

Автор: Клецина А.А.

Исследовательская группа: Клецина А.А., Ивановская И.В., Кудачков Е.С., Орлова А.В., Даушев Д.А.

Тенденции в современном российском фандрайзинге. – СПб, 2014

Данный обзор трендов российского фандрайзинга (привлечения средств на некоммерческие цели) был подготовлен по результатам экспертных интервью, онлайн-опроса и анализа вторичных источников.

Обзор раскрывает характерные особенности развития профессии фандрайзера, фандрайзинга как практики, дает представление о развитии технологий и механизмов фандрайзинга, а также о ситуации в области привлечения средств из различных источников – государственных, корпоративных, фондов, частных пожертвований.

Книга будет полезна фандрайзерам, руководителям некоммерческих организаций, представителям инициативных групп, а также донорам, инфраструктурным организациям и исследователям гражданского общества.

Исследование и издание подготовлены при поддержке Филиала некоммерческой организации «Эволюшн энд Филантропи» в Российской Федерации

©ООО «Центр развития негосударственных организаций», 2014

МБОО «Центр РНО».

Номер в реестре НКО, выполняющих функции иностранного агента, 278150030

ОГЛАВЛЕНИЕ

<u>ВВЕДЕНИЕ</u>	4
<u>ГЛАВА I.</u>	6
<u>ПРОФЕССИЯ ФАНДРАЙЗЕРА</u>	
<u>ГЛАВА II.</u>	10
<u>РАЗВИТИЕ ФАНДРАЙЗИНГА В ЦЕЛОМ</u>	
<u>Общая оценка ситуации и тенденции</u>	10
<u>Что сейчас модно в российском фандрайзинге? Что в тренде?</u>	15
<u>Актуальные методы привлечения средств и платежные механизмы</u>	16
<u>Онлайн или офлайн?</u>	19
<u>На какие темы проще и сложнее всего привлечь средства</u>	21
<u>Региональные особенности фандрайзинга</u>	22
<u>ГЛАВА III.</u>	25
<u>РАЗЛИЧНЫЕ ИСТОЧНИКИ СРЕДСТВ</u>	
<u>Сравнительная актуальность источников</u>	25
<u>Государственные источники</u>	26
<u>Корпоративные источники</u>	27
<u>Фонды как источник средств</u>	29
<u>Частные пожертвования как источник</u>	30
<u>ГЛАВА IV.</u>	32
<u>РОССИЙСКИЙ ФАНДРАЙЗИНГ ЧЕРЕЗ 5 ЛЕТ</u>	
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u>	34
<u>ПРИЛОЖЕНИЯ</u>	36
<u>Приложение 1. Что такое фандрайзинг?</u>	36
<u>Приложение 2. Об исследовании</u>	37
<u>Приложение 3. Список вторичных источников</u>	39
<u>ПУБЛИКАЦИИ ЦЕНТРА РНО ПО ФАНДРАЙЗИНГУ</u>	43
<u>ФАНДРАЙЗИНГ-РАССЫЛКА ЦРНО</u>	46

ВВЕДЕНИЕ

Фандрайзинг (привлечение средств из внешних источников на социальные цели со стороны НКО, инициативных групп и частных лиц) в Российской Федерации на сегодня является быстро развивающейся отраслью. Хотя основные направления и технологии российского фандрайзинга повторяют таковые в других странах, существует региональная специфика по динамике развития различных механизмов, донорскому поведению, инфраструктурным особенностям (законодательство, платежные системы, распространение интернета и т.д.).

Знание этой специфики и конкретных закономерностей последних лет необходимо как практикам-фандрайзерам для эффективной работы и развития профессии, так и исследователям для понимания и прогнозирования развития гражданского общества, а также донорам и инфраструктурным организациям.

В данной сфере на сегодня практика существенно опережает обобщения, а инфраструктурных ресурсов немного. Поэтому динамичные исследования, результаты которых сразу представляются сообществу фандрайзеров, доноров и инфраструктурных организаций, обладают особой ценностью. Именно такую задачу мы поставили перед собой, когда спланировали и провели экспресс-исследование «Тенденции в современном российском фандрайзинге» и тут же оперативно представили его результаты для аудитории более 200 фандрайзеров на конференции [«Белые ночи фандрайзинга-2014»](#). Теперь и вы можете познакомиться с результатами этого прикладного исследования – не обладающего полной валидностью с научной точки зрения, однако построенного на крепкой методологии и крайне актуального для практиков, работающих «в поле».

В нашем исследовании (май 2014) был проведен анализ вторичных источников по частной, корпоративной и институциональной благотворительности. Также реализован экспертный опрос 22 руководителей крупных НКО, фандрайзеров, представителей доноров из Москвы, СПб и других регионов. И, наконец, проведен онлайн-опрос, в котором приняли участие 66 фандрайзеров и 6 доноров из различных регионов РФ (выборка не сбалансирована; региональная представленность широкая; представлены крупные и небольшие, начинающие и опытные организации).

Благодарим всех, чьи усилия помогли создать эту книгу:

[Филиал некоммерческой организации "Эволюшн энд Филантропи" в Российской Федерации](#) за финансовую поддержку данного исследования и публикации, а также за многолетний вклад в поддержку развития инфраструктуры третьего сектора в России;

Уважаемых респондентов – всех участников экспертного опроса и онлайн-опроса;

Участников конференции «[Белые ночи фандрайзинга-2014](#)», принявших участие в обсуждении пленарного доклада по данному исследованию и расставивших важные акценты в интерпретации данных;

Российских фандрайзеров и доноров, чьи упорство, самоотверженность и открытость вдохновляют нашу работу и помогают российскому обществу стать более справедливым, процветающим и человечным.

Приятного и полезного чтения!

ГЛАВА I. ПРОФЕССИЯ ФАНДРАЙЗЕРА

В первую очередь мы постарались оценить общие представления участников исследования о профессии фандрайзера.

Респондентам онлайн-опроса и экспертам были заданы следующие вопросы:

1. Считаете ли вы, что профессия фандрайзера в России в настоящее время:
 - Быстро развивается
 - Развивается
 - Остается на том же уровне развития, что и несколько лет назад
 - Не развивается, а «уходит», сокращается
 - Исчезает, прекращает свое существование
2. Какие тенденции по развитию фандрайзера в России вы наблюдаете?



Здесь и далее диаграммы представляют количество ответов в онлайн-опросе «Тенденции в современном российском фандрайзинге», если не указано иное.

Лишь один из респондентов онлайн-опроса счел, что профессия фандрайзера «уходит» (ни один из участников экспертного опроса не дал такого ответа).

Профессия фандрайзера развивается – так считают больше половины опрошенных. Есть те, кто считает, что она развивается быстро либо наоборот – находится на том же уровне развития, что и прежде (в экспертном опросе пропорции сохраняются).

Респонденты отмечают признаки развития профессии и в то же время приводят свидетельства того, что до конца она пока не сложилась.

Ниже приведено несколько характерных цитат.

Профессия фандрайзера развивается. Не быстро, как хотелось бы, но все же идет поступательное движение.

(Участник экспертного опроса)

В массовом сознании такой специальности не существует.

Практика идет впереди термина.

(Участник экспертного опроса)

Обозначена профессиональная ниша; все большее количество профессионалов третьего сектора сознательно позиционируют себя в качестве фандрайзеров.

(Участник экспертного опроса)

Моя мама наконец выучила это слово!

(Участник онлайн-опроса)

Происходит признание собственно профессии в благотворительном сообществе, профессионализация (стремление к получению и использованию новых знаний), выделение ставок фандрайзеров в НКО.

(Участник онлайн-опроса)

Профессия, к сожалению, остается достаточно малоразвитой: специалистов высокого уровня крайне мало, полноценной подготовки кадров пока нет. Отдельные курсы и семинары позволяют многому научиться, но не могут заменить системное долгосрочное обучение. Сама профессия зачастую остается маргинальной, обязанности фандрайзера совмещаются с другими. Люди в России только начинают понимать, кто такой фандрайзер и чем он занимается.

(Участник онлайн-опроса)

Чаще стали появляться коллеги, которые в переговорах, на семинарах и конференциях позиционируют себя как фандрайзеры: «Фандрайзеров уже можно встретить гораздо чаще, чем несколько лет назад». Все большее количество НКО вводит ставку фандрайзера – причем если буквально пару лет назад только крупные столичные НКО могли похвастать такой должностью, то сейчас ее нередко можно встретить даже в небольших благотворительных фондах, в «глубинке». Минимальный штат «руководитель + бухгалтер» в небольших организациях начинает разрастаться до триады «руководитель + бухгалтер + фандрайзер». При этом спрос на фандрайзеров превышает предложение: «Многие НКО ищут фандрайзера, но найти реального фандрайзера с опытом очень трудно»; «Быть фандрайзером – это актуально, востребовано». Ожидания от фандрайзеров также нередко оказываются не вполне реалистичными: «Налицо востребованность

данной специальности, но имеется недопонимание: фандрайзер – это не волшебник».

При этом в классификаторе профессий «фандрайзер» пока отсутствует; должностные обязанности, критерии оценки и стоимость работы такого рода специалистов остаются на усмотрение отдельных организаций. И в большинстве организаций привлечение средств все еще остается обязанностью руководителя либо всей команды.

Например, вот как распределились ответы участников дистанционного курса «Привлечение частных пожертвований в НКО» (2013). В опросе приняли участие 60 человек (см. источник [37](#), приложение 3).



Ответы 60 российских НКО из различных регионов России – участников курса по частным пожертвованиям (2013 г.).

Повысился уровень подготовки; многие фандрайзеры ищут и находят пути самообразования через интернет, специальную литературу, семинары, конференции и курсы, а также учатся на собственном опыте и опыте коллег: «Фандрайзер стал более продвинутым – в технологическом плане, информационном и общественном». Доступно большое количество обучающих материалов, семинаров и т.д. Однако, большинство вузов не готовит фандрайзеров системно и с государственным дипломом – лишь кое-где доступны отдельные курсы или спецкурсы по привлечению средств.

Постепенно складывается сообщество российских фандрайзеров. Активно идет диалог в сообществе журнала «Филантроп», развивается и регулярно собирает

фандрайзеров [конференция «Белые ночи фандрайзинга»](#), Создана [Ассоциация фандрайзеров](#). Однако развитие и саморегуляция этого профессионального сообщества пока находится на начальной стадии.

В широких кругах известность термина «фандрайзер» слабая. И менять ситуацию нужно не только для развития профессии как таковой, но и для развития благотворительности, частных и корпоративных пожертвований: «Для общества пока плохо приемлем тот факт, что фандрайзер получает деньги за свою работу. Люди думают, что тот, кто собирает деньги на благое дело, должен работать бесплатно. С этим надо что-то делать, люди должны понимать, что фандрайзер – это специальность, что этим нельзя заниматься в свободное от другой работы время, а это значит, что фандрайзер должен получать деньги за свою работу».

ГЛАВА II. РАЗВИТИЕ ФАНДРАЙЗИНГА В ЦЕЛОМ

Общая оценка ситуации и тенденции

Вопросы, которые мы задавали респондентам, звучали так:

Какие тенденции вы отмечаете в современном российском фандрайзинге?

Считаете ли вы, что ситуация в российском фандрайзинге в целом:

- Улучшается
- Остается на том же уровне
- Ухудшается



Три четверти участников онлайн-опроса (и примерно такая же доля опрошенных экспертов) уверены, что **ситуация в российском фандрайзинге в целом улучшается**.

Вот несколько цитат от участников исследования.

На фоне остального развития третьего сектора ситуация развивается, в целом, в лучшую сторону: возрастают объемы, появляются новые игроки, новые инструменты.

(Участник экспертного опроса)

Фандрайзинг становится более разнообразным, появляются новые формы взаимодействия.

Даже небольшие организации начинают работать с населением.

(Участник экспертного опроса)

Происходит сокращение пути от обращения до передачи денег.

(Участник экспертного опроса)

Все идет к лучшему, благотворительность становится нормальным шагом для физических и юридических лиц. Увеличивается количество российских доноров, повышается качество взаимодействия между донорами и фандрайзерами.
(Участник онлайн-опроса)

Несмотря на препятствия, растет и профессионализм НКО, и количество доноров. Благотворительность становится более заметной и привычной.
(Участник онлайн-опроса)

Современные технологии способствуют ускорению подачи заявок, поиску доноров.
(Участник онлайн-опроса)

Ситуация непонятная и нестабильная. Ожидая изменений в законодательстве в худшую сторону, затрудняющих работу с частными жертвователями и юридическими лицами.
(Участник онлайн-опроса)

Большинство признаков наблюдаемой ситуации, описанных ниже, синхронно отмечают участники онлайн-опроса и эксперты в своих интервью. Многие характеристики ситуации подтверждаются и вторичными источниками.

Развивается благотворительность. Растет доверие, больше информированности, возможностей для частных и корпоративных доноров. Благотворительность становится обычной практикой для физических и юридических лиц – растет количество российских доноров: небольших и крупных, частных и корпоративных.

Популярна адресная помощь. Чрезвычайно развита адресная помощь – особенно на лечение детей. Много просьб о помощи размещается в социальных сетях как некоммерческими организациями, так и частными лицами, инициативными группами.

Фандрайзинг через телевидение. Телевизионная благотворительность вышла на новый этап. Распространены сборы на основных каналах (государственные кампании, кампании самих каналов, кампании НКО – например, Русфонда), тематические передачи, в том числе по центральным каналам.

Активно развиваются частные пожертвования. Увеличилось как количество НКО, привлекающих частные пожертвования, так и количество частных жертвователей. Готовность помогать у граждан сочетается с недоверием. Но в целом доверие к фандрайзингу растет, число однократных и постоянных доноров увеличивается.

Процветает мошенничество под видом привлечения частных пожертвований. Особенно такое мошенничество распространено в сфере адресной помощи в

социальных сетях. Также нередки «пиратские» уличные сборы, злоупотребления с веб-сайтами и т.д.

Происходит «оцифровывание» фандрайзинга. Активнее используется интернет как инструмент фандрайзинга. Велик и продолжает расти поток пожертвований, переданных с использованием банковских карт, электронных денег, мобильных денег. Увеличивается доля средств, привлекаемых онлайн. Начинают использоваться мобильные приложения.

Фандрайзинг через краудфандинг и сайты-агрегаторы. Краудфандинговые и аналогичные платформы все чаще используются для привлечения финансирования некоммерческих проектов инициативных от групп, а также НКО.

Развивается корпоративная благотворительность и КСО. Представители компаний более обдуманно начинают подходить к вопросу пожертвований. Приходит осознание пользы от участия в фандрайзинговых компаниях в качестве донора, в частности – позитивного влияния такой практики на имидж компании. Компании все чаще ищут системные долгосрочные проекты, ценят интересную подачу пожертвования (акции, мероприятия). В целом растет доверие к фондам, у многих компаний появляются продуманные схемы взаимодействия с благотворительными организациями. Средний и мелкий бизнес становится более социальным, растет число примеров позитивного сотрудничества с НКО. Активно развиваются корпоративное волонтерство и кобрендинг (благотворительные отчисления с товара). Растет число корпоративных фондов.

Почти ушли иностранные доноры. Снижается количество иностранных институциональных доноров (фондов, грантовых программ) и объем пожертвований от них, многие прекратили свою работу. Уже мало кто ищет доноров за рубежом из-за боязни попасть в список иностранных агентов – вместо этого многие НКО пишут заявки на президентские гранты и МЭР.

Почти не состоялись в качестве фандрайзинг-источника местные частные фонды. Отсутствие ощутимого прогресса в появлении российских частных грантодающих фондов. Фондов немного, большинство из них либо вообще не проводит конкурсов, либо не рассматривает НКО в качестве получателей средств. Есть ряд исключений, но они не меняют общей картины.

Увеличилась роль государства как источника финансирования НКО и активизировались государственные усилия по регулированию третьего сектора, в том числе через возможности в сфере фандрайзинга. Заметен рост числа и объемов грантов для социально-ориентированных некоммерческих организаций. Есть определенная положительная динамика в организации федеральных и региональных гос. конкурсов социальных проектов (повышение уровня требований к качеству заявок, упрощение системы подготовки и регистрации заявок). В то же время наблюдаются повышенные требования к лояльности получателей средств, сталкивание разных частей сектора (социальных и правозащитных организаций),

часто не вполне прозрачные конкурсы и выделение средств «карманным» организациям. Власть на местах нередко сотрудничает с НКО (в зависимости от региона), в то время как федеральная власть в большей степени «закручивает гайки». Ряд проведенных и планируемых контрольных действий государственных органов, публичных заявлений и законодательных инициатив создает препятствия для развития фандрайзинга и повышает нестабильность имиджа некоммерческих организаций.

Развивается профессия фандрайзера. Подготовка фандрайзеров становится более грамотной и профессиональной. Проходит больше семинаров, лучше доступ к материалам. Происходит рост интереса к профессии, осознание необходимости «профессионализации», определенная специализация.

Повышается системность фандрайзинга. Фандрайзинг постепенно переходит от привлечения пожертвований частных лиц для адресной помощи к сбору средств на программы и проекты, от единичных усилий к постоянной деятельности. Используется большее число способов привлечения средств. В целом пока немногие организации системно работают с частными донорами, предлагают им поддерживать организацию регулярно (даже благодарность за пожертвование пока не является обязательным атрибутом коммуникаций – см. источник [38](#)). Однако все больше организаций четко структурируют свою фандрайзинговую деятельность: имеют фандрайзинг-планы, регулярно участвуют в конкурсах, планируют бюджеты, ведут базу доноров и регулярно коммуницируют с донорами, стараются наладить постоянные пожертвования.

Государственные учреждения становятся фандрайзерами. В связи с реформой госучреждений и переводом ряда из них в статус автономных активизируется их потребность в привлечении внебюджетных средств – соответственно, многие музеи, театры, вузы, больницы выходят на фандрайзинговый рынок.

Идет поиск различных моделей финансовой устойчивости (связанных с фандрайзингом или не-фандрайзинговых). Популярно социальное предпринимательство как тема: соцпредпринимательство НКО стимулируется государством; силами вузов и НКО проводится большое количество обучающих курсов на эту тему, появляются другие ресурсы; в то же время число социальных предпринимателей, вовлеченных в этот процесс, невелико и перспективы серьезного развития данного направления остаются пока открытым. Многие НКО заинтересованы в предпринимательской деятельности и с различным успехом предпринимают попытки ее наладить; в частности, существуют определенные перспективы в получении государственного заказа. Ряд НКО и госучреждений успешно создают клубы выпускников или друзей, развивают членские взносы. Развиваются целевые капиталы – все больше тех, кто их создал или пытается создать, привлечь средства в целевой капитал (см. также источник [10](#)).

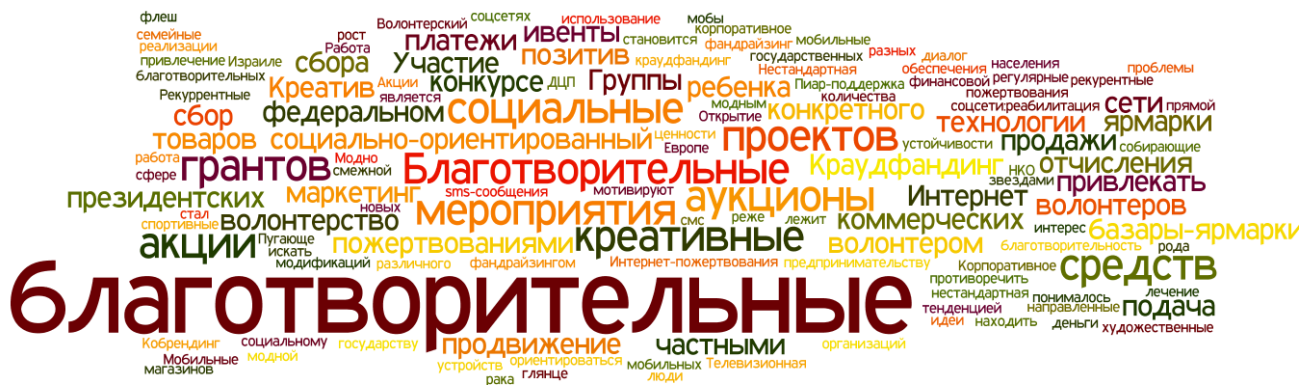
Таким образом, ни один из основных источников (как мы увидим ниже) не показывает однозначной тенденции к сокращению. Более того, как минимум частные пожертвования демонстрируют заметный рост и широкую доступность для широкого круга организаций (в отличие от государственного финансирования, которое также растет, но предполагает больше требований и ограничений по отношению к НКО).

Развитие благотворительности в целом, а также стремительное развитие инфраструктуры фандрайзинга (недорогих онлайн-технологий, платежных механизмов, социальных сетей) снижает барьеры как со стороны доноров, так и со стороны фандрайзеров, делает фандрайзинг более доступным в плане времени, квалификации, финансовых вложений.

Фандрайзеры, в свою очередь, также начинают работать более квалифицированно. Задействуются все более разнообразные механизмы – такие, как кобрендинг, интернет-технологии и др. Акции по привлечению средств становятся более качественными и креативными. Все чаще отдельные хаотические усилия по привлечению средств уступают место профессиональной системной работе.

При этом многие отмечают государственные усилия по регулированию инфраструктуры фандрайзинга и развития некоммерческого сектора в целом – в частности, такие инициативы, как жесткие прокурорские проверки, кампанию против «иностранных агентов», не лучшим образом повлиявшую на репутацию НКО (см. источник [25](#)), ограничение электронных платежей и т.д. Таким образом, создавшаяся благоприятная ситуация многими респондентами квалифицируется как нестабильная. Многие ожидают либо не исключают изменений в законодательстве либо правоприменении, затрудняющих фандрайзинг.

Что сейчас модно в российском фандрайзинге? Что в тренде?



«Модные» тенденции – это не обязательно то, что эффективно, а скорее то, что в данный период привлекает особое внимание. Зачастую это возможности, потенциал которых еще не до конца исследован, но на которые при этом возлагаются большие надежды.

Вот что отметили респонденты как «модные темы» в российском фандрайзинге:

- Краудфандинг, привлечение средств через Интернет, продвижение проектов через социальные сети;
- Мобильные технологии, смс, использование мобильных устройств;
- Благотворительные мероприятия: базары-ярмарки, благотворительные аукционы и ярмарки, креативные благотворительные акции, «ивенты и прочий позитив»;
- Креатив, нестандартная подача;
- Корпоративное волонтерство;
- Телевизионная благотворительность;
- Быть волонтером, привлекать волонтеров. Волонтерский фандрайзинг: люди, собирающие деньги, мотивируют других на сбор средств;
- Кобрендинг (благотворительные отчисления от продажи коммерческих товаров, социально-ориентированный маркетинг);
- Работа с частными пожертвованиями;
- Группы для сбора на конкретного ребенка в соцсетях;
- Рекуррентные платежи, регулярные пожертвования;
- (Не) противоречить государству и ориентироваться на «семейные ценности», что бы под этим ни понималось;
- Участие в федеральном конкурсе «президентских» грантов.

Также модной тенденцией стал интерес к социальному предпринимательству, которое хотя и не является фандрайзингом, лежит в смежной сфере обеспечения финансовой устойчивости.

Актуальные методы привлечения средств и платежные механизмы

Вопросы, заданные участникам исследования, звучали следующим образом:

Какие методы привлечения средств становятся сейчас в России особенно актуальны?

- Подготовка социальных проектов и подача их на различные конкурсы (частные, государственные, корпоративные)
- Массовая почтовая рассылка писем с призывом перечислить пожертвование
- Массовая электронная рассылка писем с призывом перечислить пожертвование
- Ящики для пожертвований
- Личные переговоры, персональное обращение за средствами
- Мероприятия и акции (концерты, обеды, праздники и т.д.)
- Продажа благотворительных товаров НКО (например, сувениров)
- Благотворительные отчисления с коммерческих товаров (например, вы покупаете хлеб такой-то, и 10% средств от продажи этой буханки идут в такой-то фонд)
- Привлечение средств через сайт и социальные сети конкретной организации
- Привлечение средств через краудфандинг-платформы и другие общие ресурсы

Какие способы перечисления средств/платежные механизмы становятся сейчас в России особенно актуальны?

- Наличные деньги в кассу организации
- Наличные деньги лично в руки
- Ящики для пожертвований
- Безналичные перечисления на счет организации
- Пожертвования по квитанции (лично в банке, через операциониста)
- Перевод денег через банкоматы, платежные терминалы
- Перечисление пожертвования через SMS
- Интернет-банкинг
- Перечисление средств по банковской карте
- Электронные деньги (типа WebMoney, Яндекс.Деньги и т.д.)

По этим вопросам мнения участников онлайн-опроса и экспертов совпали меньше всего; большой разброс мнений был и внутри каждой из этих групп (см. также аналогичные данные в источнике [37](#)).

Актуальность **подачи проектов на конкурс** подтвердили практически все.

К возможностям **почтовой рассылки** в России многие онлайн-респонденты и эксперты относятся скептически; в то же время популярность этой технологии на западе заставляет некоторых респондентов предполагать, что почтовая рассылка имеет определенный потенциал и для России, если найти способ грамотно ей воспользоваться.

Электронная рассылка, по мнению респондентов, обладает определенным потенциалом в том случае, если использовать ее как регулярный канал общения с

(потенциальными) донорами, а не единовременную просьбу о помощи (в последнем случае ее легко сочтут спамом).

Ящики для пожертвований оказались одним из наиболее спорных методов: многие онлайн-респонденты и эксперты считают их отжившей технологией привлечения средств; в то же время заметное число экспертов и участников онлайн-опроса (причем как раз те, кто непосредственно работает с массовыми частными пожертвованиями) говорят о несомненной актуальности этого метода в современных условиях.

Личные переговоры единодушно были признаны одним из самых надежных и эффективных методов привлечения средств.

Мероприятия и акции многие отметили как актуальный метод; в то же время большое количество онлайн-респондентов и экспертов обратили внимание на то, что достичь окупаемости событий сложно и зачастую они больше работают как PR-инструмент, чем собственно как фандрайзинг-технология. Удачным компромиссом может стать использование чужих событий для проведения собственных фандрайзинг-акций и сборов в их рамках.

Продажа благотворительных товаров не вызвала энтузиазма у большинства участников исследования – отмечалось, что это скорее PR-ход, чем источник средств; многие обращали внимание на то, что для успешного использования этого метода важно иметь возможность производить что-то действительно качественное с низкой себестоимостью.

В то же время кобрендинг - **благотворительные отчисления** с коммерческих товаров – был отмечен как один из весьма перспективных способов привлечения средств.

Привлечение средств через сайт и социальные сети организации многие считают актуальным подходом в привлечении микро-пожертвований; в то же время ряд онлайн-респондентов и экспертов отмечает, что потенциал этих технологий на данном этапе сложно оценить в полной мере.

Вопрос об актуальности **краудфандинга** вызвал целый спектр мнений от огромного энтузиазма до крайней осторожности: в любом случае можно сказать, что пока сложно судить о том, насколько актуальной станет эта технология привлечения средств в ближайшее время, хотя интерес она вызывает заметный.

Если говорить о **платежных механизмах/способах перечисления средств**, то их можно разделить на три группы:

- Однозначно актуальные: сюда можно отнести безналичные перечисления на счет организации, пожертвования по банковской карте, с использованием интернет-банкинга и электронных денег;
- Спорные: в эту группу попадает передача средств через ящики для пожертвований (многие считают этот способ очень актуальным, а многие –

уходящим), а также перевод средств через платежные терминалы и смс (также заметный разброс мнений);

- Уходящие (теряющие актуальность): к этой группе можно отнести передачу денег наличными лично в руки или в кассу организации, пожертвования «по квитанции» - хотя для ряда организаций и доноров эти способы сохраняют свою актуальность, их можно отнести к исчезающим.

Онлайн или офлайн?

Вопрос звучал следующим образом:

В настоящее время активно развивается фандрайзинг через интернет (онлайн-фандрайзинг). В то же время фандрайзинг без использования интернета (офлайн-фандрайзинг) также дает хорошие результаты. Каков ваш прогноз на будущее?

- Онлайн-фандрайзеры постепенно станут более успешными, чем офлайн-фандрайзеры
- Офлайн-фандрайзеры будут более успешными, чем онлайн-фандрайзеры
- Будут успешны как онлайн-, так и офлайн-фандрайзеры
- Будут успешны прежде всего те, кто совмещает и онлайн-, и офлайн-фандрайзинг

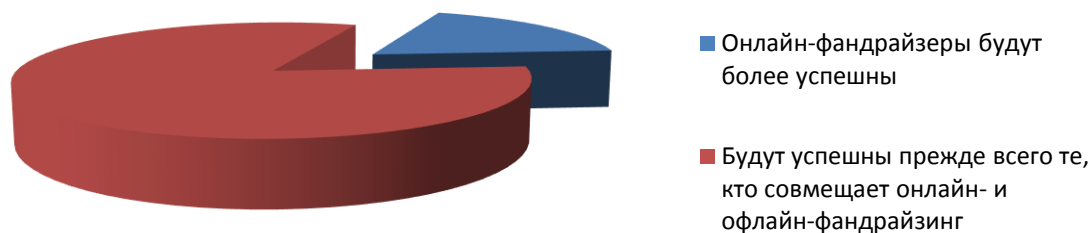
Вот как распределились ответы участников онлайн-опроса:



То есть больше половины респондентов уверены, что именно совмещение онлайн- и офлайн компетенций и методов обеспечит российским фандрайзерам успех в ближайшем будущем. Некоторые предрекают большой успех онлайн-фандрайзерам, только один человек по-прежнему делает ставку на офлайн. Около четверти онлайн-респондентов все еще надеются, что влияние интернета не будет слишком большим и что как онлайн- так и офлайн-фандрайзеры смогут быть одинаково успешными.

А вот эксперты в своих оценках были более категоричны:

Кто будет более успешным: онлайн- или офлайн-фандрайзеры? (экспертный опрос)



Четыре пятых экспертов уверены в успехе интегрированного подхода онлайн-офлайн, а пятая часть уверена, что онлайн-фандрайзеры скоро перехватят инициативу и именно они будут наиболее успешными.

Будущее покажет, кто оказался прав. Так или иначе, ответы на это вопрос явно указывают, что через некоторое время – по мнению участников исследования – без онлайн-компетенций успешно заниматься фандрайзингом будет затруднительно (см. также аналогичные данные в источнике [37](#)).

На какие темы проще и сложнее всего привлечь средства

Популярные темы. Респонденты онлайн-опроса, эксперты и вторичные источники едины в том, что с большим отрывом в списке тематических приоритетов в сегодняшней России лидируют дети, особенно адресная помощь симпатичным детям при смертельной опасности и известных диагнозах («своеобразный стереотип в этом плане – красивая русоволосая девочка до 3 лет, которой требуется срочное лечение»).

В целом формула наиболее привлекательных для доноров тем – «дети, животные, старики». В качестве адресатов благотворительной помощи популярны:

- больные дети,
- дети-сироты,
- бездомные животные,
- пожилые,
- люди с ограниченными возможностями,
- пострадавшие от стихийных бедствий и чрезвычайных ситуаций,
- люди в сложной жизненной ситуации (малообеспеченные, многодетные и т.д.).

Также достаточно легко привлечь средства на мероприятия (особенно на праздники).

Непопулярные темы. Адресаты/темы помощи (и типы расходов), наиболее сложные для привлечения средств, также были отмечены достаточно единодушно. Сюда вошли:

- химически зависимые люди,
- мигранты,
- ВИЧ-инфицированные,
- (бывшие) заключенные,
- бездомные,
- правозащита,
- лечение и реабилитация взрослых,
- политические темы и критика существующей системы,
- целевой капитал, системные проекты, административные расходы,
- инфраструктурные проекты для НКО.

Спорные темы. Экология, культура и образование были оценены неоднозначно – ряд респондентов считает их популярными, часть – непопулярными или умеренно популярными (см. также источники [5](#), [7](#), [26](#), [29](#), [30](#), [31](#), [36](#), [39](#))

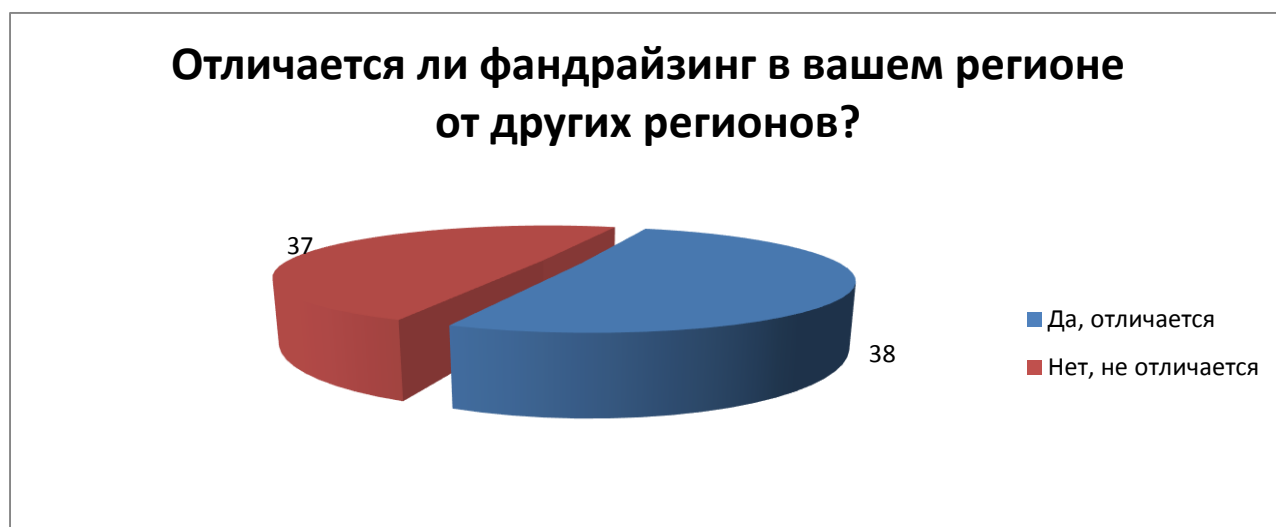
Региональные особенности фандрайзинга

Участники исследования отвечали на следующие вопросы:

Отличается ли фандрайзинг в вашем регионе от других регионов?

Какие фандрайзинг-тенденции по регионам Вы наблюдаете?

Почти все эксперты были уверены, что между регионами есть определенные различия в фандрайзинге. Что касается участников онлайн-опроса – их мнения разделились практически пополам:



Иными словами, половина онлайн-респондентов не видит различий между регионами, еще половина такие различия отмечает.

Вот несколько характерных цитат:

Особой разницы нет, есть запаздывание в развитии, есть острая нехватка кадров в регионах, но там же есть руководители, которые берут на себя функции фандрайзеров и выполняют их, задавая тон на весь регион.

(Участник экспертного опроса)

Вечный грантовый голод, отсутствие крупных корпораций. В основном дает малый бизнес и индивидуальные предприниматели, поэтому надо много бегать и тратить сил и времени – таким образом, от столичных регионов мы отличаемся постоянным движением и несоизмеримыми затратами на ФР.

(Участник экспертного опроса)

В крупных городах (причем не только в Москве и Петербурге) большие возможности. Много корпоративных партнеров, большое население, то есть – проще. Но и организаций много, поэтому

надо постоянно что-то придумывать, чтобы цеплять людей.

(Участник экспертного опроса)

У нас меньше креатива, меньше интернет-технологий, фандрайзинг в регионе – это чаще художественная самодеятельность.

(Участник экспертного опроса)

В столицах – это Интернет, другие деньги. Регионы менее избалованы, другие подходы, личное отношение. Для региона важно, чтобы помощь была именно в своем регионе: поможем томичам, например. Фандрайзер в регионе – это тот, кто дышит своим сообществом, это не Москва.

(Участник экспертного опроса)

Количество грантов для регионов увеличивается.

Регионам стала доступнее информация в связи с развитием интернет коммуникаций.

(Участник онлайн-опроса)

Я вижу все больше ящиков в магазинах и наружной рекламы, больше мероприятий.

(Участник онлайн-опроса)

В малонаселенном городе люди более открыты и охотно оказывают помощь.

(Участник онлайн-опроса)

У нас очень позитивное отношение к благотворительности, но очень недоверчивые люди, т.е. они готовы помогать, но сложно убедить людей, что это не афера и что помощь дойдёт по назначению. Люди боятся оказывать помощь с банковской карты, им проще прийти до банка, чем сделать интернет-платёж.

(Участник онлайн-опроса)

Живу в столице - тут много людей, много денег, но мало времени.

В регионах - противоположная картина.

(Участник онлайн-опроса)

Одно из традиционных разделений – столичные города и остальная Россия. При этом Санкт-Петербург по каким-то признакам ближе к столице, по каким-то – к регионам, а в чем-то имеет собственные характеристики ситуации.

Головные офисы многих крупных компаний, где принимаются решения о пожертвованиях и корпоративных программах, находятся в Москве, как и офисы почти всех конкурсных программ и грантодающих фондов (как государственных, так и частных). По данным опросов и по оценкам респондентов в Москве выше доверие к НКО, выше готовность частных доноров жертвовать, чем в регионах. По некоторым оценкам, московские частные доноры несколько моложе, чем в регионах и с большей готовностью пользуются интернет-инструментами.

Много в Москве и НКО-фандрайзеров. В Москве есть очень крупные (в том числе международные) организации и фонды со своими фандрайзинг-отделами – крупные игроки, задающие тон на рынке и имеющие возможность вкладывать

заметные ресурсы в свой фандрайзинг (в Петербурге и других крупных городах таких организаций максимум 1-2 на город). Велико в столице и общее число организаций, отсюда – заметно более высокая конкуренция между НКО, чем в других регионах.

Таким образом, в столице и больших городах «много людей, много денег, но мало времени; в регионах – противоположная картина». Также в крупных городах люди и организации готовы больше жертвовать, а фандрайзеры более подготовлены и профессиональны.

В Петербурге много профессиональных организаций, но немного крупных. От многих других регионов, по мнению респондентов, Петербург отличается большим числом обученных фандрайзеров, прочными горизонтальными связями НКО, высоким уровнем кооперации организаций («В Петербурге можно обратиться друг к другу за помощью, в Москве – в меньшей степени»). С точки зрения корпоративных и фондовых доноров Петербург занимает не самую удачную нишу, так как считается столичным регионом, на деле не имея ни московских преимуществ (меньше денег, меньше людей, офисы компаний и фондов, где принимаются решения – в Москве), ни преимуществ нестоличных регионов (большинство программ, ориентированных на региональное развитие, исключают из числа «регионов» не только Москву, но и Петербург).

В нестоличных регионах, как отметили многие респонденты, «яркие личности двигают всю сферу; в центре стоит не профессионализм, а человеческий фактор». Здесь больше офлайн-фандрайзинга (меньше охваченность интернетом и доверие к этим технологиям), большую роль играет личное общение и личные связи, очень важна репутация и известность организации. Доступ к людям часто проще и короче, чем в столице (в Москве люди более закрыты и защищены от вмешательства в их жизнь).

Региональным НКО гораздо сложнее, чем московским, выйти на первое лицо компании или лицо, отвечающие за принятие решений о финансировании и договориться о финансировании проектов или отдельных мероприятий. Крупные компании видят операторов преимущественно в Москве, не в регионах. Региональные отделения компаний ссылаются на то, что все решения принимаются в столице. С другой стороны, в крупных городах более высокие требования со стороны бизнеса к качеству обращений НКО и совместным проектам.

Нестоличные регионы, конечно, отличаются и между собой. Многое зависит от экономической активности в самом регионе, наличия средств в региональном бюджете (и общего бюджетного статуса – регион-донор или регион-реципиент), присутствия активных компаний, уровня жизни граждан. В регионах, где есть градообразующие предприятия, общая ситуация в регионе и разные виды фандрайзинга (в том числе частные пожертвования) в большой степени зависят от благополучия этих предприятий (см. также источники [7](#), [42](#)).

ГЛАВА III. РАЗЛИЧНЫЕ ИСТОЧНИКИ СРЕДСТВ

Сравнительная актуальность источников

Вот как ответили респонденты на вопрос «Какие источники средств в России сейчас особенно актуальны для некоммерческих организаций?»



Диаграмма представляет ответы участников онлайн-опроса; эксперты ответили аналогично.

Итак, согласно оценкам, все источники обладают высокой актуальностью – что лишний раз говорит о достаточно благоприятной для фандрайзинга ситуации.

Несколько менее актуальными, чем остальные источники, были признаны средства негосударственных фондов.

Наиболее актуальны, по мнению респондентов, частные пожертвования.

Государственные источники

Основные вопросы, которые мы задавали респондентам, звучали следующим образом:

Как вам кажется, возможности для фандрайзинга из государственных источников в России сейчас:

- Увеличиваются
- Остаются прежними
- Сокращаются

Какие тенденции Вы наблюдаете сейчас в государственном фандрайзинге на территории России? Что именно вас радует, что удручает/тревожит?



Более половины онлайн-респондентов считают, что возможности фандрайзинга из государственных источников сейчас растут. Эксперты поддержали это мнение.

Самые известные государственные доноры – МЭР (министерство экономического развития) и конкурс ОПРФ («Президентские гранты»).

Респонденты отметили как позитивные тенденции рост числа конкурсов, расширение их тематики, увеличение сумм, выделяемых на конкурсы (см. также источник [40](#)).

В качестве тревожных и удручающих тенденций были отмечены: ужесточение условий участия, чрезмерный контроль за расходованием средств, серьезные вопросы к прозрачности конкурсов, высокая коррупционная составляющая, наличие среди крупных получателей государственных средств неизвестных и непрозрачных организаций, идеологизация господдержки («удручает формализм и выхолащивание идей еще на стадии заявок», «гос. конкурсы – это непрозрачность, волокита, кумовство»).

Корпоративные источники

Респонденты ответили на следующие основные вопросы:

Как вам кажется, возможности для фандрайзинга из бизнес-источников в России сейчас:

- Увеличиваются
- Остаются прежними
- Сокращаются

Какие тенденции Вы наблюдаете сейчас в корпоративном фандрайзинге на территории России? Что именно вас радует, что удручает/тревожит?



Как видно на диаграмме, онлайн-респонденты не пришли к единому мнению: пятая часть опрошенных считает, что возможности работы с корпоративными источниками сокращаются; остальные мнения разделились примерно на равные доли между теми, кто отмечает рост возможностей и теми, кто не видит изменений. Мнения экспертов также разделились.

Чаще всех упоминались следующие корпоративные доноры – Газпром, Сбербанк, Уралсиб.

Радуют респондентов более активные действия компаний в сферах КСО и корпоративной благотворительности: рост корпоративного волонтерства, увеличение числа и качества корпоративных благотворительных программ, рост инициативы со стороны компаний во взаимодействии с НКО и объемов средств, вкладываемых в КСО и благотворительность («отсутствие программ благотворительности часто рассматривается уже как имиджевый урон»). Многие онлайн-респонденты и эксперты отметили увеличение среди своих доноров доли малого и среднего бизнеса.

Популярно создание корпоративных фондов, в том числе грантодающих, которые становятся смешанным корпоративно-фондовым источником для привлечения средств. Заметна определенная тенденция к структурированию благотворительной работы компаниями, в том числе использованию конкурсных механизмов («Компании, даже некрупные, пытаются структурировать свою благотворительную деятельность: вырабатывают политику, правила; идет переход от личных отношений к более цивилизованным формам», «Проводятся конкурсы, поддерживаются хорошие проекты, молодые организации»). Многие компании активно вовлекают сотрудников и клиентов в благотворительные программы, создавая таким образом корпоративно-частный источник с точки зрения фандрайзинга (см. также источники [12](#), [13](#), [14](#), [35](#)).

Заметно тревожит многих респондентов та политика, которую крупные корпорации (с московскими головными офисами) проводят в регионах: многие упоминают, что представители таких корпораций не имеют полномочий либо готовности сотрудничать с НКО. Нередко они реализуют собственные программы, неоднозначные по качеству и не вполне отвечающие потребностям региона.

В свою очередь компании, работающие непосредственно в регионе, зачастую более открыты для сотрудничества, но не готовы вкладывать заметных средств.

Также тревожит участников исследования нестабильность компаний в свете кризиса и боязнь многих компаний «впасть в немилость властей» из-за взаимодействия с НКО.

Фонды как источник средств

Участники исследования отвечали на следующие вопросы:

Как вам кажется, возможности для фандрайзинга из фондовых источников в России сейчас:

- Увеличиваются
- Остаются прежними
- Сокращаются

Какие тенденции Вы наблюдаете сейчас в фондовом фандрайзинге на территории России? Что именно вас радует, что удручает/тревожит?



Почти половина онлайн-респондентов уверена, что актуальность этого источника остается прежней, сопоставимая доля ответивших уверена, что актуальность растет и менее пятой части респондентов предположили, что возможности фандрайзинга через фонды сокращаются. Эксперты высказались несколько более пессимистично, но в целом в аналогичном ключе.

Самые известные для респондентов грантодающие фонды/программы – фонды Потанина, Тимченко, Прохорова, Зимина.

Было отмечено, что в поле становится больше российских грантодающих фондов и меньше зарубежных. Растет разнообразие тем и конкурсов. В то же время для некоторых регионов и тематик этот источник почти недоступен (см. источник [36](#)).

Сравнивая ситуацию с той, что была до сворачивания деятельности многих зарубежных фондов, участники исследования отметили сокращение количества грантодающих фондов и программ и падение объемов распределяемых средств («Ожидания относительно роста количества фондов оказались излишне оптимистичными; после ухода зарубежных фондов российские не заняли их места»).

Частые пожертвования как источник

Респондентам задавались следующие вопросы:

Как вам кажется, возможности для фандрайзинга через частные пожертвования в России сейчас:

- Увеличиваются
- Остаются прежними
- Сокращаются

Какие тенденции Вы наблюдаете сейчас в сфере частных пожертвований на территории России? Что именно вас радует, что удручает/тревожит?



Больше половины респондентов онлайн-опроса (и все эксперты, принявшие участие в исследовании) уверены, что возможности частных пожертвований растут. Сокращение этого источника предположила очень незначительная часть ответивших.

Чаще других респонденты называли следующих частных доноров: Владимира Потанина, Михаила Прохорова и капитана Немо (известный анонимный интернет-благотворитель).

Многие респонденты отмечают рост числа частных доноров, особенно небольших. Наблюдается больше узнавания и доверия, растет число постоянных доноров (см. также источники [5](#), [7](#), [26](#), [29](#), [30](#), [31](#)).

При этом часто частные доноры тяготеют именно к адресной помощи детям в критических ситуациях. Многие другие темы остаются пока непонятными и непопулярными.

Крупные российские частные доноры выделяют заметные средства на поддержку высшего образования, культуры и искусства (см. также источник [17](#)).

Постепенно приходит новое поколение доноров, которые более активно используют онлайн-инструменты фандрайзинга.

Заметен рост мошенничества в интернете, маскирующегося под привлечение частных пожертвований.

Для многих НКО актуально повышение донор-ориентированности (см. также источник [38](#)). Успешный фандрайзер – прежде всего тот, кто может не только «зацепить» и убедить, но и предлагает удобные для жертвователя механизмы передачи пожертвования, активно вступает в контакт со своим донором («Донор перестал реагировать на «подайте Христа ради», он ищет реальную благотворительность, он готов на системные пожертвования и хочет диалога: он готов помогать, но хочет, чтобы к его мнению тоже прислушивались»).

Дальнейшее развитие частных пожертвований как фандрайзинг-источника пойдет успешно в случае сохранения приемлемо позитивного имиджа НКО, благоприятных условий для развития банковских карт и онлайн-платежей.

ГЛАВА IV. РОССИЙСКИЙ ФАНДРАЙЗИНГ ЧЕРЕЗ 5 ЛЕТ

Так нестабильно все. Много будет зависеть от политической и экономической ситуации.

(Участник экспертного опроса)

Участники исследования ответили на следующий вопрос:

Опишите, как изменится российский фандрайзинг через 5 лет, как он будет выглядеть?

Большинство участников исследования отметили нестабильность текущей экономической и политической ситуации в стране и мире. Соответственно, 5-летний прогноз большинство респондентов давали с оговоркой «если». Тем не менее, исследование породило немало картин будущего российского фандрайзинга.

Фандрайзинг станет более системным, масштабным. Большой акцент будет делаться на привлечение постоянных доноров, регулярные перечисления. Автоматические ежемесячные перечисления на счет выбранных организаций станут нормой жизни для многих граждан. У всех НКО будет CRM система для работы с донорами. НКО будут конкурировать за каждого донора. Будут наработаны базы данных частных жертвователей у крупных, устойчивых НКО.

Фандрайзинг станет более профессиональным. Появится больше площадок для обмена опытом и общения специалистов. Фандрайзинг станет важной частью развития общества, появится много профессионалов. Профессия фандрайзера станет известной, популярной, уважаемой. Можно будет качественно обучиться на фандрайзера в любом городе. Разнообразие подходов и общая эффективность фандрайзинга возрастут. Можно будет получить специальность фандрайзера через учебные заведения (как дополнительное или основное образование).

Резко вырастет конкуренция фандрайзеров. Соответственно, необходимо будет придумывать яркие интересные акции и иметь ясное позиционирование деятельности.

Дифференциация между центром и периферией будет усиливаться – либо снижаться. Будущее для центра – это электронный фандрайзинг, рассчитанный на массу небольших пожертвований от частных лиц. Возможно, нестоличные регионы будут больше опираться на систему «президентских» и местных грантов и больше зависеть от этих средств. И/или: регионы медленно, но будут тянуться за столицей; то, что в столицах уже попробуют, но это будет неэффективно, в регионах смогут проигнорировать.

Развитие корпоративного фандрайзинга. Бизнесу утвердят налоговые льготы на государственном уровне. Это будет способствовать дополнительному притоку средств в благотворительность. Кобрендинг (продажа товаров с включенными пожертвованиями) приобретет большое распространение. НКО будут более

активно и системно работать с крупными компаниями. Для компаний открытие своего фонда или благотворительной программы станет нормой.

Развитие благотворительности, расширение тематики. Возрастет доверие к НКО. Люди привыкнут к тому, что у них просят деньги на разные нужды. Будет шире круг дающих со всех социальных слоев. «Детская тема» пойдет на спад. Появится осознание того, что надо давать не только на спасение, но и на другие важные цели.

Доминирование онлайн-технологий – или возвращение к наличным деньгам. Большинство пожертвований будет собираться посредством интернет-платформ с использованием мгновенных транзакций. Существенно облегчится процедура совершения пожертвования для донора. Появится возможность списания средств со счета, а не только с карты. Онлайн-составляющая будет доминировать в ежедневной работе фандрайзера (хотя личное общение с потенциальным донором также останется). Появление новых интернет-инструментов и технологий. И/или: Сбор через ящики для пожертвований может как существенно сократиться, так и стать приоритетным. Все будет зависеть от уровня развития электронных денег: если они будут и дальше развиваться – будет рост онлайн-платежей; если регрессируют (санкции Запада против российских банков, блокировка карт Visa и MasterCard, ввод собственной платежной системы в России) – снова будут «в ходу» наличные деньги, а следовательно и их сбор.

Развитие мобильных технологий. Стремительное развитие мобильных коммуникаций, платежей и т.д.

От технологий – к новому уровню коммуникаций. Многие фандрайзеры поймут, что «нельзя выехать только на технологиях» и развернутся к человеку – больше внимания начнут уделять коммуникациям с донорами.

Борьба с мошенничеством – или дальнейшее распространение мошенничества. Увеличится ответственность за недобросовестный фандрайзинг (мошенничество). И/или: станет еще больше мошенничества.

Таким образом, в случае, если политическая ситуация стабилизируется и Россия будет придерживаться условно либерального курса развития, ожидается дальнейшее улучшение ситуации: рост профессионализма фандрайзеров, количества и разнообразия корпоративных и фондовых программ поддержки, интереса общественности, объема частных пожертвований и т.п. Если финансовый кризис примет серьезные масштабы, то поток средств из всех источников значительно сократится.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подавляющее количество респондентов уверены, что профессия фандрайзера в России в настоящее время развивается. При этом практика (введение во многих НКО ставок фандрайзера, учреждение фандрайзинг-отделов, самоидентификация фандрайзеров) несколько опережает институционализацию (например, обучение или оформление в рамках трудового законодательства, известность профессии широкому кругу общественности).

Большинство респондентов (три четверти участников онлайн-опроса, большинство экспертов) считает, что ситуация в российском фандрайзинге в целом улучшается. Признавая наличие ряда препятствий, респонденты отмечают как рост частной и корпоративной благотворительности (количества доноров, размера и регулярности пожертвований), так и рост профессионализма НКО-фандрайзеров, более доступную инфраструктуру для фандрайзинга (обучение и материалы, платежные системы и т.д.).

Динамично развиваются и популярны мобильные технологии фандрайзинга и спектр решений, связанный с интернет-фандрайзингом: краудфандинг, продвижение в социальных сетях. Проводится большое количество благотворительных событий, они популярны как среди доноров, так и среди фандрайзеров. Большое внимание уделяется нестандартным фандрайзинг-решениям. Растет объем решений в рамках корпоративного волонтерства и кобрендинга. По-прежнему большое внимание привлекают адресные сборы, особенно на детей и через социальные сети (а этой же сфере распространено мошенничество, борьба с которым актуальна для отдельных пострадавших НКО и для сообщества в целом). Большое количество организаций – особенно в нестоличных регионах – возлагают надежды на участие в конкурсе «президентских» грантов.

Респонденты предполагают, что наиболее успешны в ближайшее время будут именно те, кто успешно совмещает онлайн- и офлайн-фандрайзинг.

Проще всего в настоящее время привлечь средства, по мнению опрошенных, на помощь детям, животным и пожилым людям, сложнее всего – на правозащитные и культурные проекты, работу с химически зависимыми людьми и инфраструктурные проекты.

Отмеченные отличия регионального фандрайзинга от столичного состоят в следующем: в столичных регионах больше средств и доноров, сосредоточено больше лиц, принимающих решения в сфере КСО, но сложнее доступ к донорам, часто оправдывает себя обращение к более молодым донорам через интернет. Вместе с тем, в нестоличных регионах проще получить личный доступ к частным и

корпоративным донорам, установить личные отношения, нередко более эффективен офлайн-фандрайзинг.

Респонденты отметили, что возможности для фандрайзинга в государственных, корпоративных и особенно частных источниках в России в настоящее время увеличиваются, в негосударственных фондах – скорее сокращаются.

Ожидается, что в будущем российский фандрайзинг станет более системным и масштабным, усилится интернет-составляющая при сохранении важности личного контакта с донором. Будут развиваться регулярные отчисления. Сценарии развития отрасли будут существенно зависеть от активности и направления государственного регулирования фандрайзинга, деятельности НКО и электронных платежей.

Таким образом, в настоящее время наблюдается заметный рост частных пожертвований онлайн и офлайн и в основном благоприятная динамика развития фандрайзинга в корпоративных и государственных источниках на фоне определенных барьеров и опасений, связанных с государственным регулированием данной сферы. В то же время развивается профессия фандрайзера, растет профессионализм и самоорганизация, улучшается инфраструктура.

Знание тенденций развития фандрайзинга поможет как отдельным организациям, так и инфраструктурным агентам сделать свою работу в данной сфере более эффективной.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Что такое фандрайзинг?

Под фандрайзингом в этом исследовании понимается привлечение средств (денежных либо натуральных) на социальные цели (для реализации проектов, проведения мероприятий, текущей работы) – например (но не только), для экологической работы, помощи престарелым, правозащитной деятельности, развития одаренных детей, сохранения культурного наследия и т.д.

Средства могут привлекаться из различных внешних источников: конкурсы грантов или субсидий, средства компаний, частные пожертвования.

В данной публикации анализируется прежде всего фандрайзинг некоммерческих организаций (НКО) различного типа и инициативных групп граждан на не-религиозные и не-политические цели.

В российской практике закрепились два равноценных варианта словоупотребления (оба – кальки с английского fundraising): фандрайзинг и фандрейзинг. Мы используем вариант «фандрайзинг».

Приложение 2

Об исследовании – респонденты, регионы и др.

Исследование проведено командой Центра РНО (СПб) в мае 2014 года.

Использованы 3 источника данных: онлайн-опрос, экспертный опрос и анализ вторичных источников.

В онлайн-опросе приняли участие 75 респондентов с опытом фандрайзинга (66 чел) или донорства (9 чел) из следующих населенных пунктов:

- г. Архангельск,
- г. Владивосток,
- г. Владимир,
- г. Екатеринбург,
- г. Ижевск,
- г. Иркутск,
- г. Казань,
- Калининградская область,
- г. Кировск (Мурманская обл.),
- г. Красноярск,
- г. Москва,
- г. Назарово (Красноярский край),
- г. Назрань,
- г. Нижний Новгород,
- г. Новосибирск,
- п. Октябрьский,
- г. Омск,
- г. Петрозаводск,
- г. Ростов-на-Дону,
- г. Санкт-Петербург,
- г. Саянск (Иркутская обл.),
- г. Североуральск,
- г. Славск (Калининградская обл.)
- г. Сыктывкар,
- г. Тамбов,
- г. Тверь,
- г. Томск,
- г. Троицк (Челябинская обл.),
- г. Уфа,
- г. Хабаровск,
- г. Челябинск,
- г. Череповец,
- г. Юрга,
- г. Якутск.

Респондентами экспертного опроса стали руководители крупных НКО, фандрайзеры, представители доноров из Москвы, СПб и других регионов – всего 22 человека с опытом фандрайзинга и/или донорства в России от 4 до 25 лет.

Анализ 44 вторичных источников включал результаты других исследований, аналитические публикации и публицистику о фандрайзинге, корпоративной социальной ответственности, некоммерческом секторе и благотворительности в России, преимущественно за последние 3-5 лет (полный список доступен в [приложении 3](#)).

Приложение 3

Список вторичных источников

АСИ - Агентство социальной информации

1. «Благотворительность в России»: эксперты назвали основные тренды корпоративной благотворительности (Статья в АСИ 07.04.2014). <http://www.asi.org.ru/news/x-ezhegodnaya-konferentsiya-blagotvoritelnost-v-rossii-eksperty-nazvali-osnovnye-trendy-korporativnoj-blagotvoritelnosti/>
2. Развитие финансово-экономической устойчивости российских НКО. Отчет об исследовании. АСИ, 2013 (http://nkozakon.ru/wp-content/uploads/2013/08/Analit_finstabilNGO.pdf)
3. Записки о некоммерческом секторе. Благотворительность в большом городе. Владимир Берхин (статья в АСИ 18.12.2013). <http://www.asi.org.ru/zapiski-o-nekommercheskom-sektore-blagotvoritel-nost-v-bol-shom-gorode/>
4. Конфессиональная благотворительность: правила игры (статья в АСИ 24.05.2011). <http://www.asi.org.ru/konfessional-naya-blagotvoritel-nost-pravila-igry/>

ВЦИОМ

5. Данные ВЦИОМ по вопросам о благотворительности и гражданском обществе (архив опросов 2008-2014). <http://wciom.ru/index.php?id=275&search=1&prevSql=KENPTkNBVChgemhfdmFyX3ZgLmBuYW1lYCxgemhfcV92YC5gbmFtZWApIExJS0UgJyXBy8DDztLCztDI0iUnKQ%3D%3D&text=%D0%91%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82&logic=AND&in q=on&in v=on&ds=1&day f1=1&month f1=1&year f1=2008&day t3=&month t3=&year t3=&day f2=15&month f2=6&year f2=1992&day t2=20&month t2=4&year t2=2014>
6. ВЦИОМ: тематический архив по запросу «благотворительность» <http://wciom.ru/charity/>
7. Изучение отношения российских интернет-пользователей к благотворительности (Добро.Mail.ru и ВЦИОМ, 2013). <https://corp.mail.ru/media/files/issledovanie-o-blagotvoritelnosti-2013.pdf>

ВШЭ

8. Мерсиянова И.В. Благотворительность и участие россиян в практиках гражданского общества: региональное измерение (Текст) / И.В. Мерсиянова, И.Е. Корнеева; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2013. <http://publications.hse.ru/books/106472687>
9. Мерсиянова И.В., Корнеева И.Е., Иванова Н.В. Фандрайзинг в российских НКО: детерминанты результативности и роль в обеспечении устойчивого функционирования. Доклад на конференции «Белые ночи фандрайзинга-2014». <http://fr.crno.ru/materialyi-konferenczii-2014/>

КАФ Россия

10. Аналитический доклад «Российские НКО на пути к устойчивости». КАФ Россия, 2013
http://www.cafussia.ru/page/analiticheskii_doklad_rossiiskie_nko_na_puti_k_ustoychivosti
11. Исследование «Будущее мировой благотворительности» КАФ Россия, 2014
http://www.cafussia.ru/page/issledovanie_buduschee_mirovoi_blagotvoritelnosti
12. Особенности благотворительной деятельности компаний нефтегазовой отрасли. КАФ Россия, 2010 http://www.cafussia.ru/page/otraslevie_obzori
13. Обзор практик и подходов к социальным инвестициям компаний-лидеров автомобильного рынка. КАФ Россия, 2011
http://www.cafussia.ru/page/otraslevie_obzori
14. Особенности благотворительной деятельности банковского сектора России. КАФ Россия, 2013 http://www.cafussia.ru/page/otraslevie_obzori
15. Местная филантропия национального значения. КАФ Россия, 2014
http://www.cafussia.ru/page/mestnaya_filantropiya_nacionalnogo_znacheniya
16. Мировой рейтинг благотворительности (2010-2013). КАФ Россия
http://www.cafussia.ru/page/mirovoi_reiting_blagotvoritelnosti_1
17. Миллионы на благо: исследование частной благотворительности в России 2013. Coutts и КАФ Россия.
http://philanthropy.coutts.com/media/49391/MDDReport_russ_Final_Oct13.pdf

ЛЕВАДА-ЦЕНТР

18. Участие в благотворительности. Левада-центр, 2013 <http://www.levada.ru/21-11-2013/uchastie-v-blagotvoritelnosti> (данные за 2006-2012 год - <http://www.levada.ru/05-12-2012/kazhdyi-chetvertyi-rossiyanin-okazyval-blagotvoritelnyu-pomoshch-khotya-raz-za-poslednie>)
19. Благотворительность / Общественное мнение – 2012. М.: Левада-Центр, 2012
<http://www.levada.ru/books/obshchestvennoe-mnenie-2012>

Общественная палата РФ:

20. Ежегодный доклад Общественной палаты «О состоянии гражданского общества в Российской Федерации» (2010, 2011, 2012, 2013).
<https://www.oprf.ru/documents/1151/2013/>
21. Сборник материалов общественных слушаний "Эмпирические исследования гражданского общества" (2008, 2009) Общественная палата РФ
<https://www.oprf.ru/documents/498/1847/>

СРЕДА – исследовательская служба

22. Вера - за чей счет: кто должен содержать приход, по мнению прихожан? Исследовательская служба «Среда», 2013. <http://sreda.org/ru/2013/25787/25787>
23. Счастье, скромность, доброта. Исследовательская служба «Среда», 2012
<http://sreda.org/ru/opros/38-schaste-skromnost-dobrota-cto-rossiyane-dumayut-ob-etih-kachestvah>

24. Благотворительность: польза или вред. Исследовательская служба «Среда», 2011.
<http://sreda.org/ru/opros/blagotvoritelnost>

Филантроп

25. Россияне стали хуже относиться к НКО. Филантроп 11.07.2013.
<http://philanthropy.ru/news/2013/07/11/12262/#.U8Osk I sXs>

26. М. Фирсанов, О. Гамбарян. Благотворительность / М. Фирсанов, О. Гамбарян. Россия в цифрах. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. (инфографика по этому разделу также доступна на <http://fom.ru/obshchestvo/11457>)

ФОМ - Фонд «Общественное мнение»

27. Опрос «Отношение к благотворительности и благотворителям» (2013). ФОМ, Москва
<http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
28. Опрос «Отношение к людям, просящим милостыню» (2013). ФОМ, Москва
<http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
29. Опрос «Благотворительность. Помощь детям» (2013). ФОМ, Москва
<http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
30. Опрос «Всем миром»: помощь пострадавшим от наводнения» (2013). ФОМ, Москва
<http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
31. Опрос «О пожертвованиях» (2013). ФОМ, Москва <http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
32. Опрос «Корпоративная благотворительность» (2012). ФОМ, Москва
<http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
33. Опрос «Ответственность, взаимопомощь и доверие в российском обществе» (2012).
ФОМ, Москва <http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>
34. Опрос «Благотворим за внимание» (2011). ФОМ, Москва
<http://fom.ru/tag/Blagotvoritelnost>

ФОРУМ ДОНОРОВ

35. Практики компаний в области благотворительности и социальных инвестиций. Форум доноров, 2010, 2011, 2012, 2013. <http://www.donorsforum.ru/sections/work/forum-pubs/>
36. Доклад о состоянии и развитии фондов в России. Форум доноров, 2011, 2012, 2013.
<http://www.donorsforum.ru/sections/work/forum-pubs/>

ЦРНО

37. Привлечение частных пожертвований в НКО. ЦРНО, 2013.
<http://crno.ru/skachat1/materialyi-czrno>
38. Тайный донор: отчет по исследованию. ЦРНО, 2013. <http://crno.ru/skachat1/materialyi-czrno>
39. Яковлева А. Фандрайзинг правозащитных НКО: первые результаты исследования. Доклад на конференции «Белые ночи фандрайзинга-2014». <http://fr.crno.ru/materialyi-konferenczii-2014/>

40. Гудалин В. Тенденции в государственном финансировании некоммерческих организаций. Доклад на конференции «Белые ночи фандрайзинга-2014». <http://fr.crno.ru/materialyi-konferenczii-2014/>
41. Индина Т. Центр изучения интернета и общества. Исследование онлайн-благотворительности в России: фонды, деньги, люди. Доклад на конференции «Белые ночи фандрайзинга-2014». <http://fr.crno.ru/materialyi-konferenczii-2014/>

ЦИРКОН

42. Благотворительность в российских регионах: сводный отчет об исследовании. Циркон, 2013.
http://www.zircon.ru/upload/iblock/366/Blagotvoritelnost_v_rossijskih_regionah.pdf?sphrase_id=1317
43. Представительство интересов третьего сектора: возможности и барьеры для создания «отраслевого профсоюза»: Итоговый комплексный аналитический отчет по результатам исследования. Циркон, 2013.
http://www.zircon.ru/upload/iblock/ccb/Problemy_konsolidacii_rossijskogo_NKO-sektora_Otchet_po_itogam_issledovaniya.pdf?sphrase_id=1319
44. Перспективы НКО в качестве поставщиков общественной пользы: Сводный аналитический отчет. Циркон, 2013.
http://www.zircon.ru/upload/iblock/d5d/Perspektivy_NKO_v_kachestve_postavshhikov_ob_shhestvennoj_polzy.pdf?sphrase_id=1319