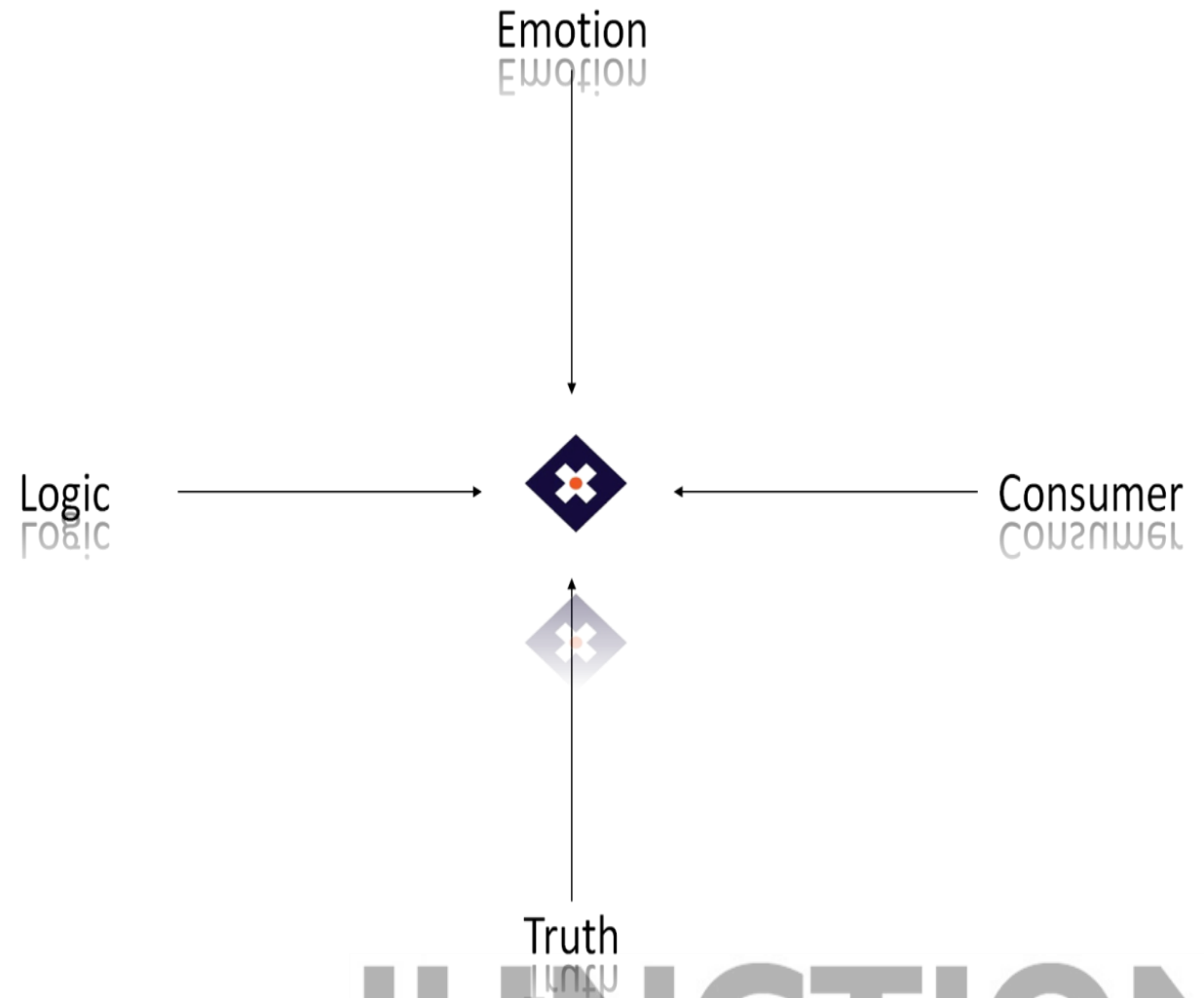


Нагласи на Топ 100 компании по размер на печалбата за 2014 г.



Методология

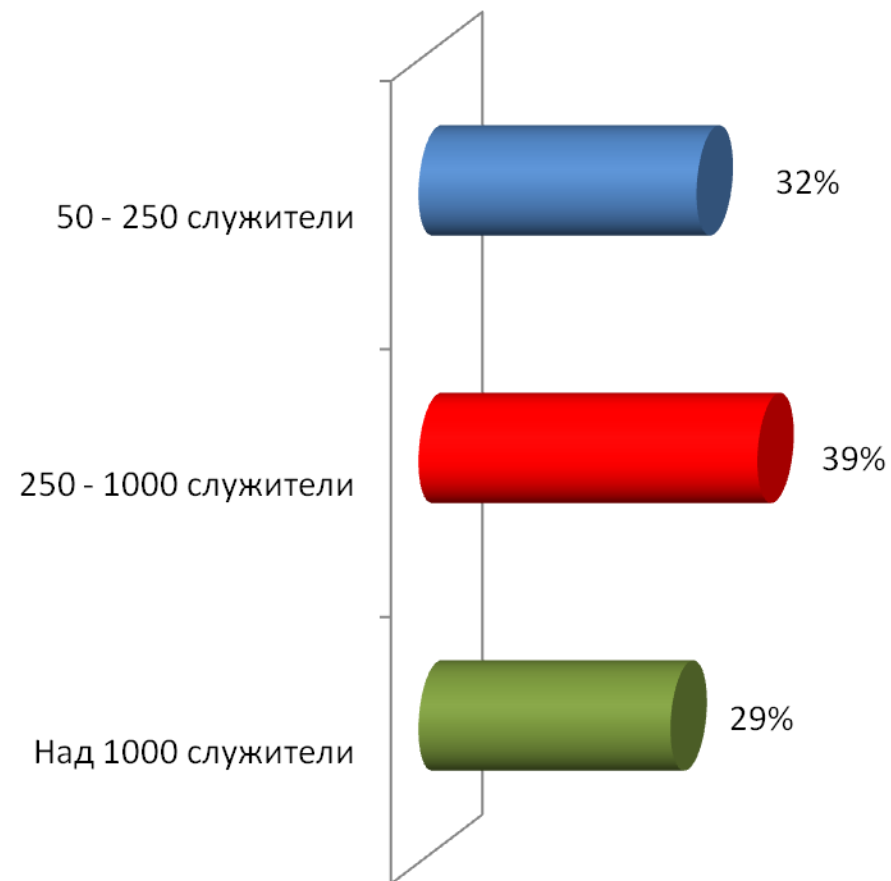
Изследването е проведено през декември 2015 и януари 2016 сред над 300 водещи по печалба компании на територията на страната, големи работодатели и рекламодатели в България. Реализираната извадка е 38 фирми. Методът за събиране на данни е онлайн анкета за самостоятелно попълване, качена на платформата Survey Monkey. Партньор по проекта е БДВО, благодарение на когото извадката достигна този обем.

Контекст

- България е на 115 място за 2015 г. в CAF WORLD GIVING INDEX – изкачване с 9 позиции спрямо 2014 г.
- Водеща в класацията е Мианмар, следвана от САЩ и Нова Зеландия.
- Само 5 от 20-те най-богати страни са сред първите 20.
- Съседните ни балкански страни са около нас в класацията.

Брой служители

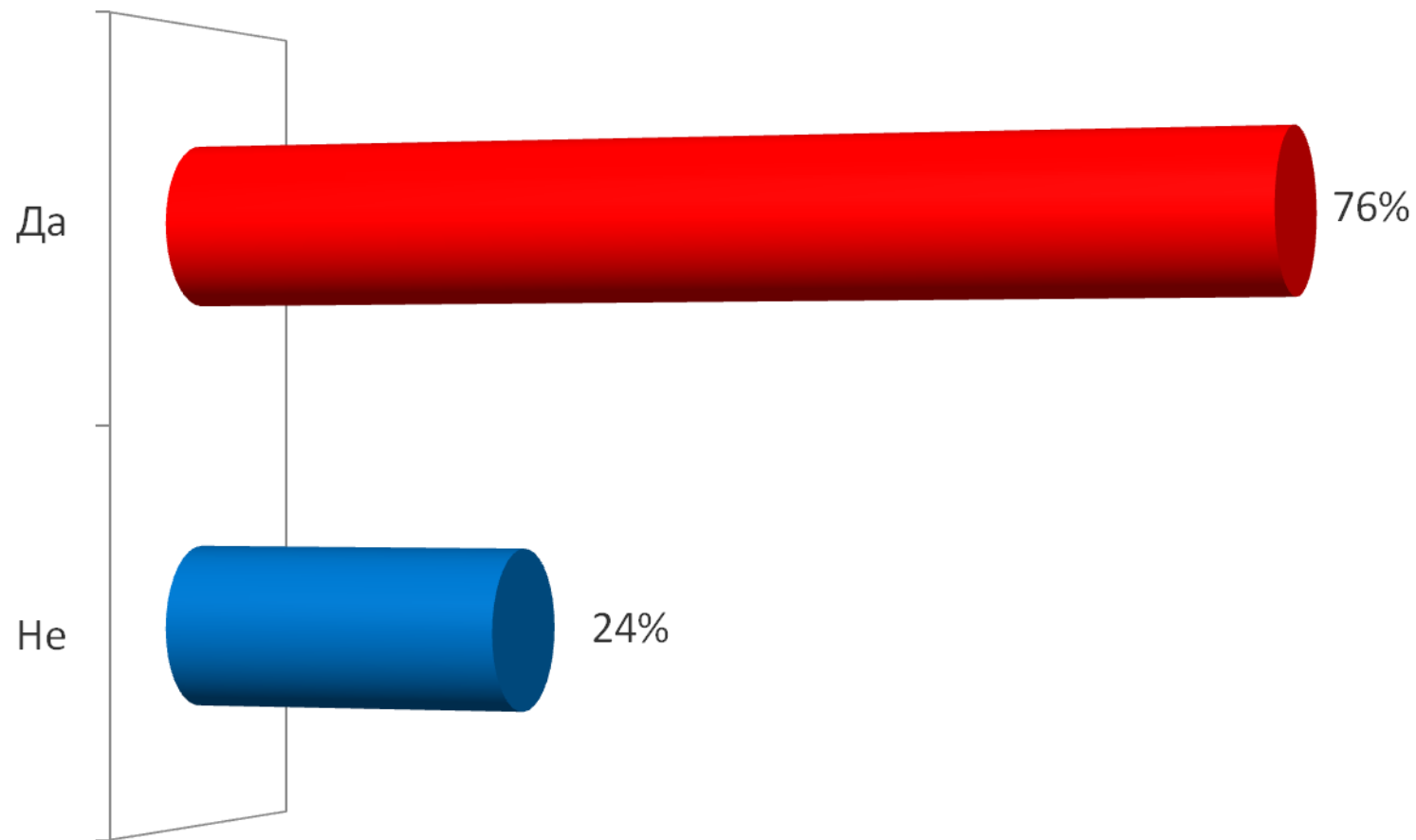
В изследването са взели участие предимно големи фирми. Общият брой заети в изследваните фирми е над 30 000, средният брой служители е близо 1000.



База: N=31

Дял на фирмите, чийто служители са дарявали пари от работното място

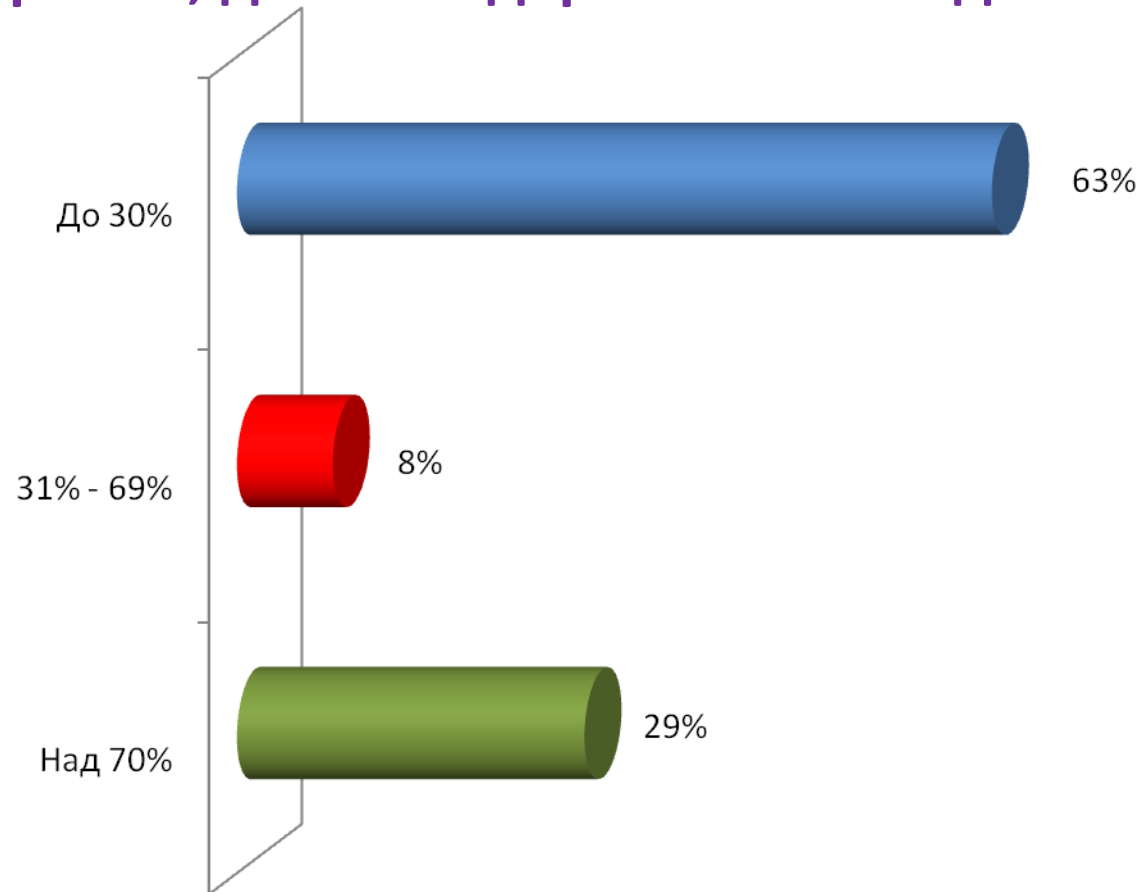
Всеки три от четири фирми заявяват, че техните служители са дарявали пари от работното място през последната година.



База: Всички отговорили – N=38

Дял на дарителите във фирмата

В близо 1/3 от фирмите, делът на дарителите е над 70%



База: N=24

Начини на даряване на пари от работното място

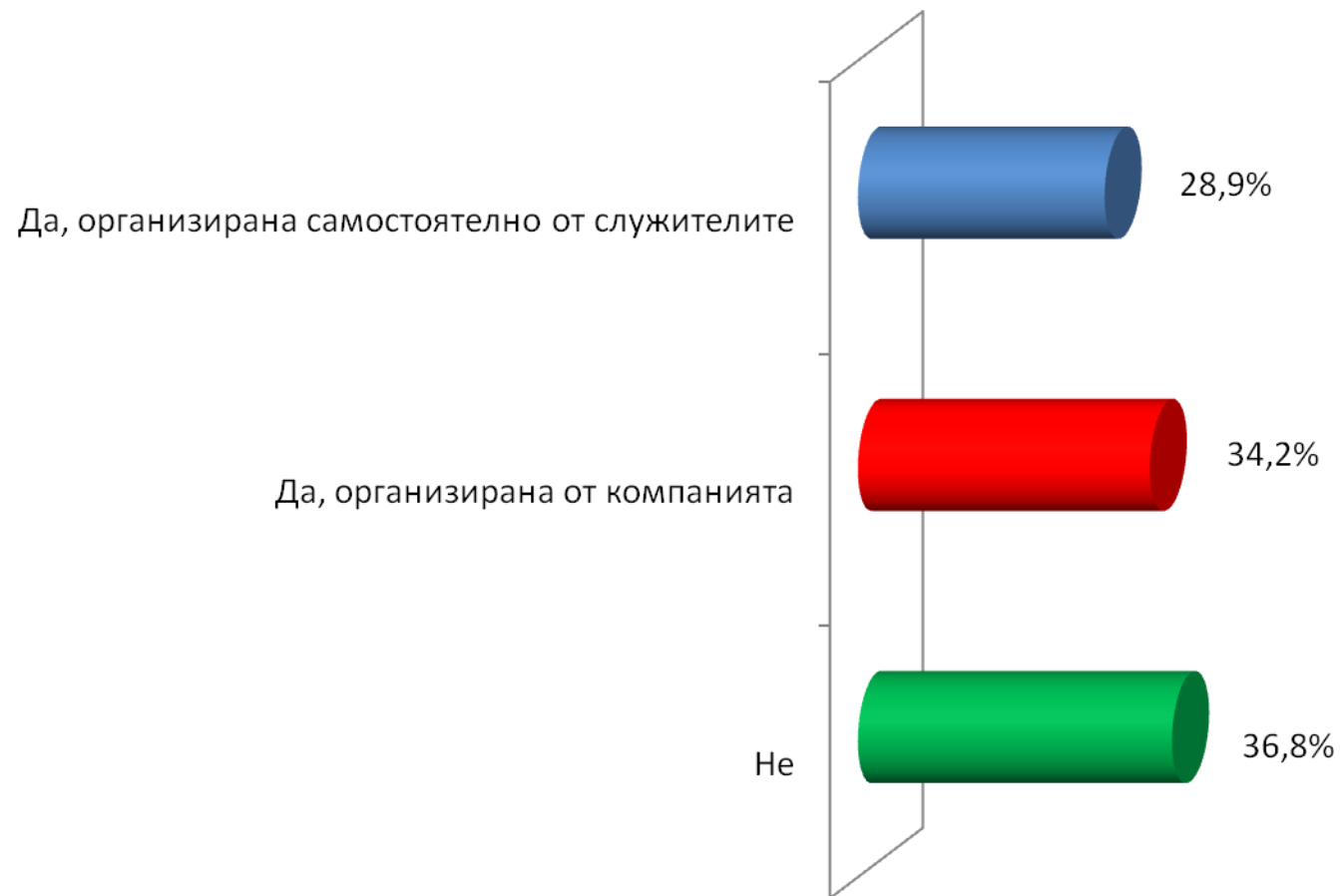
Най разпространеният начин за даряване от работното място е кутията за дарения. След нея са предметните дарения и преводите по банкова сметка. Всеки трети от дарителите е дарявал по ведомост.



База: Тези, които са дарявали от работното място – N=29

Наличие на програма за дарителство на работното място във фирмите

Близо 2/3 от компаниите осъществяват дарителство от работното място по програма, организирано самостоятелно от служителите или от компанията.



База: Всички отговорили – N=38

Честота на даряване

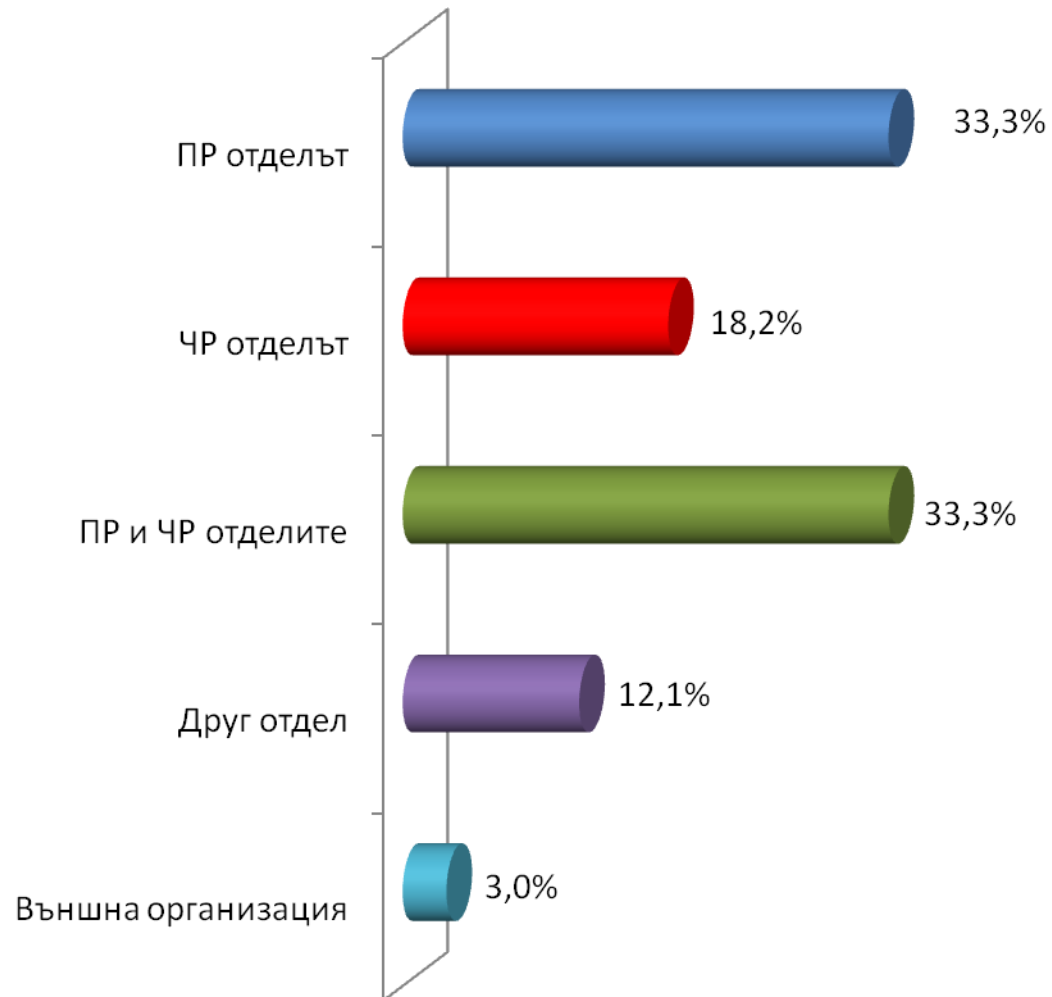
Във всяка четвърта компания дарителството е регулярно (по ведомост). В над половината от изследваните компании дарителството от страна на служителите се осъществява два пъти и повече годишно.



База: N=36

Организатор на дарителството

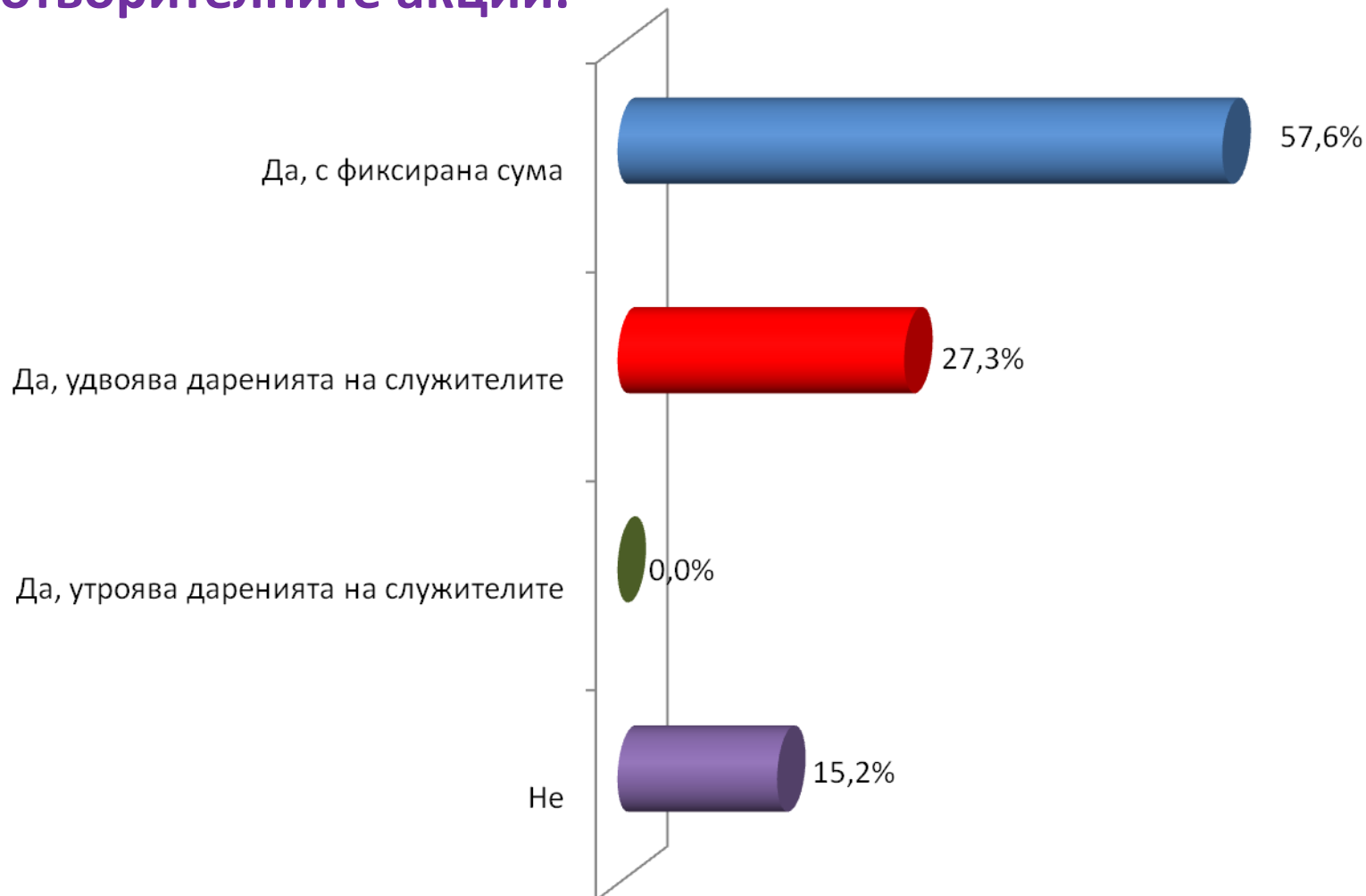
Организацията на дарителството е поверена най-често от PR отделите или съвместно от PR и HR отделите.



База: N=33

Участие на фирмата в дарителските акции

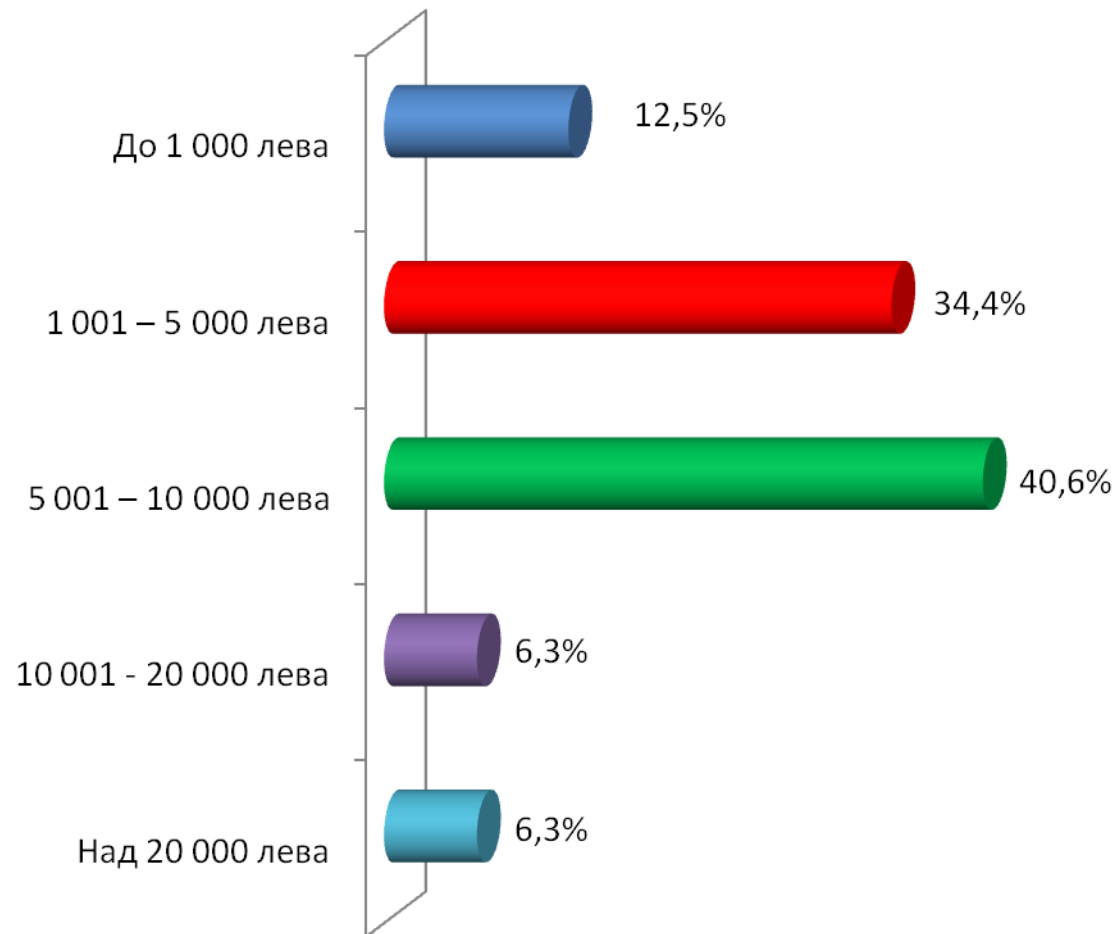
Всеки 8 от 10 фирми отпускат допълнително средства към събраните в благотворителните акции.



База: N=33

Размер на събраните от служителите суми за дарения

За 9 от 10 фирми – дарители размерът на събраните суми е над 1000 лв.



База: N=32

Необходима информация и подкрепа за осъществяване на дарителство

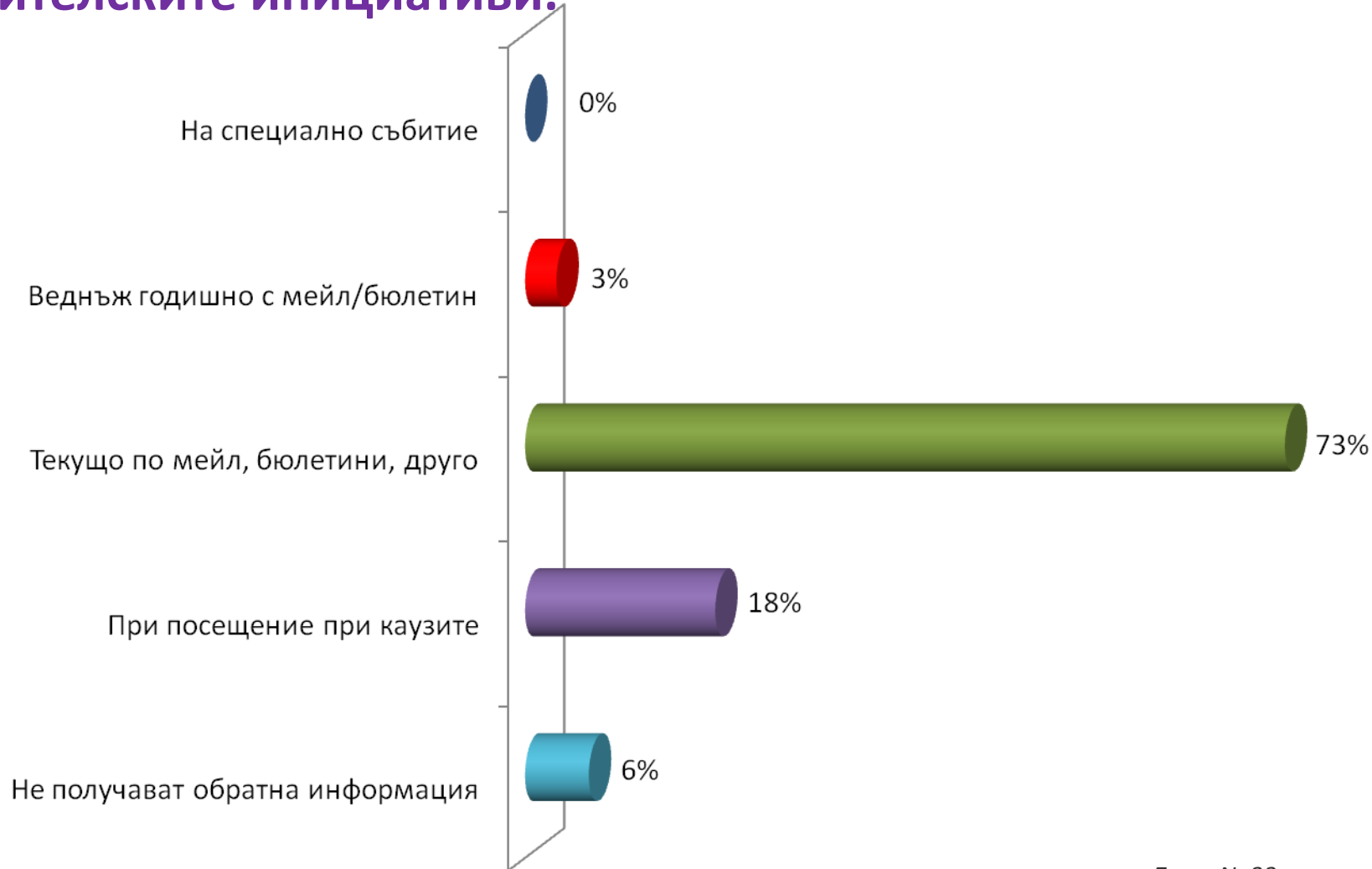
Информацията за надеждни каузи и начините, по които се мотивират служителите за дарителство, както и подкрепата от висшето ръководство и данъчните облекчения са най-търсените форми на информация и подкрепа.



База: N=29

Форми на обратна връзка за дарителските инициативи

Текущата обратна връзка е предпочитаният начин за информиране за дарителските инициативи.



База: N=33

Основни дарителски каузи

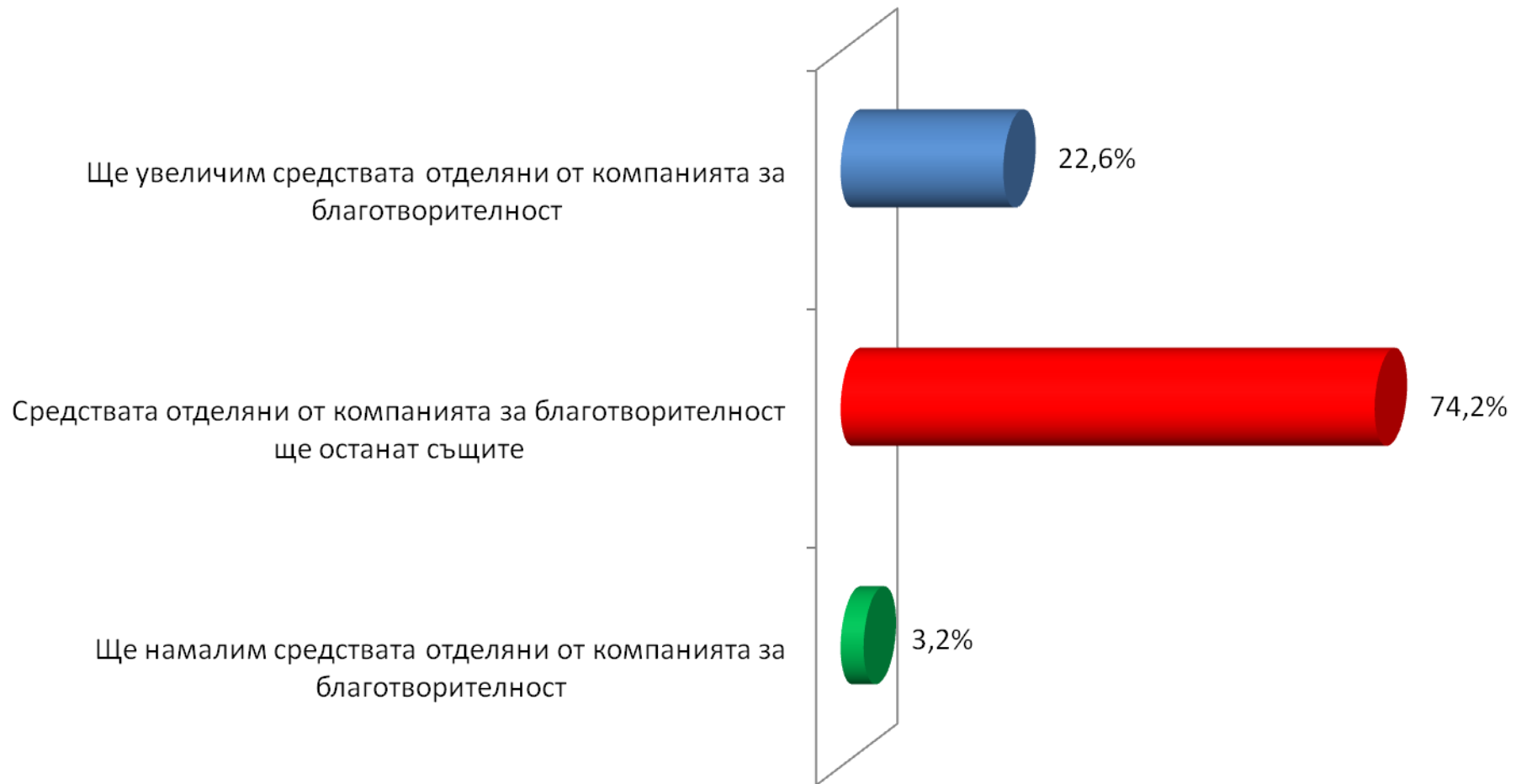
Децата със здравословни проблеми остават най-силният мотиватор за дарителство.



База: N=30

Намерения за 2016 г. година

Въпреки, че повечето фирми не планират промяна на средствата за благотворителност, всяка пета планира да ги увеличи.



База: N=31



Благодаря за вниманието!

Стоян Михайлов, *Упрвител*

Джънкшън България
stoyan.Mihaylov@junction.bg

Моб.: 0896 87 55 33

www.junction.bg

JUNCTION