

ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ

КАК ЭТО РАБОТАЕТ



Центр знаний
по целевым капиталам
в Сибирском регионе
Томский
государственный
университет



ЧТО ТАКОЕ ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ

Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций

Банки

Управляющие
компании



ЧТО ТАКОЕ ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ

Сформированная за счёт пожертвований часть имущества некоммерческой организации, переданная в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности некоммерческих организаций

Банки

Управляющие
компании





ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Депозиты	✓	□	□
Кредиты	✓	□	□
Ячейки	✓	□	□
Отношения	✓	□	□
Условия размещения	✓	□	□
Процентная ставка	✓	□	□
Банковская лицензия	✓	□	□
Налог на доход	✓	□	□

Возможности и угрозы банков

Возможности и угрозы УК



- Ценные бумаги принадлежат вам
- Процентная ставка выше
- Возможность переобуваться на ходу
- Доход не облагается налогом



- Общее падение рынка ценных бумаг
- Неистребимое желание управлять процессом

ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ

КАК ЭТО РАБОТАЕТ



Центр знаний
по целевым капиталам
в Сибирском регионе
Томский
государственный
университет



ИСТОРИЯ И ФАКТЫ

коротко о самом важном

ЦК за
рубежом

ЦК в
России

Пайплайн

Правила





Целевые
капиталы как
образец

Фонд Гарвардского
Университета



40 000 000+

Фонд Альфреда Нобеля



500 000 000

Фонд Университета Дьюка



4,7

Не стоит воспринимать эти
цифры как недостижимые



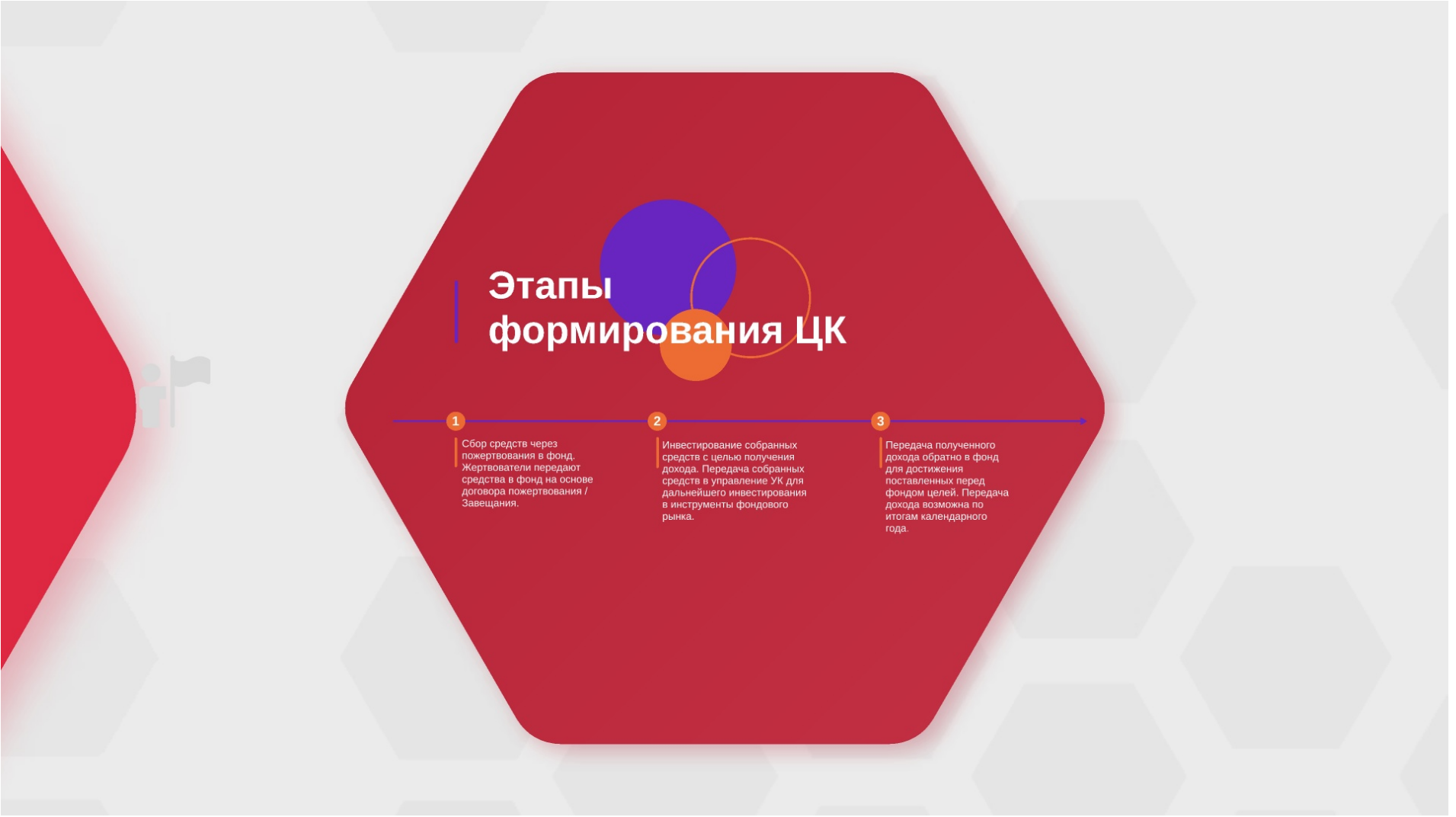
ЦК в России

- Сколково - 4,7 млрд руб
- МГИМО - 1,7 млрд руб
- Европейский университет - 2 млрд руб
- РЭШ - 430 млн руб
- Финансовый университет - 330 млн руб
- Институт Гайдара - 608 млн руб
- ЮФУ - 43 млн руб



Пайплан

Технологическая
карта



Этапы формирования ЦК

1

Сбор средств через пожертвования в фонд. Жертвователи передают средства в фонд на основе договора пожертвования / Завещания.

2

Инвестирование собранных средств с целью получения дохода. Передача собранных средств в управление УК для дальнейшего инвестирования в инструменты фондового рынка.

3

Передача полученного дохода обратно в фонд для достижения поставленных перед фондом целей. Передача дохода возможна по итогам календарного года.

1

Сбор средств через пожертвования в фонд. Жертвователи передают средства в фонд на основе договора пожертвования / Завещания.

2

Инвестирование собранных средств с целью получения дохода. Передача собранных средств в управление УК для дальнейшего инвестирования в инструменты фондового рынка.

3

Передача полученного дохода обратно в фонд для достижения поставленных перед фондом целей. Передача дохода возможна по итогам календарного года.



Правила

- Минимальный размер целевого капитала — **от 3 млн руб.**
- Срок формирования целевого капитала — **не более 1,5 лет** с момента поступления первого пожертвования.
- Срок существования — **не менее 10 лет** или бессрочно.
- Наполнение фонда: деньги, ценные бумаги или недвижимость (на пополнение).
- **Льготный** режим налогообложения.
- Доход расходуется на заранее **установленные цели**.
- Фонды создаются только некоммерческими организациями в сферах, допустимых законом № **275-ФЗ от 30.12.2006**

ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

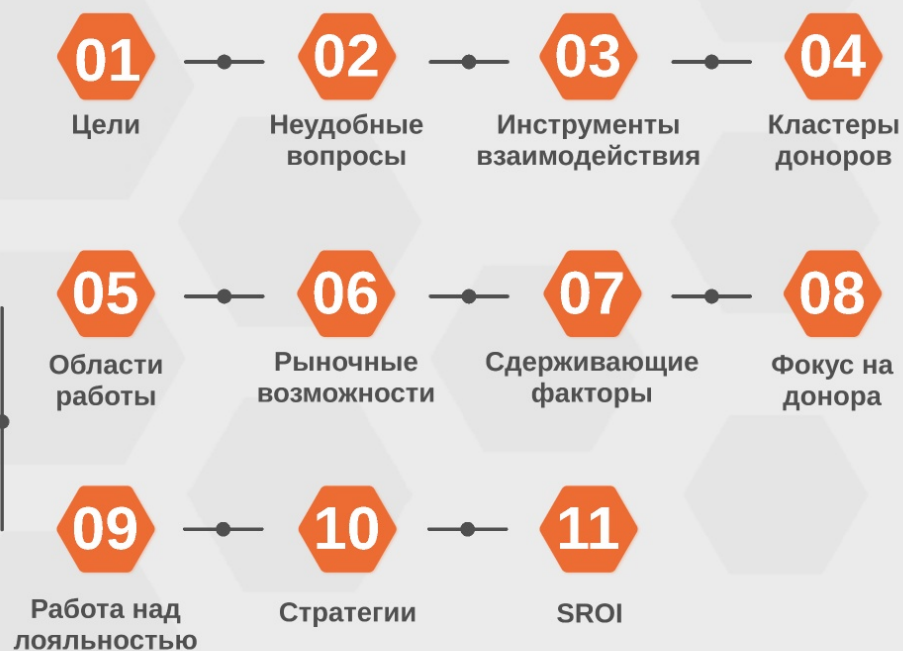


Центр знаний
по целевым капиталам
в Сибирском регионе
Томский
государственный
университет



ВСЕ О ДЕНЬГАХ

Взаимодействие с донорами



КАКИЕ ЦЕЛИ МЫ ПРЕСЛЕДУЕМ

Никогда не выбирайте главной
целью деньги

01



КАКИЕ ЦЕЛИ МЫ ПРЕСЛЕДУЕМ

**Никогда не выбирайте главной
целью деньги**

- Провокация интереса
- Прозрачность работы фонда
- Осознанность важности эндаумента
- Распространение информации
- Привлечение доноров
- Обучение доноров возможностям
- Мотивация
- Обеспечение информацией
- Вдохновение

01



НЕУДОБНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Кто вы вопросы
2. Чем вы занимаетесь
3. Чем вы отличаетесь
4. Почему вы лучше
5. Кто уже стал донором
6. Какие у вас проекты
7. Кому вы помогаете
8. Как меняется их жизнь
9. Что может вас разрушить
10. Как работает эндаумент
11. Почему мне не все равно



ИНСТРУМЕНТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Кроме спама есть:

- просто почта
- события
- семинары
- сайт
- группы
- благодарности

Подсказка:

старайтесь задействовать максимальное количество каналов восприятия

03



КЛАСТЕРЫ ДОНОРОВ

1. Федеральный бизнес
2. Областной бизнес
3. Городской бизнес
4. Физические лица

Подсказка:

*если вы не будете сегментировать рынок,
рынок сегментирует вас*



ОБЛАСТИ РАБОТЫ

- Социальные
- Культурные
- Научные (тех)
- Научные (гум)
- Образовательные
- Спортивные
- Оздоровительные



РЫНОЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

скрытые потребности целевой группы (запрос общества)	НЕОСВОЕННАЯ КОНЪЮНКТУРА РЫНКА	
	новые благотворительные программы, ориентированные на скрытые потребности или социальные угрозы, не обостренные в настоящее время, но представляющие угрозу в будущем	
явные потребности целевой группы (запрос общества)	работа с детьми (инвалиды, сироты, малоимущие) работа с пожилыми (ветераны, инвалиды)	работа с аудиториями, проблемы которых не считаются общими либо остро-социальными (культурные, образовательные, научные и т.п.)
	обслуживаемый рынок	необслуживаемый рынок

06



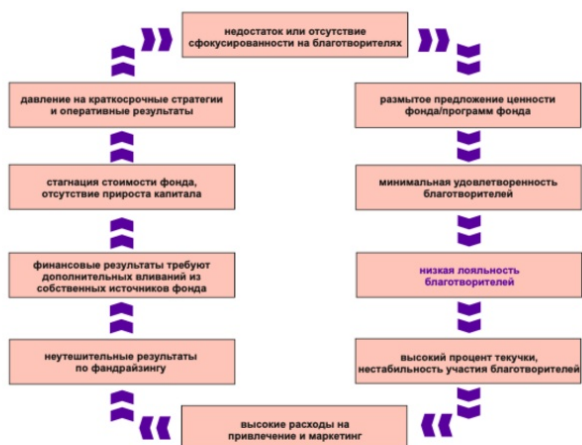
СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

- Осведомленность
- Наличие
- Возможность использования
- Отсутствие пользы
- Доступность



ФОКУС НА ДОНОРА

ЗАВИСИМОСТЬ КЛИЕНТСКОЙ СФОКУСИРОВАННОСТИ И ПРИБЫЛИ



ЗАВИСИМОСТЬ КЛИЕНТСКОЙ СФОКУСИРОВАННОСТИ И ПРИБЫЛИ



РАБОТА НАД ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

09

ФИНАНСОВАЯ ОТДАЧА ОТ БЛАГОТВОРИТЕЛЯ

ОЧЕНЬ ВЫСОКАЯ	Благотворители с высоким потенциалом Стратегия:	Самые лучшие благотворители Стратегия: Для поддержания лояльности инвестировать в специально ориентированные на этих благотворителей отношения
ВЫСОКАЯ	Для формирования потребительской лояльности избирательно инвестировать во взаимоотношения с индивидуальным подходом	
СРЕДНЯЯ		
БЕЗУБЫТОЧНАЯ	Не приносящие результата Стратегия:	Приносящие результат ниже своих возможностей Стратегия: Инвестировать в поддержание потребительской лояльности и создать возможности для увеличения фандрайзинга
ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ	Отделить потенциально прибыльных благотворителей и перевести их в другую нишу	



ОЧЕНЬ ВЫСОКАЯ	Благотворители с высоким потенциалом Стратегия: Для формирования потребительской лояльности избирательно инвестировать во взаимоотношения с индивидуальным подходом	Самые лучшие благотворители Стратегия: Для поддержания лояльности инвестировать в специально ориентированные на этих благотворителей отношения
ВЫСОКАЯ		
СРЕДНЯЯ		
БЕЗУБЫТОЧНАЯ	Не приносящие результата Стратегия: Отделить потенциально прибыльных благотворителей и перевести их в другую нишу	Приносящие результат ниже своих возможностей Стратегия: Инвестировать в поддержание потребительской лояльности и создать возможности для увеличения фандрайзинга
ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ		

СТРАТЕГИИ

- Увеличение рыночного спроса
- Увеличение доли на рынке
- Увеличение частоты участия
- Снижение издержек
- Повышение эффективности маркетинга



SROI

Для оценки эффективности работы фонда целевого капитала используется несколько категорий показателей.

11



Показатели

Какими могут быть показатели



Показатели КПЭ



Качественные
показатели



Количественные
показатели



ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ

КАК ЭТО РАБОТАЕТ



Центр знаний
по целевым капиталам
в Сибирском регионе
Томский
государственный
университет

