

PRO БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

2024 БЕСЕДА С ДРУЗЬЯМИ

Анализ результатов стратегической сессии,
организованной фондом «Друзья»
при поддержке Sber Private Banking
25-26 мая 2024 года



ФОНД
ДРУЗЬЯ

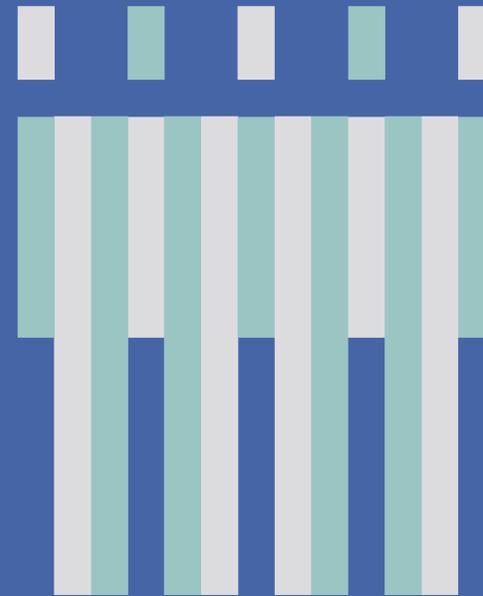
#ФОНДДРУЗЬЯ



ВВЕДЕНИЕ

25 и 26 мая 2024 года фонд «Друзья» при поддержке Sber Private Banking организовал стратегическую сессию «Беседа PRO Благотворительность». В сессии приняли участие лидеры некоммерческих организаций (НКО) и бизнеса, филантропы, а также представители медиа, культуры и государственных структур.

Мероприятие продолжило традицию встречи десятилетней давности, которая привела к созданию фонда «Друзья», призванного развивать профессиональную и системную благотворительность в России.



ФОНД
ДРУЗЬЯ × 

В течение двух дней участники сессии обсудили изменения в российской благотворительности, вклад различных стейкхолдеров, текущие вызовы и потенциальные ответы на них, а также нарисовали картину будущего.

Несмотря на формат off the record, участники согласились с необходимостью создать анонимизированный документ, обобщающий все высказанные идеи в формулировках, в которых они были высказаны. Этот документ и является результатом обсуждений.

ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ДИСКУССИИ

Состав участников играет большую роль в понимании того, почему результаты дискуссии получились именно такими. При этом важно отметить, что значительная часть участников, в силу востребованности их экспертизы, не ограничиваются одной профессиональной идентичностью.

Самая большая группа участников – 38 человек, или 45% – представляли непосредственно индустрию благотворительности¹: лидеры НКО и социальные предприниматели (21 человек), представители частных благотворительных фондов (8 человек), представители образовательных или культурных учреждений (7 человек), а также амбассадоры благотворительных организаций (учредители и/или попечители, часто выступающие от лица НКО (2 человека).

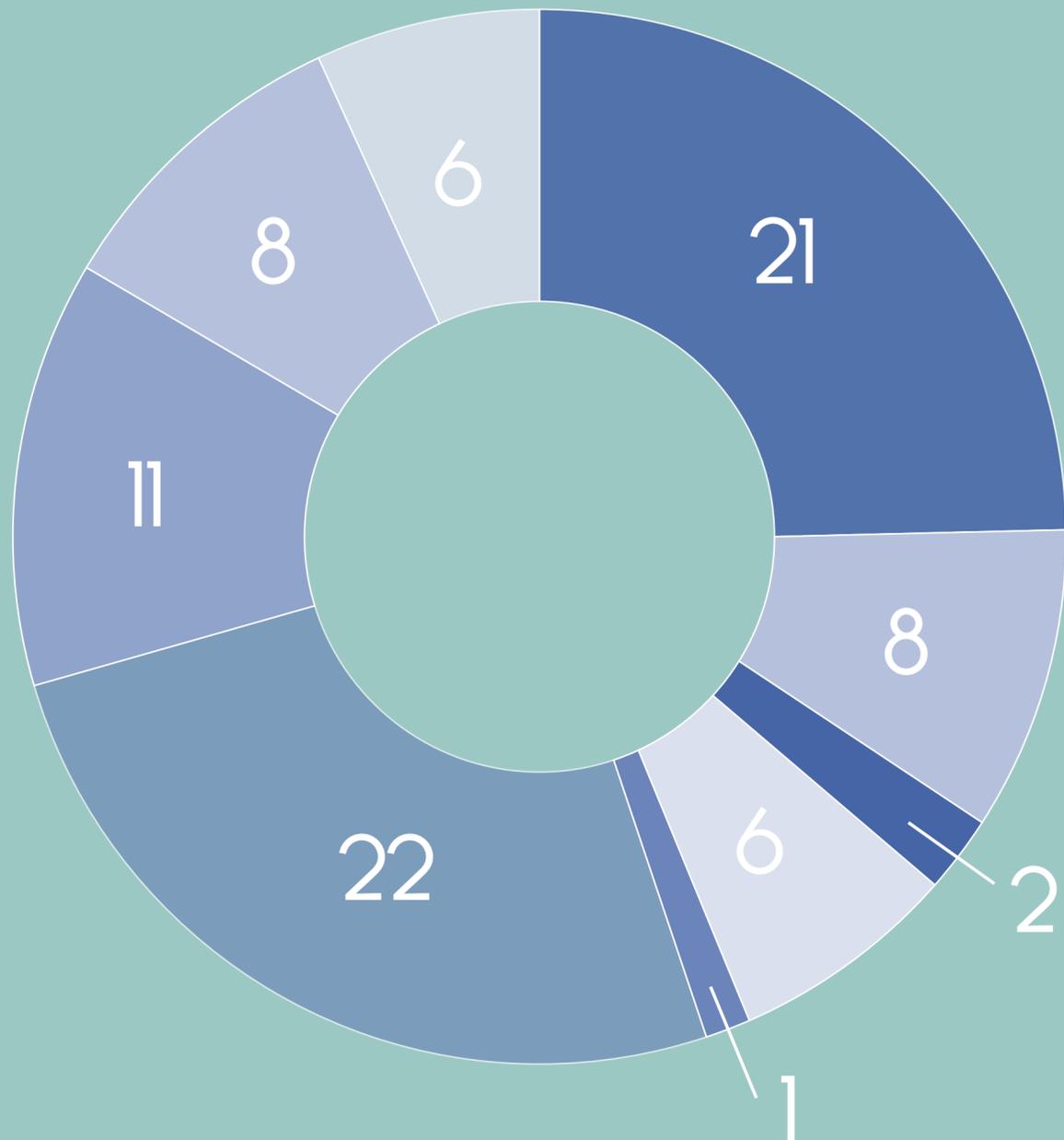
С точки зрения тематических направлений (проблем, с которыми работают НКО) профиль участников повторил результаты анализа, проведенного Sber Private Banking и Frank RG и представленного в начале дискуссии: подавляющее большинство проектов посвящены детскому благополучию, развитию медицины и/или поддержке наиболее массовых социально уязвимых групп населения (малоимущих, людей с инвалидностью, пожилых).

¹Фонд «Друзья» придерживается взгляда на благотворительность именно как на индустрию, со своими ресурсами, продуктами, профессиональными стандартами и т.д. НКО играют ключевую роль в индустрии, являясь основными исполнителями благотворительных программ и инициатив, осуществляя непосредственное взаимодействие с бенефициарами (благополучателями) помощи.

Представители бизнеса – те, кто выступает в первую очередь на стороне бизнеса – составили вторую группу участников, 33 человека (или 39%). Кроме предпринимателей и владельцев бизнеса к этой группе были отнесены представители корпоративных благотворительных фондов и подразделений внутри компаний, которые занимаются корпоративной социальной ответственностью или устойчивым развитием (11 человек).

На встрече также присутствовали представители медиа (8 человек) и государства (6 человек).
Две трети всех участников – женщины (58 из 85).

ПРОФИЛЬ УЧАСТНИКОВ БФ@ДЫ



- 22 бизнес
- 21 НКО/соц. предприниматели
- 11 корп. фонды/КСО/ESG
- 8 частные фонды
- 8 СМИ
- 6 государство
- 6 образование
- 2 амбассадоры НКО
- 1 культура

ВКЛАД ОСНОВНЫХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ В РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ (РЕТРОСПЕКТИВА)

В данном разделе обобщим результаты обсуждения того, что получилось, а что не получилось с точки зрения развития индустрии благотворительности России за последние 10 лет – на основе анализа вклада основных стейкхолдеров²

²Из анализа были исключены бенефициары благотворительной помощи, или благополучатели, ввиду их разнообразия, препятствующего корректным обобщениям. Бенефициарами могут быть отдельные лица, социальные группы, сообщества, экосистемы и в некоторых случаях НКО. При этом ни одна из категорий не является достаточно гомогенной для анализа общих изменений.

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (НКО)

НКО являются ключевыми игроками в благотворительном секторе России. Их деятельность охватывает широкий спектр социальных, культурных и экологических инициатив, направленных на улучшение качества жизни людей и решение различных общественных проблем. В последние годы НКО сделали значительный шаг вперед в своем развитии, однако столкнулись и продолжают сталкиваться со множеством сложностей.

Позитивные изменения

01 Благотворительность как индустрия и профессия

Благотворительность в России постепенно превращается в полноценную индустрию, а работа в этой сфере становится оплачиваемой и профессиональной деятельностью. Это способствует привлечению квалифицированных специалистов и повышению уровня оказываемой помощи.

02 Лидеры и передовой опыт

В секторе появились лидеры и примеры лучшей практики (best practices), которые задают высокие стандарты и делятся своим опытом с другими организациями. Это помогает повысить эффективность и результативность всей сферы.

03 Профессионализация и выстраивание процессов

Повышение профессионализма кадров и систематизация рабочих процессов способствуют улучшению работы НКО, делая их более организованными и эффективными.

04 Клиентоориентированность

НКО становятся всё более клиентоориентированными, уделяя больше внимания потребностям и ожиданиям благополучателей и доноров.

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (НКО)

05 Специализированные обучающие программы

Появление программ обучения (таких как Московская школа профессиональной филантропии), способствует подготовке профессионалов для сектора НКО.

06 Переход людей из бизнеса в НКО

Всё больше специалистов из бизнеса переходят работать в НКО, принося с собой ценный опыт и навыки, что способствует профессионализации и развитию сектора.

07 Запуск фондов целевого капитала (ФЦК, или эндаументов)

Создание ФЦК позволяет НКО обеспечить финансовую устойчивость и независимость.

08 Работа с государством и законодательные изменения

Есть примеры успешного взаимодействия НКО с государством вплоть до продвижения изменений в законодательство.

09 Способность говорить на сложные темы

НКО научились поднимать и обсуждать сложные и чувствительные темы, привлекая к ним внимание общества и формируя общественное мнение.

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (НКО)

Нерешённые проблемы

01 Сложность долгосрочного планирования

Общественно-экономическая ситуация в России и мире, изменения в законодательстве, активное применение закона об иноагентах потребовали переоценки рисков, как со стороны самих НКО, так и доноров, которые их поддерживали.

02 Финансовая уязвимость

В условиях смещения фокуса на новые приоритеты перераспределяются финансовые ресурсы (наибольшую поддержку получают программы в поддержку новых благополучателей). Сопутствующие экономические и социальные изменения снижают объем доступных частных средств и приводят к большей зависимости НКО от государственных средств. Кроме того, концентрация финансов в Москве делает особенно уязвимыми региональные НКО.

03 Разобщённость и конкуренция среди НКО

Недоверие между НКО, конкуренция и отсутствие коллабораций приводят к дублированию затрат и снижению общей эффективности сектора.

04 Дефицит доверия

Недостаток доверия между НКО, государством и бизнесом, неумение наладить взаимовыгодное партнерство (win-win) затрудняют сотрудничество. Чиновники часто не видят ценности НКО в решении социальных проблем, а бизнес не готов инвестировать в НКО без четко сформулированного «уникального торгового предложения».

05 Всё ещё недостаточная профессионализация

Существуют значительные разрывы в уровне профессионализма между лидерами сектора и остальными организациями. Многие НКО нуждаются в формализации процессов, постановке целевых показателей и закреплении их в политиках и протоколах.

06 Всё ещё недостаточное развитие инфраструктуры

В России по-прежнему мало образовательных возможностей для профессионалов НКО, ресурсодарящих организаций и инфраструктуры для благотворительности. Недостаточный территориальный охват и медленное технологическое развитие НКО также остаются серьезными проблемами.

07 Сложности с развитием программ

НКО испытывают дефицит кадров и экспертов, нехватку ресурсов для отработки всех запросов о помощи, а также сложность в привлечении средств и внимания к поддержке «непопулярных» категорий благополучателей.

ГОСУДАРСТВО

За последние десять лет российское государство сыграло значительную роль в развитии сектора благотворительности. Оно было инициатором изменений, которые способствовали улучшению ряда условий работы НКО и повышению уровня участия граждан в благотворительной деятельности. Однако, несмотря на положительные изменения, остаются серьёзные вызовы, которые необходимо преодолеть для дальнейшего прогресса.

Позитивные изменения

01 Увеличение объема средств и доступности их для НКО

Государство значительно увеличило финансирование благотворительных проектов и упростило доступ НКО к этим средствам. Это позволило многим организациям расширить свою деятельность и реализовать более масштабные проекты.

02 Расширение опыта партнерства с НКО

За последние годы государственные структуры начали активнее взаимодействовать с НКО, что позволило наладить более тесное сотрудничество и обмен опытом. Это, в свою очередь, привело к расширению спектра услуг, предоставляемых НКО.

03 Профессионализация НКО

Важную роль в этом процессе сыграл Фонд президентских грантов, который организует конкурсы и предоставляет гранты на реализацию социальных проектов.

04 Популяризация благотворительности и добровольчества среди населения

Государство активно продвигает идеи благотворительности и добровольчества, проводя различные информационные кампании и мероприятия. Это привело к росту интереса со стороны граждан и увеличению числа добровольцев и участников благотворительных акций.

Нерешённые проблемы

01 Недостаточное партнерство с НКО

Несмотря на положительные изменения, отношения между государством и НКО всё ещё далеки от партнерских.

- Взаимное недоверие: существует высокий уровень недоверия между государственными органами и НКО, что затрудняет совместную работу.
- Ограниченное участие НКО в долгосрочном планировании: НКО часто допускаются к решению краткосрочных задач («закрытию дыр»), однако их экспертиза редко используется в стратегическом планировании.
- Конкуренция с системными НКО: государство иногда видит в крупных и системных НКО конкурентов, а не партнеров.

02 Избирательная поддержка благотворительности

- Четкие приоритеты государства в благотворительности создают ограничения для тех НКО, которые занимаются темами вне списка приоритетов.
- Недостаточно информации о проблемах, содержащих потенциал для социального напряжения.
- Многие государственные учреждения, такие как детские дома, остаются закрытыми для НКО.

03 зоны роста для законодательства в области НКО

- Чиновники часто не понимают, как выделить средства НКО, чтобы избежать обвинений в нецелевом использовании средств.
- Отсутствует стратегия развития благотворительности, закрепленная законодательно. В частности, существующие меры по стимулированию бизнеса скорее недостаточны; а региональные чиновники работают без адекватных KPI по поддержке НКО.

В последние десять лет роль бизнеса в сфере благотворительности в России претерпела значительные изменения. Коммерческие компании стали активно участвовать в решении социальных проблем, формируя новые стандарты корпоративной социальной ответственности (КСО) и устанавливая партнерские отношения с НКО. Тем не менее, остаются определенные вызовы, которые необходимо преодолеть для дальнейшего развития благотворительности в бизнес-среде.

Позитивные изменения

01 Больше вовлечение бизнеса в благотворительность

Российские компании значительно увеличили свою активность в сфере благотворительности, беря на себя ответственность за решение социальных проблем. Это проявляется в нескольких аспектах:

- Появилось больше корпоративных фондов и подразделений КСО внутри компаний.
- Благотворительность стала неотъемлемой частью корпоративной культуры и нормой, что выразилось среди прочего в распространении практики публичной нефинансовой отчетности.
- Компании начали реализовывать больше системных проектов в области корпоративной благотворительности.
- Увеличилось финансирование социальной сферы со стороны бизнеса.
- Благотворительность используется как инструмент для повышения продаж и улучшения имиджа компании.

- Компании участвуют в решении социальных проблем различными способами, включая финансовую поддержку, волонтерские программы, а также развитие инфраструктуры благотворительности (например, создание специализированных ИТ-платформ).

02 Устойчивое взаимодействие с НКО

За последние годы бизнес наладил устойчивое взаимодействие с определенными НКО, что повысило эффективность благотворительных проектов.

- Компании теперь знают, каким организациям можно доверить проверку (верификацию) НКО – кандидата на поддержку.
- Бизнес и НКО начали находить общий язык, что способствует более продуктивному сотрудничеству.

03 Вклад крупных компаний в культурную сферу

Крупные компании активно вкладываются в культурные проекты, создавая и поддерживая частные культурные институции. Это способствует развитию культурной сферы и обогащению общественной жизни.

Нерешённые проблемы

01 Потребность в ещё большем вовлечении бизнеса в благотворительность

- Уход иностранных компаний из России, которые активно участвовали в благотворительности, увеличил потребность в вовлечении отечественного бизнеса.
- Благотворительные практики недостаточно распространены среди малого и среднего бизнеса.
- Многие компании не осведомлены о возможностях налоговых вычетов за благотворительные взносы.

02 Недоверие и страх сотрудничества

- В бизнес-среде существует потребность в благотворительности, однако процесс поиска и отбора НКО требует значительных усилий.
- Благотворительность часто воспринимается не как инвестиция в устойчивое развитие, а как способ выполнения обязательств перед государством.
- Нет общепринятой методики оценки эффективности благотворительной помощи, что затрудняет планирование и отчетность.

03 Проблемы совместной работы с НКО

- Предложения НКО не всегда соответствуют запросам бизнеса, что затрудняет эффективное сотрудничество.
- Не всегда можно найти подходящую НКО для реализации конкретных проектов.

04 Экономическая и политическая нестабильность

- Экономическая и политическая нестабильность в мире создает риски для прибыльности компаний. В условиях, когда бизнесу приходится экономить средства на основной деятельности, благотворительность отходит на второй план.

В последние десять лет российские СМИ стали важным стейкхолдером в сфере благотворительности. Благодаря активной поддержке и освещению социальных проектов медиа помогли повысить осведомленность общественности и привлечь дополнительные ресурсы к благотворительным инициативам. Несмотря на значительные успехи, остаются определенные сложности, требующие решения для дальнейшего укрепления роли СМИ в этой области.

Позитивные изменения

01 Вхождение темы благотворительности в повестку СМИ

Тема благотворительности стала заметной частью медиапространства, и это выразилось в нескольких направлениях:

- СМИ научились эффективно рассказывать истории благотворительных инициатив, что помогло привлечь внимание широкой аудитории.
- Появилось больше вовлеченных журналистов, специализирующихся на социально значимых темах.
- Благотворительность интегрируется в развлекательный контент и рекламу через product placement, что помогает донести идеи благотворительности до разных слоев общества.
- Журналисты и редакторы стали лучше разбираться в теме благотворительности, что способствует более качественному освещению её.

02 Сближение медиа и благотворительности

- Появились специализированные медиа, фокусирующиеся на благотворительности и социальной тематике.
- СМИ стали эффективным инструментом фандрайзинга, помогая привлекать средства для различных благотворительных проектов.

Нерешённые проблемы

01 Страх и табуирование тем в СМИ

- Многие социальные журналисты и медиа исчезли из публичного пространства и/или закрылись, что сокращает возможности для освещения благотворительных тем.
- Журналисты сталкиваются с вопросом, как писать о социальных проблемах, не критикуя государство.
- Трудности в придании огласке чувствительных тем также создают барьеры для полноценного освещения благотворительности.

02 Проблемы взаимодействия НКО со СМИ

- Отсутствует понятная система верификации НКО, что затрудняет сотрудничество с медиа.
- Многие НКО не умеют выбирать подходящие медиаплощадки для продвижения своих инициатив.
- НКО не предоставляют достаточно аналитики, что усложняет подготовку качественных материалов для СМИ.
- За последние два года из НКО ушли многие известные медийные лица, и требуется вкладываться в поиск и привлечение новых лидеров мнений.

03 Недоработки в контенте

- В СМИ в теме благотворительности доминируют одни и те же сюжеты и форматы.
- Большое количество «желтого» контента, кликбейтные заголовки и «треш-контент» снижают доверие к теме.
- СМИ редко цитируют благотворительные фонды, что снижает их авторитет и видимость.
- Мало примеров успешного product placement с фондами.

04 Недостаток заинтересованности

- Благотворительность не является приоритетной темой в редакционных заданиях, ей уделяется недостаточно времени и внимания.
- Взаимодействие с НКО не приносит прямой финансовой выгоды для медиа, что снижает заинтересованность.

ОБЩЕСТВО

Российское общество играет важную роль в сфере благотворительности, включающую как тех, кто оказывает помощь (благотворителей), так и тех, кто получает эту помощь (благополучателей). В последние годы наблюдаются значительные изменения в поведении и восприятии благотворительности среди россиян, что позитивно сказывается на развитии сектора. Тем не менее, остаются нерешённые проблемы, которые препятствуют более широкому вовлечению общества в благотворительные инициативы.

Позитивные изменения

01 Увеличение числа участников и получателей помощи

Благодаря развитию инфраструктуры благотворительности всё больше людей участвуют в благотворительных инициативах и получают необходимую помощь. Стало проще как оказывать, так и получать помощь благодаря разнообразию форм участия (деньгами, вещами, временем, навыками).

02 Рост уровня осведомлённости

Пиар-активность НКО способствовала значительному росту осведомленности общества о важности благотворительности. Люди все больше понимают, зачем нужна благотворительность и как она может помочь в решении социальных проблем.

03 Появление моды на участие в благотворительности

Восприятие благотворительности изменилось, став более простым, весёлым и модным занятием. Это способствовало увеличению числа людей, готовых активно участвовать в благотворительных акциях и мероприятиях.

04 Рост доверия к НКО

С расширением опыта взаимодействия граждан с НКО выросло доверие, особенно к тем, которые привлекают волонтеров.

Нерешённые проблемы

01 Отсутствие денег и желания участвовать

- Экономическая нестабильность и снижение уровня жизни приводят к уменьшению среднего размера массовых пожертвований.
- Рост бедности и социальные потрясения, связанные с общей турбулентностью, увеличивают число нуждающихся, что создает дополнительное давление на систему благотворительности.

02 Отсутствие культуры/ценности благотворительности как таковой

- Участие в благотворительности не стало пока регулярной, привычной практикой для большинства россиян, это не воспринимается как самостоятельная жизненная ценность.
- Люди не привыкли открыто говорить о своем участии в благотворительности, что препятствует развитию культуры помощи.
- Реальная деятельность часто подменяется «лактивизмом» – символическим участием без значимого вклада.

03 Недостаток доверия к НКО

- Люди опасаются мошенничества и предпочитают прямую адресную помощь вместо системной благотворительности, желая видеть конкретные результаты своих пожертвований.
- Отсутствует понимание, что НКО – это профессиональные организации, которым нужно выплачивать зарплату.
- Существует убеждение, что уплата налогов уже является формой благотворительности, поскольку деньги идут на социальные нужды через государственные программы.

04 Недостаточная информированность о доступной поддержке

- Многим людям не хватает информации о доступных видах помощи и о том, как ее получить.
- Поляризация поддержки: существуют популярные группы благополучателей, получающие больше внимания, и стигматизированные группы, остающиеся без необходимой поддержки.

КРУПНЫЕ ЧАСТНЫЕ ДОНОРЫ (ФИЛАНТРОПЫ)

Крупные частные доноры (филантропы) представляют собой уникальную группу стейкхолдеров в сфере благотворительности, совмещающую характеристики как бизнеса, так и общества. Их вклад в развитие индустрии значителен, но сталкивается с рядом специфических проблем, требующих особого внимания.

Позитивные изменения

01 Увеличение вовлеченности

Расширение выбора благотворительных фондов и продуктов, улучшенное продвижение этих опций, а также повышение технической доступности пожертвований способствовали более активному участию крупных частных доноров. Они не только вносят значительные денежные пожертвования, но и активно используют свои интеллектуальные ресурсы для поддержки различных инициатив.

02 Содействие престижу благотворительности

Крупные частные доноры сыграли важную роль в том, чтобы благотворительность стала престижным занятием. Их активное участие и публичная поддержка благотворительных проектов способствуют созданию положительного имиджа благотворительности в обществе.

КРУПНЫЕ ЧАСТНЫЕ ДОНОРЫ (ФИЛАНТРОПЫ)

Нерешённые проблемы

01 Низкий уровень доверия к НКО

Несмотря на положительные изменения, уровень доверия к некоммерческим организациям остается низким. Филантропы часто не понимают «бизнес-модель» НКО, что затрудняет их выбор между различными организациями и приводит к сомнениям в целесообразности пожертвований.

01 Необходимость индивидуального подхода

Крупные частные доноры требуют индивидуального подхода и высокого уровня клиентского сервиса, который не все НКО могут предоставить. Это включает в себя персонализированное общение, отчетность и прозрачность в использовании средств, что требует дополнительных ресурсов и усилий со стороны благотворительных организаций.

03 Риски в новых реалиях

В современных условиях благотворительность стала рискованной деятельностью. Эти риски касаются не только самих НКО, но и поддерживающих их филантропов. Политическая и экономическая нестабильность, а также изменения в законодательстве создают дополнительные барьеры и угрозы для крупных частных доноров, что может снижать их активность и вовлеченность.

ОСНОВНЫЕ БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ СЕГОДНЯ И МЕРЫ ПО ИХ ПРЕОДОЛЕНИЮ

По итогам обсуждения, представленным в предыдущем разделе, были выделены **ТОП-11 ПОВТОРЯЮЩИХСЯ БАРЬЕРОВ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ**, которые далее были переданы участникам Беседы для поиска возможных решений. Идеи собирались по методологии World Café, что привело к активному мозговому штурму: участники предложили от 20 до 60 идей по каждому барьеру за исключением одного, который был признан контекстом, находящимся вне зоны контроля участников. Таким образом, было сформировано 10 списков решений. В этом разделе мы представляем решения, презентованные на обобщающем раунде обсуждения.

НЕДОСТАТОК ДОВЕРИЯ К НКО

Описание проблемы

Недоверие к некоммерческим организациям (НКО) является значительным барьером в развитии благотворительности в России. Это недоверие существует на всех уровнях: общество, бизнес и государство. В обществе многие люди считают, что фонды могут быть мошенническими или неэффективно использовать пожертвования. Отсутствие прозрачности и профессионализма, а также негативные стереотипы о расходах НКО на административные нужды подрывают доверие. Бизнес также часто испытывает трудности в доверии к НКО из-за недостатка прозрачной и понятной отчетности, что приводит к созданию собственных благотворительных инициатив вместо сотрудничества с существующими фондами. Государство, в свою очередь, не всегда готово передавать свои функции НКО, опасаясь потери контроля и доверяя лишь избранным организациям.

Возможные решения

01

НКО учиться коммуницировать со всеми стейкхолдерами на их языке

02

НКО отладить регулярную публичную отчетность (содержательную и финансовую) и сделать ее понятной для всех стейкхолдеров

03

НКО повышать профессионализм команд

04

Ввести Social Performance Indicator (KPI для НКО)

05

Внедрять blockchain-технологии

06

Поощрять конкуренцию НКО, поскольку она повышает качество их работы

07

Мониторить изменения уровня доверия между разными стейкхолдерами

ПРИОРИТЕТ НОВОЙ ПОВЕСТКИ

Описание проблемы

Со стороны государства происходит перераспределение средств, ранее выделявшихся на благотворительные программы, в пользу поддержки новых благополучателей (как результат СВО). Это сокращает доступные финансовые ресурсы для НКО. Внимание и пожертвования граждан также смещаются. Поддержка соответствующих нужд воспринимается как более конкретная и срочная, что делает системные и долгосрочные благотворительные проекты менее привлекательными для жертвователей.

При этом НКО понимают необходимость разработки новых благотворительных программ для реабилитации и работы с новыми благополучателями, но не обладают достаточным объемом информации для этого.

Возможные решения

Не обсуждались, т.к. барьер был признан участниками Беседы контекстом, находящимся вне их зоны контроля.

КОНКУРЕНЦИЯ НКО ЗА РЕСУРСЫ

Описание проблемы

Конкуренция среди некоммерческих организаций (НКО) за ресурсы усилилась из-за общего сокращения доступных средств. Государство, ранее предоставлявшее значительные гранты, теперь сокращает финансирование, перераспределяя средства в поддержку новых тем. Это изменение приоритетов также затрагивает бизнес и население, которые тоже перенаправляют свои ресурсы. Кроме того, уход зарубежных компаний, ранее активно поддерживавших благотворительность, создал дополнительный дефицит средств, и пока замены им нет.

Кроме конкуренции за деньги, присутствует конкуренция за людей и внимание, и тут конкурентами НКО выступают также бизнес и различные сервисы.

Возможные решения

01

Развивать у НКО продуктивное мышление: научиться разрабатывать, развивать и продвигать свои услуги так, как это делает бизнес

02

НКО объединять ресурсы (особенно актуально для небольших НКО): например, проводить совместные информационные кампании

03

НКО учиться разговаривать с широкой аудиторией

04

Продвигать принципы добросовестной конкуренции в индустрии

05

НКО оценивать импакт и ориентироваться на него при разработке проектов (не браться «за всё подряд»)

06

НКО избавиться от дефицитного мышления: ресурсов на самом деле много, нужно научиться их видеть и пользоваться. Крупные фонды могут выступать примером

07

Мониторить изменения уровня доверия между разными стейкхолдерами

ОТСУТСТВИЕ ДОЛГОСРОЧНОЙ СТРАТЕГИИ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ НКО

Описание проблемы

Короткий горизонт планирования, связанный с постоянным ожиданием непредвиденных изменений, присущ всем стейкхолдерам индустрии и безусловно тормозит её развитие. А неумение четко описать приносимую ценность и измерить достигаемые результаты снижает привлекательность НКО для потенциальных партнеров со стороны и бизнеса, и государства.

Возможные решения

01

Инвестировать в людей, т.е. повышать профессионализм кадров, что важно в любые времена

02

Планировать на ещё более дальний срок, 20-50 лет (поскольку планировать в текущем моменте сложно, можно попробовать его перешагнуть)

03

Привлекать для долгосрочного планирования «длинные» деньги, такие как фонды целевого капитала и долгосрочные гранты

04

Наладить взаимодействие НКО с государством, синхронизировать цели и усилия. Этим может заниматься ассоциация НКО

05

Грантодающим организациям и бизнесу интересоваться не только финансовой отчетностью НКО, но и спрашивать у них и анализировать вместе с ними достигаемые эффекты

ОТСУТСТВИЕ СИНЕРГИИ В ИНДУСТРИИ

Описание проблемы

Размытость ответственности между государством, НКО и бизнесом приводит к тому, что ни сами участники, ни общество в целом не понимают четких границ и ролей каждого. Это затрудняет координацию усилий и мешает установлению доверительных отношений между стейкхолдерами. Так, например, государство иногда видит в НКО конкурентов, нежели партнеров. Кроме того, отсутствие постоянных связей и координации между самими НКО приводит к дублированию усилий и ресурсов.

Возможные решения

01

Создать ассоциацию НКО, в которую войдут лидеры индустрии, для формирования и продвижения общей повестки

02

Создать институт омбудсмена по благотворительности на региональном и федеральном уровне с прозрачной процедурой их выдвижения и назначения

03

Продвигать различные форматы совместного обучения и обмена практиками между стейкхолдерами, в т.ч. сделать обязательными стажировки чиновников в НКО

04

НКО необходимо научиться видеть глазами других стейкхолдеров и говорить на их языке

ОТСУТСТВИЕ В ОБЩЕСТВЕ КУЛЬТУРЫ/ЦЕННОСТИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ КАК ТАКОВОЙ

Описание проблемы

В России благотворительность не является культурной нормой для большинства населения и не воспринимается как ценность. НКО приходится постоянно доказывать необходимость помощи и обосновывать важность своей работы. Недостаточная осведомленность о том, как помогать эффективно, приводит к тому, что многие люди принимают решения на основе эмоций, а не рациональных соображений. За последние два года многие известные медийные лица ушли из НКО, что добавило хаоса и неопределенности в понимание того, на кого ориентироваться. Кроме того, в обществе отсутствует привычка открыто говорить о своем участии в благотворительности, что затрудняет распространение этой практики и формирование положительных примеров.

Возможные решения

01

Организовать обучение благотворительности в школах и детских садах

02

НКО усилить работу с амбассадорами и инфлюенсерами

03

Продвигать работу НКО в массовой культуре (кино, сериалы)

04

Использовать позитивную мотивацию: например, давать преференции за участие в благотворительности при поступлении на учебу, работу

05

В коммуникации делать акцент на поколение зумеров как самую отзывчивую аудиторию

06

Сформировать понимание благотворительности как неотъемлемого вида деятельности жен и членов семей влиятельных людей с упором на исторические традиции такого подхода

07

В коммуникации делать опору на традиционные ценности: милосердие, доброту. Возможно, заменить слово «благотворительность» на что-то более привычное для россиян: «взаимопомощь», «культура поддержки», «добрососедство» и др.

08

Научить НКО рассказывать о приносимой ценности, а не просить о помощи

09

Сформировать независимый совет из экспертов НКО при телеканалах

ОТСУТСТВИЕ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ

Описание проблемы

Речь про отсутствие ИТ-инструментов и платформ, которые решали бы проблему низкой синергии в индустрии, а также сделали бы отношения с благополучателями более управляемыми. В настоящий момент кто-то из них «работает с 11 фондами одновременно, а кто-то не знает, как выйти на один».

Возможные решения

01

Создать единую платформу, которая объединила бы НКО, финтех и государство, а пользователями были бы благополучатели и доноры

02

Создать единую базу знаний с подключенным искусственным интеллектом, позволяющую оперативно получить ответ на любой вопрос по теме благотворительности

03

Продвигать внедрение CRM-систем в НКО (вплоть до сделать использование CRM-системы обязательным стандартом для благотворительных организаций)

04

Разработать стандарт требований к отчётности НКО

05

Продвигать создание метавселенных для НКО, тем самым обеспечивая их лучшую видимость для всех заинтересованных лиц

ДЕФИЦИТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ

Описание проблемы

В российском обществе, включая бизнес-сообщество, всё ещё недостаточно распространено понимание, что работа в НКО требует профессиональных навыков и должна быть соответствующе оплачена.

Это приводит к тому, что конкурентные зарплаты в сфере благотворительности остаются редкостью. Многие профессионалы уехали из страны, и новые специалисты пока не пришли на их место, что оставило некоторые направления без значительной части экспертизы (например, это касается проблемы домашнего насилия). Кроме того, существует заметный разрыв в квалификации сотрудников крупных и небольших НКО.

В стране практически нет профильных образовательных программ в школах и вузах, что усугубляет дефицит квалифицированных кадров не только в НКО, но и в департаментах бизнес-компаний, занимающихся социальными проектами. В результате вся индустрия благотворительности сталкивается с нехваткой специалистов.

Возможные решения

01

Выстроить систему непрерывного обучения внутри НКО, включающую предоставление времени на обучение, разработку личных траекторий профессионального развития сотрудников, организацию обмена опытом между сотрудниками и др.

02

Формализовать требования к экспертизе, описать стандарт

03

Развивать менторство и стажировки НКО друг у друга и в НКО других стран

04

Разработать и запустить партнерские проекты с вузами и крупными обучающими платформами про социальное проектирование и технологии помощи

05

Запустить федеральную кампанию по популяризации работы в НКО как профессии

06

Проводить исследования совместно с академическими институтами, развивать НКО как центры экспертизы, think tanks

НЕБЕЗОПАСНО

Возможные решения

01

Создать правила безопасности работы в НКО и с НКО, которые необходимо синхронизировать с политикой государства

02

Создать Школу рисков и обучать в ней представителей НКО (по аналогии управления рисками в банковской сфере)

03

Выйти с инициативой создания соглашения НКО с государством (договориться о правах и обязанностях), для чего создать уполномоченного по благотворительности на федеральном уровне и/или ассоциацию НКО, чьими задачами будет защищать права и в задачи которых будет входить выстраивание сбалансированного и эффективного партнерства НКО и государства

04

Популяризировать успешные кейсы взаимодействия государства и НКО

05

Рассмотреть возможность введения государственных наград для НКО – это поможет последним лучше ориентироваться в том, какие практики поощряются

ОТНОШЕНИЯ НКО С ГОСУДАРСТВОМ

Описание проблемы

Отношения НКО с государством всегда были непростыми, но в последние два года ситуация усложнилась из-за политических и экономических изменений, которые снизили объем доступных частных средств и увеличили зависимость НКО от государственных ресурсов. Чиновники часто не видят ценности НКО для решения социальных проблем и достижения своих KPI. Законодательные барьеры также создают трудности, так как чиновники не всегда понимают, как законно и безопасно выделить средства НКО, чтобы избежать обвинений в нецелевом использовании средств.

Возможные решения

01

НКО и государству строить партнерские отношения по принципу win-win. Для этого у НКО должно быть понимание актуальных запросов государства

02

Предложить государству разделить с НКО «монополию на заботу» и определить зоны ответственности каждого стейкхолдера

03

Вовлекать членов семей состоятельных людей во взаимодействие с НКО

04

Видеть в чиновнике человека, а не функцию

05

Предлагать системные работающие решения государству

06

Научиться разговаривать с государством на одном языке

ПОВОРОТ ОТ СИСТЕМНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ К АДРЕСНОЙ ПОМОЩИ

Описание проблемы

Тренд на поддержку системных, долгосрочных благотворительных проектов снижается, уступая место адресной помощи³. В условиях всеобщего дефицита доверия благотворители предпочитают видеть конкретные и незамедлительные результаты своих пожертвований, что лучше обеспечивает адресная помощь.

³Важно отметить при этом, что участники Беседы не пришли к консенсусу относительно определений двух рассматриваемых понятий (системная благотворительность и адресная помощь), т.е. даже в профессиональном сообществе есть расхождения в понимании.

Возможные решения

01

Предложить государству создать и продвигать «карты адресной помощи», чтобы НКО этим не занимались, а люди знали, куда обращаться

02

Государству мотивировать бизнес разрабатывать системные проекты (например, налоговыми льготами)

03

НКО учиться социальному проектированию, вводить систему KPI и отстраивать свои рабочие процессы, а также научиться доносить до бизнеса цель и результаты своей деятельности

04

Проводить исследования влияния системной помощи

05

Информировать население о социальных проблемах («расшифровывать» их), работе НКО, результатах исследований

06

Развивать институт социального инвестирования

БУДУЩЕЕ ИНДУСТРИИ

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

В данном разделе представлено будущее благотворительности (и не только) на горизонте 10 лет, которое описали участники Беседы. Важно отметить, что буквальная формулировка задания, которая привела к картине ниже, звучала как «помечтать», т.е. участники не были ограничены степенью реалистичности в своих прогнозах, равно как и не была дана установка предсказывать только позитивные тренды или только негативные. Приводим прозвучавшие идеи во всём их разнообразии.

Государство

Участники Беседа предположили, что Россия станет территорией великодушия, где благотворительность будет интегрирована во все сферы жизни. Государственные благотворительные фонды увеличат свое количество и влияние, благотворительность станет частью государственной политики. Государство введет налог (обязательные отчисления) на благотворительность, а для всех чиновников обязательным станет взаимодействие с благотворительным сектором. Закон об иноагентах будет видоизменен. Закон о фудшеринге будет разработан и принят, что устранил проблему недоедающих.

Появится большая российская диаспора за рубежом, выстраивание отношений с которой станет отдельным вызовом. Международное влияние на сферу благотворительности будут оказывать новые партнеры: Индия, Китай.

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

Общество

Участники предположили, что уровень расслоения в обществе возрастет. Одним из новых поводов для расслоения станет отношение к эвтаназии. Проблема одиночества станет острой. При этом границы частной жизни будут размываться, социальный рейтинг станет нормой, а защита личных границ станет VIP-услугой.

Появление большого количества новых категорий благополучателей потребует лучшего развития инфраструктуры и внимания к социальной повестке в целом. Работа с участниками и семьями участников СВО.

Стимулирование здорового образа жизни продолжится, период старости станет дольше. В свою очередь, рост продолжительности жизни приведет к увеличению количества пожилых людей, которым необходима постоянная забота. Ответом будет развитие частной сферы ухода за пожилыми, появятся семейные уходные дома.

Детских домов не останется, однако сирот станет больше и вырастет актуальность проблемы трудных подростков. Количество людей с психическими заболеваниями увеличится, зато и общество будет более толерантно к ним. ПНИ трансформируются в тренировочные или постоянные квартиры. Общественное мнение признает алкоголизм заболеванием, что приведет к развитию реабилитационных центров. Исчезнут бездомные животные.

Вырастет роль местных сообществ, и каждый человек станет благотворителем в своем малом сообществе. Станет популярнее поисковое добровольчество.

Картина требуемых компетенций трансформируется: искусственный интеллект (ИИ) поглотит многие рабочие места, социальная роль людей изменится, что вызовет новый вектор в благотворительности. Благотворительность станет школьным и университетским предметом.

Бизнес

Бизнес будет активно включаться в благотворительную повестку, развивая социальную ответственность. Появится этическая комиссия для надзора за бизнесом. Появятся частные психиатрические клиники и резко возрастет спрос на услуги психологов, включая цифровую психологию.

Благотворительная повестка появится в умных колонках и других устройствах. Бизнес и благотворительность пересекутся и интегрируются.

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

НКО

Благотворительность перестанет быть запугивающей и жалостливой. Количество фондов сократится благодаря технологиям. НКО будут проводить научные исследования, остальной функционал закроет государство.

Произойдет много слияний и поглощений. Оставшиеся НКО договорятся между собой и будут работать сообща. Сформируются благотворительные профсоюзы, институты и альянсы, онлайн- и офлайн-экосистемы благотворительности. НКО будут развивать фонды целевого капитала, и этот источник финансирования будет составлять значительную часть их бюджета. НКО станут корпорациями, зарабатывающими деньги.

Сменится руководство фондов, придет новое поколение лидеров. Появится много людей, способных вдохновлять на участие в благотворительности личным примером.

В Россию приедут работники из климатически неблагоприятных стран, изменив человеческий фонд всех индустрий, включая благотворительность.

Наука и технологии

ИИ будет делать всё. Взаимодействие через цифровое пространство и цифровые двойники ещё больше поляризуют общество. Появятся цифровые и офлайн-пространства для разрешения конфликтов через переговоры. Возможность распознавания любого человека станет общедоступной.

В лечении болезней также произойдет прогресс. В частности глаукома станет преодолимой с помощью интерфейсов, позволяющих видеть через устройства. Через 10 лет будут найдены решения проблемы деменции. Разовьется предиктивная диагностика в перинатальном периоде, сместив фокус с помощи детям с патологиями к диагностике.

Ассистивные и инвазивные технологии уйдут из благотворительности и будут продаваться в магазинах. Распространится мировой блокчейн благотворительности, делая все транзакции прозрачными.

В целом, следующие 10 лет станут важным периодом для самоопределения индустрии благотворительности.

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

10 прогнозов в деталях

Следующие 10 трендов (из примерно 100, обобщенных в предыдущем разделе) участники Беседы выбрали для более подробного обсуждения. И в отличие от 11 барьеров, которые были отобраны с учётом их влияния на индустрию, при выборе трендов будущего участники ориентировались исключительно на свои личные интересы.

Усилится взаимодействие НКО с государством

О чём это:

Нужно сделать так, чтобы государство увидело в НКО партнера.

Что может сделать индустрия:

- Разработать и сделать обязательным курс по благотворительности, на котором госслужащие будут обучаться вместе с НКО – это позволит им «выучить язык друг друга» и лучше понять чужой опыт;
- Создать чат-бот по GR для НКО, чтобы они понимали, в какую институцию по какому вопросу обращаться;
- Создать карты ресурсов по социальной проблематике в каждом регионе;
- Внедрить в оценку эффективности работы региональных чиновников: количество НКО по острым социальным проблемам, количество денег, привлеченных этими НКО от населения, и общий объем внебюджетных средств по каждой тематике.

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

Риски кризиса гуманистических ценностей, возникновения квазиправа и квазиэкономики, развития цифровой диктатуры

Что может сделать индустрия:

- Развивать локальные маленькие организации;
- Поддерживать гуманистический подход в системе образования и культурных институтах;
- Рассказывать про человекоцентричный подход, который практикуют НКО к своим сотрудникам и благополучателям («показывать на собственном примере, как может быть по-другому»).

Вырастет число людей с деменцией

О чём это:

Более 3 млн человек с деменцией живут в России сейчас, и их количество будет расти с увеличением продолжительности жизни.

Что может сделать индустрия:

- Государству создать регистр пациентов с деменцией и регистр неизвестных пациентов;
- Провести масштабное исследование деменции в России и далее работать с этой информацией;
- Бизнесу разработать неснимаемое устройство с GPS и включить его в реестр технических средств реабилитации, предоставляемых людям с инвалидностью из средств государственного бюджета;
- Бизнесу просвещать сотрудников на тему инклюзии и эйджизма, учить их планированию старости;
- СМИ писать об этой проблеме;
- Масштабировать существующий проект обучения сотрудников магазинов по идентификации людей с деменцией (совместный проект «Лиза Алерт» и торговой сети «Пятёрочка»).

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

Вырастет роль местных сообществ

О чём это:

Группы людей, объединённые по месту жительства и интересам, способны занять значимое место среди стейкхолдеров в индустрии благотворительности.

Что может сделать индустрия:

- НКО надо научиться видеть ресурсы в местных сообществах и начать работать с ними. Одна из возможностей – передавать на сопровождение сообществу благополучателей после их участия в программах НКО (например, это случай человека, вернувшегося с лечения);
- Организовать обучение сообществ контактной поддержке, комьюнити менеджменту, фандрайзингу и др.;
- Просвещать сообщества на тему инклюзии;
- Продвигать культуру добрососедства в медиа и массовой культуре;
- Придумать и внедрить систему мотивации для развития местных сообществ.

НКО будут заниматься только исследованиями

О чём это:

НКО станут научно-образовательными сообществами и постепенно потеряют свою строгую структуру. Эти сообщества будут создаваться и поддерживаться предпринимателями, которые считают помощь своим долгом («привилегией обязанности»). Благотворительность станет распределённой и децентрализованной, и это станет нормой в обществе.

Что может сделать индустрия:

- Найти предпринимателей, испытывающих «привилегию обязанности» (тех, кто уже занимается филантропией). Поддерживать их и продвигать их пример, чтобы вовлекать новых людей.

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

Произойдет слияние/ поглощение НКО

О чём это:

В ближайшие годы неизбежна консолидация рынка НКО (сразу по нескольким причинам).

Что может сделать индустрия:

- Создать на базе грантодающих частных фондов единую управляющую компанию – консорциум, который будет определять приоритеты финансирования. И соединить консорциум с Фондом президентских грантов для отслеживания результатов по совпадающим направлениям поддержки.

Фонды целевого капитала будут широко распространены

О чём это:

ФЦК, или эндаументы, нужны не всем НКО, однако точно нужны благотворительным фондам, и через 10 лет нельзя будет создать такой фонд без эндаумента.

Что может сделать индустрия:

- Создать регистр ФЦК;
- Создать удобную цифровую платформу для пожертвований в ФЦК;
- Предложить государству ввести налоговую льготу для юрлиц, жертвующих в ФЦК;
- Развить услугу «передержки» ФЦК: крупные НКО должны быть готовы взять ФЦК от маленького НКО и «вырастить», а потом передать обратно;
- Просвещать НКО по теме и популяризировать пожертвования в ФЦК.

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

Придет новое поколение лидеров НКО

О чём это:

Важно вырастить и вовлечь молодых людей в благотворительность.

Что может сделать индустрия:

- НКО могут выпускать учебные и развлекательные материалы для детей (например, игры), предлагать проекты, где могут участвовать семьи с детьми;
- Предложить школам запустить урок про благотворительность, где дети придумывают и ведут свои собственные благотворительные проекты⁴;
- Предложить университетам внедрять курсы с учетом нужд НКО (например, юриспруденция в области НКО), а также начислять дополнительные баллы при поступлении детям, которые участвовали в благотворительных проектах;
- Работать с медиа, чтобы те «на качественном языке разговаривали с детьми про добро и сострадание».

Произойдет скачок климатической миграции

О чём это:

Мигранты из Азии, Индии, Африки уже сейчас массово прибывают в Россию, но не всегда на легальных основаниях. Это потенциал для замещения дефицита работников помогающих профессий (например, сиделок) и сервисного персонала.

Что может сделать индустрия:

- Создать АНО, которое занималось бы легализацией, социальной адаптацией и трудовой подготовкой мигрантов.

⁴Мы уверены, что как для решений «на будущее», так и для тех, которые были предложены для преодоления вызовов сегодняшнего дня, можно найти конкретные примеры реализации в мире и России. В данном случае решение было реализовано самим фондом «Друзья». А именно, в 2022 году фонд разработал методологию проектной деятельности для частного образовательного центра «Новая школа».

ОБЩАЯ КАРТИНА БУДУЩЕГО

ИИ будет делает всё

О чём это:

Всё более широкое использование искусственного интеллекта в социальной сфере радикально оптимизирует все процессы.

Что может сделать индустрия:

На примере участия разных стейкхолдеров в создании единого цифрового «окна» для человека, который хочет получить медицинскую или социальную помощь:

- Государство должно разработать стандарты по работе ИИ и структурировать данные для системы;
- От бизнеса потребуется реализация пользовательского интерфейса;
- НКО продолжит играть экспертную и координирующую роль в решении социальных проблем подопечных.

ИНСАЙТЫ УЧАСТНИКОВ

БЕ@ДЫ

ПРИОРИТЕТНЫЕ ТЕМЫ

В этом разделе сведены ответы участников на открытые вопросы анкеты со второго дня Беседы.

Прежде всего была отмечена ценность самого общения в выбранном формате:

- «(Было полезно) работать в команде с умными людьми с разным опытом и оптикой, готовых спорить и договариваться»;
- «Валидация картинка мира, картинка совпадает, значит, велика вероятность, что силы направляются в правильное русло»;
- «Встреча с людьми одной группы крови, новые идеи, новое вдохновение, новые связи».

Кроме того, участники выразили восхищение компетентностью, сердечностью и пассионарностью коллег и сами продемонстрировали высокую готовность помогать своими знаниями, опытом, участием в дискуссиях, популяризацией благотворительности и разработкой стандартов.

Если останавливаться на темах, которые участники забрали себе в работу (ответы на вопрос «Какая тема/решение/фокус будет для вас приоритетом?»), их можно обобщить до следующих основных четырёх:

01

Дальнейшая профессионализация благотворительности. На встрече обсуждались сценарии полного реформирования НКО, что отразилось и в отзывах:

- «Как в текущих условиях сохранить и повысить уровень профессионализма НКО»;
- «Консолидация рынка НКО, сборка благотворительность 2.0 для выхода на новый уровень»;
- «Создание ассоциации НКО (у меня в голове такой проект называется "Звездолет")»

ПРИОРИТЕТНЫЕ ТЕМЫ

02

Развитие партнерских отношений НКО с бизнесом и государством:

- «Соединять миры благотворительности и бизнеса»;
- «Системное вовлечение бизнеса и привлечение технологий для повышения эффективности»;
- «Улучшить взаимодействие с государством и между собой».

03

Интерес к местным сообществам. Развитие местных сообществ и их потенциал в благотворительности были неоднократно упомянуты в отзывах.

Все представленные в настоящем документе выводы, заключения и рекомендации являются обезличенным обобщенным мнением участников Стратегической сессии или обезличенным индивидуальным мнением отдельных участников Стратегической сессии, и не являются позицией благотворительного фонда «Друзья» или выражаемым мнением его представителей (учредителей, руководителей, работников).

Фонд «Друзья» - фонд фондов, агрегатор возможностей, знаний и ресурсов в благотворительной индустрии.

Что мы делаем:

- Развиваем программы системной поддержки некоммерческого сектора и его представителей
- Консультируем компании в разработке программ корпоративной социальной ответственности и ESG
- Находим индивидуальные креативные решения для участия брендов и компаний в социальных изменениях
- Придумываем и реализуем коллаборации бизнеса с благотворительными фондами
- Развиваем интеллектуальное волонтерство, в том числе в корпоративной среде

- Выступаем оператором грантовых конкурсов и проводим верификацию социальных проектов и НКО
- Оцениваем эффективность социальных и благотворительных инициатив бизнеса и помогаем выстроить оптимальную траекторию развития
- Продвигаем идею нескучной благотворительности, организовывая яркие и запоминающиеся фандрайзинговые мероприятия
- Проводим профильные исследования в различных социальных направлениях и предлагаем готовые решения бизнесу
- Аккумулируем экспертизу, опыт и знания и интегрируем их в образовательные продукты для НКО и бизнеса

Наши стратегические проекты

- Московская школа профессиональной филантропии – <https://mspp.ru>
- Платформа интеллектуального волонтерства ProCharity – <https://procharity.ru>



ПОДДЕРЖАТЬ ДРУЗЕЙ