

# Аудитория благотворительных и краудфандинговых онлайн-платформ



# Об исследовании

## Методика

Онлайн-опрос методом поточной выборки (river sampling) — 50%, панельное исследование — 50%. Самозаполнение по стандартизированной анкете. Основная цель этой части исследования — получение данных об объеме рынка, характеристиках и поведении интернет-пользователей, которые покупают или продают что-либо в социальных каналах.

## География

Вся Россия.

## Целевая аудитория

Интернет-пользователи 14-54 лет.  
Квотирование по полу, возрасту, макрорегиону.

# Список площадок

Онлайн-платформы для краудфандинга  
и благотворительности



# 11 млн человек переводят деньги через онлайн-платформы на благотворительность и краудфандинг



**11 млн**

15% интернет-аудитории

**400 000**

0,6% интернет-аудитории

- ✓ 15% интернет-пользователей от 14 до 54 лет отправляли деньги на благотворительность или краудфандинг через онлайн-платформы за последние 12 месяцев.
- ✓ Пожертвования на благотворительность или краудфандинг собирают около 400 тыс. пользователей таких платформ.

# Те, кто переводит деньги на благотворительность и краудфандинг, – активные интернет-пользователи



- ✓ Почти все интернет-пользователи, которые переводят деньги через онлайн-платформы на благотворительность или краудфандинг, оплачивают товары и услуги через социальные каналы (соцсети, мессенджеры, сайты объявлений, сервисы для совместных покупок и другие площадки).
- ✓ За последние 12 месяцев только 800 тыс. пользователей (7%), которые переводили деньги на благотворительность или краудфандинг, не оплачивали через соцканалы никакие товары и услуги.

**78%** тех, кто переводит деньги на благотворительность или краудфандинг, намерены продолжать это делать

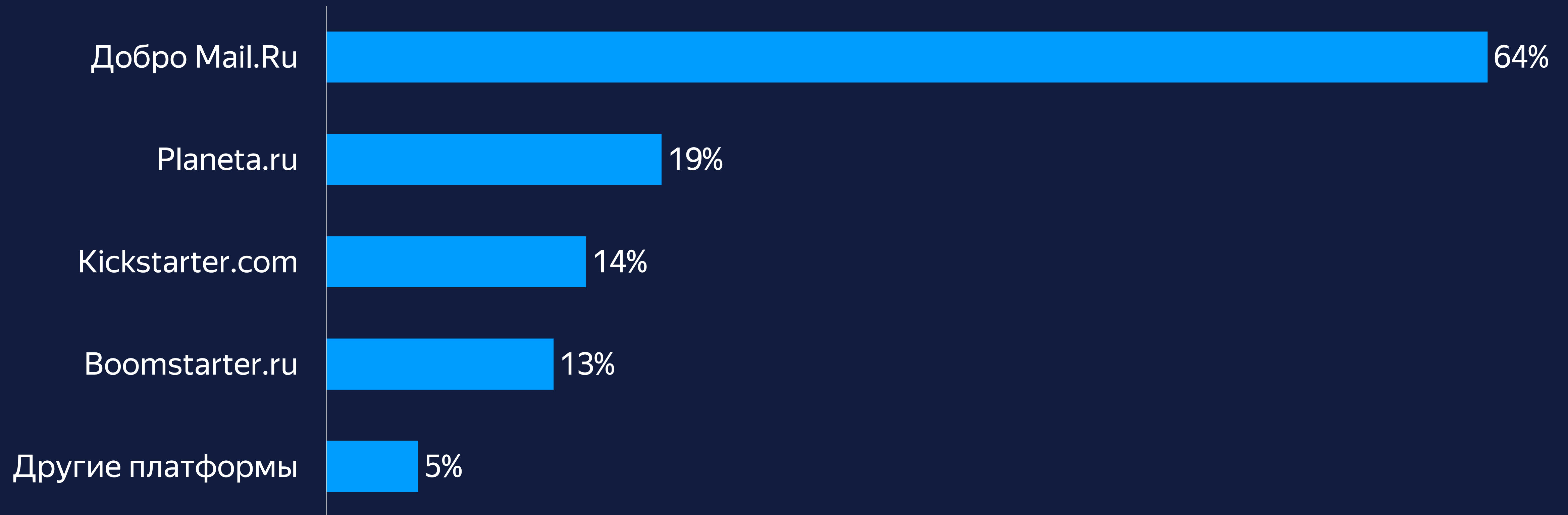


**2**

## Среднее число переводов на одного пользователя

Медианное количество транзакций на пользователя за 30 дней в категории «пожертвования на благотворительность или краудфандинг»

# На каких платформах делают пожертвования на благотворительность и краудфандинг



■ доля тех, кто делал взносы и пожертвования через интернет за последние 12 месяцев

# О Яндекс.Кассе

Яндекс.Касса — универсальное платёжное решение для бизнеса. С помощью Кассы компании могут принимать оплату на сайте и в мобильном приложении всеми популярными способами: через Яндекс.Деньги и другие электронные кошельки, с банковских карт, через мобильные и интернет-банкинги Сбербанка, Альфа-Банка, Промсвязьбанка и Тинькофф банка, со счетов мобильных номеров, в кредит и рассрочку, через QR-коды, бесконтактные технологии Apple Pay и Google Pay, а также наличными через 250 тыс. точек приёма платежей в России и других странах СНГ.

Сервис помогает также принимать оплату через бота в Telegram, выставлять счета клиентам по смс, электронной почте, в чате, маркетинговых email-рассылках и Viber. Касса позволяет компаниям работать в полном соответствии с требованиями закона 54-ФЗ.

По данным исследования MARC, Яндекс.Касса — самое популярное в стране платёжное решение. Сегодня к нему подключено больше 106 тыс. сайтов. Каждую секунду через сервис проходит до 600 транзакций.

# О Data Insight

Компания Data Insight — первое в России специализированное агентство в области исследований интернета, основанное в 2010 году Борисом Овчинниковым и Федором Вириным. Компания предоставляет аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы. Исследования Data Insight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и совмещении различных исследовательских методик.

Получить дополнительную информацию можно по адресу [www.datainsight.ru](http://www.datainsight.ru).