

PROактивное общество

или что нам открылось в 2013 году

Корпоративная благотворительность:
отношение населения и масштаб
вовлеченности



по данным
исследований

Фонда
Общественное
Мнение



Группа ФОМ-СОЦ



Петренко
Елена Серафимовна
Управляющий директор
Фонда «Общественное мнение»
petrenko@fom.ru



Иванова Инна
Ведущий специалист
Фонда «Общественное мнение»
ivanova@fom.ru



Кот Юлия
Старший специалист Фонда
«Общественное мнение»
kot@fom.ru



Богомолова Екатерина
Специалист Фонда «Общественное
мнение»
bogomolova@fom.ru



Галицкая
Елена Геннадьевна
Приглашенный исследователь
Начальник отдела обработки
и анализа данных ООО «инФОМ»
galitskaya@fom.ru



Содержание

1. Корпоративная благотворительность: отношение населения и масштаб вовлеченности

1.1. Отношение населения к феномену корпоративной благотворительности

1.2. Масштаб вовлеченности россиян в корпоративную благотворительность

Москва, пер. Капранова д.3 +7 (495) 745 87 65

www.soc.fom.ru www.fom.ru

1

Корпоративная благотворительность: отношение населения и масштаб вовлеченности

1.1 Отношение населения к феномену корпора- тивной благотвори- тельности

По результатам опроса¹, абсолютное большинство россиян относится к корпоративной благотворительности положительно — **87%**, а отрицательно — всего **5%**. Наиболее лояльны к корпоративной благотворительности респонденты, работающие в организациях, занимающихся корпоративной благотворительностью: среди них **92%** ответили, что положительно относятся к благотворительной деятельности компаний, в то время как среди респондентов, работающих в организациях, не имеющих отношения к благотворительной деятельности, только **86%** ответили, что относятся к корпоративной благотворительности положительно.

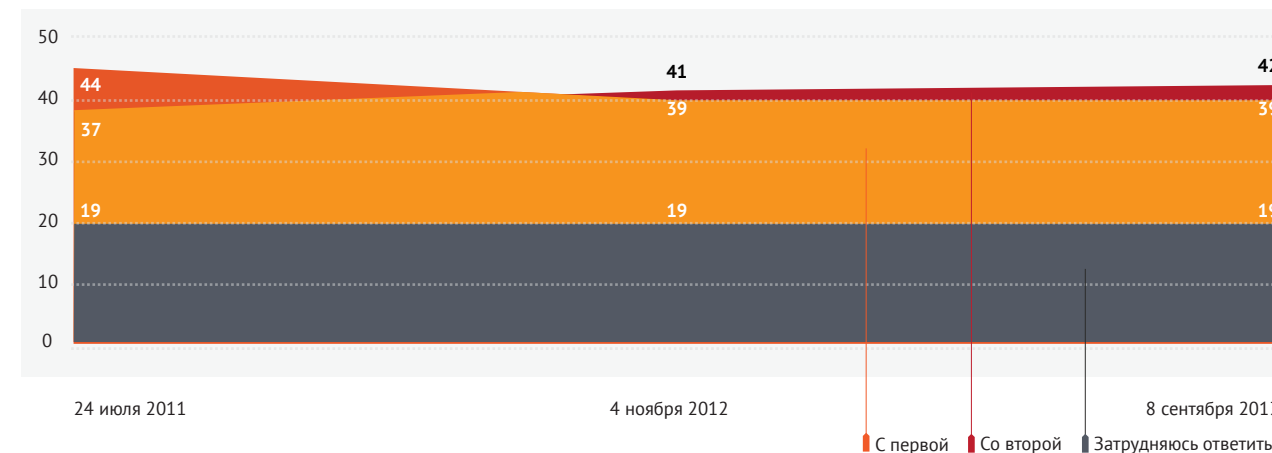
¹ Источник данных — опрос по технологии «ФОМнибус». 1 500 респондентов, 43 субъекта РФ, 100 городских и сельских населенных пунктов. Июль 2011 г., ноябрь 2012 г., сентябрь 2013 г.



Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к благотворительной деятельности компаний — положительно или отрицательно? Данные в % от групп



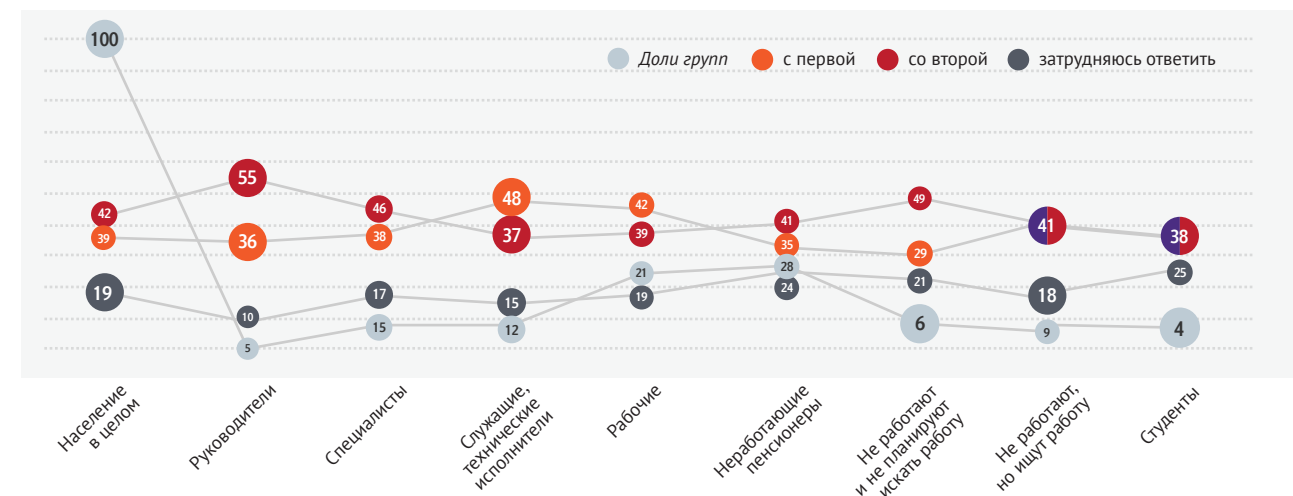
Одни считают, что компании и известные люди занимаются благотворительностью в первую очередь для того, чтобы завоевать популярность, рекламировать себя. Другие считают, что благотворители в первую очередь хотят помочь тем, кто нуждается в помощи. С какой точкой зрения Вы согласны — с первой или второй? Данные в % от числа опрошенных



Наиболее лояльно воспринимают корпоративную благотворительность руководители предприятий. Среди них **55%** убеждены в благих целях корпоративной благотворительности и считают, что её цель – помощь нуждающимся людям.

1.2 Масштаб вовлеченности россиян в корпоративную благотворительность

Одни считают, что компании и известные люди занимаются благотворительностью в первую очередь для того, чтобы завоевать популярность, рекламировать себя. Другие считают, что благотворители в первую очередь хотят помочь тем, кто нуждается в помощи. С какой точкой зрения Вы согласны — с первой или второй? Данные в % от групп



Также в большинстве своём (75%) руководители одобряют корпоративную благотворительность и убеждены, что компании должны вести благотворительную деятельность, чтобы помогать обществу.

По мнению **29%** респондентов, за последние годы компаний и известных людей, занимающихся благотворительностью, стало больше.

Столько же респондентов (**29%**) убеждены, что число благотворителей не меняется.

Респонденты, работающие на предприятии, вовлечённом в корпоративную благотворительность, намного чаще, чем население в целом, отмечают рост количества корпоративных благотворителей.

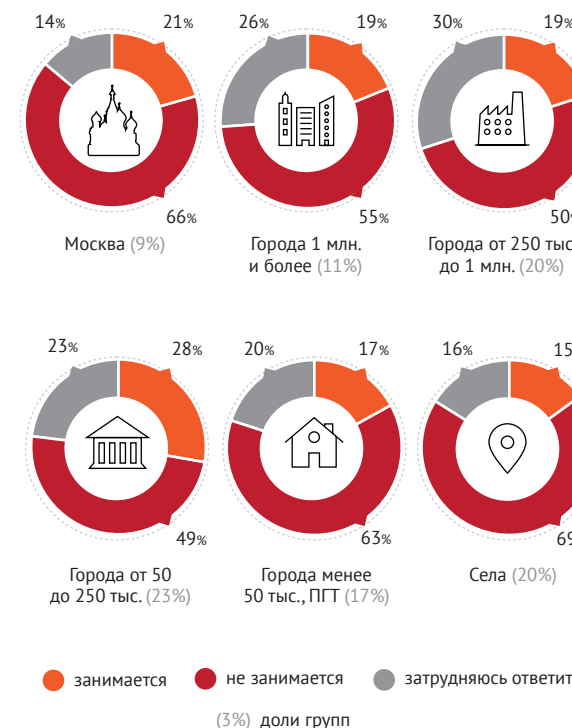
На Ваш взгляд, в последнее время компаний и известных людей, занимающихся благотворительностью, становится больше или меньше? Данные в % от групп



На вопрос о том, занимается ли предприятие (организация), на котором работают участники опроса, корпоративной благотворительностью, **20%** респондентов от числа работающих ответили утвердительно, **58%** — отрицательно.

Москвичи, наряду с жителями малых городов и сёл, чаще отвечали, что предприятия, на которых они работают, не занимаются корпоративной благотворительностью.

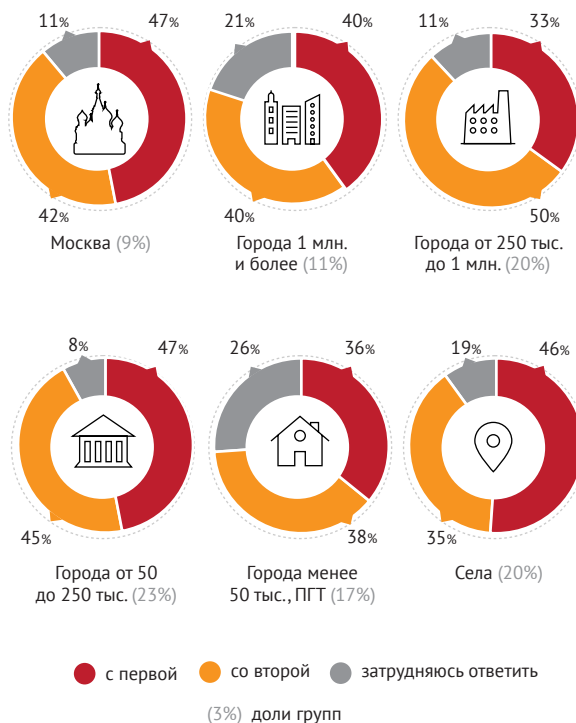
Скажите, пожалуйста, предприятие (организация), на котором Вы работаете, занимается или не занимается благотворительностью? Данные в % от групп



47% неработающих москвичей убеждены, что компании и известные люди занимаются благотворительностью для того, чтобы привлечь к себе внимание, рекламировать себя.



Одни считают, что компании известные люди занимаются благотворительностью в первую очередь для того, чтобы завоевать популярность, рекламировать себя. Другие считают, что благотворители в первую очередь хотят помочь тем, кто нуждается в помощи. С какой точкой зрения Вы согласны – с первой или второй? Данные в % от групп, работающие



В 59% случаев респонденты, работающие на предприятиях, вовлечённых в корпоративную благотворительность, участвовали в этой деятельности сами, 39% не принимали участия в благотворительной деятельности своей организации.

Более ресурсные группы сотрудников – руководители и специалисты – чаще отмечали своё участие в благотворительной деятельности предприятия, чем рядовые сотрудники.

Данные говорят о наличии нереализованного потенциала развития корпоративной благотворительности: большинство опрошенных артикулируют положительное отношение к такой деятельности, особенно высокоресурсные группы, среди которых с большей долей вероятности можно найти руководителей предприятий, то есть тех, от чьей воли напрямую зависит решение о благотворительной деятельности компании и кто играет важную роль в успехе системной благотворительной деятельности.



Что именно Вы делали в рамках благотворительной деятельности предприятия (организации)? Открытый вопрос, данные в % от числа опрошенных



Сбор средств, финансовая помощь

«Организовал сбор средств»; «передала деньги в фонд нуждающихся»; «собирали деньги, работали сверхурочно»; «денежные пожертвования»; «отдавали часть зарплаты»; «сдавали деньги на благотворительность».



Сбор вещей

«Вещи приносили»; «купили вещи для Крымска»; «покупаю вещи»; «собирали вещи для малоимущих».



Помощь детским домам

«В детский дом ездили - катать детишек в Кожухово»; «оказывал помощь детскому дому»; «отвозил в детдом подарки от фирмы»; «отвозил в детский дом игрушки и вещи»; «фотосъемка детей из детдома».



Другое

«Помогал организовать праздничную программу»; «устраиваем детям праздники, дарим подарки»; «лечила, кормила»; «внеплановая уборка территории»; «оказываю помощь городу по благоустройству»; «помогаем с доставкой бесплатно»; «посещала на дому ветеранов»; «искали клиентов в пользу благотворительности».