

Организаторы:



Партнер исследования:



Итоги шестой волны исследования «Благотворительность на Урале»

Сергей Заякин

руководитель проектов

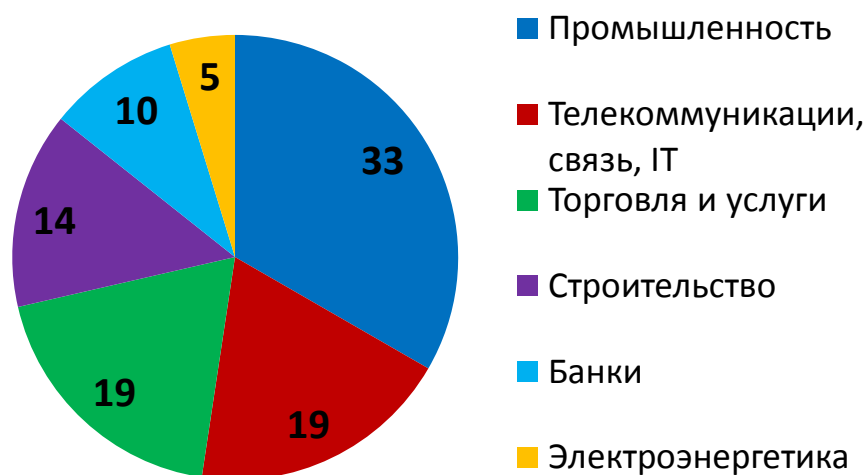
АЦ «Эксперт»

Екатеринбург,
13 июля 2016 г.

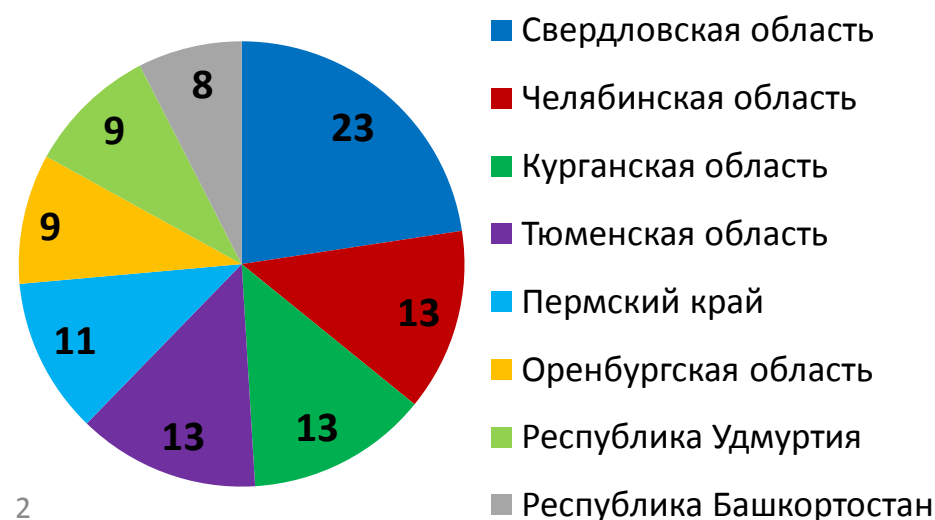
Крупнейшие компании и корпоративные благотворительные фонды:

- Уральский филиал ПАО «МегаФон»
- ПАО «Энел Россия»
- ПАО «Мобильные телесистемы»
- ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»
- Макрорегиональный филиал «Урал» ПАО «Ростелеком»
- ЗАО «Производственная фирма «СКБ Контур»
- Уральский банк реконструкции и развития
- ПАО «АНК «Башнефть»
- Объединенная компания РУСАЛ
- Благотворительный фонд «Синара»
- Свердловский региональный общественный благотворительный фонд «Таганский»
- Фонд «Помощи экипажам ракетных подводных крейсеров стратегического назначения «Екатеринбург» и «Верхотурье»

Отраслевой состав,
% ответов

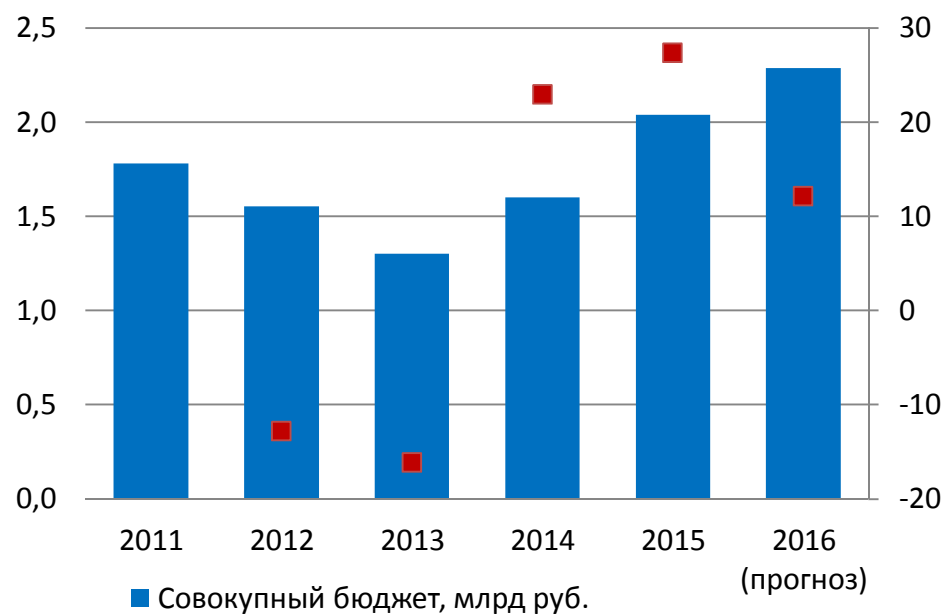


География деятельности,
% ответов



- Взрывной рост совокупного бюджета в последние два года лёг на плечи 4-5 компаний и фондов.
- Приоритеты уральской благотворительности – развитие местных сообществ, поддержка сотрудников и их семей.
- Как и в прежние годы, компании охотнее поддерживают детей.

Динамика совокупного бюджета



Структура благополучателей, % ОТВЕТОВ

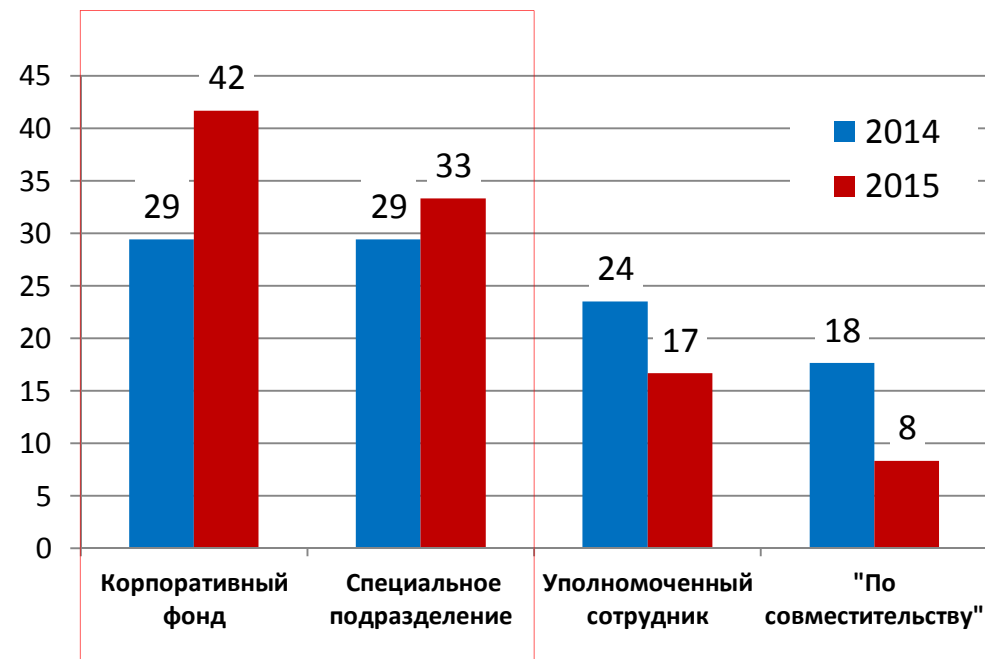


- Наличие регламентирующих документов позволяет компаниям более эффективно осуществлять благотворительную деятельность.
- Растёт доля компаний, делающих ставку на управление БД через корпоративные благотворительные фонды или специальные подразделения.

Документы регламентирующие БД,
% ОТВЕТИВШИХ



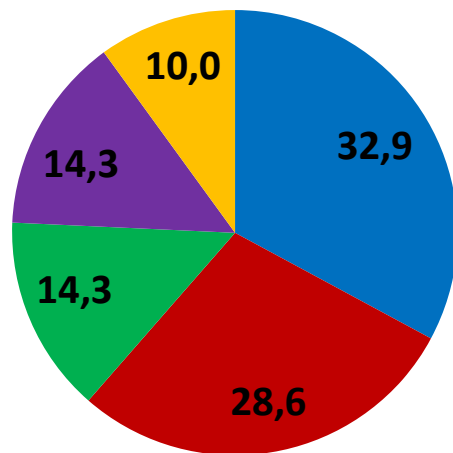
Способы управления БД,
% ОТВЕТИВШИХ



- **Включение в благотворительность сотрудников и клиентов:**
 - развитие волонтерской деятельности сотрудников – 26,7%
 - стимулирование частных пожертвований – 6,7%
- **Концентрация внимания на социальном эффекте программ (23,3%) и корректировка приоритетов в зависимости от запроса со стороны общества и НКО (16,7%)**
- **Кооперация с другими компаниями для разработки и реализации партнерских благотворительных программ (6,7%) и расширения сотрудничества с НКО (10%)**
- **Развитие фандрайзинга – 12%**
- **Замена помощи в денежной форме на помощь в натуральной форме (продукцией и услугами) – 3,3%**

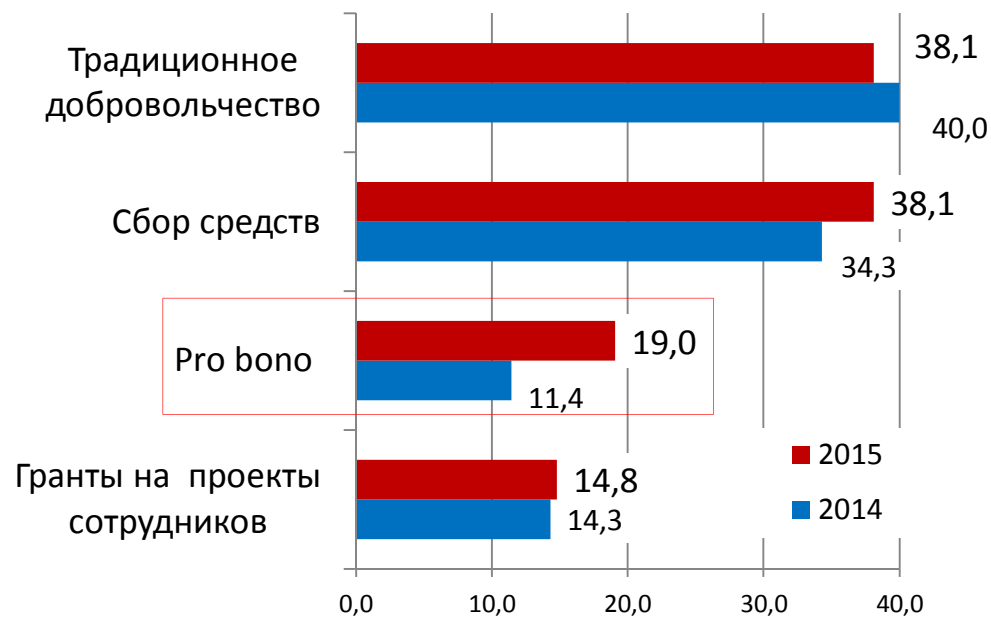
- Сотрудники уральских компаний отдают предпочтение традиционным формам волонтерства (посещение детских домов, субботники и т.д.) и сбору средств нуждающимся.
- Нередко к акциям привлекаются семьи сотрудников.
- Продолжается рост интереса к pro bono (бесплатной проф.помощи).

Элементы КВ,
% ответов



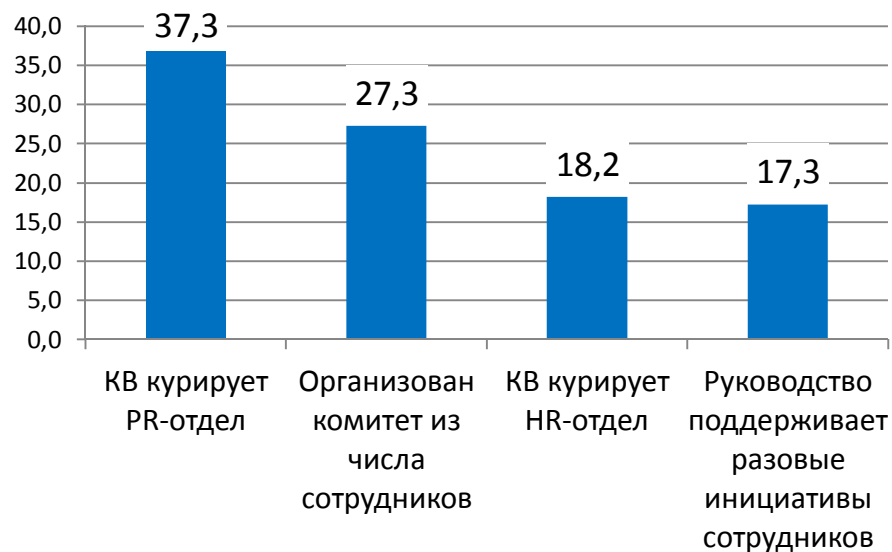
- Семейное волонтерство
- Система наставничества
- День/неделя/месяц волонтерства
- Удвоение компанией личных пожертвований сотрудников
- Особый учет рабочего времени волонтеров

Формы КВ,
% от числа ответов



- Наиболее часто добровольные инициативы сотрудников курируются PR-отделами компаний или комитетами из числа сотрудников.
- Соответствие ценностям компании является самым важным фактором при выборе мероприятия.

Координация КВ,
% ОТВЕТИВШИХ



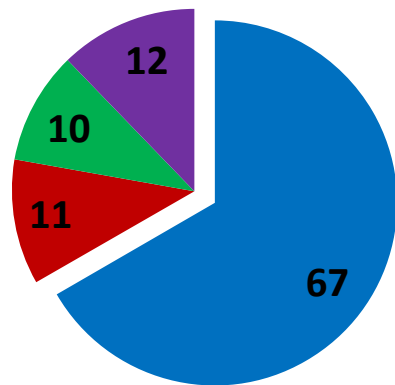
При выборе адресатов помощи компании прислушиваются к мнению сотрудников.

Факторы выбора,
% ОТВЕТОВ



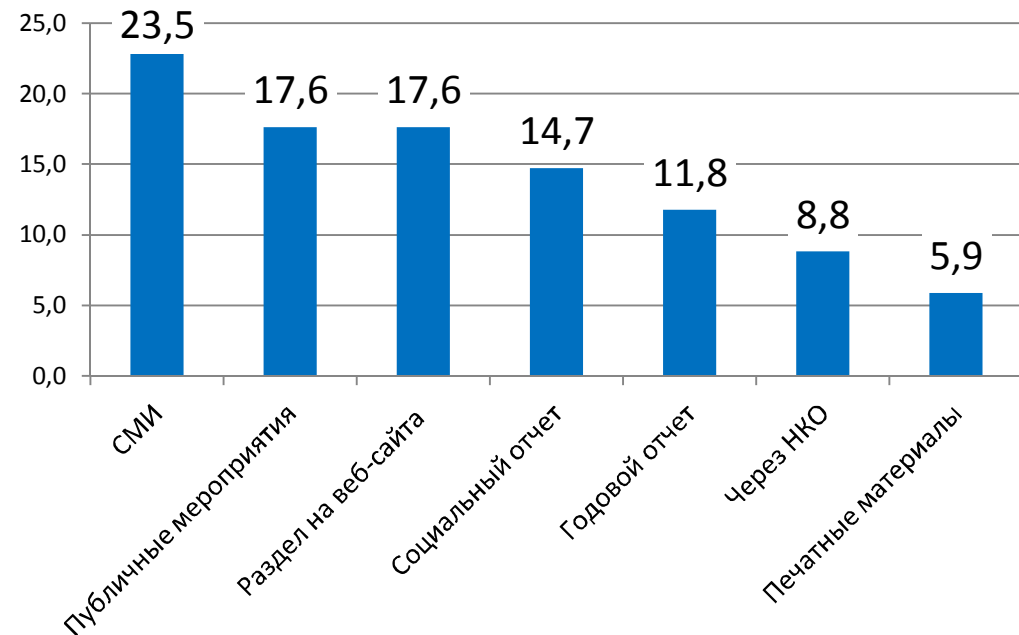
- Более половины респондентов оценивают эффективность реализации волонтерских инициатив, но пока это чаще качественная оценка результатов, а не сопоставление со списком измеряемых индикаторов.

Оценка эффективности КВ,
% ОТВЕТИВШИХ



- Оцениваем, но нет списка измеряемых индикаторов
- Оцениваем, есть список измеряемых индикаторов
- Не оцениваем
- Затрудняюсь ответить

Каналы информирования о результатах КВ, % ОТВЕТОВ

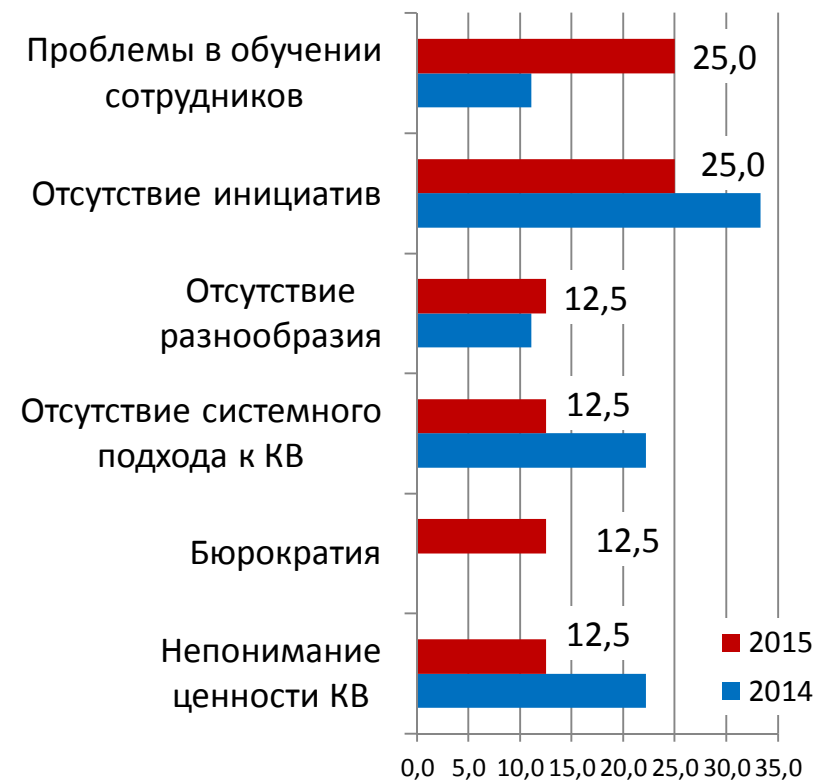


- Большинство (83%) участников или уже занимаются КВ или планируют развивать эту сферу в ближайший год-два.

Положительный эффект от КВ, % ответов



Проблемы КВ, % ответов



По результатам 2015 года тенденций развития корпоративной благотворительности, обозначенные по итогам исследования прошлого года, сохранились:

- Экономический кризис не только повлиял на размеры бюджетов, но и отразился на **приоритетах выбора благополучателей, форм реализации БД.**
- Компании больше внимание уделяют **оценке эффективности** реализации БД.
- Подавляющее большинство компаний выбирают **стратегический подход** к планированию БД, однако ещё не у всех одна закреплена в формальных документах.
- Бизнес делает **ставку на корпоративное волонтерство** как дальнейший путь развития своей благотворительной деятельности.

Результаты исследования опубликованы в журнале «Эксперт-Урал» № 28 (695) от 11 июля 2016 и на сайте www.acexpert.ru