

нужна помощь

# Профессиональная благотворительность в России в развитии: участие населения

Результаты ежегодного исследования

декабрь 2019

# Содержание

Об исследовании

Основные результаты

**Введение.** Сюжеты благотворительности в новостях 2018/2019

1. Опыт участия в благотворительности
2. Выбор благотворительной организации
3. Вклад населения в развитие сектора
4. Дополнение к опросу: Тенденции в онлайн-пожертвованиях (Бенчмаркинг)

Приложения

# Об исследовании

## Цель

Ежегодный мониторинг отношения интернет-пользователей к **профессиональной благотворительности** (деятельности благотворительных организаций). Начало проекта: 2017 г.

## Что измеряем

- ⓐ Как много людей поддерживает работу благотворит. организаций?
- ⓐ Насколько эта поддержка **регулярна и осознана**?
- ⓐ Каким организациям люди доверяют свои **пожертвования**?
- ⓐ Каковы **мотивы** участия в благотворительности и каковы **барьеры**?
- ⓐ Готово ли население оплачивать **административные расходы** благотворительных организаций?
- ⓐ Как меняется ситуация из года в год?

## Чье мнение интересует

Интернет-пользователи **России**  
Мужчины и женщины, **18-60 лет**  
Жители российских городов с населением **от 100 000 человек**

## Как собираем данные

Онлайн-опрос (**июль-август 2019**) при поддержке  
Выборка: **1 200 человек**



# Основные результаты

# Коротко о главном

- Перед вами результаты третьей волны исследования, призванного фиксировать, как деятельность благотворительных организаций отражается в общественном сознании и поведении. И как ситуация развивается из года в год.
- Прошедший год<sup>\*</sup> для благотворительных организаций был полон противоречивых событий: сопротивление жителей отдельного района Москвы и фонда «Ночлежка» по поводу открытия центра для бездомных; сопротивление жителей отдельного московского дома и подопечных фонда «Подари жизнь»; следственные действия в отношении родителей тяжело больных детей и вмешательство фонда помощи хосписам «Вера»; пожары в Сибири как возможность быть услышанными для экологических организаций, а «дело Голунова» - для правозащитных; и другие (ключевые новости сектора собраны во Введении).
- Летом 2018 года Фонд «Общественное мнение» (ФОМ) зафиксировал падение [индекса потребительских настроений](#) ниже «нейтральной границы», и весь последующий период индекс не рос. Представляемый опрос, проведенный летом 2019 года, синхронно показал **уменьшение масштаба участия населения России в благотворительности**.
- А именно, по результатам опроса, меньше людей – чем год и два года назад – указали, что за последний год им довелось сделать что-то из: класть пожертвования в ящики-копилки, переводить смс-пожертвования, покупать что-либо в пользу благотворительной организации. Приведенные практики остаются самыми популярными формами участия в благотворительности, однако частота их выбора понизилась (детальнее см. Раздел 1).
- **Регулярная подписка на пожертвования - по-прежнему выбор немногих** (менее 3% интернет-пользователей), несмотря на запуск отдельной кампании «Рубль в день».

\* с учетом сроков опроса, анализ новостей охватывает «учебный год», с сентября 2018 по август 2019

# Коротко о главном

- Репутация (бренд) организации является фактором выбора всё ещё для меньшинства благотворителей (35%). Однако **наметилась тенденция к большему вниманию благотворителей к новостям благотворительных организаций** (детальнее см. Разделы 2-3)
  - При этом значительная часть благотворителей взаимодействует с организациями городского масштаба (в 40% всех упомянутых случаев перевода пожертвований – по сравнению с 31% упоминаний организаций со всероссийским масштабом деятельности). Самые популярные целевые группы, получающие поддержку населения, неизменны: дети с инвалидностью/ требующие лечения; животные; социальные организации (социальные центры, детдома, дома престарелых); малоимущие и люди в трудной жизненной ситуации; дети-сироты и подростки в трудной жизненной ситуации.
- По контрасту с общим снижением **интернет-благотворительность стабильна или даже растет**. Каждый четвертый респондент (26%) переводил пожертвования через интернет (отличие от прошлого года статистически не значимо). По данным сервиса «Яндекс.Деньги», по самым популярным направлениям работы благотворительных организаций количество пожертвований выросло: +47% в августе 2019, по сравнению с августом 2018 - у организаций, занимающихся помощью социально-уязвимым группам населения; +122% у организаций, деятельность которых связана с медициной и здравоохранением (детальнее см. Раздел 4).
  - Однако **снижение среднего размера пожертвования** («среднего чека») у этих же организаций (на -24-25% в августе 2019, по сравнению с августом 2018) ещё раз возвращает нас к факту снижения потребительских настроений. Зато средний чек организаций, работающих с экологической повесткой, повысился (но сам размер остается ниже всех остальных направлений).
  - Закончим хорошими новостями. Впервые мы спросили про то, доводилось ли респондентам самим организовывать сбор денег в пользу какой-либо благотворительной организации. Таких людей оказалось примерно сколько и людей, которые работали волонтерами в пользу благотворительной организации: 12% и 13% соответственно (и эти группы совпали на 38%). Более того, опрос зафиксировал **рост доли волонтеров**, по сравнению с прошлым годом.

## Масштабы участия

### В 2019 году

- ⓐ 83% хотя бы раз за год откликнулись на просьбу о помощи
- ⓐ 75% поддержали деятельность благотворительных организаций
- ⓐ 27% – раз в 2-3 месяца
- ⓐ 8% – ежемесячно

## Формы участия

- ⓐ Самые распространенные формы поддержки благотворительных организаций: пожертвования в ящики-копилки в общественных местах, передача вещей в организации, покупка чего-либо в пользу организации и смс-пожертвования
- ⓐ 12% организовывали сбор денег среди своих друзей и знакомых в пользу благотворительной организации

### Что изменилось

- ⓐ Масштабы участия в профессиональной благотворительности в целом снизились
- ⓐ На фоне общего снижения стабильность участия населения в интернет-благотворительности (**26%**) выглядит достижением
- ⓐ Выросло количество волонтеров

## Осознанность выбора НКО

### В 2019 году

- ⓐ 62% всех благотворителей помнят организацию, которой они переводили пожертвование
- ⓐ 35% выбирали организацию, ориентируясь на ее название, репутацию и своё доверие к ней
- ⓐ В 40% случаев выбранные для пожертвований организации действуют *на уровне города*. По-прежнему самое популярное направление пожертвований – *на оплату лечения детей*

## Вклад в развитие сектора

- ⓐ По-прежнему большинство считает, что админ. расходы должно оплачивать государство, бизнес и богатые люди. Только 18% допускают, что они могут покрываться пожертвованиями обычных людей
- ⓐ В то же время, 29% от пожертвований может быть потрачена организацией не на непосредственную помощь нуждающимся, а по собственному усмотрению и/или на административные расходы

### Что изменилось

- ⓐ От 28% к 33% выросла доля тех благотворителей, которые отслеживают дальнейший результат своих пожертвований

- ⓐ От 15% к 20% выросло число людей, которые **не планируют** жертвовать благотворительным организациям в будущем

# **ВВЕДЕНИЕ**

# **Профессиональная**

# **благотворительность в новостях**

## **за сентябрь 2018- август 2019**

**Источник данных:** экспертная оценка руководителя  
информационного отдела портала «Такие дела»

# Сюжеты благотворительности за сентябрь 2018 - август 2019

## 1. Новостные поводы с участием НКО

- ✓ Доступ к незарегистрированным препаратам  
<https://takiedela.ru/news/2019/08/15/yepilepsiya-lekarstvo/>
- ✓ Поправки к законопроекту об оказании паллиативной помощи  
<https://takiedela.ru/news/2019/02/20/popravki-palliativ/>
- ✓ Пытки в российских тюрьмах  
<https://takiedela.ru/news/2018/10/12/20-del-o-pytkah/>
- ✓ Лесные пожары в Сибири  
<https://takiedela.ru/news/2019/07/30/mnenie-grinpis/>
- ✓ Дело сестер Хачатурян и других жертв домашнего насилия  
<https://takiedela.ru/news/2018/12/16/proekt-protiv-domashnego-nasiliya/>
- ✓ Дело Ивана Голунова  
<https://takiedela.ru/news/2019/06/14/lotareva-karpov/>

## 2. Конфликты

- ✓ Жители московской квартиры против подопечных детей с раком из фонда «Подари жизнь»  
<https://takiedela.ru/news/2018/12/18/perestali-trebovat/>
- ✓ Жители Савеловского района Москвы против «Ночлежки»  
<https://takiedela.ru/news/2018/10/02/drugoe-mesto/>
- ✓ Фонд «Я Особенный» выселяют из помещения  
<https://takiedela.ru/news/2019/08/12/srochnoe-vyselenie/>

## 3. Фандрайзинг

- ✓ Акция «Рубль в день»  
<https://takiedela.ru/news/2018/12/17/6000000-rublej/>
- ✓ Щедрый вторник  
<https://takiedela.ru/news/2018/11/29/shchedry-vtornik-2018/>
- ✓ Акция «Дети вместо цветов»  
<https://takiedela.ru/news/2018/09/05/deti-cvety-2018/>

# Локальные сюжеты благотворительности: что происходит на местах (за сентябрь 2018 - август 2019)

Представленный список не является полным, а лишь иллюстрирует тенденции в секторе

## Акции, флешмобы, популяризация проблемы

- ✓ «Упсала-Цирк» бесплатно покажет в Москве инклюзивный спектакль «Сны Пиросмани»  
<https://takiedela.ru/news/2019/03/12/sny-pirosmani/>
- ✓ Комитет «Гражданское содействие» выпустил квест о беженцах «Как получить убежище в России»  
<https://takiedela.ru/news/2019/06/17/kak-poluchit-ubezhishhe/>
- ✓ Российские магазины IKEA вместе с фондом «Второе дыхание» начали принимать текстиль на переработку  
<https://takiedela.ru/news/2019/02/03/ikea-prinimaet-tekstil/>
- ✓ Павленко запустил флешмоб рак не заразен и стал хедлайнером года  
<https://takiedela.ru/news/2018/12/13/rak-ne-zarazen/>
- ✓ «Такие дела» выпустили словарь корректной лексики «Мы так не говорим»  
<https://takiedela.ru/news/2019/04/15/my-tak-ne-govorim/>

## Технологии и коллаборации

- ✓ Солнечный город запустил курс на Курсере “Учимся понимать ребенка”  
<https://takiedela.ru/news/2018/11/23/uchimsya-ponimat/>
- ✓ Фонд «Старость в радость» презентовал бота – виртуальную бабушку  
<https://takiedela.ru/news/2019/03/11/vera-vasilevna/>
- ✓ ВК сделала стикеры в поддержку АдВиты  
<https://takiedela.ru/news/2019/05/31/vk-advita/>
- ✓ «Яндекс» и фонд «КАФ» запустили онлайн-школу благотворительного маркетинга  
<https://takiedela.ru/news/2019/02/21/nkoschool-ru/>
- ✓ Курьеры «Яндекс. Еды» помогут отряду «Лиза Алерт» в поисках пропавших людей  
<https://takiedela.ru/news/2019/08/05/liza-yandeks/>

**Участие в благотворительности**

## Самые популярные способы участия в благотворительности на сегодня: милостыня, ящики для пожертвований, передача вещей

### Практики благотворительности, в которых участвовали

Пожертвования в благотворительные организации	%	хотя бы 1 раз в год	2-3 раза в год и чаще
		48	13
Клали деньги в ящики для пожертвований		37	9
Покупали одежду, сувениры в пользу б/организации		36	6
Переводили деньги на счёт б/организации по Интернету		26	6
Жертвовали наличные деньги в офисе б/организации, передавали через третьих лиц		18	4
Переводили деньги на счёт б/организации через терминал, кассу банка, квитанцией		16	3
Организовывали сбор денег среди друзей и знакомых *		12	2

### Нефинансовая помощь

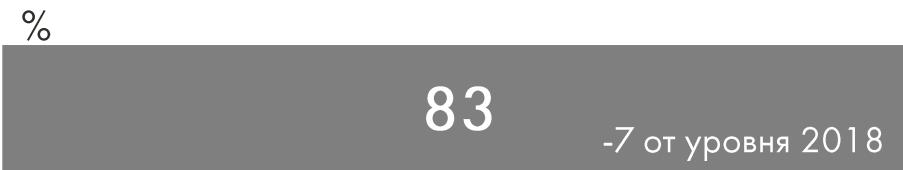
Передавали одежду, продукты в б/организации, соц. центры, церковь	48	8
Работали в б/организации в качестве волонтера	13	4

### Без обращения в благотворительные организации

Подавали милостыню	66	28
Жертвовали деньги напрямую конкретным людям	37	8
Жертвовали деньги представителям б/организации на улице, в транспорте	26	7

**В целом, за последний год 75% интернет-пользователей хотя бы раз участвовали в практиках благотворительности, за которыми стоит работа благотворительных организаций. Это меньше, чем в прошлые годы**

---



Участвовали по крайней мере в одной практике благотворительности не менее **раза в год**



Участвовали в практике, предполагающей **поддержку б/организации** \*, по крайней мере **раз в год**



Участвовали в практике, предполагающей **поддержку б/организации** \*, по крайней мере **раз в 2-3 месяца**



Участвовали в практике, предполагающей **поддержку б/организации** \*, **ежемесячно**

N=1200 (вся выборка)

Чаще участвуют:

- ✓ Люди с высоким достатком (82%)
- ✓ Женщины (82%)

\* Включает 9 практик, перечисленных на предыдущем слайде. Не включает: милостыню на улице/в транспорте, передачу денег напрямую конкретным людям и пожертвования представителям б/организаций на улице/в транспорте. Согласно [существующему консенсусу среди некоммерческих организаций](#), последняя практика содержит большой риск мошенничества и не рекомендуется профессиональным организациям.

**В 2019 году, по сравнению с двумя предыдущими годами опроса, меньше людей заявили о своем участии почти по всем практикам благотворительности. Исключение: интернет-пожертвования (без изменений) и волонтёрство (рост)**

Практики благотворительности, в которых участвовали хотя бы один раз в год

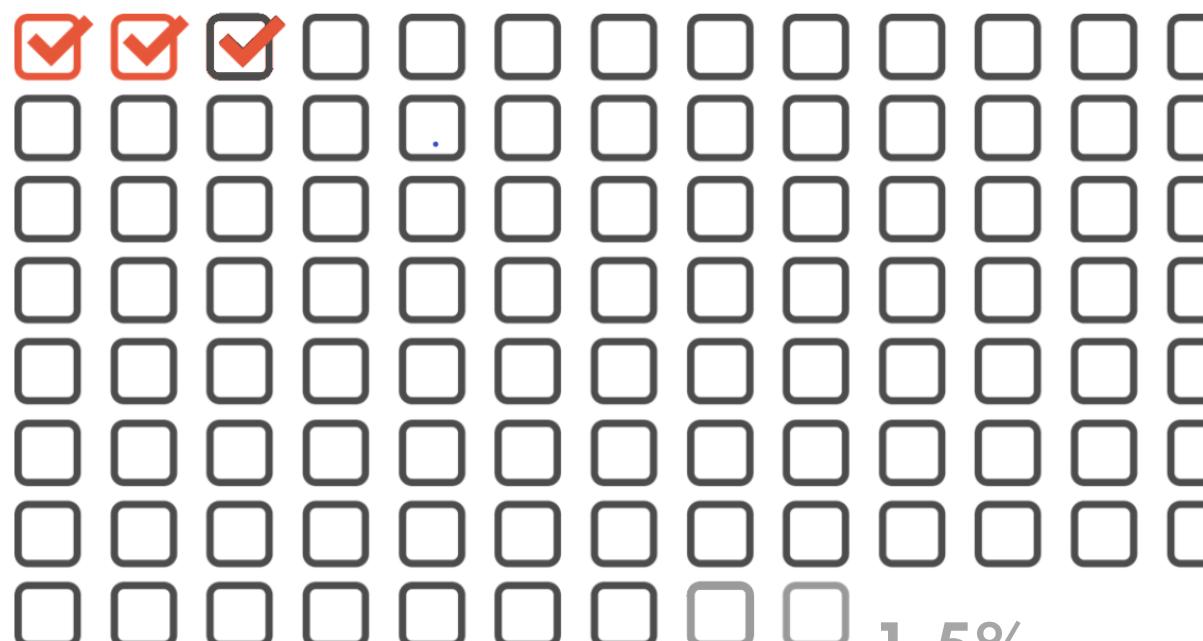
Пожертвования в благотворительные организации	%	2017	2018	2019
Клали деньги в ящики для пожертвований	57	56	48	↓ 48
Отправляли СМС-пожертвования по короткому номеру	46	45	37	↓ 37
Покупали одежду, сувениры в пользу б/организации	47	46	36	↓ 36
Переводили деньги на счёт б/организации по Интернету	25	30	26	↑ 30
Жертвовали наличные деньги в офисе б/организации, передавали через третьих лиц	21	19	18	↓ 18
Переводили деньги на счёт б/организации через терминал, кассу банка, квитанцией	20	17	16	↓ 16
Организовывали сбор денег среди друзей и знакомых *	-	-	12	12
<b>Нефинансовая помощь</b>				
Передавали одежду, продукты в б/организации, соц. центры, церковь	54	53	48	↓ 48
Работали в б/организации в качестве волонтера	11	10	13	↑ 13
<b>Без обращения в благотворительные организации</b>				
Подавали милостыню	74	72	66	↓ 66
Жертвовали деньги напрямую конкретным людям	42	41	37	↓ 37
Жертвовали деньги представителям б/организации на улице, в транспорте	32	30	26	↓ 26

## К регулярным автоматическим пожертвованиям всё еще подключены только 2,5% интернет-пользователей. Солько же было зафиксировано и в прошлом году

Подключены ли Вы на регулярное автоматическое списание денег с банковской карточки в пользу благотворительной организации?

**2,5%**

подключены



**96%**  
не подключены

Доноров-рекуррентов  
больше среди:

- ✓ Людей с высоким достатком (6,5%)
- ✓ Жителей городов-миллионников (4,5%)
- ✓ Молодых людей 18-24 лет (4,0%)

N=1200 (вся выборка)

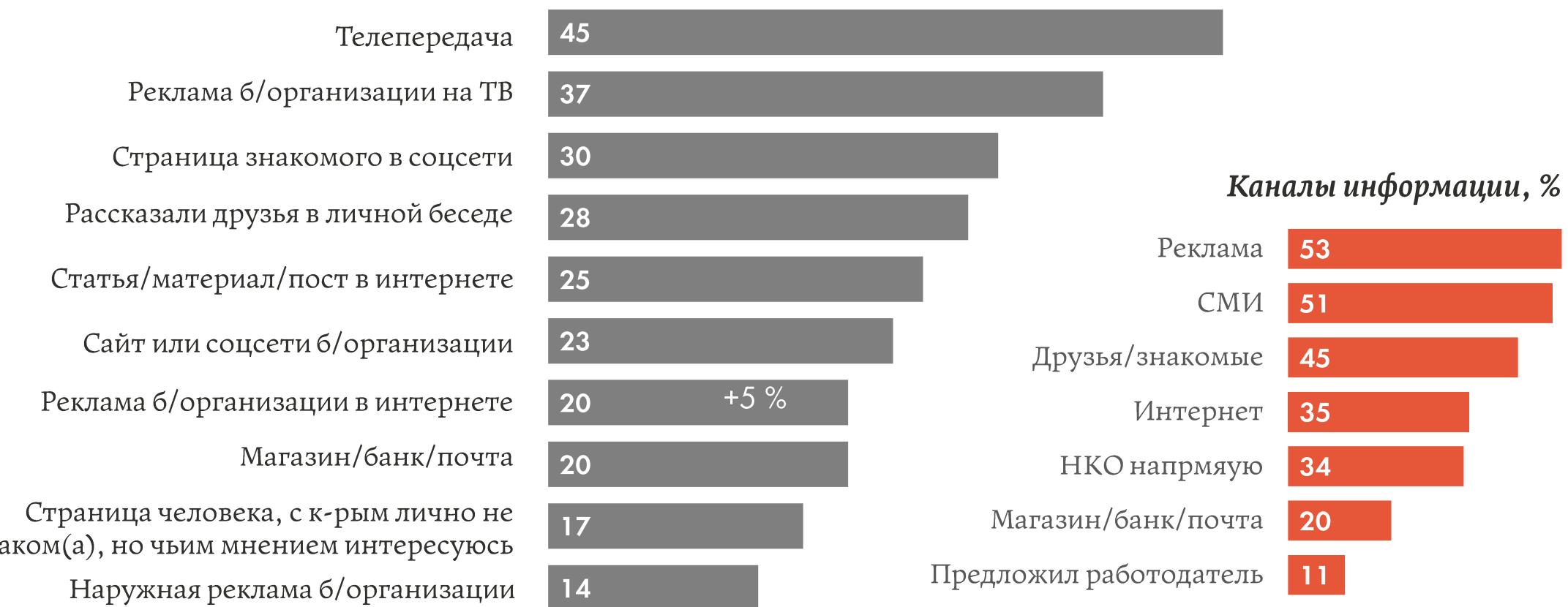
**NB** Всего среди участников опроса 97% тратят деньги в интернете, но только 21% подключены к тем или иным регулярным платежам

# Выбор благотворительной организации

**Информацию о сборе средств чаще всего получают из телевидения, интернета, а также от знакомых – в социальных сетях и при личном общении. Здесь ситуация устойчива, значимое изменение одно: рост эффективности интернет-рекламы**

Когда Вы делали пожертвования в благотворительную организацию, где Вы увидели/услышали сообщение о сборе средств?

*Top-10 источников, %*



**62% тех, кто пожертвовал деньги на благотворительность, смогли вспомнить название(я) организаций\*. Среди них 41% тех, кто руководствуется своими знаниями об организации при её выборе**

**Насколько Вам важно было пожертвовать деньги именно в выбранные благотворительные организации?**



\* В 2019 году в блок вопросов анкеты о поддержанных благотворительных организациях были внесены изменения. Поэтому по этому блоку мы не приводим результаты прошлого опроса

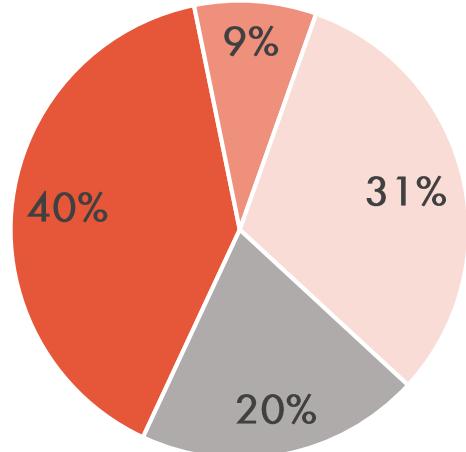
# По-прежнему большинство пожертвований интернет-пользователей направляется на оплату лечения детей, животным, малоимущим и в социальные организации (детские дома, дома престарелых)

Кому жертвовали деньги за последние 12 месяцев?



**Всего участники опроса назвали 2.5 тысяч организаций-адресатов пожертвований, из них 40% работают только на городском уровне.  
Соотношение не меняется, даже если исключить проживающих в Москве жертвователей**

Отметьте, пожалуйста, где работает данная организация:



- Только мой город
- Один или несколько регионов (областей)
- Вся Россия
- Не знаю

**Организации по масштабу и направлению работы**

**В основном, городские (>50%)**

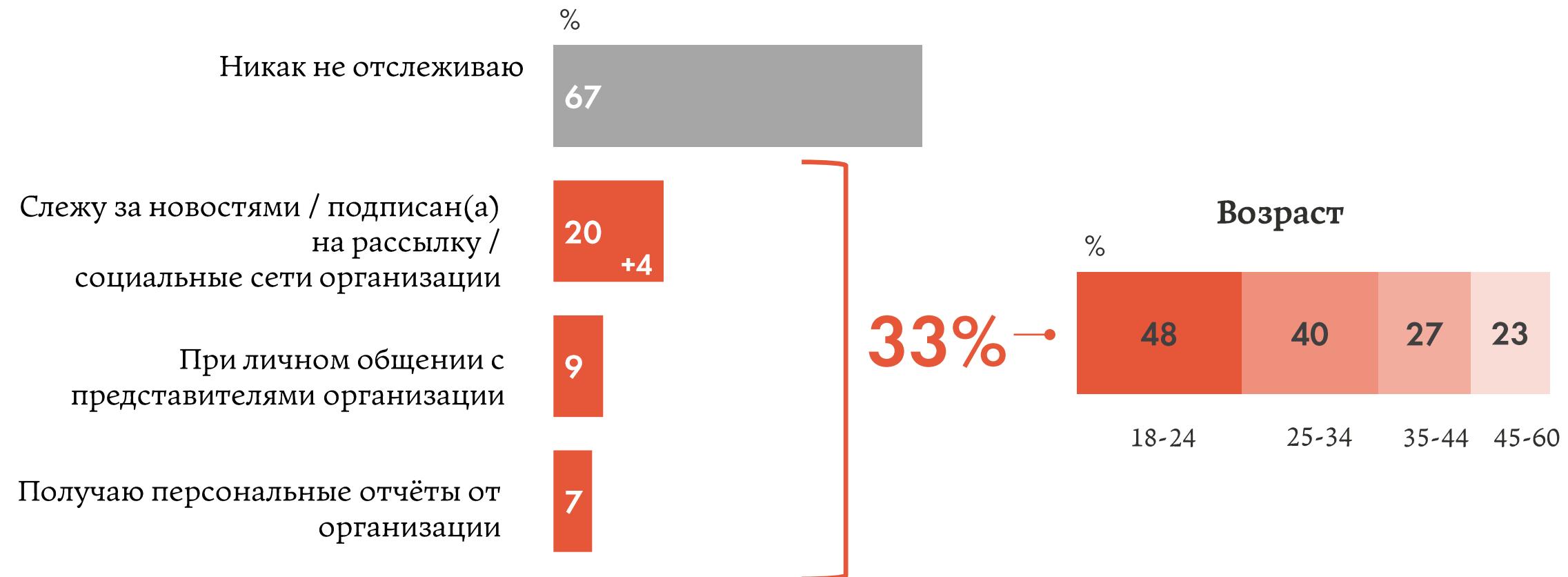
- Бездомные
- Взрослые с инвалидностью и взрослые, нуждающиеся в лечении
- Дети-сироты, дети и подростки в трудной жизненной ситуации
- Люди с зависимостями (алкоголизм, наркомания)
- Малоимущие, люди и семьи в трудной жизненной ситуации
- Образовательные программы
- Пожилые люди, ветераны труда и войны
- Помощь бездомным животным и приютам для животных
- Программы развития гражданского общества
- Религиозные организации
- Сексуальные меньшинства
- Социальные центры, детские дома, дома престарелых
- Спортивные мероприятия
- Учреждения культуры и искусства

**В основном, всероссийские (>50%)**

- Дети с инвалидностью и дети, нуждающиеся в лечении
- Жертвы насилия
- Научные исследования
- Сексуальные меньшинства
- СМИ, информационные порталы

## Больше интернет-пользователей отслеживают судьбу своих пожертвований. Активнее всего этим стабильно интересуются люди в возрасте от 18 до 24 лет

Как Вы отслеживаете, куда идут Ваши пожертвования в благотворительную организацию?



N=695 (те, кто делали пожертвования в благотворительные организации)

# **Вклад населения в развитие профессиональной благотворительности**

**По-прежнему большинство людей считает, что административные расходы благотворительных организаций должно оплачивать государство, бизнес и богатые люди. Только 18% допускают, что они могут покрываться пожертвованиями обычных людей**

---

**Из каких средств должны оплачиваться административные расходы благотворительных организаций?**



**16% потенциальных благотворителей готовы целиком доверить сумму пожертвования благотворительной организации. Остальные отдали бы, в среднем, 15 из 100 рублей на административные расходы НКО. Это распределение значимо не менялось с 2017 года**

---

Какую сумму из 100 рублей Вы готовы потратить по следующим конкретным статьям?

**84%**

готовы распределить сумму своего пожертвования по статьям

**16%**

целиком доверят сумму благотворительной организации



Оплата труда административного, проектного персонала, экспертов фонда, расходы на сотрудников, офис, канцтовары

N=960(те, кто допускают для себя возможность жертвовать в будущем в благотворительные организации)

**42% интернет-пользователей намерены совершать пожертвования в будущем, еще 38% не определились с решением. Доля тех, кто не планирует пожертвования в будущем, выросла с 15 до 20% за последний год**

---

Насколько вероятно, что Вы будете совершать пожертвования в благотворительные организации в будущем?



N=1200 (вся выборка)

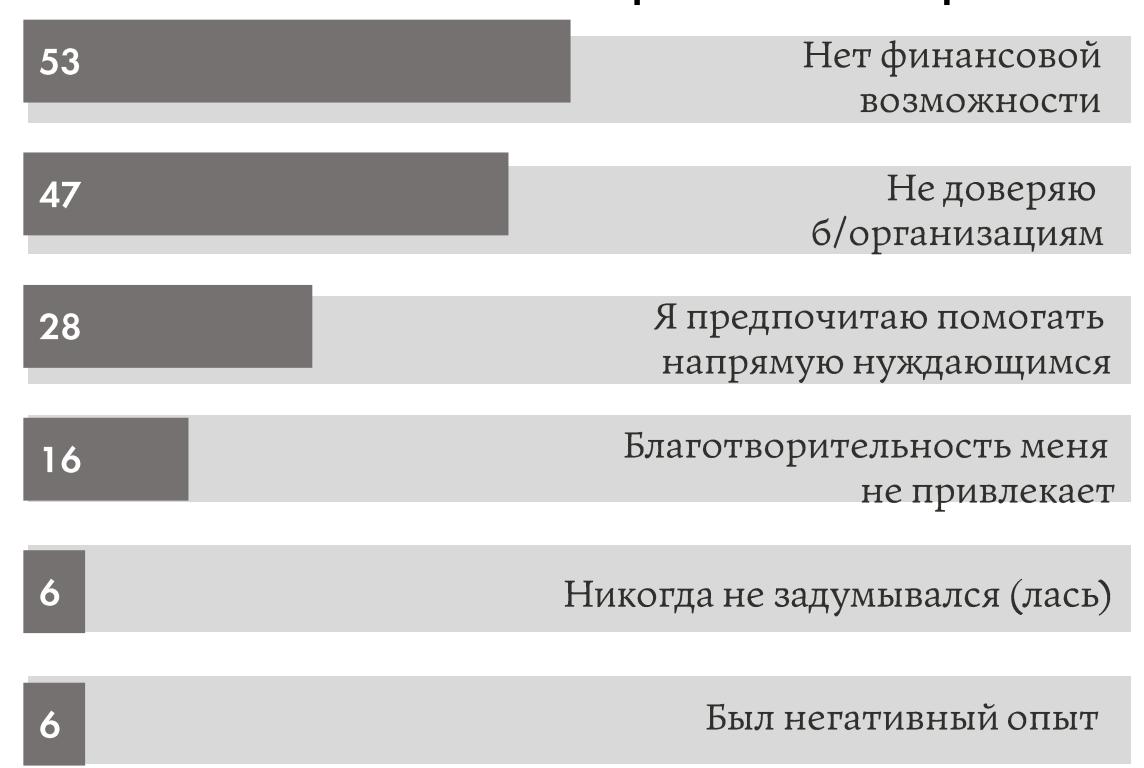
## Основные причины для совершения пожертвований – воспитание, гражданский долг, чувство нужности, эмоции. Ситуация с прошлых лет устойчива. Больше людей (7.5%) оказались лично знакомы с представителями благотворительных организаций (3-4% в 2017 и 2018 годах)

### Причины жертвовать



%

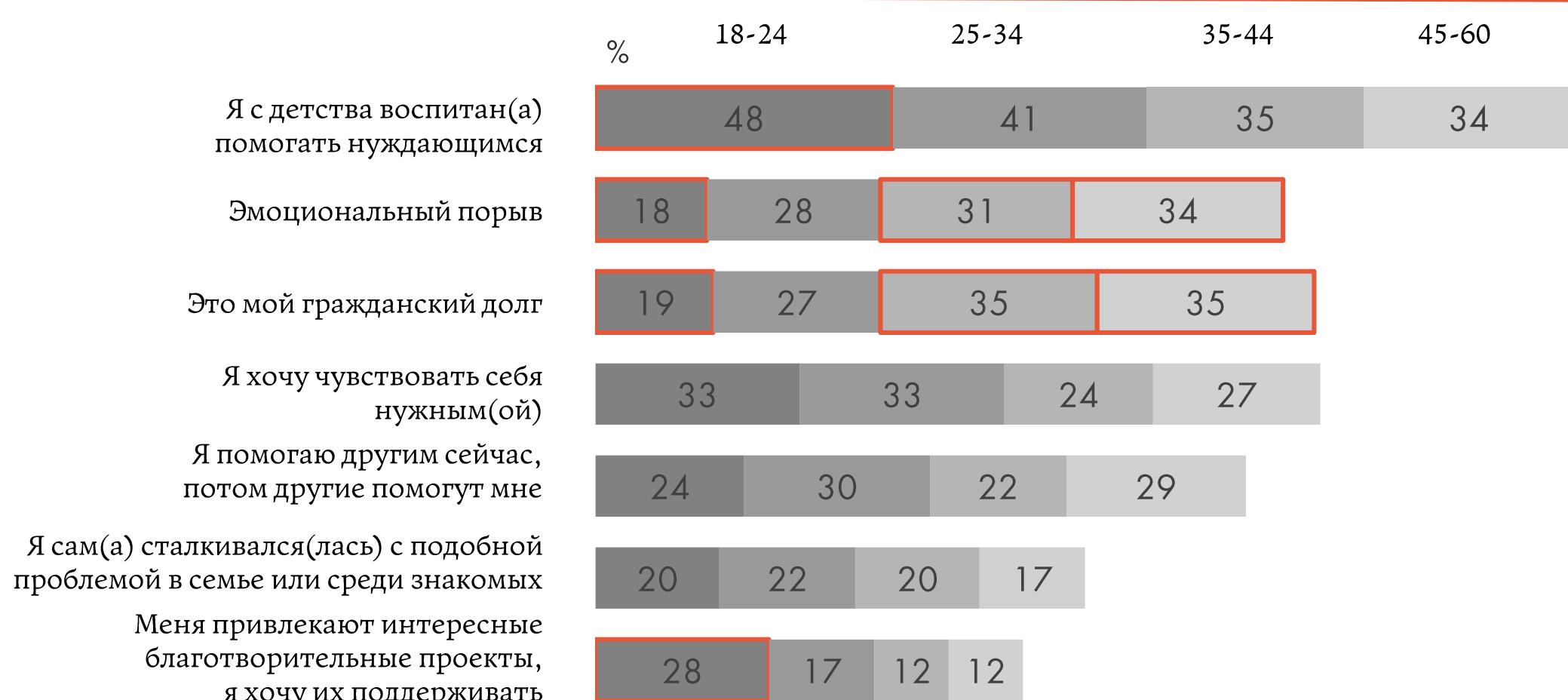
### Причины не жертвовать



N=503 (те, кто собирается в будущем жертвовать деньги в благотворительные организации)

N=240 (те, кто не собирается в будущем жертвовать в благотворительную организацию)

**Воспитание и интерес к благотворительности играют большую роль для молодых, категорией «гражданский долг» мыслит старшее поколение – это устойчивая картина. Также молодые люди меньше движимы эмоциональным порывом в своих пожертвованиях**

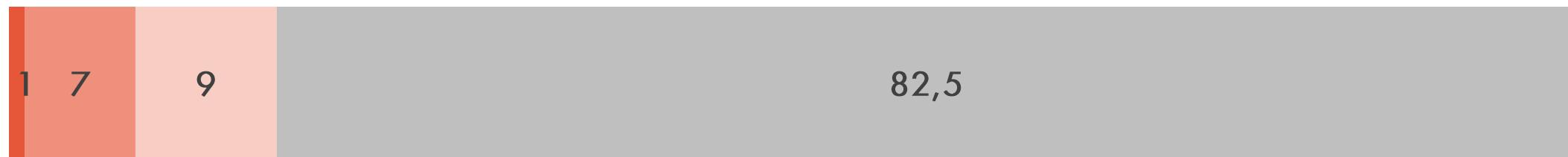


**Благотворительные акции #Щедрый вторник и #Рубльвденъ известны каждому пятому опрошенному. При этом молодые участники опроса 18-34 лет почти в два раза (30%) лучше осведомлены об обеих акциях, чем люди 46-60 лет (15%)**

Знаете ли Вы что-либо про благотворительную акцию...

... #ЩедрыйВторник: Международный день благотворительности?

%    ■ Знаю и участвую    ■ Знаю и не участвую    ■ Знаю только название    ■ Ничего не знаю



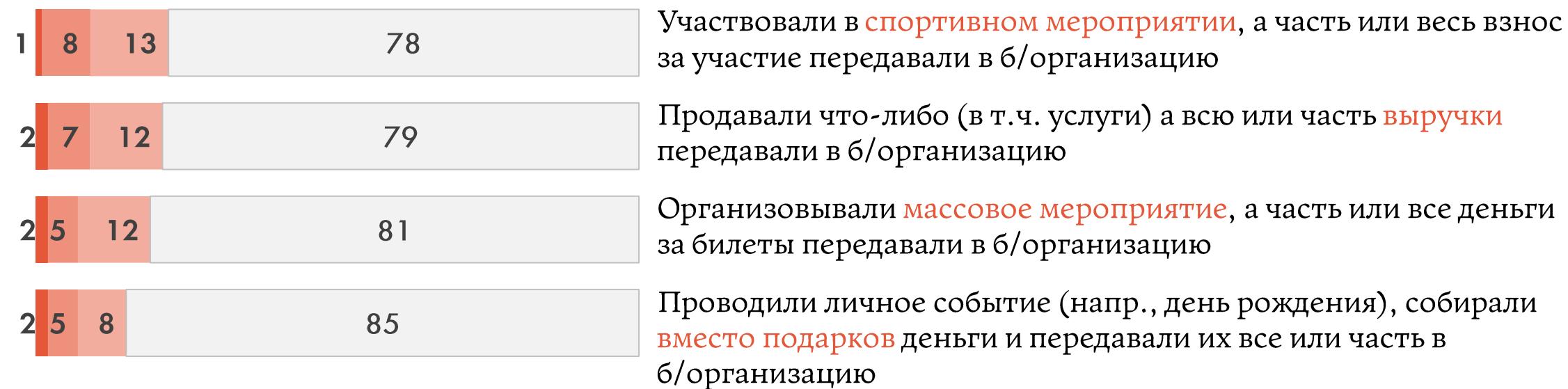
... #Рубльдень: 'Один рубль - это много, когда нас много'?



## 12% респондентов заявили, что они организовывали сбор денег в пользу благотворительной организации. Если говорить про отдельные акции, то в среднем они находят отклик у 30-40% людей, которые слышали об акции

Кто-нибудь из Ваших знакомых или Вы сами организовывали акции по сбору денег на благотворительность за последние 12 месяцев?

% ■ Сам(а) организовывал(а) ■ Слышал(а) и участвовал(а) ■ Слышал(а), но не участвовал(а) □ Не было такого за последние 12 месяцев



# **ДОПОЛНЕНИЕ К ОПРОСУ**

## **Тенденции в онлайн-пожертвованиях**

Первые результаты совместного проекта БФ  
«Нужна помощь» и сервиса «Яндекс.Деньги» -  
[Бенчмаркинг НКО](#)

# Методология

Проект «Бенчмаркинг НКО» — совместный социальный проект фонда «Нужна помощь» и сервиса «Яндекс. Деньги» по мониторингу показателей фандрайзинговой деятельности НКО. Проект позволит оценивать эффективность своей работы, сравнивать себя с средними показателями по направлению деятельности и принимать решения о необходимых изменениях.

## 1. Как собирались данные

Период сбора данных: с октября 2018 года по настоящее время.

Данные: пожертвования в некоммерческие организации, которые осуществляются через компанию «Яндекс.Деньги» и ее платежный сервис «Яндекс.Касса». Данные о поступлениях хранятся в базах данных «Яндекс.Деньги» и передаются в БФ «Нужна помощь» только в виде агрегированных анонимизированных готовых расчетов, которые затем публикуются на платформе «Если быть точным» в соответствующем разделе («Бенчмаркинг»).

Расчет опубликованных данных основан на данных более 500 организаций. Все данные остаются анонимные. Личная информация о пожертвованиях нигде не используется и не передается

## 2. Классификация направлений деятельности

Работа по классификации некоммерческих организаций (определению направлений деятельности) проводилась на стороне БФ «Нужна помощь». Направление определялось специалистами фонда после изучения открытой информации об организации: сайта, годовых отчетов, актуальности проектов и т. д.

## 3. Расчет показателей

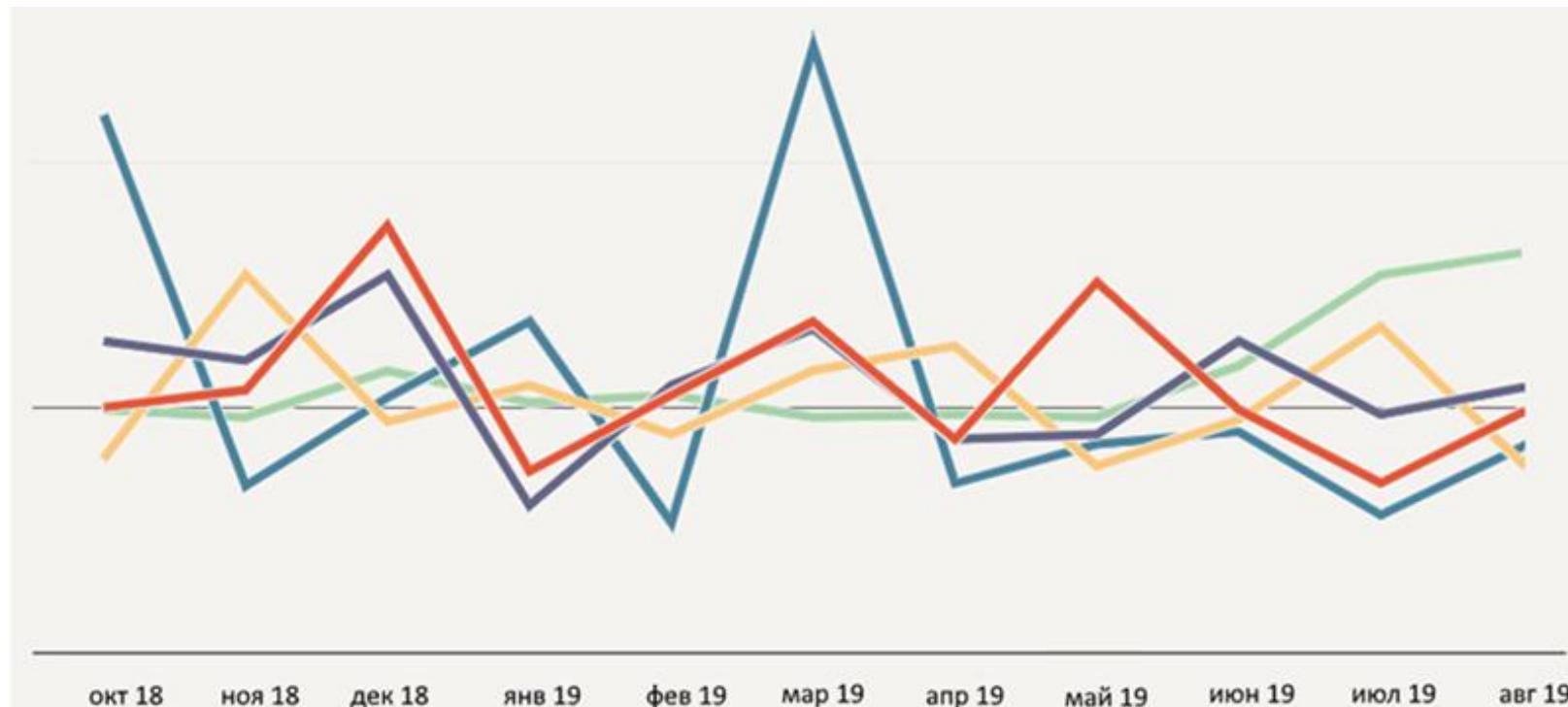
**Прирост числа пожертвований:** для каждого направления рассчитан помесячный темп прироста числа пожертвований (число платежей в текущем месяце по сравнению с предыдущим месяцем). В случае, если организация работает одновременно по нескольким «центральным» направлениям, то число пожертвований по каждому направлению для такой организации рассчитывается как среднее арифметическое (общее число пожертвований в организации делить на число «центральных» направлений деятельности организаций).

**Средний размер пожертвования:** средний размер одного пожертвования соответствует понятию «среднего чека». Для его расчёта общая сумма пожертвований на конкретное направление в месяц делится на общее количество совершённых транзакций (переводов) в данном месяце по этому направлению. Помимо среднего, была рассчитана медиана пожертвования, которая также доступна на платформе.

Для организаций, работающих по нескольким «центральным» направлениям, принцип расчёта тот же, что и при расчёте темпа прироста числа пожертвований.

## Прирост числа пожертвований

- ✓ Декабрь – всегда особенный месяц. Под Новый год растет и число пожертвований и размер пожертвований. Самый большой рост количества пожертвований – на 74% от ноября (данные 2018 года) – у организаций, помогающим социально-уязвимым группам и занимающихся вопросами медицины и здравоохранения (лечение детей, взрослых, паллиативная помощь) – на 54%.
- ✓ К августу 2019 по всем направлениям, кроме экологии, увеличилось число пожертвований, т.е. людей, жертвующих деньги на благотворительность в целом стало больше: +50 - 250% от августа 2018 года.



### Август 2019 к августу 2018

Помощь социально-уязвимым группам	+47%
Медицина и здравоохранение	+122%
Культура, наука, образование	+106%
Экология, человек и природа	-48%
Права человека	+254%

## Средний размер пожертвования

- ✓ Наибольшие суммы пожертвований получают организации, занимающиеся помощью социально-уязвимым группам, а также культурой, наукой или образованием ("средний чек" в августе 2019 - более 800р.). Самые маленькие пожертвования идут на экологию (420 р.).
- ✓ Внешние события влияют на поведение доноров. Все лето 2019 года росли пожертвования в организации, занимающихся вопросами прав человека. А пожары в Сибири повлияли на увеличение "среднего чека" у организаций, занимающихся вопросами экологии — в августе 2019 года средний размер пожертвования вырос на 47% к августу 2018 года.
- ✓ Для организаций, занимающихся помощью соц.-уязвимым группам, год принес существенные изменения в размере среднего пожертвования: в 2018 году "средний чек" был существенно больше, чем сейчас: тогда превышал 1000р. Это направление стало привлекать большее число жертвователей (доноров), которые, однако, перечисляют меньшие суммы.

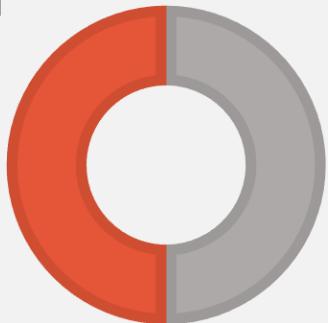


# **Приложение 1. Профиль участников опроса**

## Портрет участников опроса

Пол\*

50% женщины  
50% мужчины



Возраст\*  
%

45-60	35
35-44	22
24-34	26
18-24	17

Семейное положение\*

Женат/замужем	47
Не женаты, но живем вместе	14
Холост/не замужем, в отношениях, вместе не живем	12
Холост/не замужем, не нахожусь в отношениях	27

Регион проживания\*

%

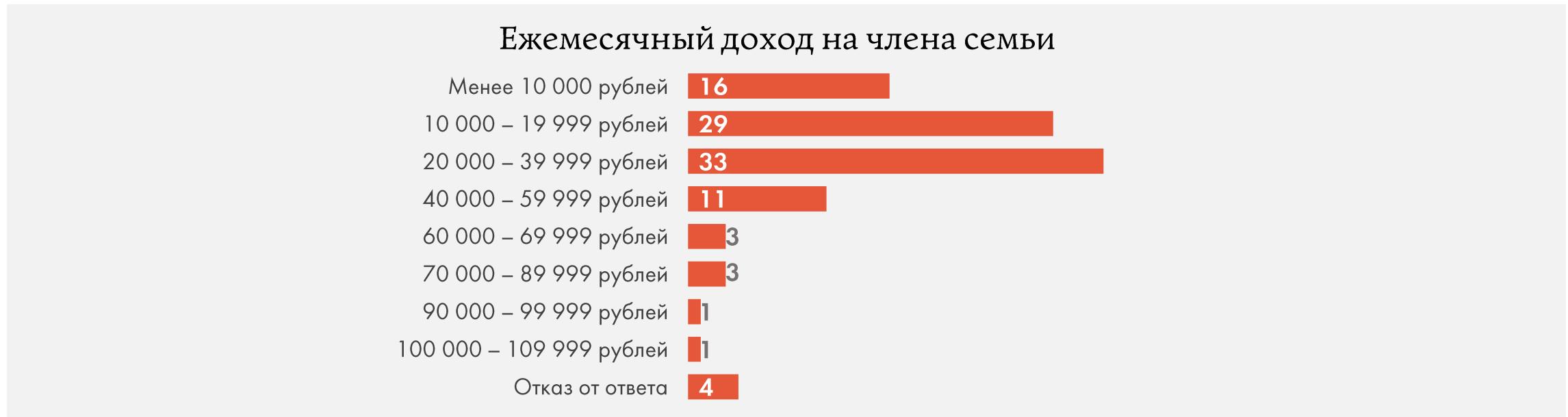
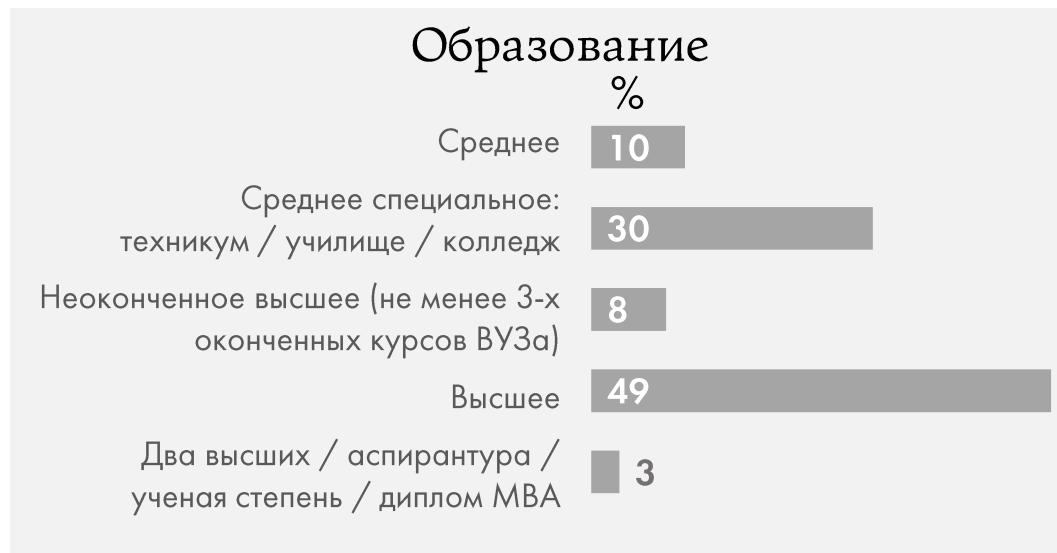
Центральный ФО	18
Северо-Западный ФО	13
Приволжский ФО	24
Уральский ФО	10
Сибирский + Дальневосточный ФО	20
Южный + Северо-Кавказский ФО	15

Город проживания\*

%

Москва	17
Санкт-Петербург	7
1 млн.+	21
500 тыс. - 1 млн.	18
250-500 тыс.	17
100-250 тыс.	20

## Портрет участников опроса



## Портрет участников опроса

### Уровень жизни\*

Материальных затруднений не испытываем. При необходимости могли бы приобрести дачу или квартиру

12

Заработка хватает на все, кроме приобретения недвижимости

17

Денег хватает на крупную бытовую технику

28

На питание и одежду денег хватает, но купить сейчас телевизор, холодильник или стиральную машину было бы трудно

39

На питание денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные проблемы

12

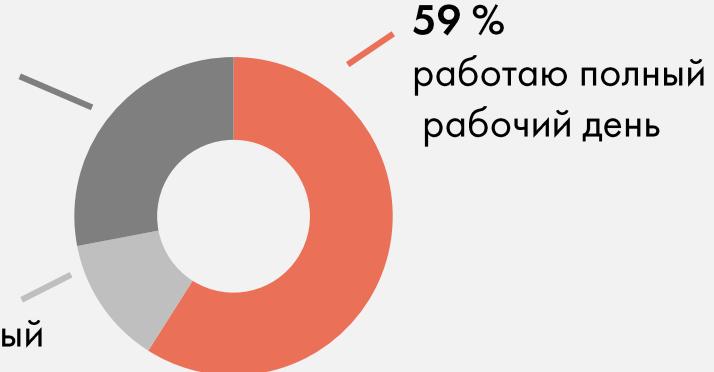
Денег с трудом хватает на питание

2

### Род занятий

28 %  
не работают

13 %  
работаю неполный рабочий день



## Портрет участников опроса

### Категория деятельности: Работающие



N=859

### Категория деятельности: Неработающие



N=341

# Над исследованием работали

## Сбор данных и аналитика

Команда БФ «Нужна помощь»:

Анна Леонтьева, Елизавета Язневич, Ксения Бабихина.

Также благодарим нашу коллегу Алену Хоперскую (АНО «Такие дела») за подбор значимых новостей сектора за 12 месяцев!

Команда Tiburon Research:

Александра Орлова, Софья Гришкова

Также благодарим сервис «Яндекс.Деньги» за предоставление данных о пожертвованиях в НКО

**Иллюстрации и инфографика:**

Кристина Звездова

## Контакты

### ✉ Нужна помощь

Благотворительный фонд помощи социально-незащищенным гражданам «Нужна помощь» развивает инфраструктурные благотворительные, общественно-значимые инициативы, направленные на поддержку всех слоёв населения во всех регионах страны.

Будем рады Вашим комментариям и вопросам:

Елизавета Язневич,  
руководитель отдела исследований  
(программа «Если быть точным»)  
[E.Yaznevich@nuzhnapomosh.ru](mailto:E.Yaznevich@nuzhnapomosh.ru)