есть наружная реклама, которой очень много, мы регулярно сами замечаем её в разных регионах».

«В одной компании мы проводили пабллик-ток. Завершением стала благотворительная ярмарка. Понятно, там не только мы были, хотя мы явились инициаторами, авторами всего мероприятия. Были очень классные отзывы от сотрудников компании. И у нас появились, по-моему, порядка 30 человек, а именно рекуррентов».

«У нас есть отдел инфлюенс-маркетинга, который на регулярной основе отдает наши сборы блогерам, и они берут это, и делается это на безвозмездной основе, потому что блогерам интересно поддержать проект».



«...сборы на ТВ до сих пор очень активно работают. Это вот, кстати, тот факт, который для меня, как человека извне, был удивителен, потому что я давно живу без телевизора, не представляла, что до сих пор он настолько популярен. Но для нас да, это правда, большая помощь. Нам очень помогает телеканал "Домашний" уже на протяжении долгого времени. Надеемся, что наше сотрудничество и дальше будет поддерживать пациентов Детского хосписа. Но здесь очень интересный момент, что люди, которые регулярно совершают пожертвования через сайт, положительно настроены к нам. А бывают люди, которые просто случайно увидели по ТВ сюжет, эмоционально поддержали, переведя 50–100 ₽. Потом мы получаем от них негатив на горячую линию».

«Такие СМИ, как Сноб и Forbes, писали о нас и часто вспоминают по итогам наших событий и мероприятий».

«Мы ведем все: Facebook, Telegram, ВКонтакте, Одноклассники и пр. Аудитория разная у нас. Мы при этом контент все сильно не диверсифицируем, то есть он примерно одинаковый».

Представители НКО

## Для эффективного инфлюенс-маркетинга НКО доверие к личности инфлюенсера важнее, чем его популярность

### Важность выбора оптимального канала коммуникации.

Реакция на один и тот же контент с публичными личностями на разных платформах может существенно отличаться, так как каждая платформа имеет свои особенности: портрет аудитории, формат потребления контента и алгоритмы продвижения. Для успешного взаимодействия некоммерческих организаций с аудиторией через инфлюенс-маркетинг необходимо тщательно сегментировать ее по каналам коммуникации и адаптировать контент под каждую конкретную площадку с учетом характеристик аудитории и механизмов продвижения.

*«Мы ведем все: Facebook\*, Telegram, ВКонтакте, Одноклассники — у нас разная аудитория. При этом мы все равно сильно не диверсифицируем контент, то есть он примерно одинаковый. <...> Если говорить про комментарии в соцсетях, то во ВКонтакте больше негатива в комментариях, в Inst\* его практически нет. Совсем недавно мы выпустили ролик, он набрал почти миллион просмотров, почти все комментарии позитивные, что для такого охвата немного шокирующе».*

**Представитель НКО**

### Доверие к личности инфлюенсера важнее масштаба охвата.

Аудитория активнее откликается на рекомендации и просьбы от знакомых и инфлюенсеров, вызывающих доверие, чем на обезличенную рекламу о деятельности НКО. Наиболее эффективным является сотрудничество не с крупными блогерами-миллионниками, а с локальными или нишевыми микроинфлюенсерами. Их рекомендации и призывы о помощи НКО имеют больший отклик и вовлеченность, так как в небольших блогах выше уровень доверия, лояльность аудитории и теснее контакт с ней.

*«Мы больше внимания начали уделять именно работе с блогерами, с каналами в Telegram, в Inst\* и т. д., с амбассадорами, потому что люди верят людям больше, чем абстрактному телевизору».*

*«Вы сталкиваетесь с \*\*\* в той среде, которой вы доверяете: <...> если это спортсмен, то вы априори доверяете репутации спортсмена, и если он что-то рекомендует, то вы откликаетесь на эту рекомендацию».*

*«Мы много выходим на партнерства, взаимодействие с разными блогерами — не миллионниками. Миллионники обычно не приносят такой ценности. Небольшие блоги — это прекрасно, там очень приятная домашняя атмосфера».*

**Представитель НКО**



*«Есть критерии. Первое — мы должны что-то обязательно сделать вместе. То есть, это никогда не холодное предложение сразу, должен быть какой-то позитивный опыт совместных действий. Второе — ресурсный человек, третье — безопасный человек, с политической точки зрения. И четвертое — это комфортность коммуникации, то есть мне важно, чтобы это было максимально комфортно».*

**Представитель НКО**

\*Принадлежат признанной экстремистской и запрещенной в РФ Meta.  
Источник: Frank RG, результаты экспертных интервью, 2025 г.

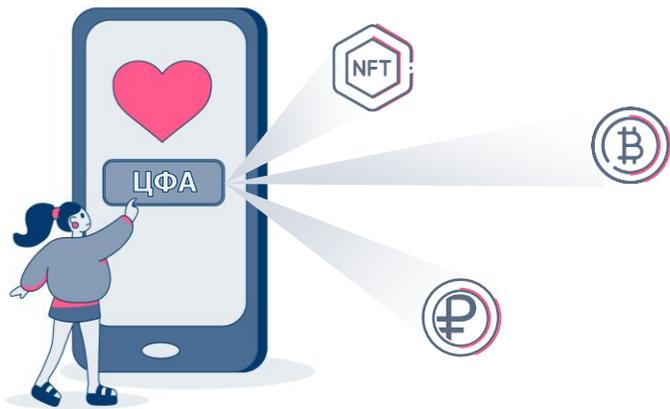
## **7.4 Новые технологии и инструменты**

## Использование цифровых активов и инновационных технологий привлекает в благотворительность новых участников

Распространение цифровых активов и новых механизмов осуществления пожертвований — краудфандинга, криптопожертвований, глобальных фондов — способствуют развитию как местной, так и международной благотворительности. Использование цифровых активов позволяет НКО увеличить базу доноров, а также объем пожертвований. Согласно исследованию Global Trends in Giving Report, 29% доноров до 40 лет предпочитают совершать пожертвования, используя онлайн-механизмы (такие как соцсети, краудфандинг).

### Технологии

- CRM-системы, программное обеспечение, чат-боты и персонализированные рассылки на основе ИИ для анализа, прогнозирования поведения доноров, персонализации взаимодействия с ними и оптимизации фандрайзинга.
- Краудфандинг через соцсети и цифровые платформы.
- ИИ анализирует сценарии поведения пользователей в соцсетях, выявляет и прогнозирует наиболее активные сообщества. Это позволяет НКО запускать эффективные краудфандинговые кампании и привлекать внимание целевой аудитории потенциальных доноров к своим инициативам.



### Цифровые активы

#### • Криптовалюта

Согласно оценке The Giving Block, в 2024 г. сумма благотворительных пожертвований, осуществленных с использованием криптовалюты, составила более \$1 млрд, в 2025 году прогнозируется увеличение показателя до \$2,5 млрд.

Save the Children стала первой международной НКО, которая приняла пожертвования в криптовалюте, ее также используют United Way, Food for Life Global, Greenpeace и пр.

#### • NFT (невзаимозаменяемый токен)

Пожертвование с использованием NFT дает НКО возможность получения постоянного источника дохода: НКО могут сотрудничать с брендами, художниками, частными лицами для создания NFT, создавать собственный токен или получать пожертвования напрямую от продаж NFT донорами.

В 2021 г. компания Coca-Cola в партнерстве с 3D-художниками компании Tafi провела аукцион NFT, собрав \$576 тыс. для поддержки Special Olympics International.

- **Цифровые валюты центральных банков (CBDC)** на данный момент находятся в стадии разработки в таких странах, как РФ, Франция, Китай, ОАЭ и т. д., однако в перспективе могут стать удобным инструментом совершения пожертвований, благодаря безопасности, прозрачности переводов и выгоде для доноров за счет экономии на банковских комиссиях (в РФ в рамках пилотных проектов были реализованы переводы цифрового рубля на благотворительность юрлицами: Альфа Банк, Банк ДОМ РФ).

# Использование ИИ экономически эффективно для 71% НКО, но барьером к его внедрению являются этические ограничения

## Компании, предлагающие услуги по внедрению ИИ



**Ai Superior** — разрабатывает программное обеспечение и решения на базе ИИ для анализа данных, внедряет их в уже существующие ПО, осуществляет ИИ-консалтинг и обучение организаций, в том числе НКО.

**Salesforce** — услуги по управлению производительностью и персонализацией: прогнозный ИИ (внедренный в CRM) позволяет определить вероятность того, кто станет крупным или регулярным донором, а генеративный — создать контент для привлечения потенциальных доноров (в том числе электронные рассылки).

**IBM Watsonx** — комплексная платформа для создания и внедрения в работу организаций AI-решений, которые позволяют автоматизировать сервисы поддержки, анализировать данные, моделировать и прогнозировать сценарии для определения сбора средств и выявления лучших потенциальных доноров и методов их привлечения.

**Amazon Web Services (AWS)** предоставляет услуги, используемые для получения с помощью ИИ баз данных и аналитики о донорах или волонтерах.

**Google.org Accelerator: Generative AI** — обучающая программа, которая обеспечивает наставничество, техническую подготовку и pro bono поддержку НКО, работающих с генеративным ИИ.

**Softengi** — предлагает такие решения на основе ИИ, как ИИ-ассистент для управления базами данных через векторизованные базы данных, ИИ-платформу для автоматизации закупок, ИИ-систему для автоматизации аудитов и платформа для управления корпоративным контентом.

**Dataro** — услуги внедрения систем для анализа поведения, сегментирования целевой аудитории доноров, выбора наиболее эффективных каналов взаимодействия с ними и прогнозирования на основе инструментов анализа ИИ.

## НКО, внедрившие в свою деятельность инструменты на базе ИИ

**GreenPeace:** увеличение рентабельности инвестиций на 22,8% при использовании оценки доноров с помощью машинного обучения для сегментации и прямой почтовой рассылки от Dataro в рамках краудфандинга.

**Parkinson's UK:** алгоритм машинного обучения Dataro изучил данные о сборе средств, чтобы составить целевой список доноров, которые с наибольшей вероятностью совершат пожертвования. Прогнозы и сегментирование доноров на основе ИИ достигли уровня отклика на прямые рассылки более 14% по сравнению с уровнем отклика чуть менее 9% при традиционном подходе сегментации.

**Американский Красный Крест** использовал ИИ для разработки Clara — бота-донора крови, который ежемесячно помогает более 20 тыс. донорам узнать больше о донорстве и управлять записями на сдачу крови.

**Action for Children UK:** для расширения аудитории кампании Secret Santa был создан благотворительный поп-ап магазин: на основе анализа ИИ реакций посетителей на изображения потенциальных подарков, было предложено совершить покупку конкретного товара в качестве подарка для детей. 93% посетителей магазина, которые воспользовались этим цифровым интерактивным решением, совершили пожертвования.

**Asylum Seeker Advocacy Project** использует ИИ для масштабирования виртуальной справочной службы для ответ на правовые вопросы об иммиграции.

**WattTime:** в рамках коалиции с Climate TRACE использует ИИ для мониторинга больших объемов спутниковых изображений, чтобы выявлять выбросы парниковых газов крупных загрязнителей.

## Мотивация НКО для внедрения и использования ИИ:

- 71% НКО считают основной мотивацией внедрения ИИ операционную эффективность, позволяющую экономить время для реализации миссии НКО.
- Автоматизация рутинных задач по обработке заявок, ведению отчетности и пр.
- Сокращение расходов и получение финансово недоступных услуг: на фандрайзинг, разработку маркетинговых кампаний, ведение бухгалтерского учета, исследования, найм и оценку, услуги перевода и т. д.
- Увеличение производительности без необходимости в дополнительном персонале.
- Оптимизация фандрайзинговых инструментов через анализ и прогнозирование поведения доноров, персонализация рекомендаций для них.
- Оптимизация мониторинга и оценки эффективности программ.

## Опасения НКО относительно использования ИИ:

- Этические опасения, связанные с конфиденциальностью и защитой данных — для 42% НКО этот аспект является барьером к внедрению ИИ.
- Отсутствие у НКО политики в отношении ИИ (есть всего у 32% НКО), что подчеркивает необходимость контроля и инклюзивности ИИ.
- Большинство опрошенных организаций (73%) не имеют инструкций или руководств в отношении ИИ.
- Потеря «личного взаимодействия» с донорами.
- Большие финансовые затраты на внедрение и использование ИИ.
- Неточность предоставляемой ИИ информации как для доноров, так и для работников НКО.

# Оптимизация деятельности НКО: как ИИ и автоматизация могут трансформировать сбор и распределение пожертвований

## Варианты применения AI и автоматизации в процессе сбора и распределения пожертвований:



### 1 Операционная деятельность

Создание контента, автоматизация рутинных задач и сокращение расходов, анализ текстов, оценка проектов, визуализация данных, внутренняя аналитика.

Более трети НКО используют инструменты веб-аналитики (40%) и автоматизированной Email-рассылки (33–38%), чуть менее распространено использование CRM-систем (25–29%).



### 2 Грантовая деятельность

Анализ, отбор и составление заявок, оптимизация распределения ресурсов, предотвращение злоупотреблений.



### 3 Фандрайзинг

Взаимодействие с донорами и благополучателями, персонализированные рекомендации, прогнозная аналитика и крипто-филантропия.

За счет внедрения AI-технологий и персонализированного подхода к донорам ожидается рост ROI фандрайзинговых кампаний до 0,2.



### 4 Решения на основе данных

Анализ социальных проблем и потребностей целевых аудиторий.

Несмотря на потенциал и эффективность ИИ в рамках деятельности НКО, **лишь 2% НКО используют ИИ на регулярной основе.**

Барьерами внедрения технологий искусственного интеллекта в некоммерческий сектор являются:

- Низкая цифровая зрелость НКО, использующих базовые цифровые инструменты: сайты, соцсети, Email-рассылки;
- Низкая степень интеграции ИИ: его использование в ограниченных областях: создании контента, подготовке отчетности и анализе данных;
- Дефицит квалифицированных в области ИИ сотрудников в некоммерческом секторе.

Использование технологий искусственного интеллекта оптимизирует операционные процессы, что позволяет сотрудникам и менеджерам НКО сосредоточиться на стратегически важных задачах по популяризации благотворительности и привлечению пожертвований, при этом сокращая расходы на дополнительный персонал и уменьшая время на выполнение задач.

В рамках экспертных интервью были озвучены следующие примеры использования ИИ сотрудниками НКО:

- Создание контента (текст и графика) для страниц НКО в соцсетях и на их сайтах;
- Подготовка официальных отчетов;
- Автоматизация взаимодействия с подопечными (чат-бот);
- Микроменеджмент (создание списков рассылок, стенограмм встреч);
- Аналитика: ИИ как поисковый сервис и инструмент для анализа данных (внутренних и в рамках исследований внешнего опыта).

*«Мы используем искусственный интеллект, он очень помогает нам с разными вопросами. Мне бы хотелось оптимизировать штат за счет его использования, но нас ограничивает то, что ИИ нельзя передавать персональные данные. У нас огромная часть работы связана с ними, поэтому мы думаем, как и какую часть данных включить в него без разглашения информации».*

**Представитель НКО**

## **8 Заключение**

## В развитии благотворительной отрасли в России наблюдаются тренды, схожие с мировыми

В ходе исследования мировых трендов и развития благотворительности в России было выявлено, что отечественная благотворительность развивается схожим образом. Существующие различия обусловлены относительно малым сроком развития некоммерческого сектора в России, поскольку во времена СССР благотворительность не была так развита, как сегодня, так и во времена Российской империи, и различия эти количественные, а не качественные. Совпадение общих трендов показывает, что российская благотворительность быстро переняла передовые зарубежные практики в ходе развития благотворительности.



Все большая диджитализация новых поколений приводит к повышению роли инфлюенсеров и социальных сетей в выстраивании коммуникации между благотворительными организациями и обществом.



Наибольшей поддержкой пользуются следующие направления благотворительности: решение социальных проблем (сиротство, помощь бездомным и пр.), здравоохранение, религия, образование, помощь животным.



В России, как и в мире, самыми частыми направлениями деятельности эндаументов являются образование и культура. Мировой тренд на создание эндаументов благотворительными НКО отмечается и в России.



ИИ и цифровые технологии используются российскими и зарубежными НКО для оптимизации своих расходов на постоянные административные издержки и для улучшения качества предоставляемых юридических, медицинских и прочих консультаций.



Представители поколений Z и Y диверсифицируют свои траты на благотворительность — они чаще других поддерживают 3 и более организации. Также среди них больше благотворителей, которые сохранили объемы трат на благотворительность, но изменили/расширили спектр поддерживаемых организаций.



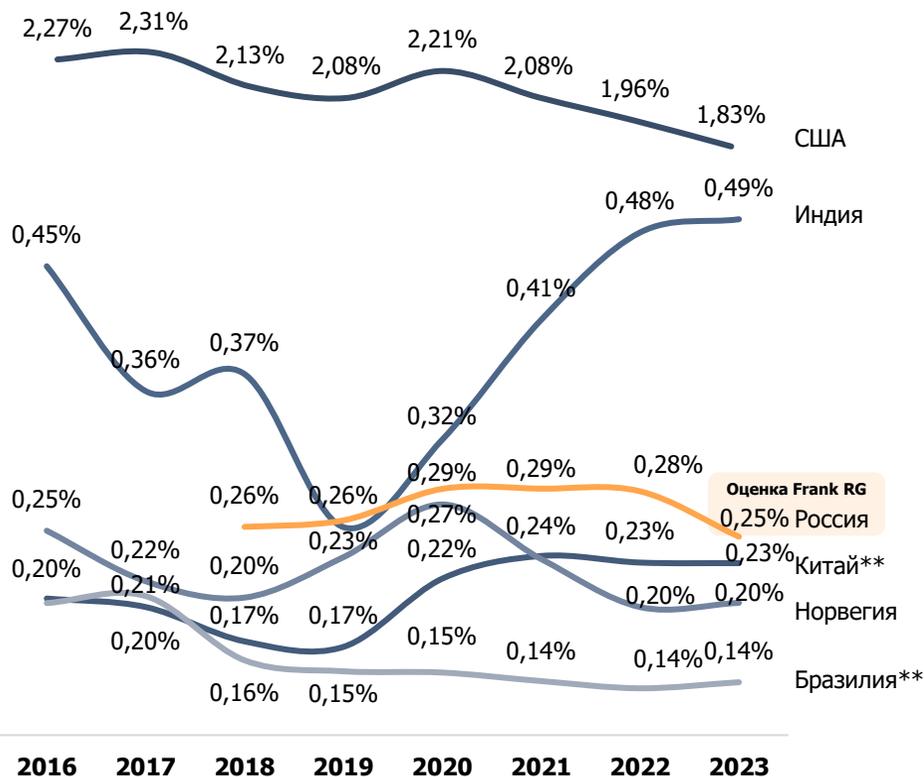
Вовлеченность состоятельных доноров в благотворительность растет как в среднем по миру, так и в России.

Сегодня представители российских НКО ощущают тренд на увеличение сотрудничества между НКО, особенно среди организаций, охватывающих решение одной или смежных социальных проблем. Особенностью российской благотворительности является сужение перечня стран для налаживания сотрудничества с другими НКО, а также санкционные ограничения, которые затрудняют прямую передачу опыта и технологий.

## 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), 2016–2023 гг., %\*

Расчеты Frank RG на основе данных об объемах благотворительности и ВВП



По ряду стран в выборке расходы на благотворительность остаются стабильными, хоть и наблюдается некоторое снижение доли в ВВП. Начиная с 2021 г. снижение наблюдается в США, Норвегии, Бразилии и в России. Китай и Индия в данный период были наиболее стабильными. Индия в 2021 г. показала рекордный рост частной благотворительности на фоне пандемии COVID-19, достигнув отметки в 0,41% доли ВВП, и этот рост продолжился и во многом за счет состоятельных клиентов и КСО. Ожидается, что каждый год объемы благотворительности в Индии будут расти в номинальном выражении на 11%.

В США отмечается рост частных пожертвований, однако их рост меньше темпов роста экономики страны. Падение расходов в номинальном выражении наблюдалось только в Китае, что связано с рекордным по сборам 2021 г., 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. Частная благотворительность отыграла пандемию не ростом трат, а переориентацией в наиболее актуальную сферу, такие как здравоохранение. Так в Индии за год происходило удвоение трат частных лиц на благотворительность в здравоохранение в 2020–2021 гг.

В 2025 г. 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 наращивания объемов может выступить поддержка пострадавших от вооруженных конфликтов в Украине и Палестине, к которым до сих пор приковано общественное внимание.

Пока же в России произошло падение доли благотворительности относительно ВВП до уровня 2019 г.

\*Размерность в % на графике не равномерна; \*\*расчет на основе многолетнего тренда для 2023 г.  
Источник: Frank RG, 2025 г., India Philanthropy Report 2023, Philanthropy in 2023: The Numbers Behind Giving | getchange.io

## Для быстрой реакции отрасли на кризисы, создания общих баз необходимых доноров и применения лучших мировых практик важен обмен данными и опытом

В сфере благотворительности используются следующие технологии и механизмы для обмена данными:

- Облачные платформы для совместного доступа к данным;
- Блокчейн-технологии для обеспечения прозрачности и безопасности;
- Системы обмена данными для реагирования на кризисные ситуации;
- Платформы для краудфандинга и обмена аналитикой;
- Обмен данными через партнерские сети.

Культурные особенности предполагают, что не во всех странах принято оказывать помощь бенефициарам как внутри страны, так и за границей, поэтому реализация сбора и обмена данными между странами и/или НКО может быть затруднена.

### Страны по уровню развития благотворительности

#### США ★★★

Развитая культура благотворительности, в том числе оказание помощи за рубеж.

**\$374,4 млрд**

Пожертвований поступило от частных лиц в 2023 г.

**1,35%**

Доля пожертвований к ВВП в 2023 г.

**Более 1,8 млн НКО**

Зарегистрировано в IRS на 10.03.2025 г.

**\$62,2 млрд**

Помощь, оказываемая Правительством и организациями США другим странам в рамках программы Official Development Assistance в 2023 г.

#### Бразилия ★★

Развитая культура благотворительности, Бразилия — крупный получатель пожертвований от иностранных доноров.

**\$2,6 млрд**

Пожертвований поступило от частных лиц в 2022 г.

**0,14%**

Доля пожертвований от частных лиц к ВВП, 2022 г.

**Почти 2 млн НКО**

Представлены в базе Global Giving.

**\$577 млн**

Иностранной помощи получила Бразилия от других государств и международных организаций в 2022 г.

#### Швеция ★

Благотворительность менее развита, культура предполагает, что государство должно поддерживать незащищенные слои населения.

**\$1,2 млрд**

Общая сумма благотворительных пожертвований в 2023 г.

**0,2%**

Доля пожертвований к ВВП в 2023 г.

**Более 250 тыс. НКО**

Согласно правительственному агентству SCD.

**\$5,5 млрд**

Помощь, оказываемая Правительством и организациями Швеции другим странам в рамках программы Official Development Assistance в 2023 г.

**Эффективный обмен данными в благотворительной сфере позволит НКО** выявлять глобальные тренды, проблемы и возможности сектора, чтобы быстро реагировать на кризисы; адаптировать и совершенствовать лучшие практики фандрайзинга, распределения ресурсов (денежных средств, лекарств, волонтеров); создавать глобальные базы доноров, пациентов, НКО (специализирующихся на изучении и лечении редких заболеваний) и др. Открытость данных позволит упростить сотрудничество в решении проблем и увеличить социальный эффект и создать устойчивую систему помощи нуждающимся.

## Не существует общепризнанного метода оценки эффективности работы НКО. В своей отчетности НКО показывают разные оценки

Благотворительные организации охватывают широкий спектр социальных проблем со своей спецификой, что не позволяет применять единую методику и общий набор показателей для оценки эффективности и социальных следствий работы организаций благотворительного сектора.

Существует **количественный подход** к оценке эффективности благотворительной деятельности. Самый простой пример применения такого подхода — годовой отчет БФ, где указаны объем и источники собранных средств, а также статьи расходов организации. Также могут быть указаны число подопечных, число мероприятий, число публикаций в СМИ о фонде и пр.

Также к количественному подходу можно отнести микроэкономические показатели организации.

Примеры:

- затраченный на маркетинг 1Р принес 5Р дополнительных сборов,
- 95 коп. из 1Р поступлений идут на целевые расходы организации,
- На каждого подопечного мы тратим в среднем более 100 000 Р в месяц.

Данный подход прост, но может не отображать специфики работы БФ — не всегда социальный эффект может быть адекватно оценен количественно.

*«Есть заболевания, при которых единоразовый прием лекарства стоит несколько десятков миллионов рублей. Это означает, что, единожды покупая человеку одну дозу препарата, фонд привлекает 100 млн рублей. Другой фонд может помочь, тысяче, десяти тысячам человек, купив им лекарство, точно так же жизненно необходимое, но оно стоит на порядок дешевле».*

**Представитель НКО**

**Целевой подход** оценки БФ предполагает постановку количественных/качественных целей перед БФ. Таким образом оценка эффективности его работы сводится к достижению целей на определенный срок.

Цели могут быть как внутренними, так и направленными на решение социальной проблемы.

Примеры:

- снижение доли непрограммных расходов БФ до 10%,
- 75%-ая обеспеченность подопечных необходимым медицинским оборудованием для лечения и ухода на дому для разгрузки коечного фонда,
- более 80% подопечных фонда (сирот) смогли поступить в вузы,
- ресоциализация и уменьшение численности бездомных на 70% к 2035 году,
- «Мы создали БФ, чтобы через 10 лет его закрыть за ненужностью».

Целевой подход характерен для больших БФ. Они имеют больше ресурсов для масштабирования своей деятельности, а значит имеют меньшие предельные издержки, что позволяет им сконцентрироваться на оптимизации и на достижении крупных социальных эффектов.

Были попытки применения единого подхода к оценке социальных эффектов НКО.

**Индекс Вайсброда** — соотношение стоимости социальных благ (субсидии, дотации, средства от фандрайзинга), производимых НКО, к стоимости частных благ, производимых НКО (доход от реализации товаров и услуг, членские взносы и спонсорские взносы). Данный индекс показывает скорее не эффективность, а финансовую устойчивость НКОЮ, а для благотворительных НКО не подходит, ибо они почти не реализуют товары и услуги.

**Социальная ценность** — разница между стоимостью услуги в коммерческом секторе и ее стоимостью в НКО. Проблема данной концепции — не все услуги НКО доступны в коммерческом секторе.

Социальные эффекты также невозможно адекватно оценить ввиду их частой мультипликативности — помогая одному человеку, вы помогаете еще минимум его близким. Также ваш пример может быть подхвачен вашими близкими, и они помогут кому-либо еще, и так далее по принципу снежного кома.

## **9      Методика исследования**

## Мы провели серию глубинных интервью с представителями НКО (1/2) ...



**10**  
НКО



**1**  
благотворительная  
краудфандинг  
платформа



**9**  
фандрайзинговых  
фондов

Категория	Вопрос/тема*
Параметры НКО и общие вопросы о деятельности	Профиль и охват деятельности, целевая аудитория, характер помощи: адресный, системный, микс, основные события 2024 года в организации в частности и в индустрии в целом.
Отношение общества	Считаете ли вы что российское общество безразлично к проблемам, пока не сработает какой-то триггер (наводнение, пожары, и др.)?
	Можно ли «включить» в обществе элементы низовой демократии, чтобы люди объединялись сами с желанием что-то изменить? Какую роль могут играть в этом фонды?
	Поддерживают ли вас локальные сообщества, бизнес, муниципальная власть в вашей деятельности? От кого исходит инициатива?
	Ощущаете ли вы недоверие к благотворительным НКО со стороны потенциальных доноров?
Финансирование	Взаимодействуете ли вы с другими фондами? Это фонды, уровень сборов и расходов которых схож с вами? Это фонды из других направлений благотворительной помощи?
	Какие инструменты для привлечения финансирования для вас самые эффективные? Какими чаще пользуетесь? Как оцениваете эффективность?
	Каким платформами для сбора онлайн-пожертвований вы пользуетесь? Какую долю занимают эти источники финансирования для вас? Что бы вам хотелось изменить в них?
	Программы, связанные с округлениями кешбэка, рублей, отчислениями процентов от трат или от вклада? Эффективно ли взаимодействие? Какова их доля в финансировании?
	Возможно ли оформить завещание в пользу вашей НКО? Был ли у вас такой опыт? Как это обычно происходит?
	Есть у НКО эндаумент? Планируете ли вы в перспективе создавать отдельный фонд целевого капитала или внутри НКО? Каким способом: привлекать внешних специалистов, нанимать специалиста в НКО, использовать предложения от платформ?
Управление	Как планируете диверсифицировать источники финансирования в условиях возможных кризисов? Имеются ли у вас стратегии «резервного» финансирования после всех событий?
	Что вы думаете о нестандартных источниках финансирования (криптовалюта, финансирование через геймификацию)? Можете ли назвать другие альтернативные источники?
	Появляется ли новое поколение сотрудников и лидеров НКО, которые рассматривают благотворительность как сферу своей профессиональной деятельности? Каковы их компетенции?
	Проблема привлечения и удержания профессиональных сотрудников в условиях низкого престижа сферы НКО. Используете ли вы гибридные модели работы сотрудников?
	Используете ли вы в работе искусственный интеллект? Перспективы, бюджет на использование, кто будет заниматься (внутренний штат, внешние консультанты).
Какие инструменты цифровизации (кроме ИИ) вы уже внедрили (например, CRM-системы, аналитика данных)? Как они повлияли на эффективность?	
Следите ли вы за другими НКО с точки зрения управления? Они из той же сферы благотворительности или из другой? Какие практики вам кажутся эффективными и неэффективными?	

\* В зависимости от типа НКО вопросы могли отличаться.

## Мы провели серию глубинных интервью с представителями НКО (2/2) ...

Категория	Вопрос/тема*
Коммуникации	Тема благотворительности в последнее время широко освещается в медиа и СМИ, выходит большое количество различных материалов: видеоконтента, публикаций, статей и отчетов. На ваш взгляд, есть ли проблемы, связанные с данной активностью (например, не приоритетность темы, руководителей фондов редко цитируют, повторяющиеся сюжеты и форматы, уход медийных персон, выбор неподходящих площадок)?
	Вы выстраиваете отношения с медиа для повышения узнаваемости своей НКО (интервью, журналистские расследования, публикации, реклама)? Расскажите о вашем положительном и отрицательном опыте.
	Как НКО работает над повышением доверия к своей деятельности?
	Какова механика вашей работы с инфлюенсерами с точки зрения привлечения аудитории и финансирования? С какими проблемами вы сталкиваетесь при работе с инфлюенсерами? Что эффективнее для ваших целей, на ваш взгляд: работать с постоянными амбассадорами фонда или привлекать для сотрудничества на разовые акции различных медиаперсон?
Взаимодействие с государством и бизнесом	Как вы оцениваете эффективность своих программ и своей деятельности? Как информируете об этом благотворителей и филантропов? Как вы используете обратную связь от благополучателей для корректировки программ?
	Какие изменения в законодательстве (например, регулирование НКО, налоговые льготы) могли бы существенно улучшить вашу работу? Какие текущие нормы мешают?
	Как вы взаимодействуете с бизнесом? Есть ли у вас постоянные партнеры? На какие критерии вы опираетесь при выборе партнера? Планируете ли вы и дальше развивать это взаимодействие?
	Если вы взаимодействуете с бизнесом в рамках корпоративной социальной ответственности, как вы распределяете роли, задачи и ответственность между НКО и бизнесом? Насколько эффективно может быть взаимодействие с бизнесом, по сравнению с другими источниками финансирования или других форм поддержки НКО?
Филантропы-наследники владельцев крупных капиталов	Исследуя рынок и анализируя бенчмарк от НКО и банков, мы пришли к выводу, что, в среднем, достаточно крупными пожертвованиями можно считать суммы от 300 тыс. руб. в год. Какова доля таких пожертвований в вашем фонде? Есть ли у вас отдельная стратегия по привлечению подобного рода пожертвований / работе с крупными донорами? В чем она заключается?
	Есть ли среди доноров вашего фонда филантропы, которые являются наследниками владельцев крупных капиталов? Выделяете ли вы их как отдельную категорию? Отличаются ли их подходы и предпочтения от их родителей? Какой процент совершает пожертвования на постоянной основе (регулярно)?
	Что вдохновляет наследников заниматься благотворительностью? А какие барьеры существуют для вовлечения их в благотворительность?
	К каким направлениям благотворительности проявляют интерес наследники? Видите ли вы сдвиг в определенные сферы?
Прогноз	Насколько тесно выстроено взаимодействие между наследниками и НКО? Отличается ли этот опыт от опыта взаимодействия с предыдущим поколением?
	В международной практике уже виден тренд на сокращение количества волонтеров. Их подбор и удержание стало сложной задачей. Подскажите, видите ли вы схожий тренд в российской индустрии благотворительности в целом и в вашем направлении в частности?
	Куда движется российская благотворительность, основные вызовы, направления, которые нуждаются в развитии? Какие сценарии развития сектора (например, повышение роли господдержки или частных пожертвований) кажутся вам наиболее вероятными, и как это повлияет на вашу стратегию?
	Какие тренды в благотворительности вы видите в России в ближайшие 5 лет? Как НКО готовится к этим изменениям?

\* В зависимости от типа НКО вопросы могли отличаться.

## Участники интервью

---

### Некоммерческие организации (НКО)

---

Общественный фонд «Тооба Арр»

---

Благотворительный фонд «Друзья»

---

БФ «Большая Перемена»

---

БФ «Дом с маяком»

---

Благотворительный фонд «Правмир»

---

Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ»

---

Благотворительный фонд «Онкологика»

---

Фонд борьбы с лейкемией

---

Благотворительный Фонд «ПОДСОЛНУХ»

---

Благотворительный фонд «Вера»

---

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

Категория	Показатель
Общие показатели	Количество доноров (физлица, юрлица, негосударственные и государственные НКО), в том числе количество уникальных доноров с разовым пожертвованием от 300 тыс. рублей (физлица, юрлица, негосударственные и государственные НКО).
	Объем поступлений денежных средств в рублях в пользу НКО, в том числе количество уникальных доноров с разовым пожертвованием от 300 тыс. рублей (физлица, юрлица, негосударственные и государственные НКО).
Каналы поступлений	Поступления по реквизитам
	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
	Поступления от фондов целевых капиталов
Регулярные доноры	Сумма сборов через ящики для пожертвований
	Другие поступления
	Количество доноров: с более чем 1 пожертвованием за период и с подключенной подпиской на пожертвования (автоплатежом)
Расходы	Программные 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	Тип клиента	Сегменты	Период
Количество клиентов	Физические лица	<b>Для физлиц (по размеру капитала на счетах и в инвестициях):</b> до 1 млн; 1 млн–10 млн; от 10 млн–30 млн; от 30 млн–100 млн; 100+ млн.	2023
Количество переводов и/или транзакций	Юридические лица		<b>Для юрлиц (по годовому обороту):</b> до 120 млн; 120 млн–800 млн; 800 млн–2 млрд; 2 млрд+.
Объем переводов и/или транзакций			
<b>Детализация транзакций для физлиц по типам клиентов</b>		<b>Объем благотворительных трат физлиц в рублях по типам НКО</b>	
Клиенты, которые переводили только со счетов на счета по реквизитам		Частные НКО	
Клиенты, которые проводили только транзакции с карт по MCC-коду 8398		Корпоративные НКО	
Клиенты, которые проводили оба типа операций (переводили со счетов на счета по реквизитам и проводили транзакции с карт по MCC-коду 8398)		Фонды целевого капитала	
Клиенты, которые настроили перечисление кешбэка/ баллов/ округление суммы трат на благотворительность		Прочие	
Клиенты, которые переводили на благотворительность по QR-коду			
Клиенты, которые переводили со счетов на счета по реквизитам и/или проводили транзакции с карт по MCC-коду 8398 более, чем 1 раз за период			
<b>Детализация транзакций для юрлиц по типам компания</b>			
Коммерческие организации			
Некоммерческие организации			

## Участники benchmark-исследования

---

### Некоммерческие организации (НКО)

---

Благотворительный фонд «Вера»

РК «Детские деревни — SOS»

ХКБФ «Счастливое детство»

Благотворительный фонд «ДАЛЬШЕ»

БФ «Помоги ребенку.ру»

БФ содействия семейному устройству «Найди семью»

Фонд «ПОДАРИ ЖИЗНЬ»

Социальный проект «Всё получится!»

Благотворительный фонд «Онкологика»

БФ «Помощь»

БФ «Большая Перемена»

Фонд борьбы с лейкемией

# **10 Приложение: результаты онлайн-опроса населения об их благотворительных привычках**

## Онлайн-опрос благотворительной активности в РФ | Методика

- Опрос проводился в марте–апреле 2025 года. Количество респондентов — 1263 человек.
- Поскольку в благотворительности принимают участие различные группы населения РФ, мы постарались повысить качество выборки исследования, введя определенные нормы квотирования (указаны ниже), при этом не сделав их жесткими, чтобы не ограничивать выборку.
- Мы провели дополнительный буст по респондентам (в размере 93 человека), чтобы качественно проанализировать отношение к благотворительности состоятельных и крупных филантропов. В бусте мы получили 32 ответа от респондентов — состоятельных филантропов, 31 ответ — от LHNWI+ филантропов.



Мужчины (~50%)  
Женщины (~50%)

### Группы по полу



### Группы по возрасту

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



### Группы по ФО

ЦФО (30%)  
ПФО (15%)  
ЮФО (10%)  
СФО (10%)  
СЗФО (10%)  
УФО (10%)  
СКФО (10%)  
ДФО (5%)



### Группы по городам

Москва и МО (20%)  
Города-миллионники (40%)  
500+ тыс. жителей (20%)  
100–500 тыс. жителей (20%)



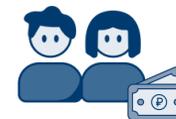
### Группы по доходу

Менее 30 000 руб. (1–5%)  
От 30 000 руб. до 50 000 руб. (25–40%)  
От 50 000 руб. до 70 000 руб. (25–50%)  
От 70 000 руб. до 100 000 руб. (10–20%)  
От 100 000 руб. до 200 000 руб. (1–5%)  
От 200 000 руб. до 300 000 руб. (1–5%)  
Свыше 300 000 руб. (1–5%)

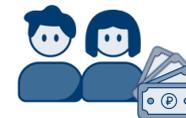
**1091** Массовый сегмент<sup>3</sup>



**116** Состоятельный сегмент<sup>2</sup>



**56** LHNWI+ сегмент<sup>1</sup>

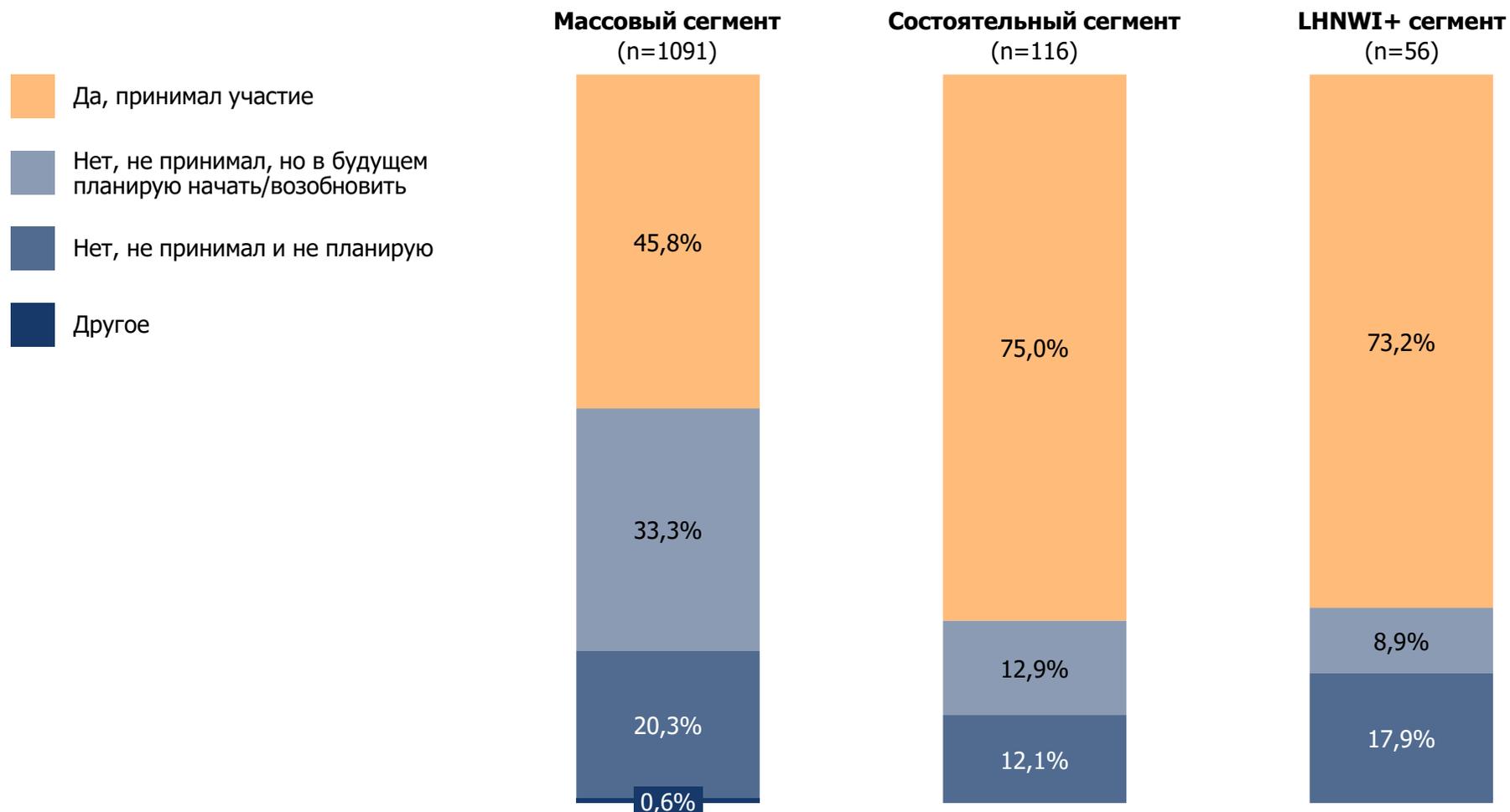


<sup>1</sup>Все респонденты опроса, указавшие сумму средств на счетах от 30 млн рублей, а также владельцы пакета услуг Сбер Первый, траты на благотворительность которых составили свыше 500 тыс. руб. в год, и все клиенты Sber Private Banking.

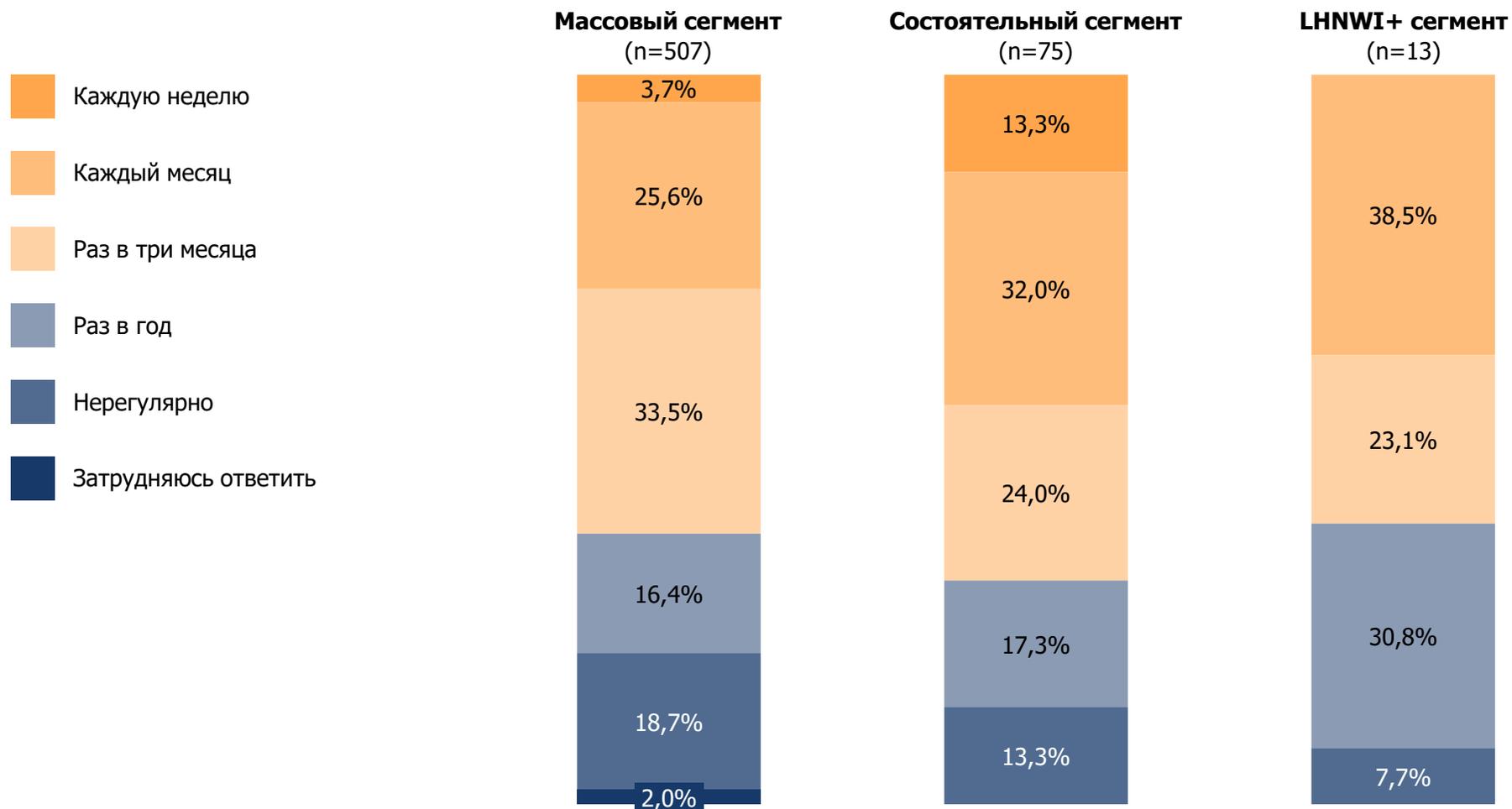
<sup>2</sup>Все респонденты опроса, указавшие сумму средств на счетах от 6 до 30 млн руб. или заработную плату от 300 тыс. руб.

<sup>3</sup>Все остальные респонденты опроса.

### 3. Вы принимали участие в благотворительности за последний год?



## 4. Как часто Вы участвуете в благотворительности?



## 5. Что из перечисленного Вам доводилось делать за последний год–полтора в рамках благотворительной, безвозмездной помощи другим людям — как знакомым, так и незнакомым?\*

	Массовый сегмент (n=507)	Состоятельный сегмент (n=91)	LHNWI+ сегмент (n=43)
Перечислять деньги в фонд, благотворительную организацию	60,2%	59,8%	56,1%
Финансово помогать своим родственникам, друзьям, знакомым	44,4%	46,0%	75,6%
Безвозмездно передавать вещи, товары для фонда, благотворительной организации	44,2%	39,1%	46,3%
Безвозмездно передавать вещи, товары для своих родственников, друзей, знакомых	43,4%	49,4%	46,3%
Перечислять деньги непосредственно нуждающимся	42,6%	49,4%	46,3%
Безвозмездно выполнять работы, оказывать услуги для своих родственников, друзей, знакомых	27,8%	23,0%	12,2%
Участвовать в акциях и мероприятиях	19,5%	32,2%	31,7%
Безвозмездно выполнять работы, оказывать услуги для фондов, благотворительных организаций	17,0%	25,3%	29,3%
Заниматься социальным предпринимательством**	7,5%	16,1%	17,1%
Составлять завещание в пользу благотворительной организации	3,0%	8,0%	4,9%
Другое	1,4%	3,4%	

\*В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

\*\*Социальное предпринимательство — это бизнес, направленный на достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан и общества.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## Благотворители принимают чаще всего принимают участие в 3–5 формах помощи

### Формы участия в благотворительности за последние год-полтора, %\*

По горизонтали указаны формы участия в благотворительности. По вертикали указано количество форм участия в благотворительности, которые реализует респондент.

Например, 19% респондентов, перечисливших за последний год-полтора деньги в благотворительную организацию, реализовали только эту форму участия в благотворительности. 17% респондентов, перечисливших за последний год-полтора деньги в благотворительную организацию, реализовали помимо этой еще одну форму участия в благотворительности.

	Реализовали только 1 форму участия в благотворительности	Реализовали 2 формы участия в благотворительности	Реализовали 3 формы участия в благотворительности	Реализовали 4 формы участия в благотворительности	Реализовали 5 форм участия в благотворительности	Реализовали 6 форм участия в благотворительности	Реализовали 7 форм участия в благотворительности	Реализовали 8 форм участия в благотворительности	Реализовали 9 форм участия в благотворительности	Реализовали 10 форм участия в благотворительности
Перечислять деньги в благотворительную организацию	19%	17%	17%	16%	14%	7%	3%	5%	1%	1%
Финансово помогать родственникам, друзьям, знакомым	4%	14%	19%	18%	22%	10%	4%	6%	2%	1%
Безвозмездно передавать товары благотворительной организации	6%	13%	21%	17%	21%	9%	4%	6%	2%	1%
Безвозмездно передавать товары родственникам, друзьям, знакомым	2%	11%	21%	21%	22%	9%	4%	6%	2%	1%
Перечислять деньги нуждающимся	9%	10%	21%	18%	20%	9%	4%	6%	2%	1%
Безвозмездно выполнять работы для родственников, друзей, знакомых	2%	5%	16%	21%	21%	14%	7%	9%	1%	2%
Участвовать в акциях и мероприятиях	7%	12%	17%	16%	14%	11%	6%	12%	4%	3%
Безвозмездно выполнять работы для благотворительных организаций	3%	3%	16%	20%	18%	10%	8%	14%	4%	3%
Заниматься социальным предпринимательством	11%	16%	13%	11%	13%	7%	2%	11%	9%	7%
Составлять завещание в пользу благотворительной организации	0%	11%	11%	11%	21%	5%	0%	16%	11%	16%
Другое	60%	20%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, n=502, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## Занимаясь благотворительностью, филантропы охватывают смежные области помощи

### Формы участия в благотворительности за последние год-полтора, %\*

По горизонтали и вертикали указаны формы участия в благотворительности. В таблице указано пересечение способов участия в благотворительности между собой.

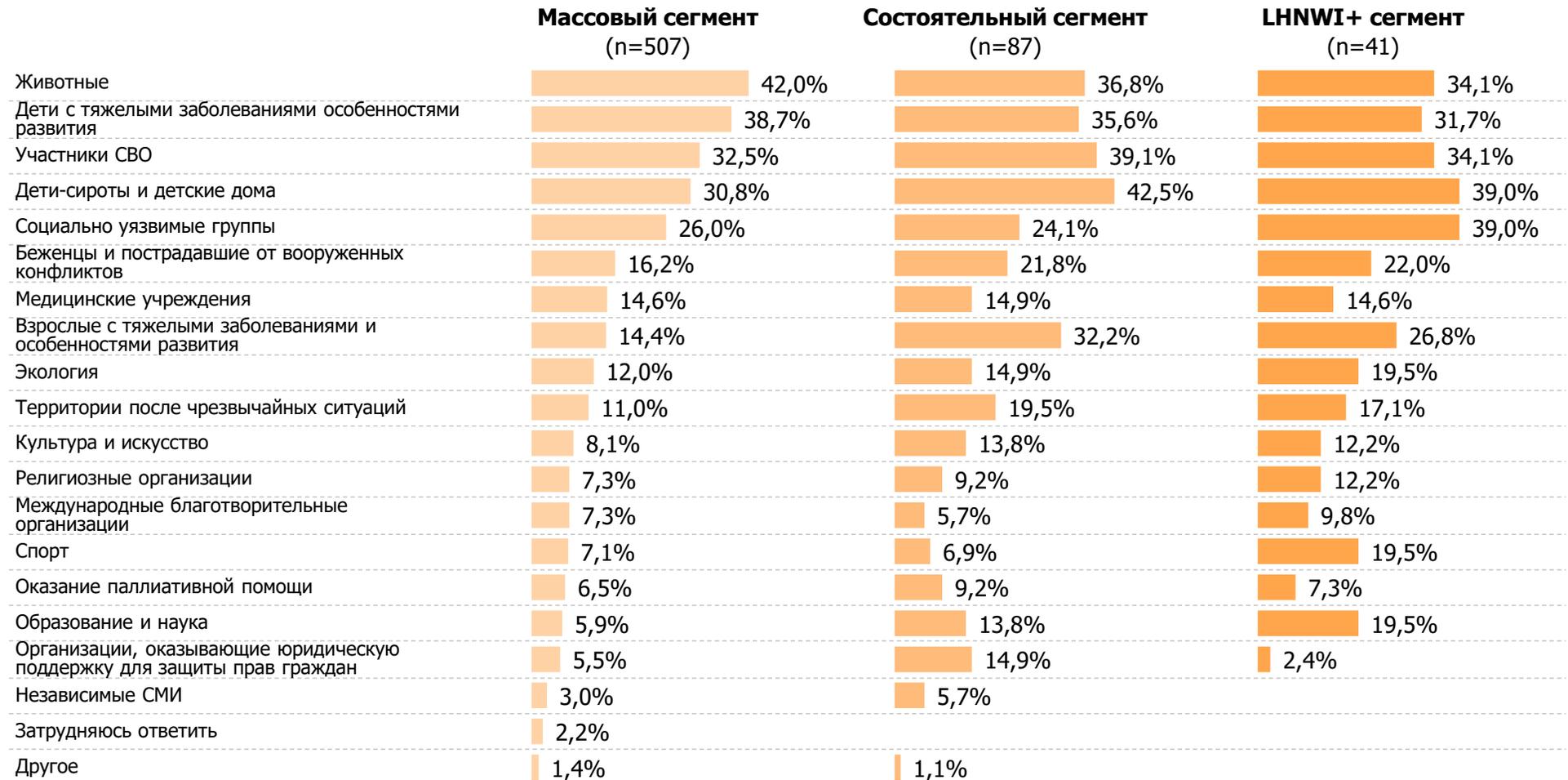
Например, 48% респондентов, перечислявших за последний год-полтора деньги в благотворительную организацию, также финансово помогли родственникам, друзьям, знакомым.

	Перечислять деньги в благотворительную организацию	Финансово помочь родственникам, друзьям, знакомым	Безвозмездно передавать товары благотворительной организации	Безвозмездно передавать товары родственникам, друзьям, знакомым	Перечислять деньги нуждающимся	Безвозмездно выполнять работы для родственников, друзей, знакомых	Участвовать в акциях и мероприятиях	Безвозмездно выполнять работы для благотворительных организаций	Заниматься социальным предпринимательством	Составлять завещание в пользу благотворительной организации	Другое
Перечислять деньги в благотворительную организацию		48%	46%	45%	44%	24%	18%	19%	8%	5%	0,3%
Финансово помогать родственникам, друзьям, знакомым	64%		53%	60%	54%	46%	26%	22%	10%	6%	0%
Безвозмездно передавать товары благотворительной организации	61%	53%		56%	53%	35%	26%	27%	11%	5%	0,4%
Безвозмездно передавать товары родственникам, друзьям, знакомым	62%	62%	58%		55%	43%	24%	24%	10%	5%	0%
Перечислять деньги нуждающимся	62%	56%	55%	56%		35%	24%	25%	7%	4%	0,5%
Безвозмездно выполнять работы для родственников, друзей, знакомых	54%	76%	59%	69%	56%		29%	35%	11%	6%	0%
Участвовать в акциях и мероприятиях	53%	57%	56%	51%	50%	39%		36%	20%	11%	0%
Безвозмездно выполнять работы для благотворительных организаций	64%	54%	69%	59%	60%	52%	41%		19%	10%	0%
Заниматься социальным предпринимательством	53%	49%	56%	47%	36%	33%	47%	38%		27%	0%
Составлять завещание в пользу благотворительной организации	79%	68%	58%	53%	42%	42%	58%	47%	63%		0%
Другое	20%	0%	20%	0%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

\*Была возможность выбора нескольких вариантов ответа.

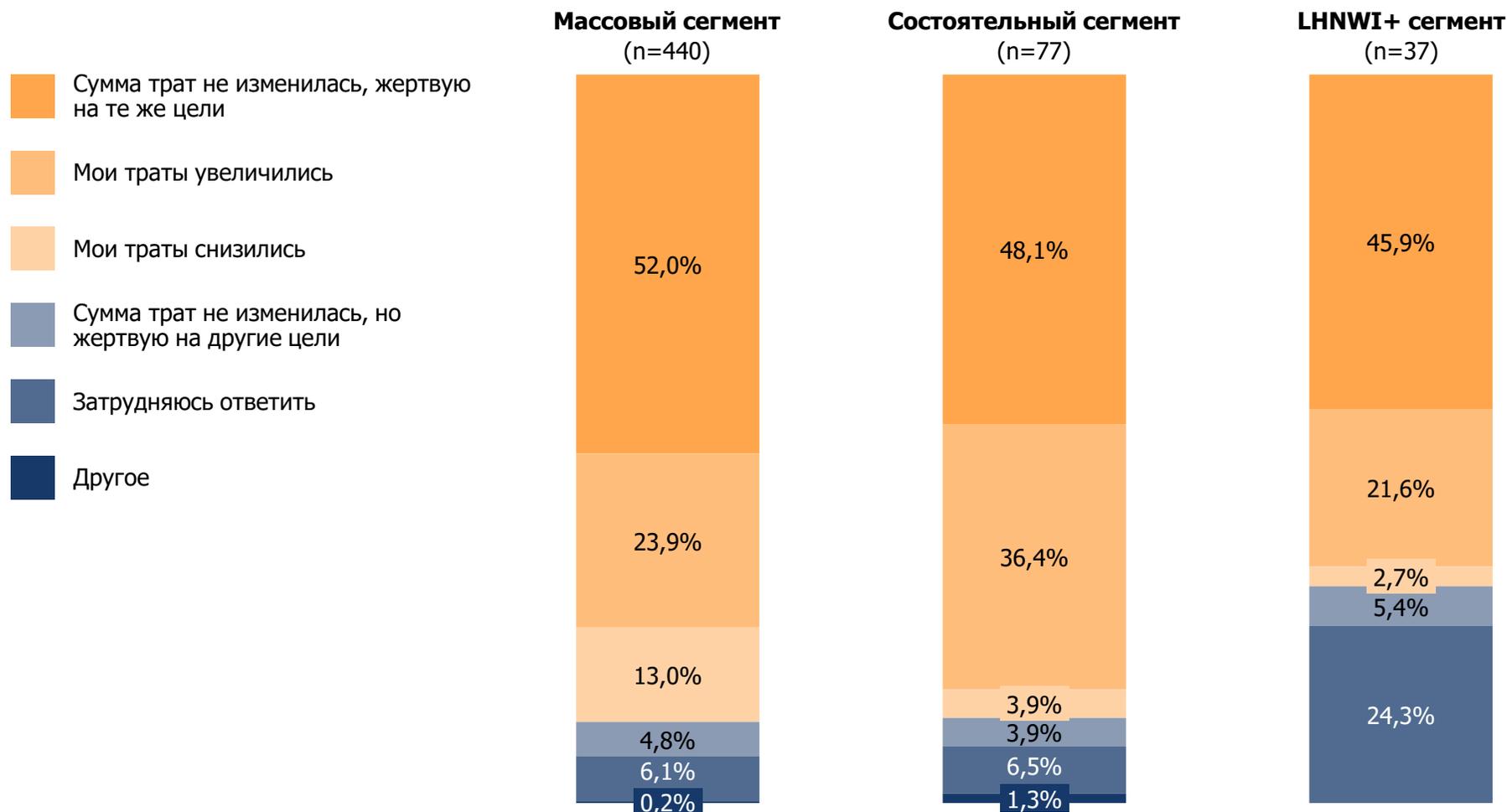
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, n=502, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 6. Каким направлениям / группам людей / организациям Вы оказывали благотворительную поддержку за последний год?\*



\*В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант ответа «Затрудняюсь ответить».  
 Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

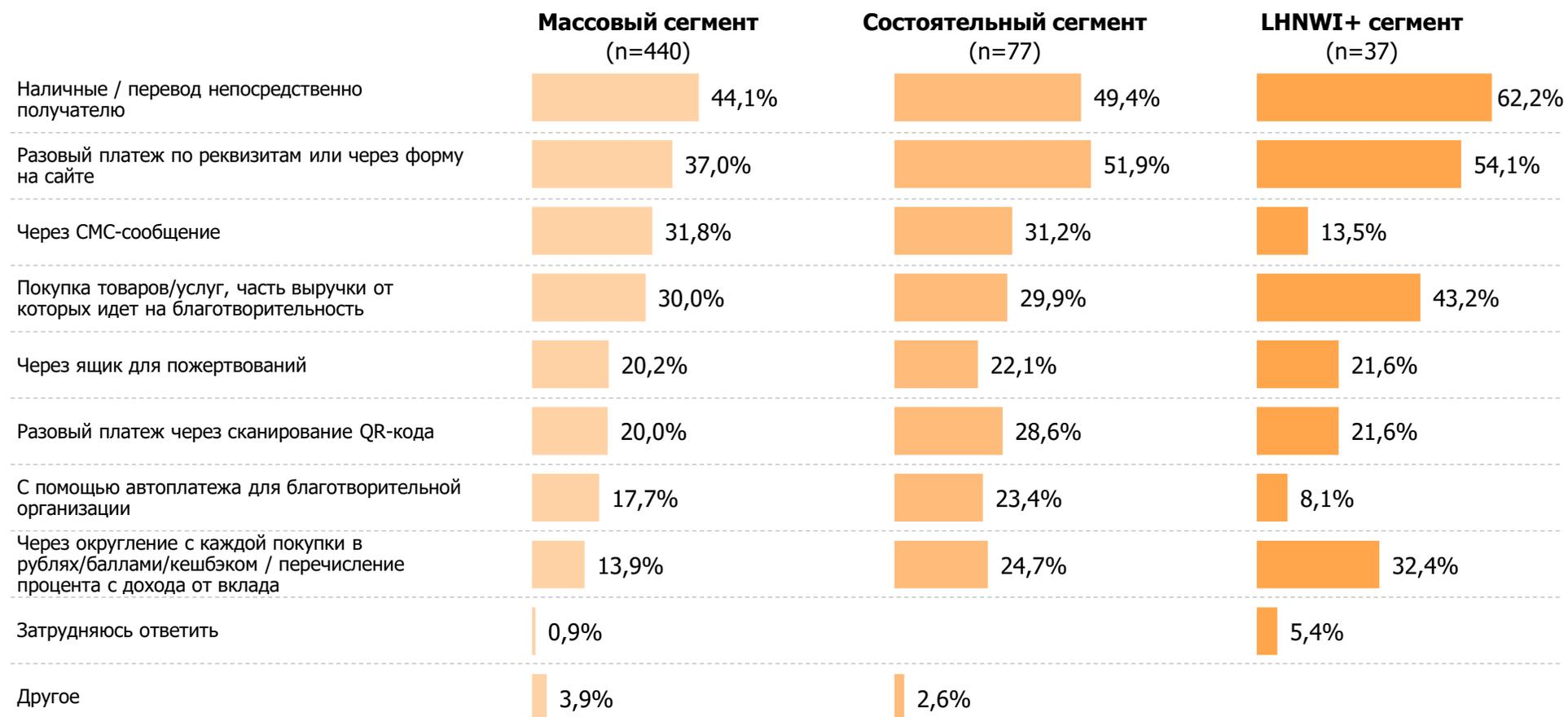
## 7. Как изменились Ваши траты на благотворительность за последний год?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Финансово помогать своим родственникам, друзьям, знакомым», и/или «Перечислять деньги непосредственно нуждающимся», и/или «Перечислять деньги в фонд, благотворительную организацию» в вопросе 5.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 8. Каким способом Вы направляли деньги на благотворительные цели?\*

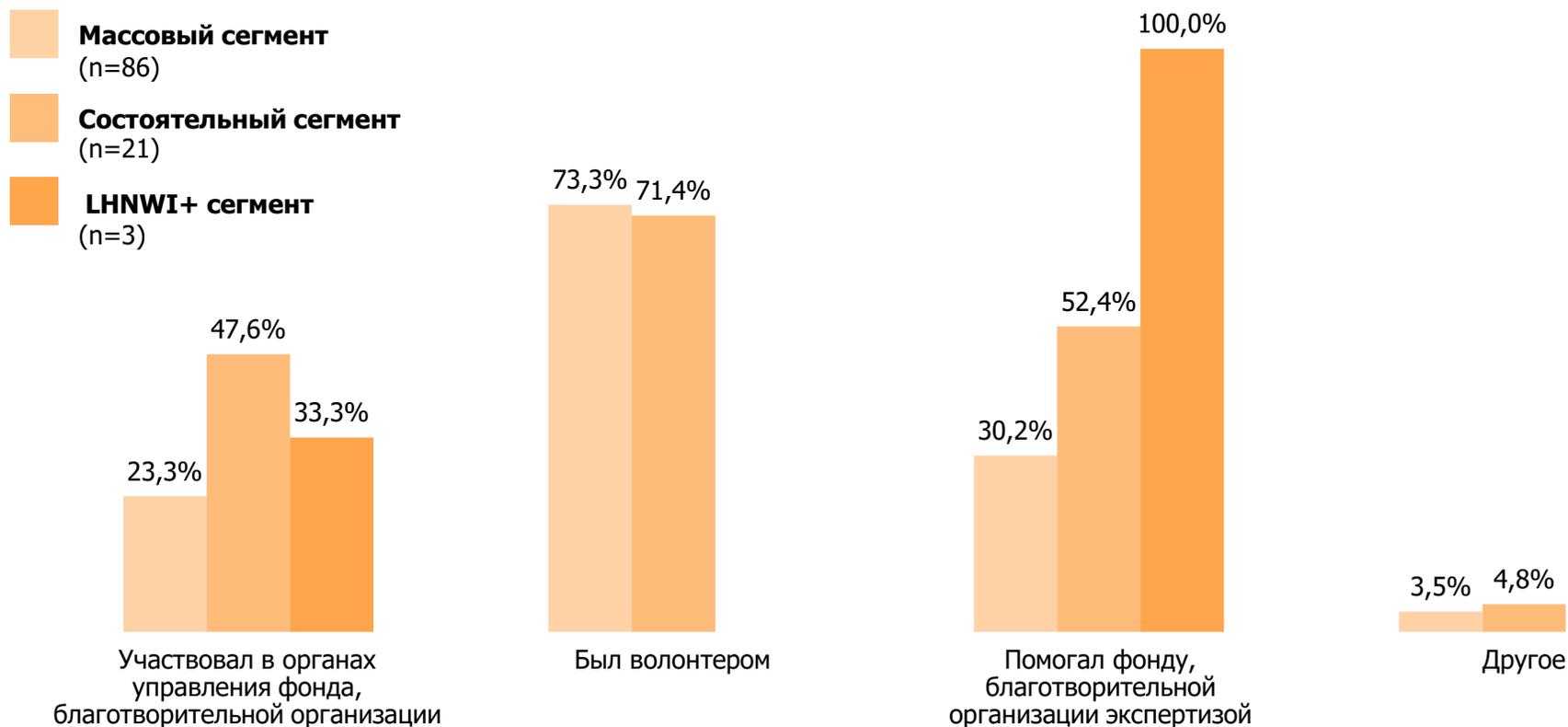


\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Финансово помогать своим родственникам, друзьям, знакомым», и/или «Перечислять деньги непосредственно нуждающимся», и/или «Перечислять деньги в фонд, благотворительную организацию» в вопросе 5.

В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант ответа «Затрудняюсь ответить».

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 10. Вы указали, что безвозмездно выполняли работы, оказывали услуги для фондов, благотворительных организаций. Каким способом Вы это делали?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Безвозмездно выполнять работы, оказывать услуги для фондов, благотворительных организаций (в том числе волонтерство)» в вопросе 5.

В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 11. Какой благотворительной деятельностью занимается Ваша организация / организация, в которой Вы работаете?\*



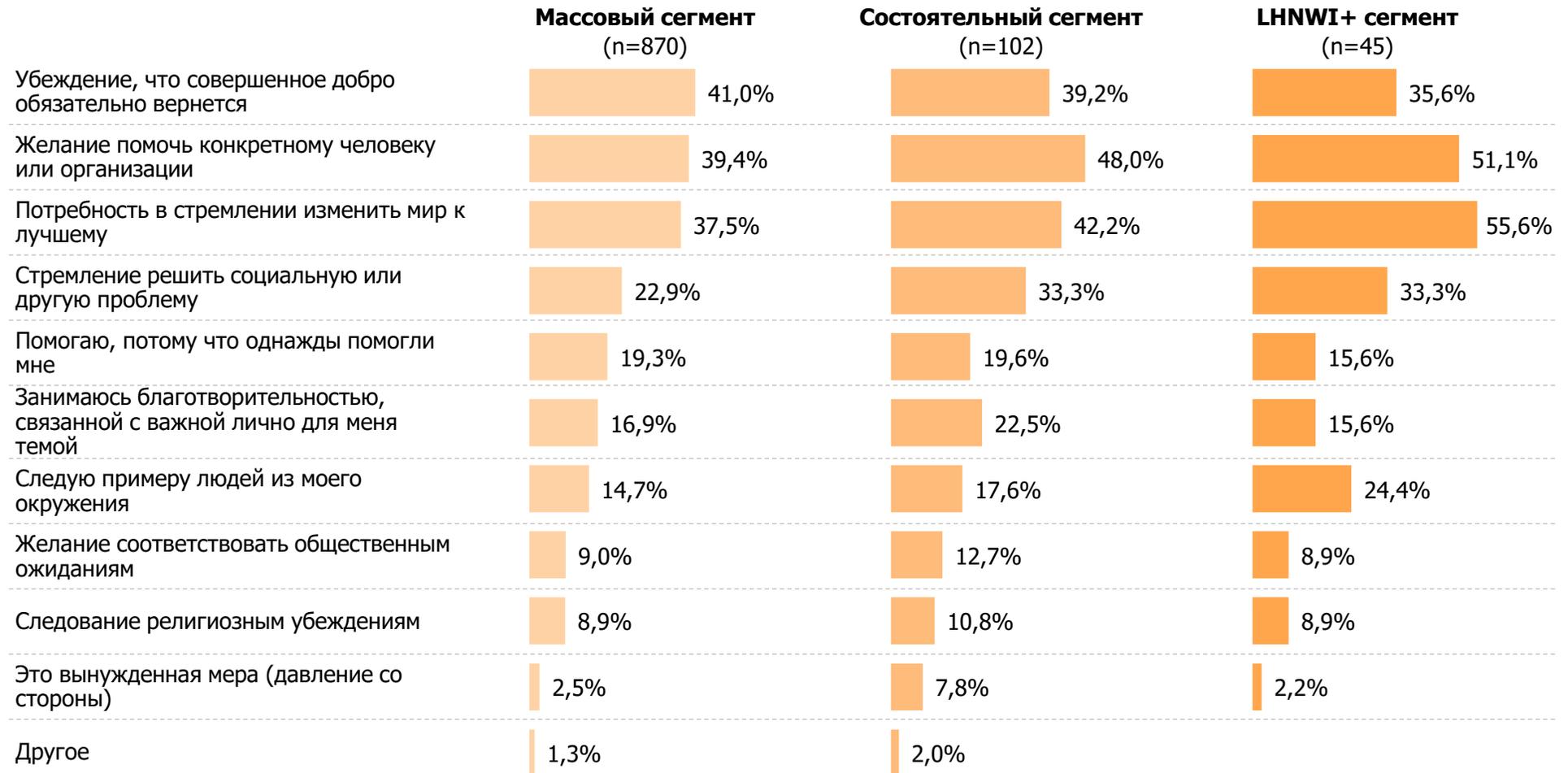
\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Да, принимал участие» / «Нет, не принимал, но в будущем планирую начать/возобновить» / «Другое» в вопросе 3. В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант ответа «В компании нет благотворительной активности» / «Мне неизвестно о благотворительной активности в компании».

\*\*Корпоративный фонд — это фонд, созданный коммерческой компанией для благотворительной или общественно полезной деятельности.

\*\*\*Благотворительные акции — забеги, марафоны, день донора, субботники по уборке природных зон и другое.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

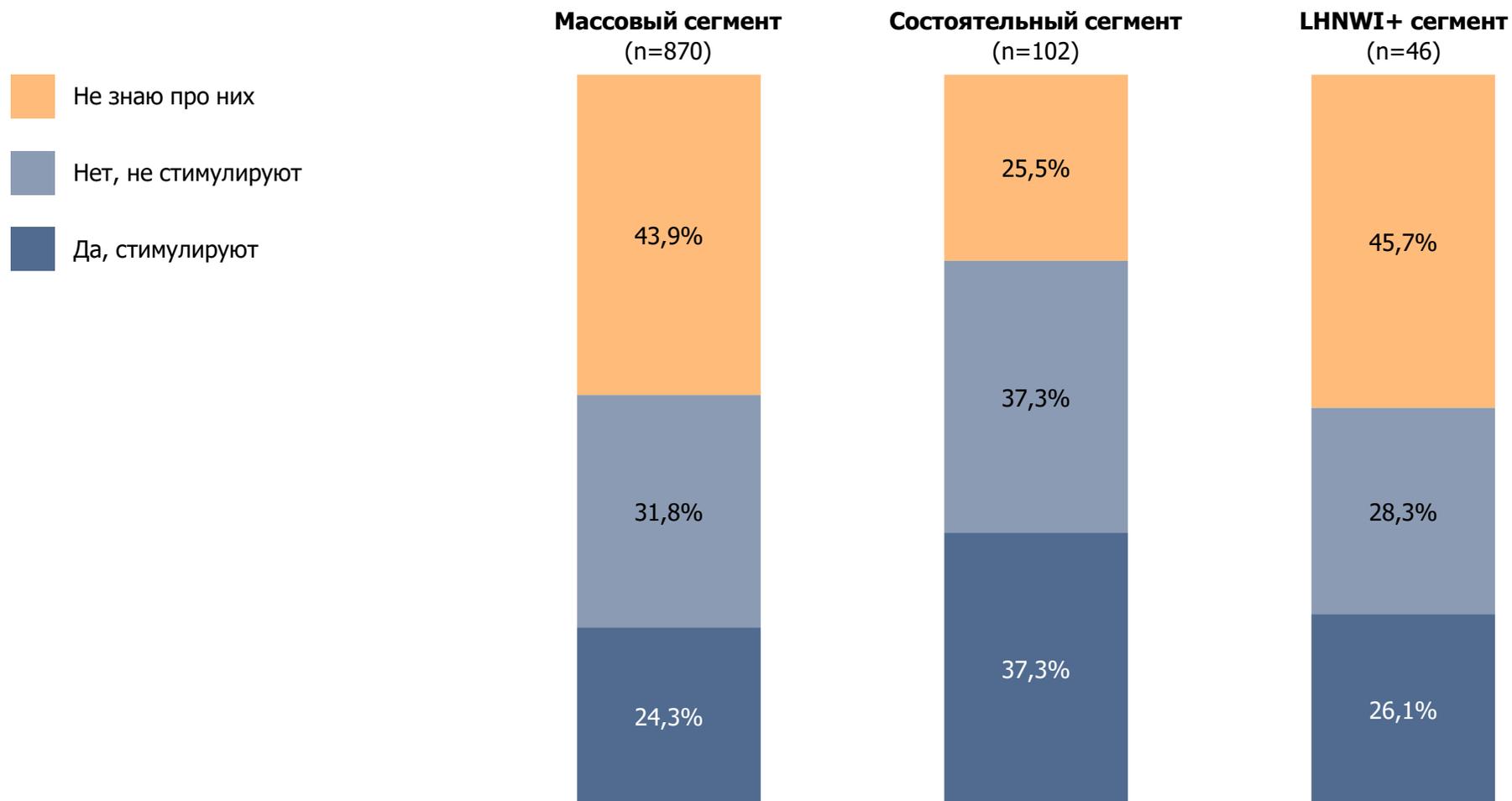
## 12. Что мотивирует Вас заниматься благотворительностью?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Да, принимал участие» / «Нет, не принимал, но в будущем планирую начать/возобновить» / «Другое» в вопросе 3. В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

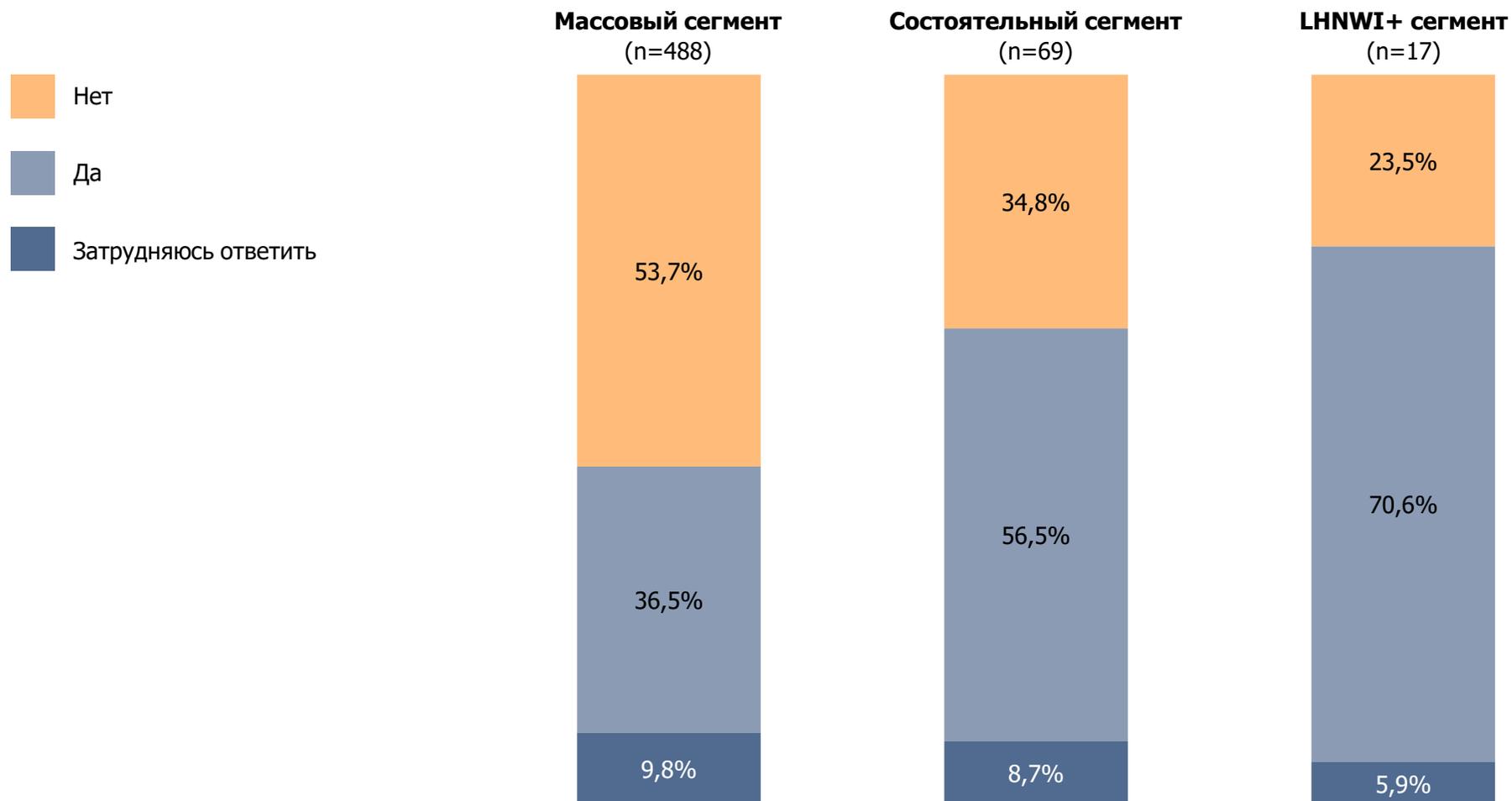
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

### 13. Стимулируют ли Вас к благотворительности налоговые льготы?\*



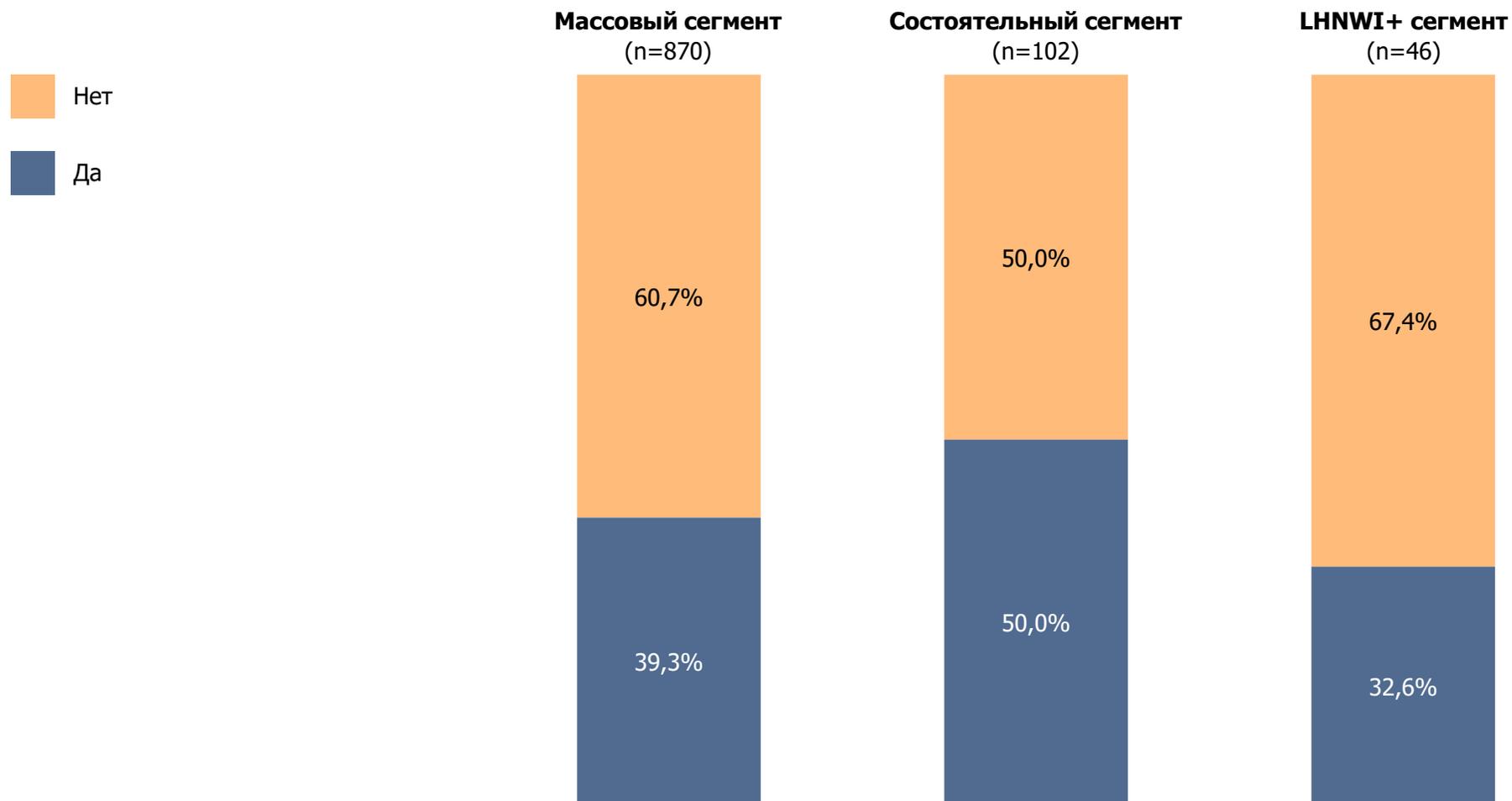
\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Да, принимал участие» / «Нет, не принимал, но в будущем планирую начать/возобновить» / «Другое» в вопросе 3. Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 14. Направляете ли Вы средства, сэкономленные с помощью налогового вычета, на благотворительность?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Знаю, стимулирую» / «Нет, не стимулирую» в вопросе 13.  
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 15. Рассказываете ли Вы коллегам, друзьям, в соцсетях об участии в благотворительности?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Да, принимал участие» / «Нет, не принимал, но в будущем планирую начать/возобновить» / «Другое» в вопросе 3.  
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 16. Почему Вы не рассказываете про свое участие в благотворительности?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Нет» в вопросе 15.

В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

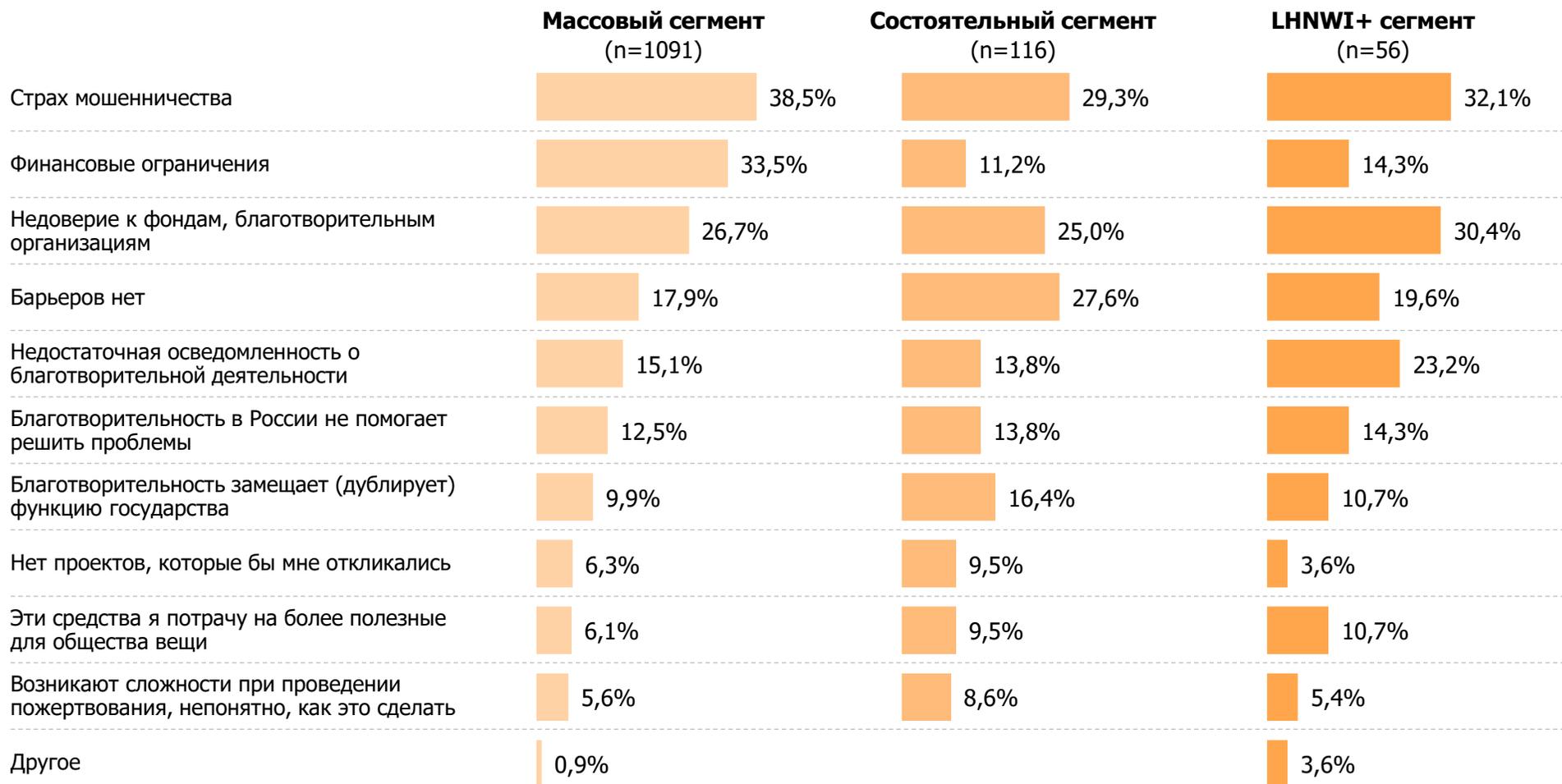
## 17. Почему Вы стали больше помогать фондам, благотворительным организациям и/или заниматься благотворительностью?\*

	Массовый сегмент (n=870)	Состоятельный сегмент (n=94)	LHNWI+ сегмент (n=24)
Я уверен кому / на что пойдут мои деньги	37,8%	33,0%	12,5%
Это стало проще сделать (в один клик)	27,2%	26,6%	29,2%
Вдохновила история помощи, о которой узнал	23,3%	27,7%	37,5%
Узнал, каким фондам, организациям можно доверять	21,3%	19,1%	12,5%
Вдохновился примерами друзей, коллег, знакомых	20,8%	19,1%	16,7%
Нашел фонд, организацию, которые занимаются проблемой, которая меня волнует/беспокоит	19,5%	23,4%	29,2%
Это принято в моем окружении	15,5%	18,1%	41,7%
У меня появилось больше денег	12,8%	27,7%	16,7%
На работе проводился сбор средств для фонда, благотворительной организации	12,5%	11,7%	4,2%
Увидел информацию о реализованных проектах фонда, организации (на их сайте) и захотел помочь	12,2%	20,2%	4,2%
Затрудняюсь ответить	12,1%	9,6%	
Мне известна информация / Я узнал об успешных проектах фонда, организации, их достижениях	10,9%	13,8%	20,8%
Узнал о возможности получить налоговые льготы	10,8%	21,3%	12,5%
Мой банк в рамках акции удвоил пожертвование	9,9%	9,6%	8,3%
У меня появилось больше времени	9,5%	19,1%	20,8%
Фонд, организация проводят системную работу по решению проблемы на уровне страны, а не только помогают адресно	9,4%	20,2%	33,3%
Я получаю отчет от фонда, организации об использовании моих денег	9,4%	19,1%	20,8%
Фонд, организация широко известны / их реклама часто встречается	9,4%	13,8%	4,2%
Фонд, организацию представляет известный человек	7,8%	13,8%	12,5%
Фонд, организация решают проблему, которая касается меня лично или моих близких, друзей	7,2%	10,6%	8,3%
Фонд, организация включили / могут включить меня в публичный список лиц, которые помогают ему	6,1%	8,5%	8,3%
Другое	1,8%	1,1%	4,2%

\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Да, принимал участие» / «Нет, не принимал, но в будущем планирую начать/возобновить» / «Другое» в вопросе 3. В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант ответа «Затрудняюсь ответить».

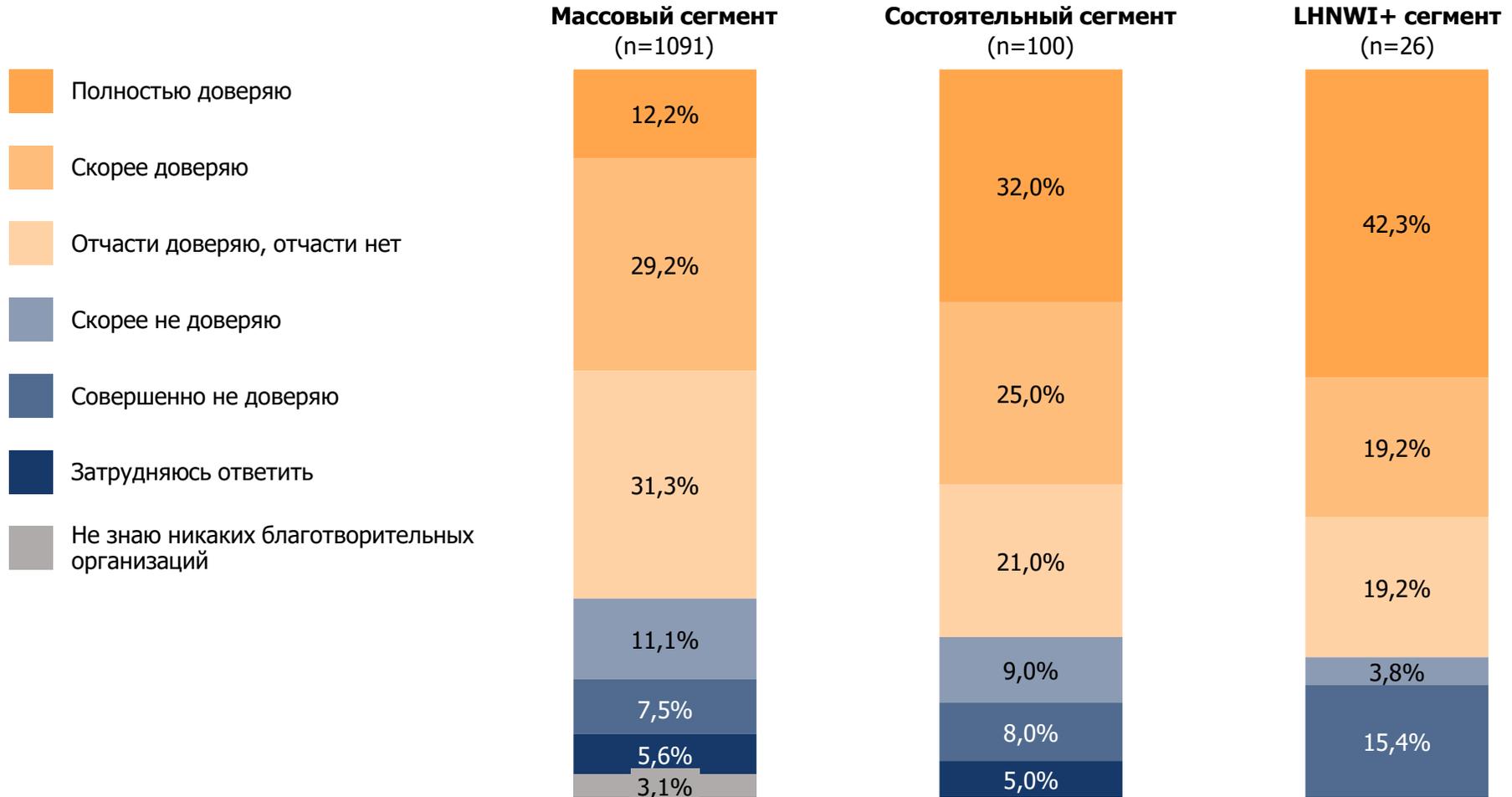
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 18. Какие барьеры мешают Вам участвовать в благотворительной деятельности?\*

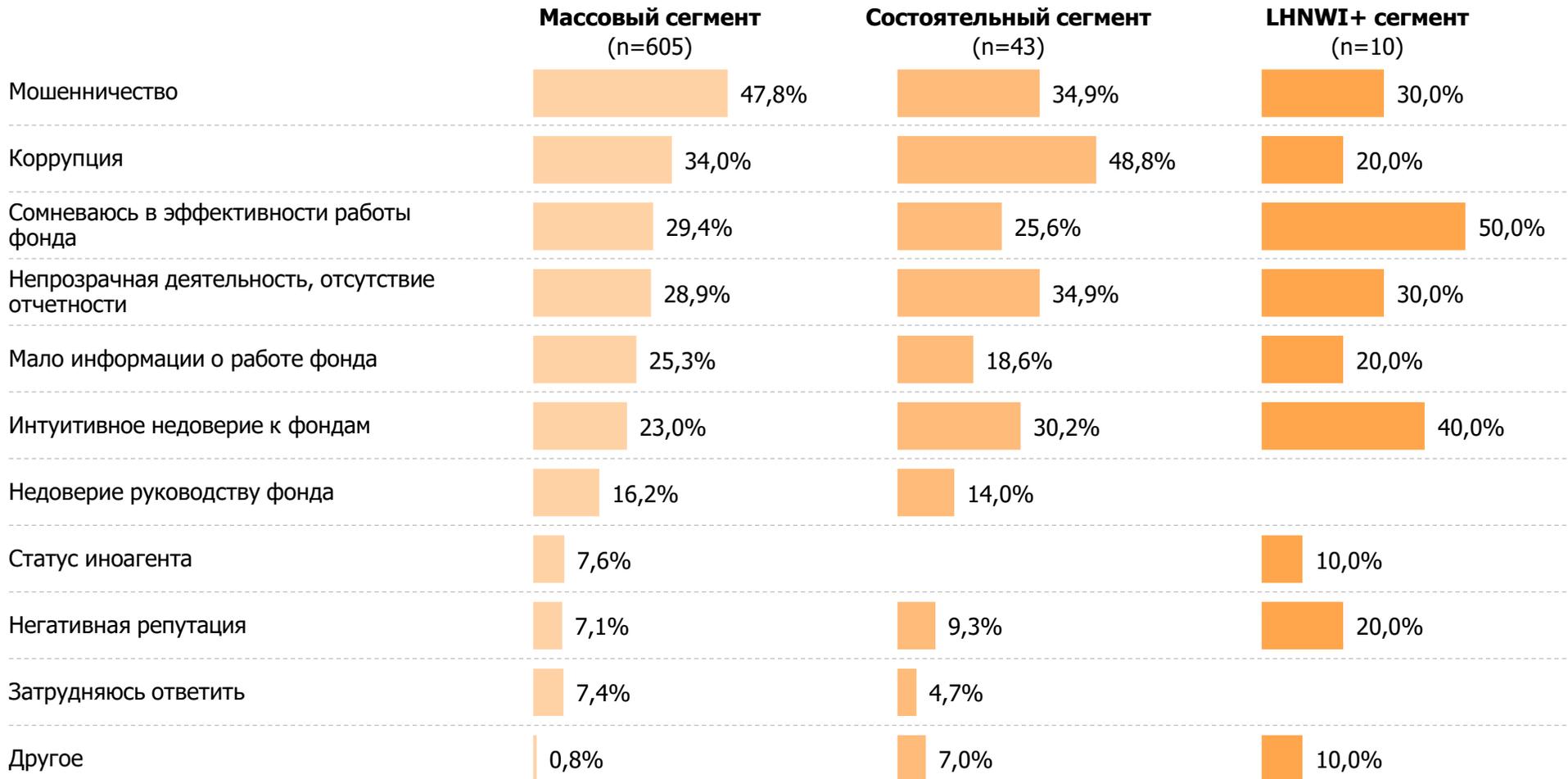


\*В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант ответа «Барьеров нет».  
Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 19. Если говорить в целом, Вы доверяете или не доверяете известным Вам фондам, благотворительным организациям?



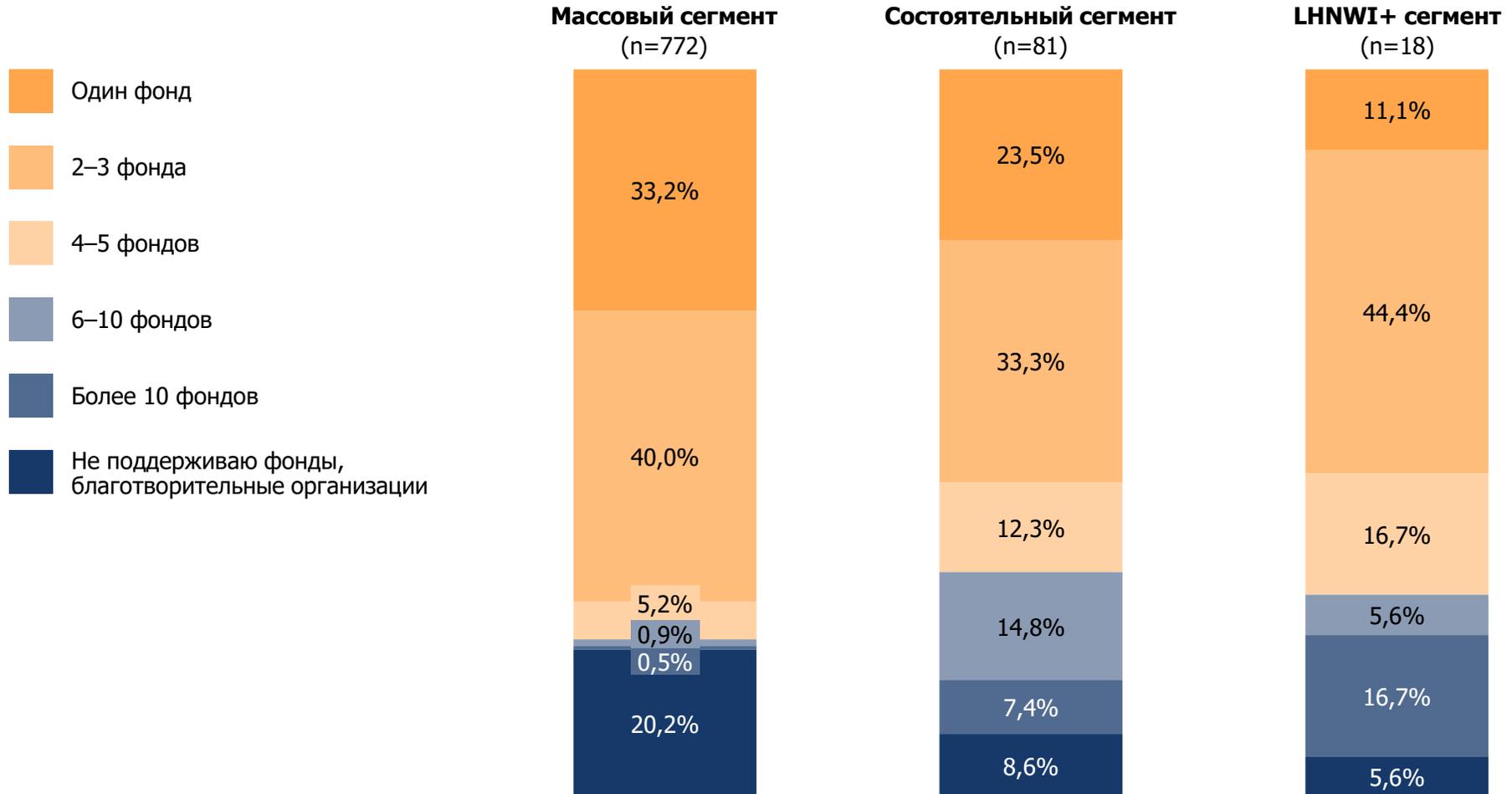
## 20. Назовите, пожалуйста, три основные причины, которые вызывают у Вас недоверие к известным Вам фондам, благотворительным организациям?\*



\*Вопрос для тех респондентов, которые выбрали вариант «Отчасти доверяю, отчасти нет» / «Скорее не доверяю» / «Совершенно не доверяю» / «Затрудняюсь ответить» в вопросе 19. В вопросе был предусмотрен выбор не более 3 ответов для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант ответа «Затрудняюсь ответить».

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

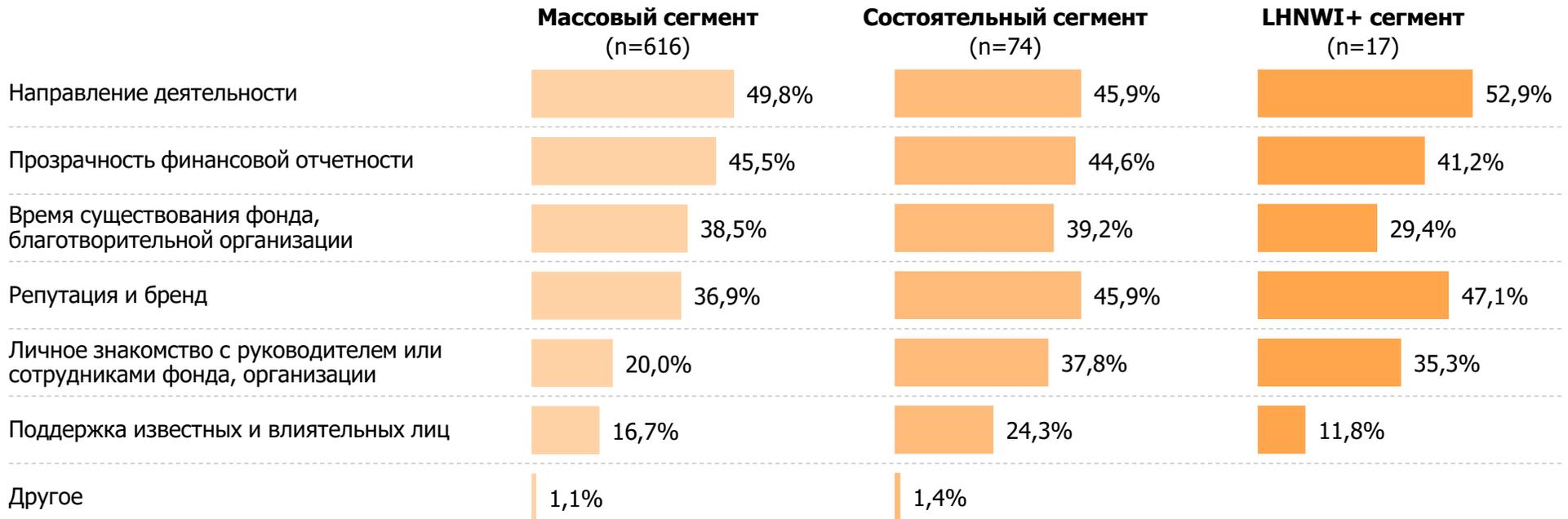
## 21. Какое количество фондов, благотворительных организаций Вы поддерживаете?\*



\*Вопрос только для тех респондентов, которые выбрали вариант «Да, принимал участие» / «Нет, не принимал, но в будущем планирую начать/возобновить» / «Другое» в вопросе 3 и вариант «Полностью доверяю» / «Скорее доверяю» / «Отчасти доверяю, отчасти нет» / «Затрудняюсь ответить» в вопросе 19.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март-апрель 2025 г.

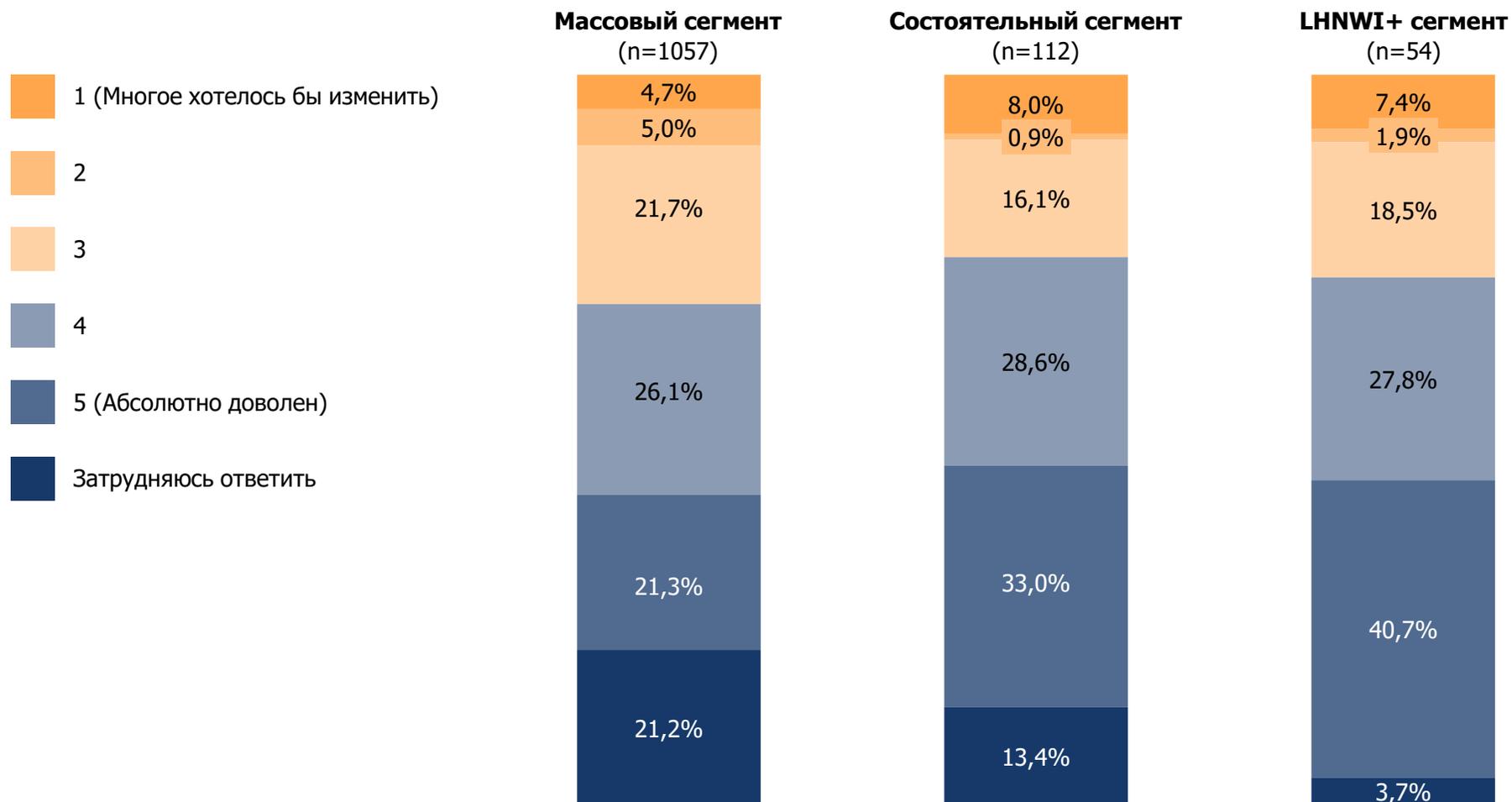
## 22. Выбирая фонд, благотворительную организацию, на что Вы обращаете внимание?\*

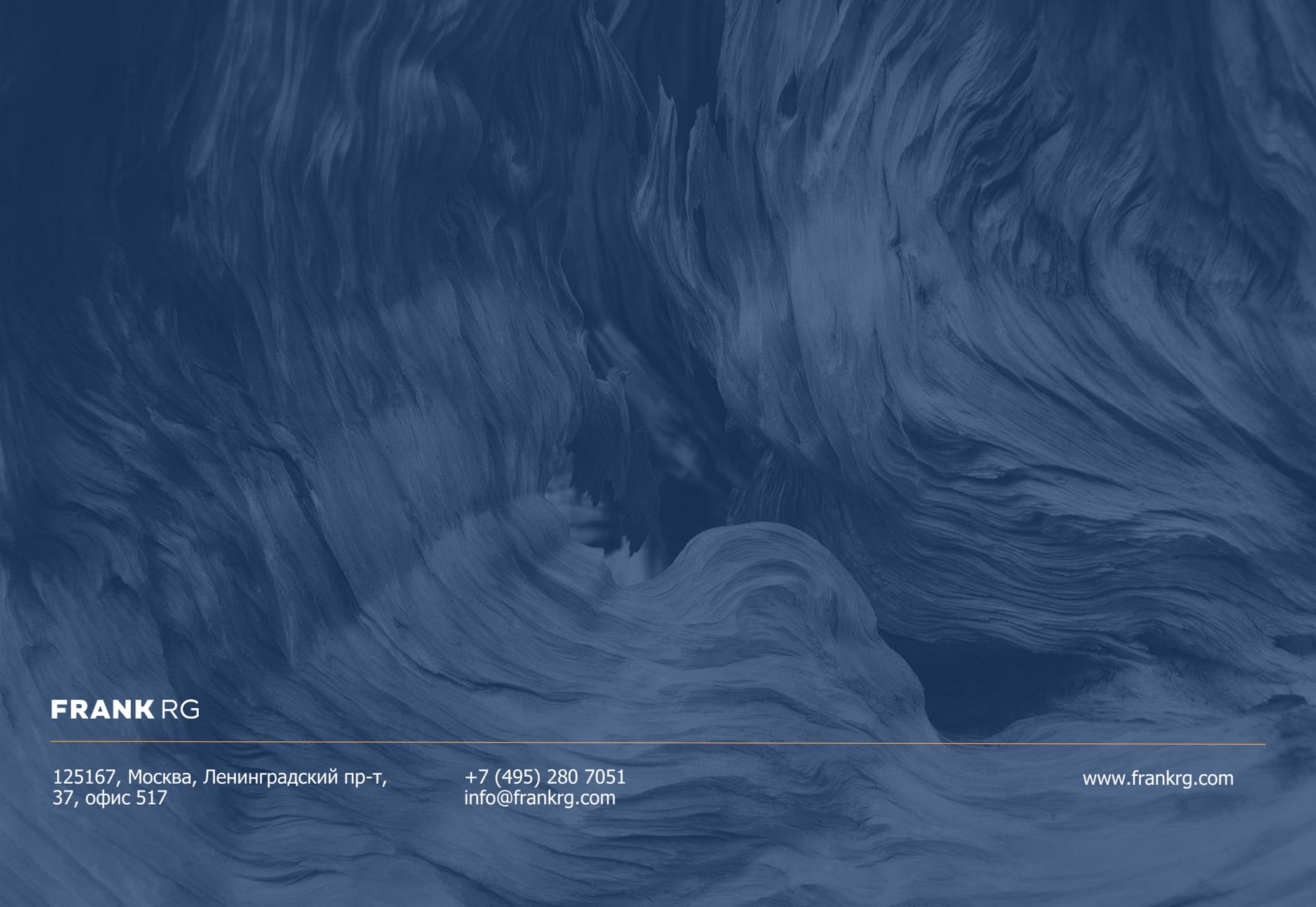


\*Вопрос для всех респондентов, за исключением тех, кто выбрал вариант «Не поддерживаю фонды, благотворительные организации» в вопросе 21. В вопросе был предусмотрен выбор нескольких вариантов ответа.

Источник: Frank RG при участии Sber Private Banking и СберПервый, результаты онлайн-опроса, март–апрель 2025 г.

## 23. Как Вы оцениваете работу фондов, благотворительных организаций в России на текущий момент?





**FRANK RG**

---

125167, Москва, Ленинградский пр-т,  
37, офис 517

+7 (495) 280 7051  
info@frankrg.com

[www.frankrg.com](http://www.frankrg.com)