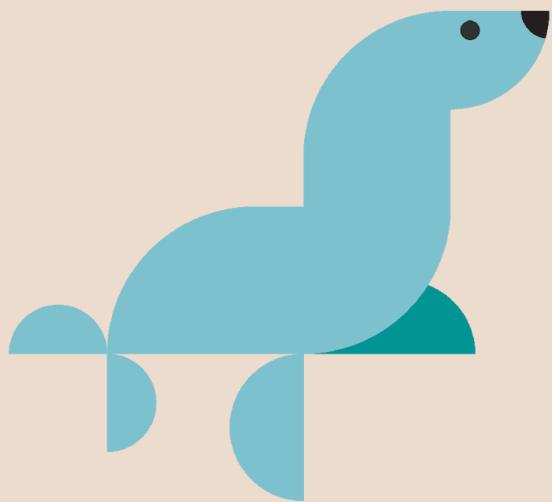




XII Международная практическая конференция
«Белые ночи фандрайзинга»

Фандрайзинг в России: кто и как привлекает средства?

Результаты исследования БФ «Нужна помощь»

 НУЖНА ПОМОЩЬ

#БНФ2021
www.fr.crno.ru

Об исследовании

Кого опрашивали: организации, привлекающие пожертвования частных лиц*

Как рекрутировали: рассылка по собственной базе (1423 email после удаления повторов и чистки); рассылки партнеров: Анастасии Ложкиной, ЦРНО, Ассоциации фандрайзеров; анонсирование в профильных тг-каналах (#причины_добро, Капитан Грантов, Фандрайзинг и печеньки) и группе «Благотворительная курилка» на Фейсбуке.

Ещё раз благодарим всех коллег, кто помогал с распространением приглашений к опросу!!

Даты проведения: 19 мая – 7 июня 2021 г.

Достижимость: 234 ответили на первый вопрос анкеты, 105 дошли до конца

Метод: онлайн-опрос, самозаполнение при технической поддержке



▲ ▼ **Рост/Снижение с 2017:** [аналогичный опрос](#) к Десятилетию БНФ

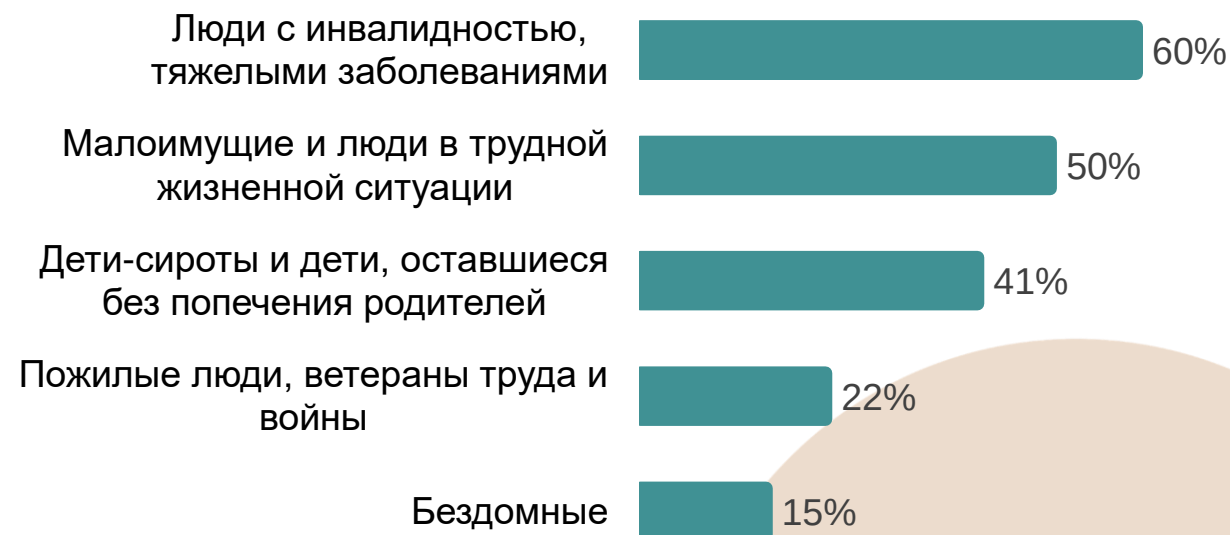
* Использовался вопрос анкеты: «Скажите, пожалуйста, занимается ли Ваша организация привлечением массовых пожертвований частных лиц (например, организует благотворительные ярмарки, размещает ящики для пожертвований, делает email-рассылки, отдельные лендинги, фандрайзинговые кампании в соцсетях, сотрудничает с краудфандинговыми площадками и др.)?»

Профиль организаций-участников опроса

Помощь социально-уязвимым группам населения

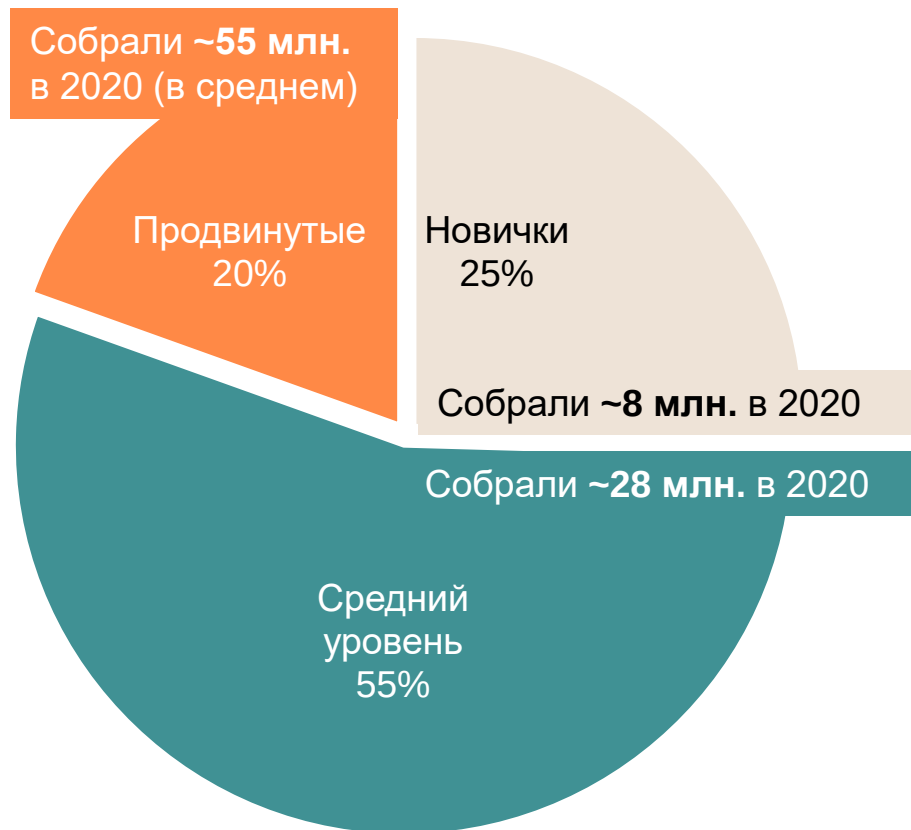


N = 179 чел.



N = 125 чел., топ 5 групп

Опыт в фандрайзинге



N = 169 чел. Также см. Приложение

▲ **Рост с 2017:** профессиональных фандрайзеров в НКО теперь больше: 48% имеют такого человека в штате (включая 28% имеют целый отдел) по сравнению с 36% в 2017 г. (отдел – только у 11%)

Новички в фандрайзинге: организации со штатом до 3х человек, отдельного фандрайзера обычно нет (71%)

Здесь чаще встречаются: правозащитные НКО; программы поддержки спорта и ЗОЖ.

47,5% организаций собрали менее 3 млн р. в 2020 г.

Продвинутые фандрайзеры: есть фандрайзер(ы) в штате, и его(их) работа регламентируется по крайней мере двумя документами (из трёх)

Чаще встречаются: организации, занимающиеся развитием некоммерческого сектора; развитием отдельных территорий и местных сообществ.

28% организаций собрали более 100 млн р. в 2020 г.

Средний уровень: все остальные: 73% - НКО со штатом 4-15 человек; у 44% есть фандрайзер в штате, но 60% не имеют ни одного документа, регламентирующего работу этого специалиста

Источники финансирования в 2020



N = 158 чел.

«Выберите источники, из которых Ваша организация получала финансирование в 2020 году».

Технологии массового фандрайзинга



Новички в фандрайзинге:
4 технологии в среднем

Продвинутые фандрайзеры:
7 технологий в среднем

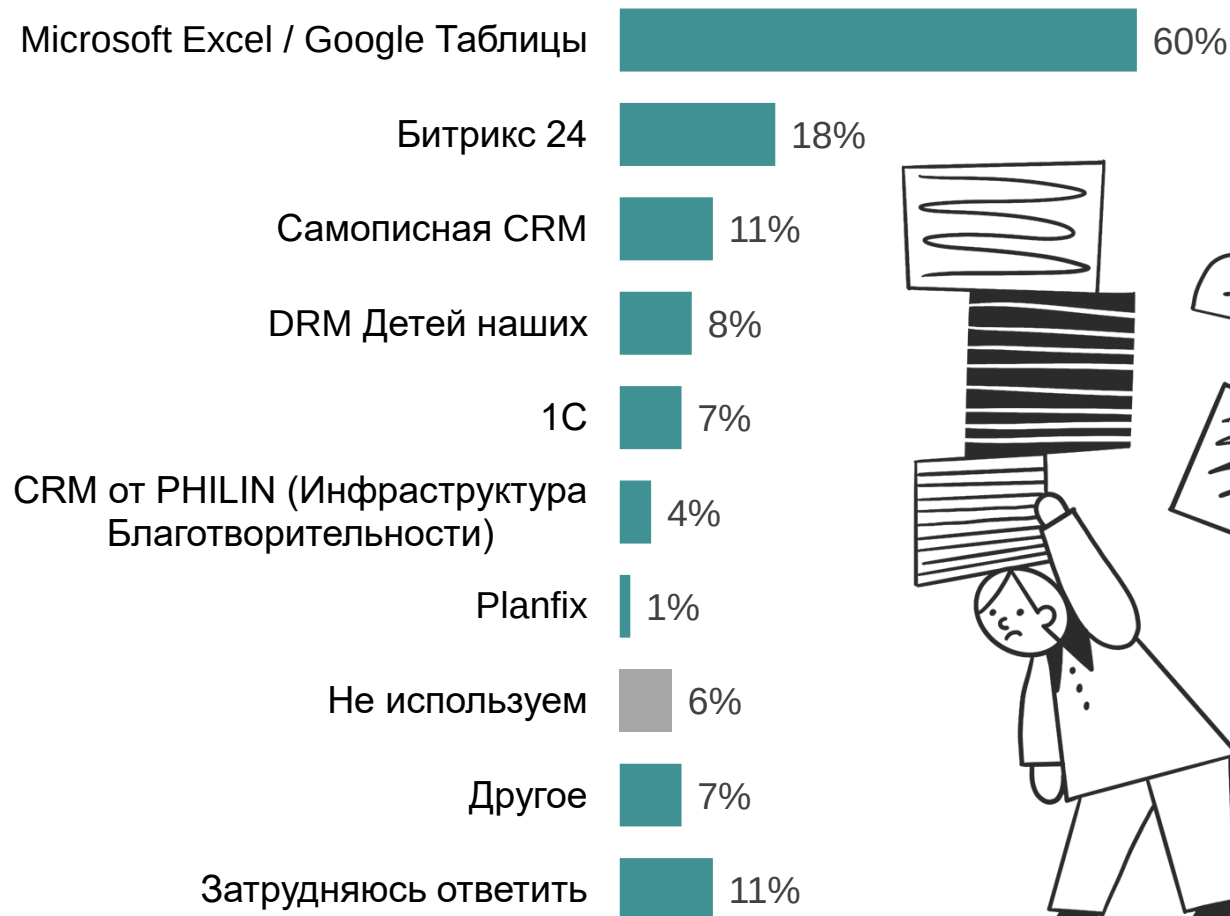
Чаще других используют: массовые email рассылки (88%), краудфандинг (92%), размещение материалов в СМИ (88%), оплачиваемая реклама (44%), партнёрство с коммерческими компаниями (56%)

N = 128 чел.

«Какие способы привлечения массовых пожертвований (и новых сторонников) Вы использовали в 2020 году?».

белые ночи 2021
фандрайзинга

Работа с частными донорами



73%

ведут «базу доноров»

650 чел.

не превышала численность
всех доноров среди физлиц у
половины ответивших в 2020 г.
(медиана)

50 чел.

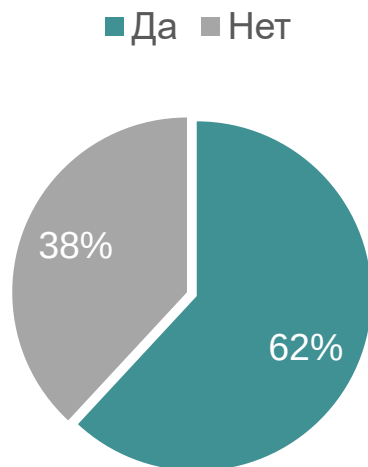
не превышала
численность регулярных
доноров у половины
ответивших в 2020 г.
(медиана)

N = 84

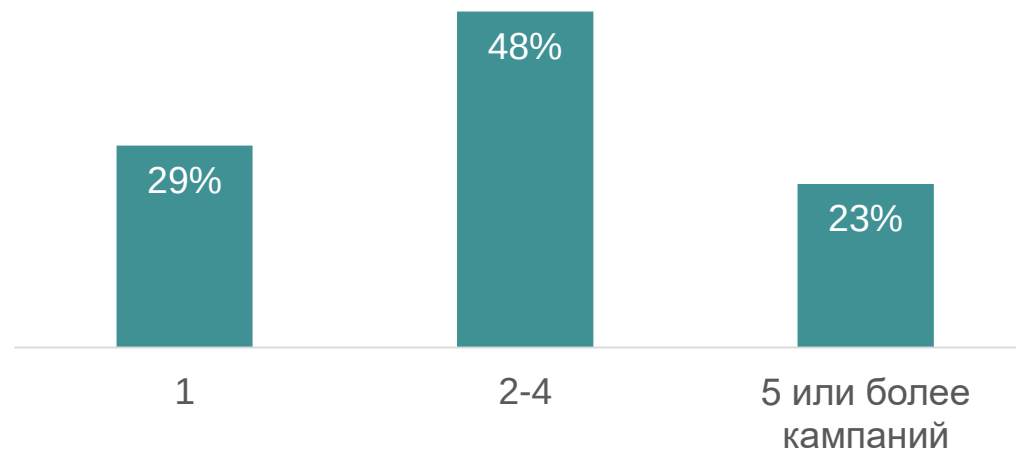
«Какие программные решения для автоматизации работы с донорами (CRM) Вы используете?».

Фандрайзинговые кампании

Проводила ли Ваша организация в 2020 году фандрайзинговую кампанию / кампании?



Уточните, сколько всего кампаний Вы провели в 2020 году?



90%

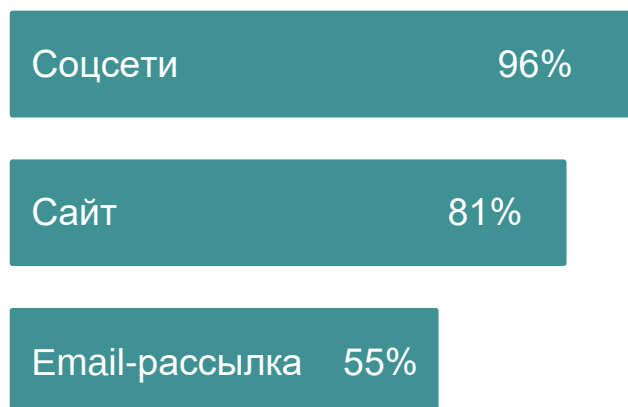
Проводили кампанию своими силами (спрашивали о последней, если было несколько)

N = 118 чел.; уточняющие вопросы респондентам, которые проводили кампанию(-ии): N = 73 чел.

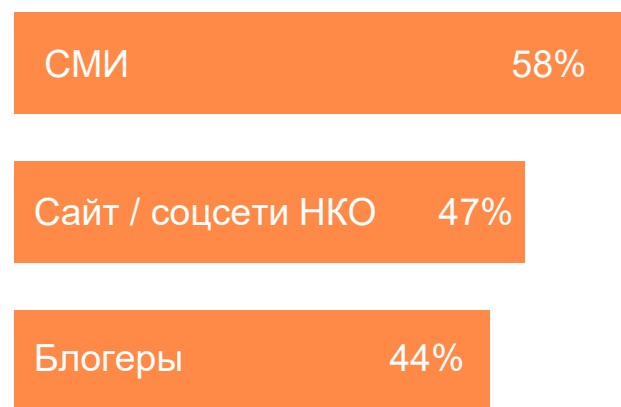
белые ночи ²⁰²¹
фандрайзинга

Фандрайзинговые кампании

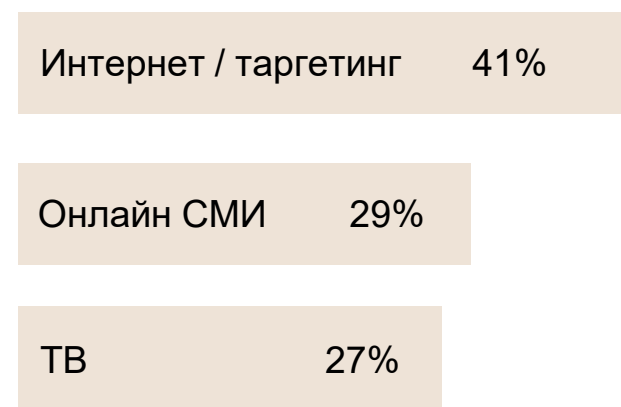
Собственные каналы



Партнёрские каналы



Рекламные каналы



Эффективность кампаний оценивали так:

89% Общая сумма сбора, средняя величина (медиана) пожертвования

70% Численность / прирост новых жертвователей и/или рекуррентных платежей

58% Охват / вовлеченность целевой аудитории

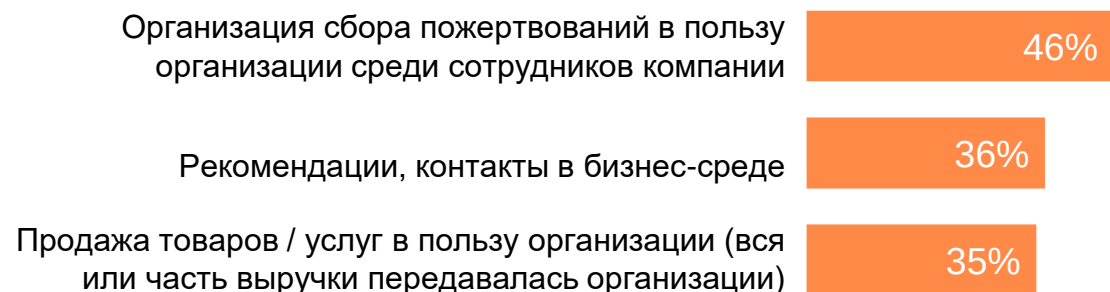


Корпоративные доноры

Прямая помощь и участие (топ 6)



Фандрайзинг в пользу организации (топ 3)

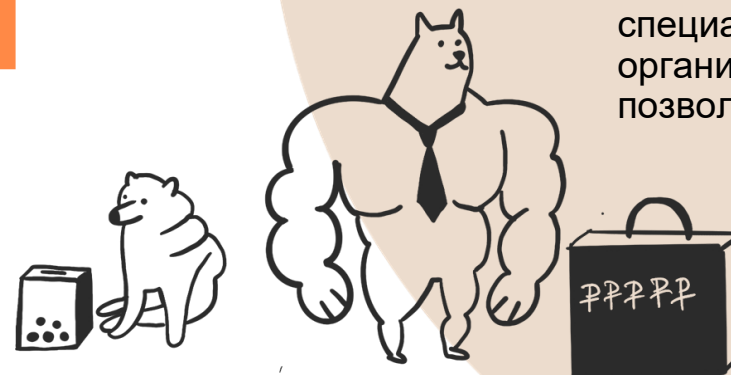


69%

ответивших занимаются привлечением пожертвований и других ресурсов со стороны коммерческих компаний

32%

но только у трети организаций этим занимается отдельный специалист, тогда как 44% организаций не могут себе его позволить



Коммерческая деятельность

Занимаются 29%

Не занимаются 71%

Что именно делают?



Почему нет?



«мы иноагенты, даже не пробуем»
«начали заниматься в 2021 году, пока не успешно»
«нет компетенций коммерсантов»

N = 33 чел.

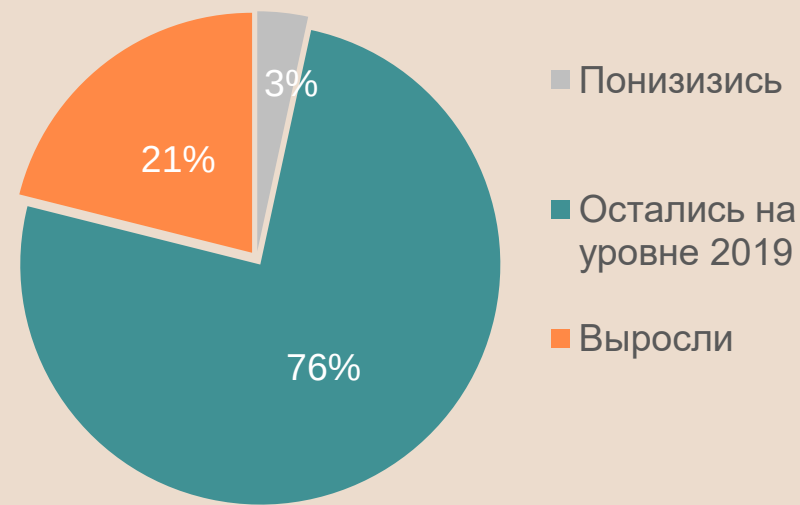
N = 79 чел.

белые ночи 2021
фандрайзинга

Достижения 2020 года

- «Мы не закрылись. Попросту – выжили»
- «2020 год был для нас очень тяжелым, ничего воодушевляющего, в 2021 приходим в себя»
- «Впервые за историю организации начали стабильно поддерживать (и поддерживаем) покрытие бюджета на 6 месяцев вперёд»
- «Провели первую акцию!»

Сборы в 2020 г.
по сравнению с 2019 г.



N = 147 чел.

«Напоследок просим Вас рассказать о самом воодушевляющем достижении / результате, которого удалось добиться Вашей организации в рамках фандрайзинговой деятельности в 2020 году?».

Резюме

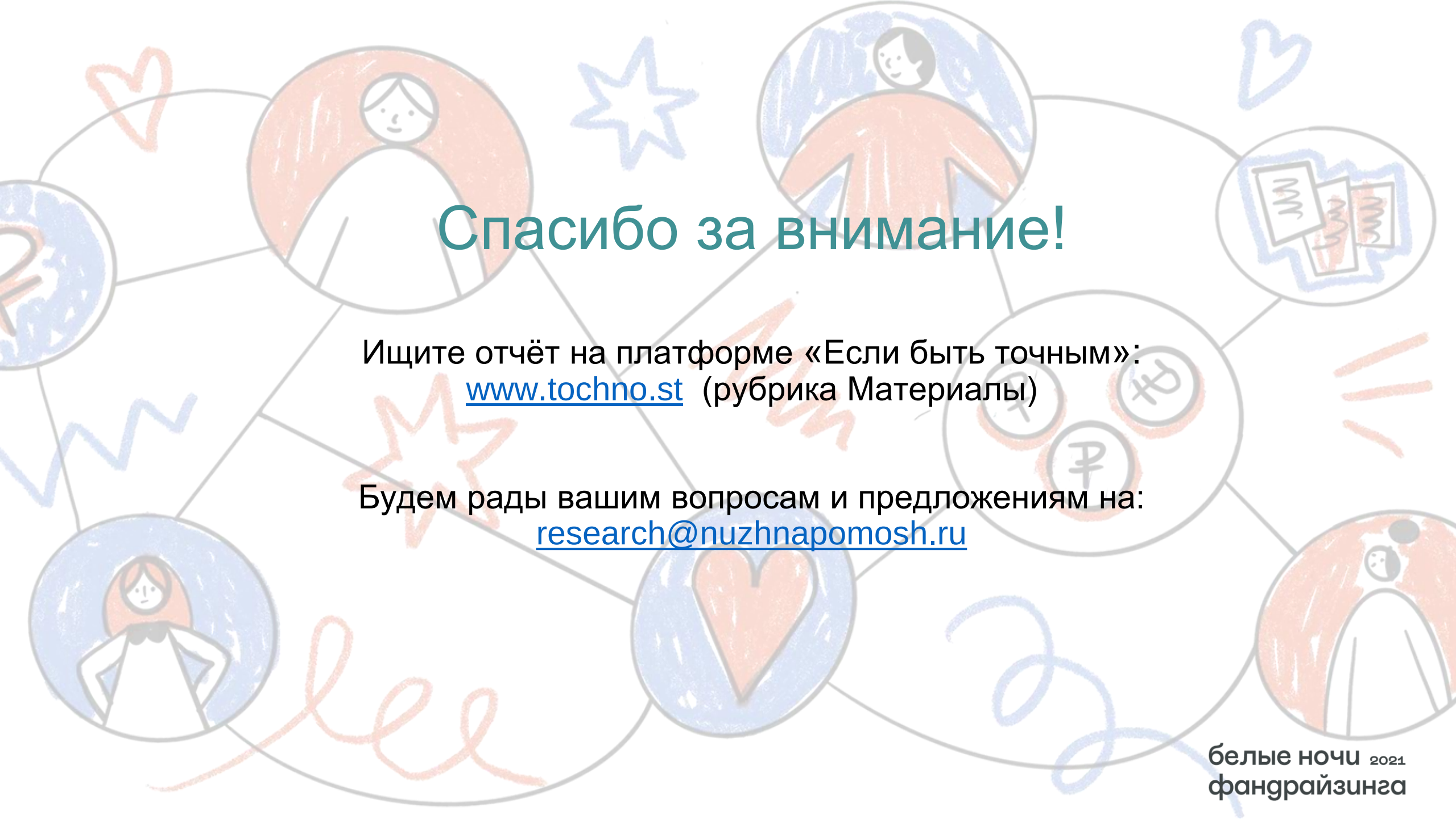
1. В 2020 году пожертвования физлиц и российских компаний – по-прежнему самый частый «тандем» в финансовых отчетах фандрайзинговых организаций социальной направленности. С 2017 года заметно выросла доступность для таких НКО средств федерального бюджета.
2. Профессиональных фандрайзеров стало немного больше, а вот специалистов, умеющих работать с корпоративными донорами по-прежнему дефицит.
3. Технологии массового фандрайзинга всё те же: собственный сайт и соцсети, краудфандинг, партнёрство со СМИ, ящики для пожертвований в общественных местах. Повысилась частота использования имейл-рассылок и волонёрского фандрайзинга; оффлайн-мероприятия были дополнены/ сменились на онлайн.
4. Новички в фандрайзинге начинают работу по привлечению массовых пожертвований с подготовки сайта и ящиков для пожертвований, тогда как продвинутые фандрайзеры используют арсенал из 7 и более технологий.
5. Фандрайзинговые кампании проводятся своими силами и в первую очередь на собственных каналах (сайт, соцсети, имейл-рассылка). Продвинутые фандрайзеры также покупают рекламу – в интернете, прежде всего.
6. По-прежнему менее трети НКО занимаются коммерческой деятельностью, но не по идейным соображениям, а потому что нет ресурсов или они не знают, с чего начать.
7. 2020 год стал годом перемен, но не роста.

Спасибо за внимание!

Ищите отчёт на платформе «Если быть точным»:
www.tochno.st (рубрика Материалы)

Будем рады вашим вопросам и предложениям на:
research@nuzhnapomosh.ru

белые ночи 2021
фанрайзинга

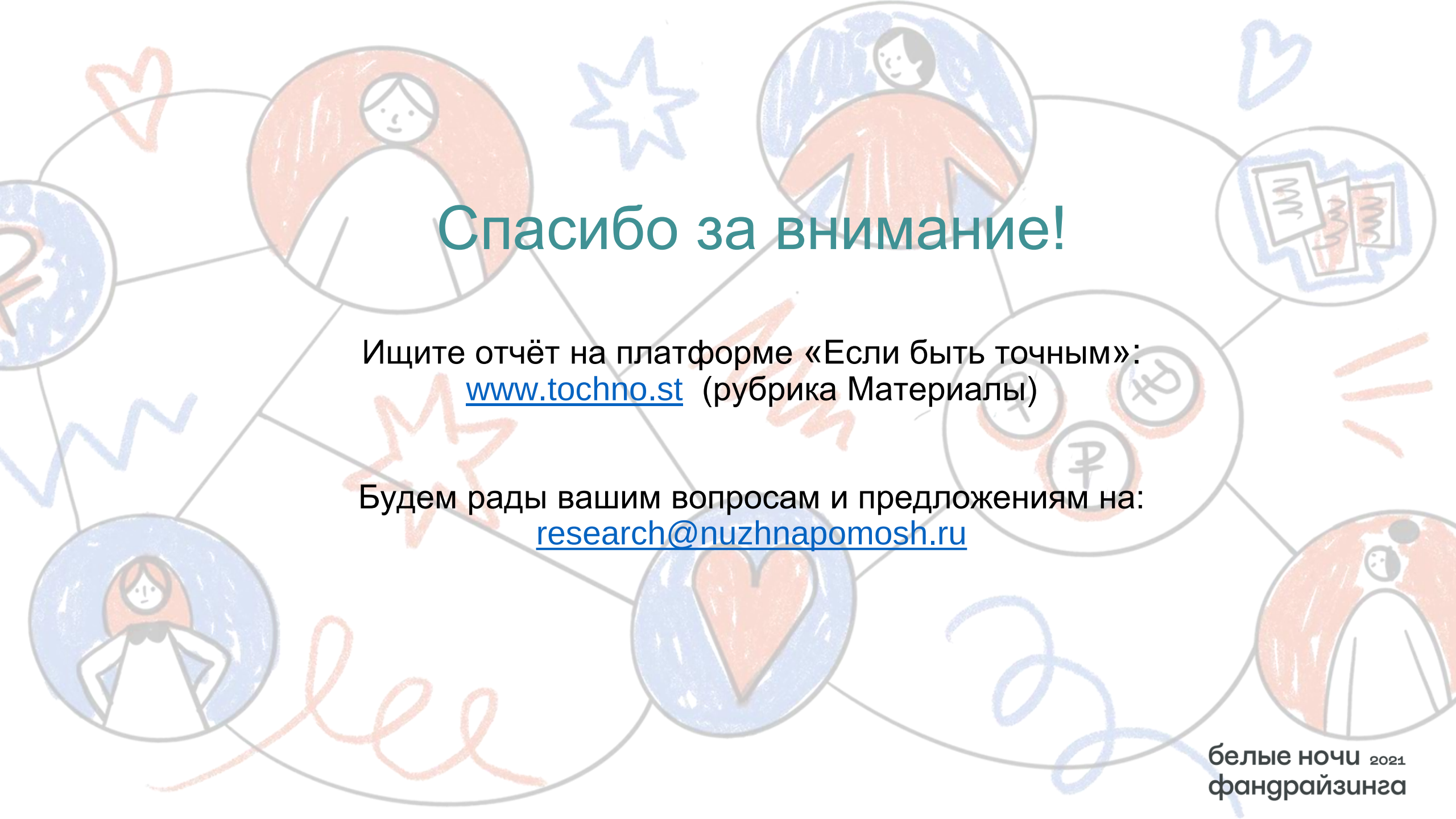


Спасибо за внимание!

Ищите отчёт на платформе «Если быть точным»:
www.tochno.st (рубрика Материалы)

Будем рады вашим вопросам и предложениям на:
research@nuzhnapomosh.ru

белые ночи 2021
фанрайзинга



Спасибо за внимание!

Ищите отчёт на платформе «Если быть точным»:
www.tochno.st (рубрика Материалы)

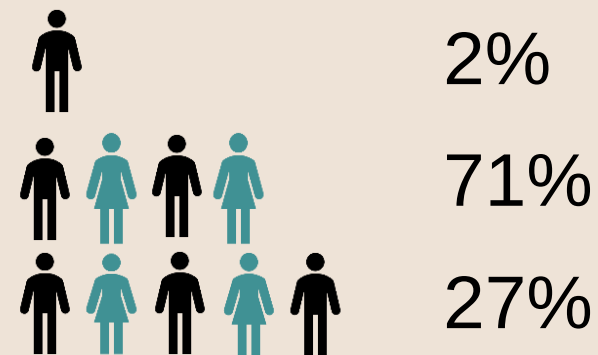
Будем рады вашим вопросам и предложениям на:
research@nuzhnapomosh.ru

белые ночи 2021
фанрайзинга

Приложения

Профиль организаций

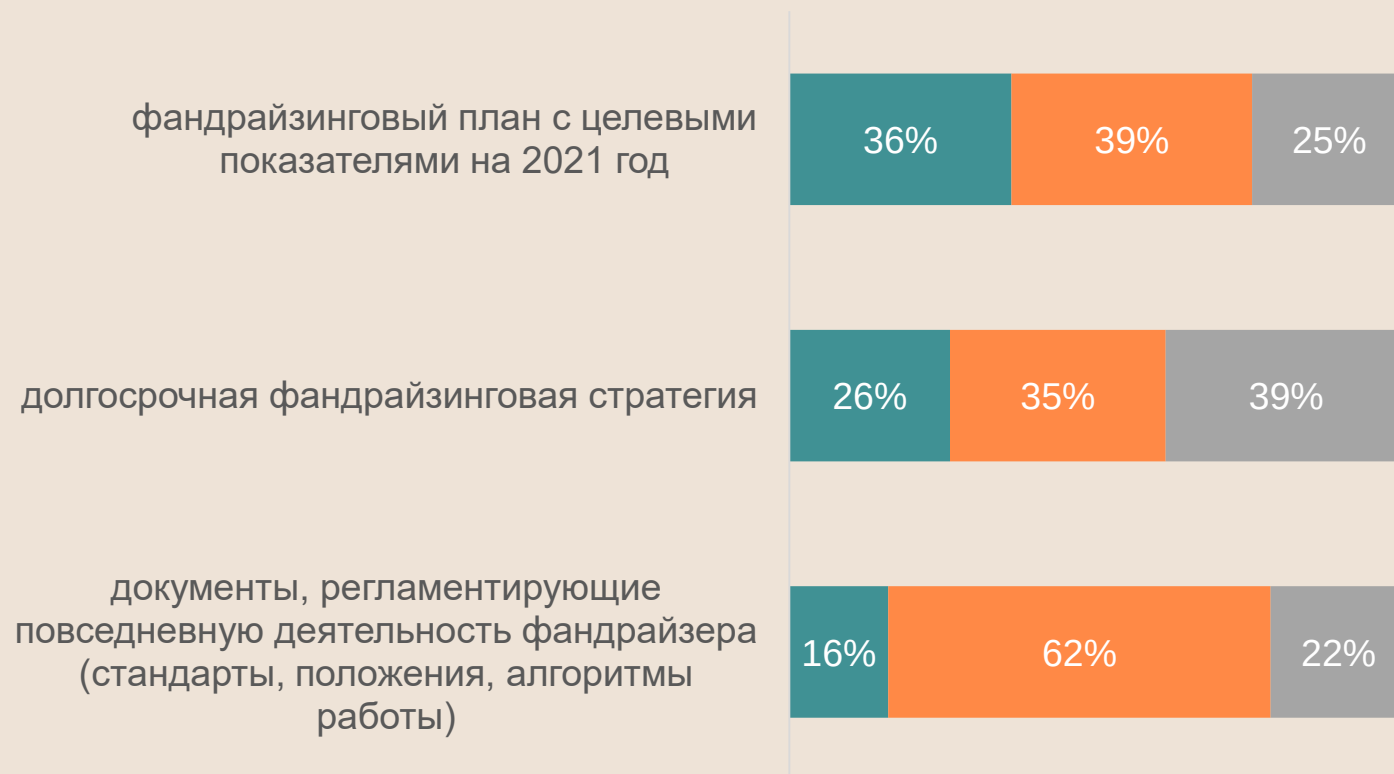
Специалист(-ты) по фандрайзингу



Среди организаций, имеющих в структуре фандрайзинговый отдел, 71% указали, что в нем работают от 2 до 4 человек.

Стандартизация деятельности

■ есть ■ нет ■ пока нет, но разрабатываем в настоящее время



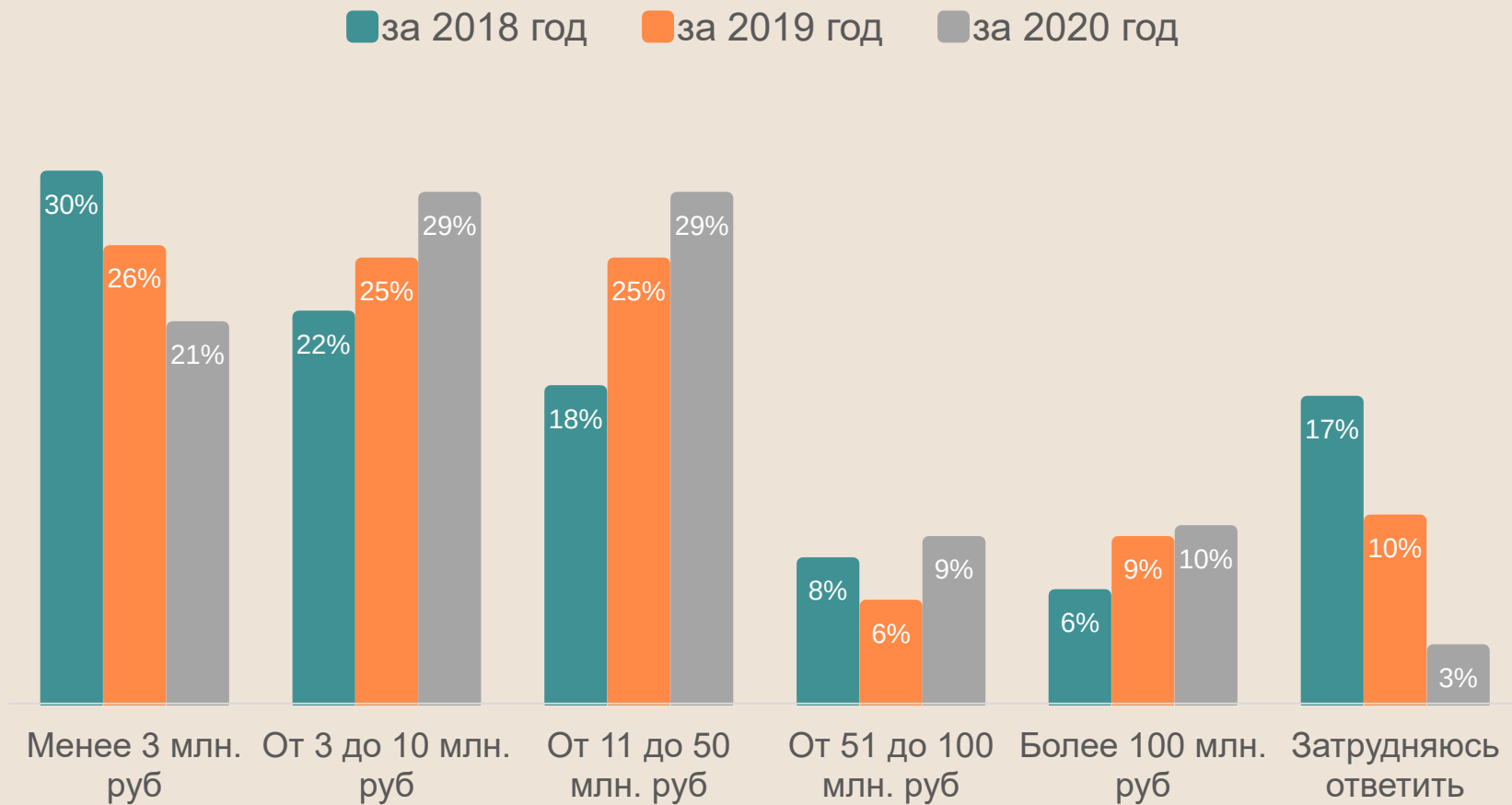
54%

ответивших на момент опроса
не имели ни одного из трех
типов документов



напротив, только у каждой
десятой организации были все
три типа документов

Денежные поступления



в 3 раза
чаще

организации, имеющие в штате фандрайзера(-ров), отмечали объем денежных поступлений за 2020 г. в диапазоне от 11 млн. и выше, чем организации без специалистов

N = 165 чел

«Пожалуйста, оцените объем денежных поступлений Вашей организации (из любых источников)».

Источники привлечённых средств в 2020



Технологии массового фандрайзинга



Фандрайзинговые организации среди всех НКО, или Простор для дальнейшего изучения

На платформе «Если быть точным», среди прочего, мы создаём [каталог действующих НКО](#), кропотливо собирая данные из различных открытых источников – с тем, чтобы предоставить максимум необходимой информации как для потенциальных партнёров НКО, так и для тех, кто нуждается в помощи.

По состоянию на май 2021 каталог содержал записи о 24 519 организаций, в т.ч.:

22 018 (90%) – входят [реестр СОНКО для оказания мер поддержки в период распространения коронавируса](#), подготовленный в 2020 г. Минэкономразвития

10 104 (41%) – получатели грантов Президента РФ, мэра Москвы (только 2020 г.), БФ Владимира Потанина

419 (2%) – верифицированы на краудфандинговых платформах (Нужна помощь, Добро.Mail.ru, Благо.ру)

346 (1%) – входят в реестр НКО - [исполнителей общественно-полезных услуг Минюста РФ](#)

732 (3%) – ничего из перечисленного выше; были добавлены командой платформы в результате поиска НКО, занимающихся решением конкретных социальных проблем.

При этом 11 095 (45%) НКО не имели никаких отчетов на сайте Минюста за 2019 и 2020 гг. Из имеющихся отчетов мы узнали:

Не менее 1 967 НКО, или 8% от всего массива условно «живых» НКО (и 44% тех, кто предоставил отчеты об источниках финансирования), получали целевые поступления российских физлиц в 2019 и/или 2020 году, т.е. могут быть отнесены к числу фандрайзинговых организаций.

Из них 744 (38%) можно отнести к благотворительным (по общественно-правовой форме, форме собственности или по названию). Остальные 63% фандрайзинговых организаций – это преимущественно автономные некоммерческие организации (46%), частные учреждения, фонды, общественные организации или ассоциации (союзы).

Мы продолжаем обогащать данными каталог НКО на «Если быть точным» и параллельно изучать, как устроен некоммерческий сектор России. Не переключайтесь! 😊