

**Кролики  
Фибоначчи**

Для благотворительного фонда



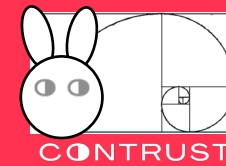
# Участие в благотворительной деятельности







и критерии выбора благотворительной  
организации

Отчет  
Август 2023



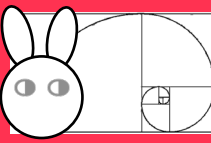
# Содержание



<p>Описание исследования</p> 	<p>Краткие выводы</p> 	<p>Отношение к благотворительности</p> 
<p>Знание и оценка благотворительных организаций</p> 	<p>Восприятие сайта фонда</p> 	<p>Приложение</p> 



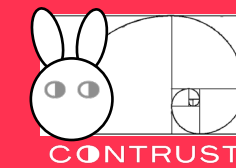
Щелкните правой кнопкой мыши на изображении и выберите в меню «Перейти к разделу»



# Описание исследования



# Цели и задачи



## Цели:

- Анализ мотивации к участию в благотворительной деятельности и критериев выбора благотворительных организаций
- Изучение опыта взаимодействия с благотворительными организациями
- Анализ usability сайта БФ «Подари подарок» (<https://podaripodarok.org/>)

## Задачи:



1. Изучить причины участия и неучастия в благотворительной деятельности.  
Проанализировать отношение людей к благотворительности - кто, кому и какую помощь должен оказывать

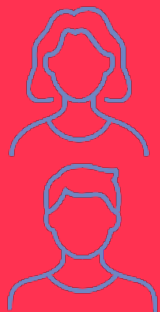
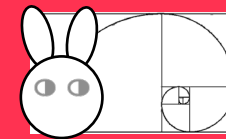


2. Оценить наличие опыта взаимодействия с благотворительными организациями, помогающими людям в сложных жизненных ситуациях



3. Исследование восприятия названия и сайта БФ «Подари подарок»

# Описание исследования



## Кто?

- Мужчины и женщины
- 18-60 лет
- Доход средний+
- Не отрицают возможности участия в благотворительной деятельности в будущем



## Где?

Города 100тыс.+



## Как?

Онлайн опрос

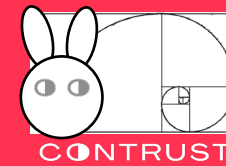


## Когда?

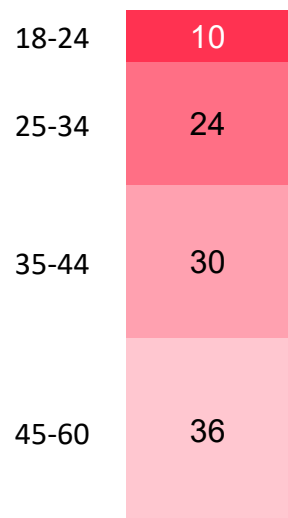
24.07.



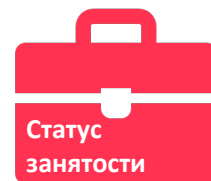
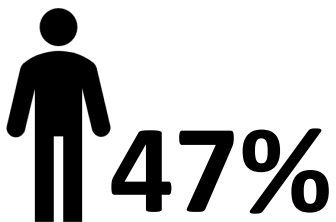
# Описание ЦА



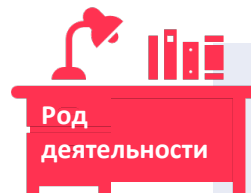
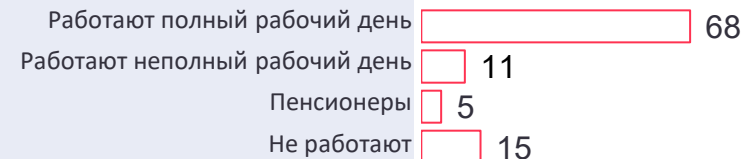
## Возраст, %



## Страта, %

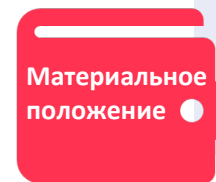
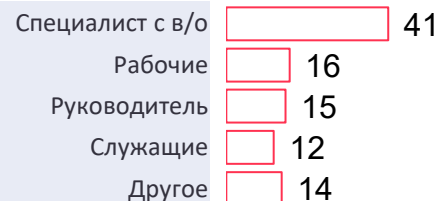


### Статус занятости

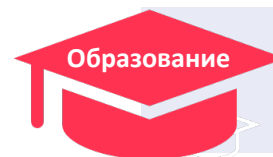
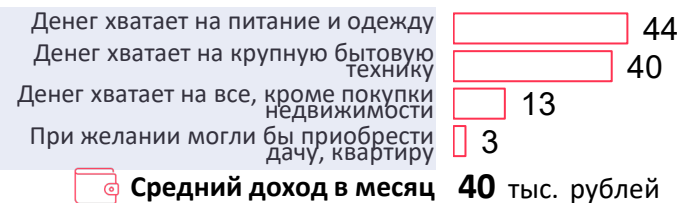


### Род деятельности

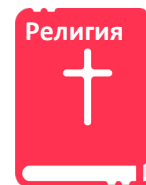
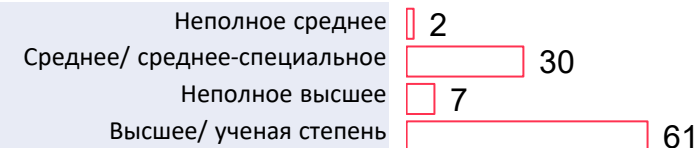
Среди работающих респондентов



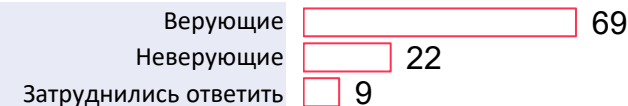
### Материальное положение



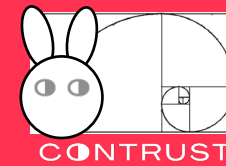
### Образование



### Религия



# Подгруппы опрошенных



Для дополнительного анализа среди опрошенных были выделены подгруппы по участию в различных видах благотворительной деятельности за последний год (хотя бы раз за последние 12 месяцев)

- Передавали вещи, одежду, продукты, предметы гигиены в благотворительные организации, социальные центры или в церковь



Помогали вещами

- Клали деньги в ящики для пожертвований, установленные в общественных местах (магазины, кафе, банки, на фестивалях, концертах)

- Жертвовали наличные деньги в офисе благотворительной организации, передавали через третьих лиц, отправляли посылкой



Помогали деньгами (оффлайн, наличными)

- Переводили наличные деньги на счёт благотворительной организации через платёжный терминал, через кассу банка, квитанцией

- Переводили деньги на счёт благотворительной организации по Интернету или через мобильное приложение



Помогали деньгами (онлайн, через интернет)

- Помогали в благотворительной организации, фонде в качестве волонтера (помогали делом на безвозмездной основе)



Оказывали волонтерскую помощь

- Подавали милостыню на улице, в транспорте (бабушкам, инвалидам, беременным, на корм животным, помощь больным детям и т.д.)

- Жертвовали деньги напрямую (не обращаясь в благотворительный фонд) конкретным людям, семьям, в том числе переводом на ба



Помогали НЕ через благотворительные организации/фонды

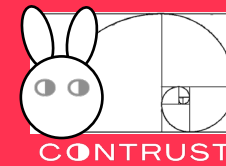
- Жертвовали деньги представителям благотворительной организации, фонда на улице или в транспорте

- Ничего не делали



Не занимались благотворительностью

# Условные обозначения



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом



Значимо выше/ниже среднего



Дополнительная информация по ссылке в приложении

Все значимости рассчитаны на уровне 95%



Помощь вещами



Помощь деньгами (оффлайн)



Помощь деньгами (через интернет)



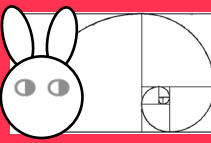
Помощь через волонтерство



Помощь НЕ через БФ



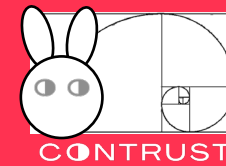
Не занимаются благотворительностью



# Краткие выводы



# Краткие выводы



## АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

### Зачем помогать?

К причинам участия в благотворительной деятельности относят чувство сострадания, привычку и возможность повлиять на что-то

Потенциальными драйверами являются рост доходов, уверенность в организации и в том, что оказанная помощь может на что-то повлиять

Более концептуальные причины, такие как создание сообщества, круговорот помощи – **НЕ** являются основными

### Кому помогать?

Основные категории тех, кто, по мнению респондентов, нуждается в помощи, совпадают с категориями, которым они хотели бы помогать через фонды (финансово или волонтерством) – это люди с инвалидностью (дети и взрослые), сироты, люди в сложных жизненных ситуациях (включая стихийные бедствия и военные конфликты), пожилые люди и ветераны, животные

### Как помогать?

Основными видами помощи, которые должны оказывать фонды, считают помощь вещами, продуктами питания, финансовую, психологическую и организационную помощь

### Как выбрать фонд?

В целом, основными критериями выбора фонда являются параметры, способствующие росту доверия к фонду – прозрачная финансовая отчетность, предоставление информации об оказанной помощи. А также возможность выбора способа помощи – помощь вещами, деньгами, волонтерством. Удобство сайта тоже является важным критерием. Эти параметры схожи для всех рассматриваемых групп людей

## АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОРГАНИЗАЦИЯМИ

### Знание фондов

84% опрошенных знают хотя бы одну из представленных организаций, однако БФ «Подари подарок» **НЕ** входит в список **наиболее известных** – его знают лишь 6% респондентов

Из всех респондентов больше половины также взаимодействуют с другими организациями, не вошедшими в анализируемый список

### Источники информации

Основным источником информации о фондах являются телевидение и Интернет – это могут быть рекламные ролики, телепередачи, статьи/посты в Интернете, сайты/группы в соцсетях (основной источник для БФ «Подари подарок»)

### Как взаимодействовать?

Основные способы взаимодействия с фондами – перевод денег по короткому номеру или через Интернет

### Денежные пожертвования

Средняя сумма пожертвований в год составляет 10 000 рублей. При том большая часть этой суммы состоит из небольших, но частых пожертвований

Однако к ежемесячным автоматическим платежам подключены лишь 15% среди тех, кто жертвовал деньги через интернет

Большая часть людей не отслеживает, куда были направлены их средства

### Волонтерство

Доля лиц, занимающихся волонтерской деятельностью, невелика. Наиболее распространенной причиной выбора такой деятельности является желание помочь нуждающимся, остальные причины примерно одинаковы распространены

## АНАЛИЗ САЙТА БФ «ПОДАРИ ПОДАРОК»

### Миссия фонда

На основе восприятия сайта специфику деятельности фонда определяют как помощь подарками, помощь в исполнении мечты и в целом материальная помощь

Основной миссией фонда наиболее часто считают такие варианты, как Конкретная помощь конкретным людям; Помощь семьям в сложных жизненных ситуациях; Помогать людям так, чтобы потом они сами начали помогать другим (данную миссию понимают 89%)

**Создание сообщества взаимопомощи НЕ** считается как основная миссия фонда

### Оценка сайта

$\frac{3}{4}$  респондентов оценивают оформление сайта выше среднего, однако **лишь 42%** дают ему **самые высокие оценки (9-10 из 10)**



## О ПРОЕКТЕ

### Полученный опыт:

- Новый опыт полностью самостоятельного ведения всего цикла проекта: начиная от этапа обсуждения брифа с заказчиком, заканчивая этапом презентации результатов
- Работа с уже проводимыми ранее исследованиями – при разработке анкеты опирались на исследования, размещенные на дата-платформе «Если быть точным», а также на другие более частные исследования

### Сложности:

- Основные сложности возникли на этапе составления анкеты – область исследования достаточно обширна и охватить всю ее подробно требовало большого объема выборки и длительной анкеты. В результате было принято решение остановиться на более обобщенном исследовании с акцентами на нескольких частных вопросах, более актуальных для НКО

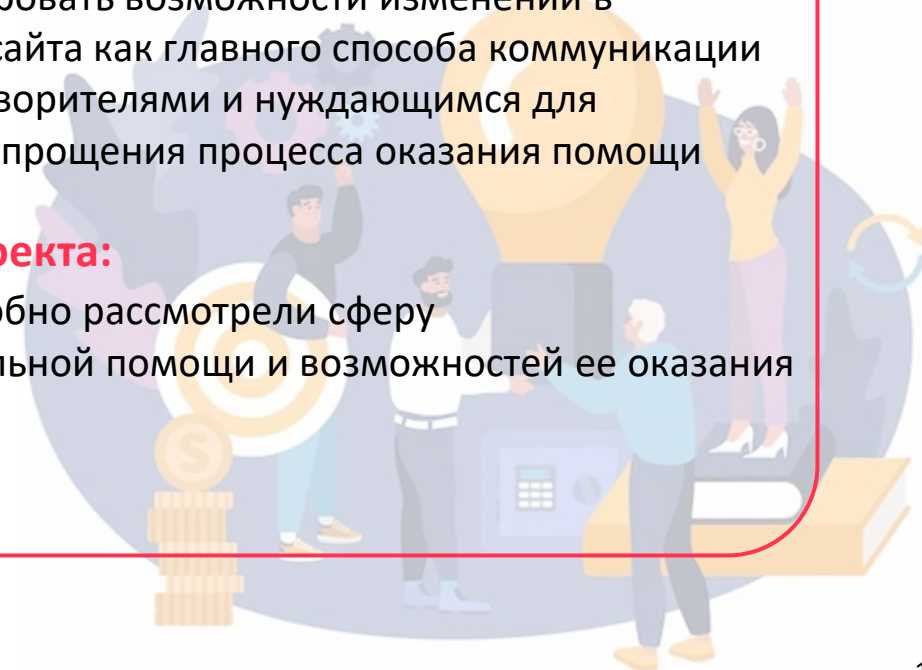
## ДАЛЬНЕЙШИЕ ДЕЙСТВИЯ

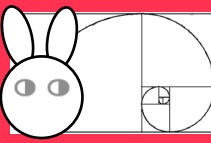
### Перспективы:

- Изучить мотивы, впечатления и иные составляющие благотворительной деятельности среди тех, кто сотрудничает с БФ «Подари подарок» с целью более подробного изучения сильных и слабых сторон этого фонда
- Проанализировать возможности изменений в оформлении сайта как главного способа коммуникации между благотворителями и нуждающимся для улучшения и упрощения процесса оказания помощи

### Влияние проекта:

- Более подробно рассмотрели сферу благотворительной помощи и возможностей ее оказания

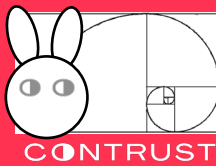




# Отношение к благотворительности



# Причины, драйверы и барьеры



- Среди основных причин участия в благотворительности люди выделяют сострадание, привычку помогать и желание чувствовать, что можно что-то изменить в мире. Волонтеры чаще отмечают, что считают это своим гражданским долгом, хотят решить социальные проблемы, быть частью сообщества единомышленников, участвовать в интересных проектах, а также – что благотворительность наполняет их жизнь смыслом и так принято среди тех, кого они уважают
- Потенциальными драйверами к участию в благотворительной деятельности служат рост доходов, доверие к организации и уверенность, что пожертвования могут повлиять на что-то
- Среди основных барьеров выделяются отсутствие финансовой возможности и желание помочь напрямую без посредников

## ПРИЧИНЫ



База (те, кто занимался благотв-ю последний год): 571

## ДРАЙВЕРЫ



База (те, кто не занимался благотворительностью последний год): 421

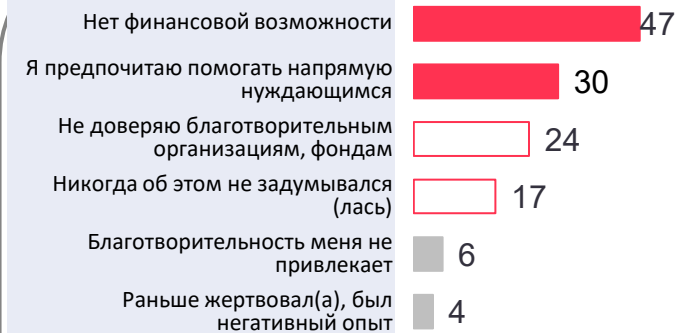


Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом



Значимо выше/ниже среднего

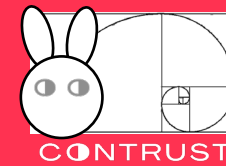
## БАРЬЕРЫ



База (те, кто не занимался благотворительностью последний год): 421





- A1. ... По каким причинам Вы занимались этими практиками благотворительности?  
 A2. ... По каким причинам Вы этого не делали?  
 A3. По каким причинам Вы могли бы заняться благотворительной деятельностью, предполагающей взаимодействие с благотворительными организациями?

# Кому необходима помощь?

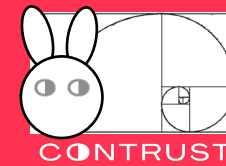


- Большинство опрошенных считают, что в благотворительной помощи больше всего нуждаются различные категории людей: в первую очередь дети с инвалидностью, дети-сироты; пожилые люди и ветераны, взрослые с инвалидностью; а также люди в сложных ситуациях – пострадавшие от стихийных бедствий/военных конфликтов и попавшие в трудные жизненные ситуации в целом
- Среди организаций, нуждающихся в поддержке, лидируют приюты для животных, социальные центры и детские дома; среди программ и мероприятий – экологические программы



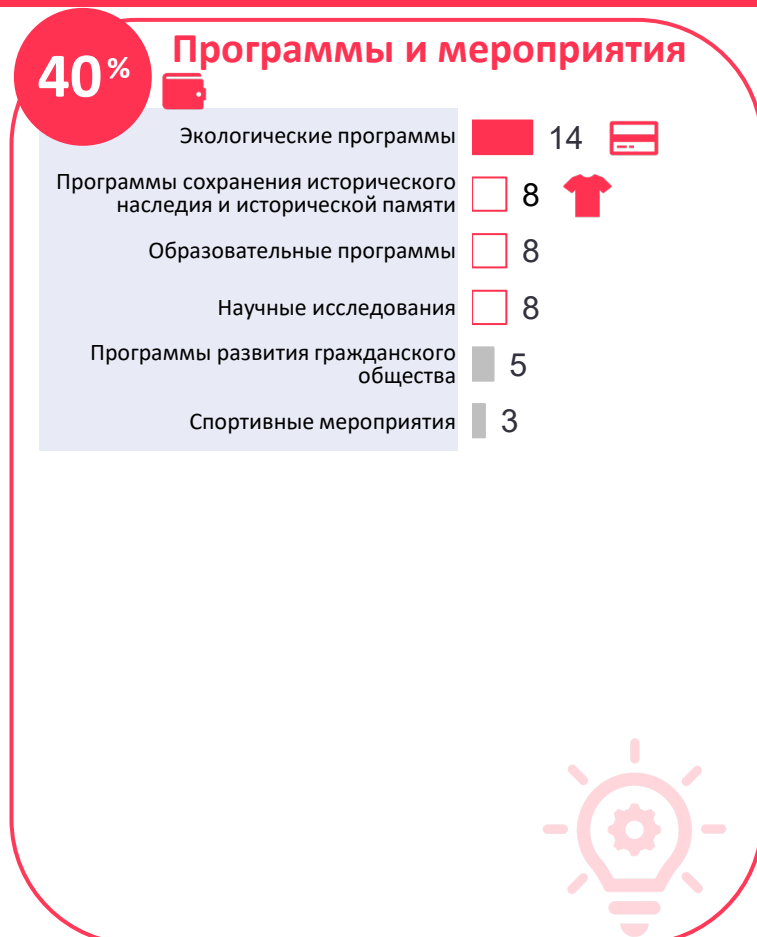
-   Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом
-   Значимо выше/ниже среднего

# Кому необходима помощь?



## Организации

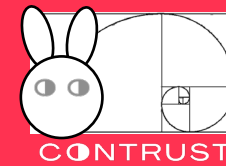
- По мнению респондентов, в финансовой поддержке в первую очередь нуждаются фонды, помогающие людям: людям с инвалидностью, сиротам, пожилым, ветеранам и пострадавшим от стихийных бедствий или вооруженных конфликтов
- Далее – фонды, помогающие различным организациям. И среди них выделяют детские дома, социальные центры и приюты для животных



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

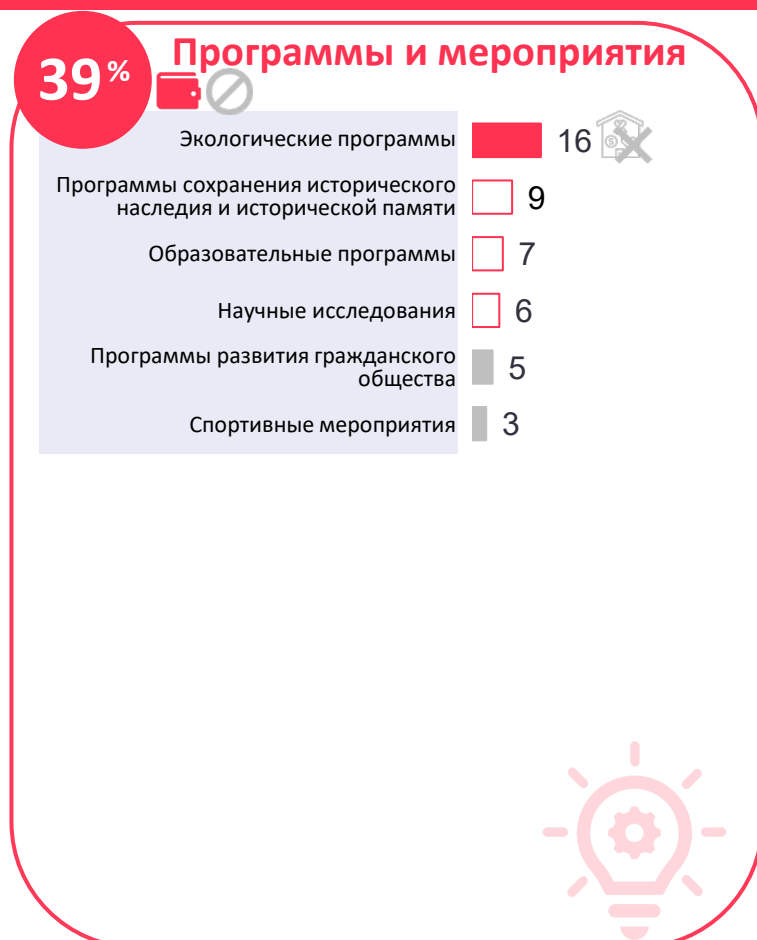
Значимо выше/ниже среднего

# Волонтерская помощь



## Организации

- Респонденты потенциально могли бы/хотели бы оказывать волонтерскую помощь организациям, помогающим детям (с инвалидностью и сиротам), животным, взрослым с инвалидностью и людям в сложных жизненных ситуациях значительно чаще, чем другим категориям людей, нуждающихся в помощи. В категории «поддержка организаций» лидируют фонды, занимающиеся помощью бездомным животным, детским домам, социальным центрам, в категории «программы и мероприятия» - экологические программы
- Эти направления совпадают с категориями, которые, по мнению респондентов, наиболее нуждаются в помощи



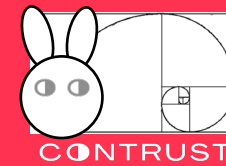
Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

Значимо выше/ниже среднего

A5.2 Благотворительным организациям/фондам каких направленностей Вы могли бы/хотели бы оказывать волонтерскую помощь (помощь делом)?

База (все опрошенные): 1009

# Кто должен помогать?



- По мнению респондентов основным источником помощи должно быть государство, а также богатые люди и крупные бизнес-компании
- Люди с опытом благотворительности (помогают одеждой, деньгами или же являются волонтерами), разделяют мнение о том, что обычные люди могут и должны помогать

## Кто должен помогать?

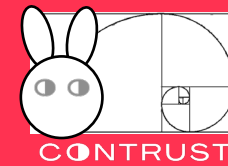


Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом



Значимо выше/ниже среднего

# Виды помощи



- Среди видов помощи, которую должен оказывать фонд, основными считаются помощь вещами, продуктами питания, деньгами, а также психологическая и организационная помощь. При этом эффективной считается комплексная и периодическая виды помощи
- Эффективность и необходимость помощи, связанной с потенциальным вовлечением нуждающихся в круговорот помощи, оценивается не так высоко. Тем не менее ценность такой концепции высоко оценивается среди волонтеров и людей, помогающих деньгами онлайн

## Необходимая помощь, оказываемая фондом



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с totalом



Значимо выше/ниже среднего

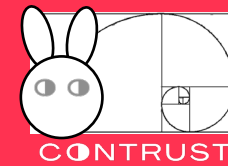
## Наиболее эффективная помощь



А6. Как Вы считаете, какую именно помощь должны оказывать благотворительные фонды, которые помогают людям, попавшим в сложную жизненную ситуацию?

А7. Как Вы считаете, какой тип помощи наиболее эффективен?

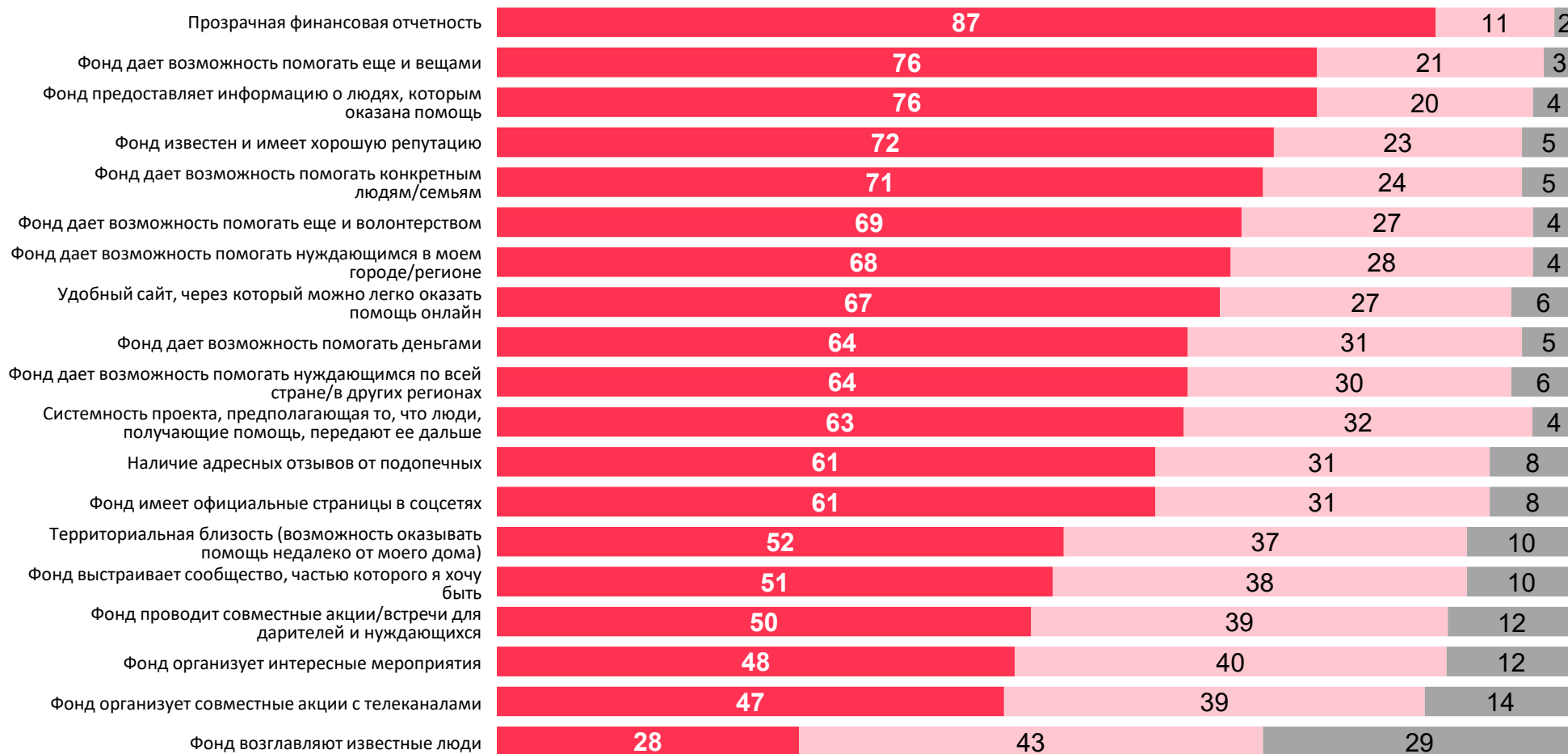
# Критерии выбора фондов



Среди значимых критериев выбора фонда выделяют те, что положительно влияют на доверие фонду – прозрачную финансовую отчетность, информирование об оказанной помощи, репутацию фонда, а так же параметры, связанные с вариативностью помощи – выбор, чем и как именно помогать

## Важные критерии

## Неважные критерии

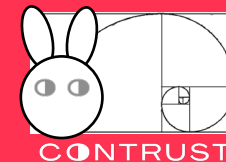


A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь?

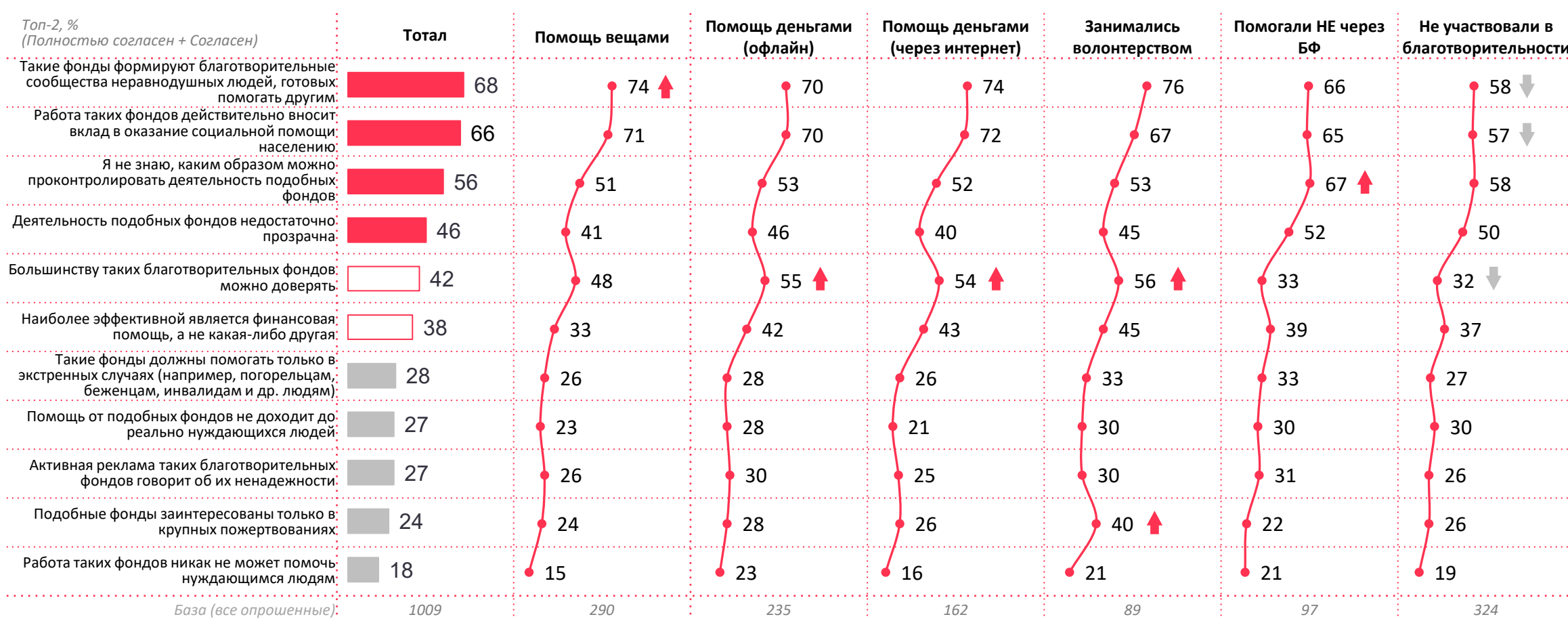
База (все опрошенные): 1009



# Имидж БФ



- Наиболее распространенными представлениями о работе БФ в целом являются следующие: БФ формируют сообщества неравнодушных, работа фондов вносит вклад в оказание социальной помощи населению, большинству БФ можно доверять
- Среди негативных представлений можно выделить недостаточную прозрачность деятельности фондов и непонимание, как проконтролировать их работу. Сомнения, касаемые контроля деятельности распространены среди людей, помогающих НЕ через фонды

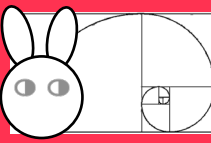


↑ ↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

■ Значимо выше/ниже среднего

A9. Насколько Вы согласны с каждым из высказываний о работе благотворительных организаций/фондов, которые помогают людям, попавшим в сложную жизненную ситуацию?

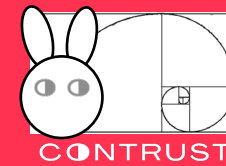




# Знание и оценка благотворительных организаций



# Знание организаций



- Большинство опрошенных (84%) знают перечисленные организации хотя бы по названию
- Наиболее известные организации: БФ «Подари жизнь», БФ Константина Хабенского, Фонд помощи хосписам «Вера»
- Взаимодействовали хотя бы с одной организацией из списка 36% опрошенных
- Фонд «Подари Подарок» знают 6% респондентов, из них 20% непосредственно взаимодействовали с этой организацией

**84%** знают хотя бы одну организацию из списка

**36%** (знающих) взаимодействовали хотя бы с одной из организаций из списка

	Знание		Взаимодействие	
	% по всей базе	% по организации	% по всей базе	% по организации
«Подари жизнь»	63	16	22	
Фонд Константина Хабенского	53	6	9	
Фонд помощи хосписам «Вера»	30	5	14	
«Линия жизни» <small>Фонд спасения тяжелобольных детей</small>	26	2	17	
«Обнажённые сердца» <small>Фонд помощи детям</small>	26	5	7	
Милосердие <small>Православная служба помощи</small>	22	4	14	
«Русфонд» <small>Российский фонд помощи</small>	18	4	20	
Фонд «Дети-бабочки»	15	2	12	
«Единение»	10	2	16	
«Ночлежка»	8	1	11	
Фонд «Мечтай со мной» <small>(Акция «Елка желаний»)</small>	8	1	9	

База (все опрошенные): 1009

База (знающие хотя бы 1 орг.): 852

	Знание		Взаимодействие	
	% по всей базе	% по организации	% по всей базе	% по организации
«Отказники» <small>Волонтеры в помощь детям-сиротам</small>	6	1	20	
«Подари подарок»	6	2	20	
Детские деревни — SOS	4	0	7	
«Подсолнух» <small>Благотворительный фонд помощи детям и взрослым с нарушениями иммунитета</small>	4	0	20	
«Правмир» <small>Православие и мир</small>	4	0	5	
«Нужна помощь»	4	1	10	
Клуб добряков	4	1	31	
Проект «ПОМОЩЬ»	3	1	24	
«АдВита» Благотворительный фонд «АдВита»	3	1	19	
Фонд «Русская береза»	2	0	12	
«Даунсайд Ап»	2	0	14	

База (все опрошенные): 1009

База (знающие хотя бы 1 орг.): 852



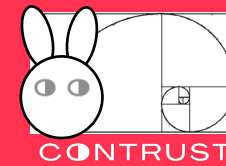
Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с totalом

Значимо выше/ниже среднего

V1. Какие из представленных организаций, помогающих людям, попавшим в сложную жизненную ситуацию, Вы лично знаете хотя бы по названию?

V3. С какими из представленных организаций Вы взаимодействовали за последние 12 месяцев?

# Другие организации

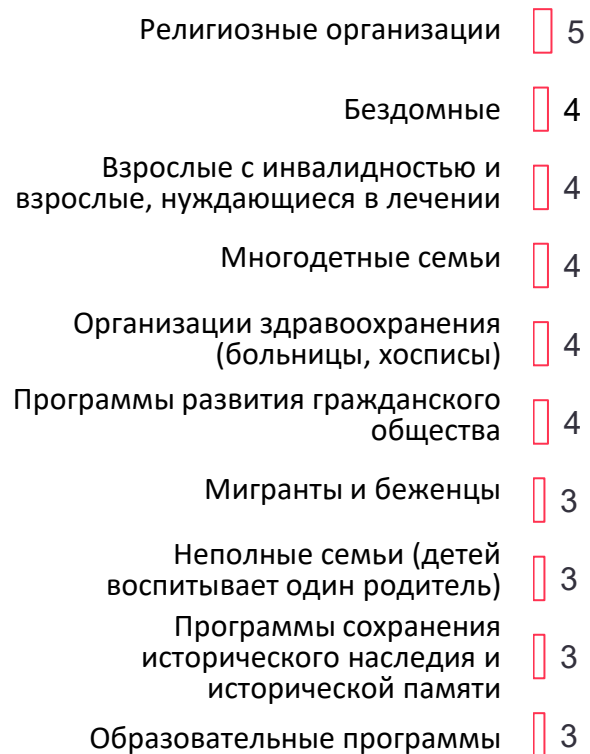


- 57% отметили, что взаимодействовали с другими благотворительными организациями
- 44% этих организаций работают по всей России, 32% - только в конкретном городе, 14% - в одном или нескольких регионах

## Взаимодействие

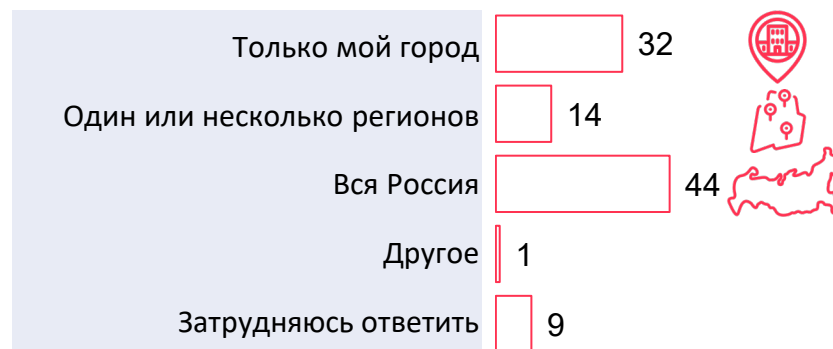


## Взаимодействие



57%

Взаимодействовали с другими благотворительными организациями



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с totalом

Значимо выше/ниже среднего

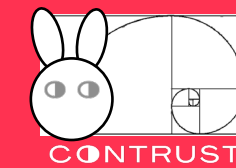
База (знающие хотя бы 1 орг.): 852

V3.1. Взаимодействовали ли Вы с другими благотворительными организациями? Если да, отметьте, к какому типу они относятся.

V3.2. Отметьте, пожалуйста, где работает данная организация?

База (случаи взаимодействия с организациями разных типов): 1155

# Источники информации



- Основные источники информации о фондах – телевидение и Интернет (рекламные ролики, телепередачи, статьи/посты в Интернете)
- О БФ «Подари подарок» значимо чаще, чем в среднем по выборке, узнают через сайт или группу организации в соцсетях

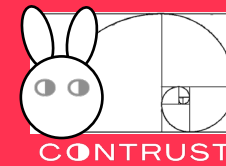
Топ-10 источников	Всего													
Рекламный ролик на ТВ	31	28	38	41	27	33	22	35	30	16	26	23	27	37
Телепередача	28	29	30	30	23	33	28	30	29	16	26	26	22	38
Статья/материал/пост в интернете	20	20	19	16	29	24	17	16	18	22	18	26	21	24
Рекламный ролик/баннер/другая реклама в интернете	19	17	18	22	21	16	18	18	20	15	14	14	30	19
Сайт или группа в соцсетях	12	14	13	10	20	9	13	10	10	15	8	26	13	13
Рассказали родственники/друзья в личной беседе	10	9	8	7	16	11	12	7	8	11	6	11	18	8
Рекламный плакат на улице/в транспорте	10	9	8	10	12	6	10	7	10	14	8	8	9	13
Рекламный ролик на радио	8	8	7	7	4	5	8	4	10	9	5	9	7	9
Статья в печатных СМИ (газете/журнале)	8	8	11	7	12	10	5	3	8	4	7	12	9	9
Реклама в газете/журнале	7	5	8	5	12	6	6	6	6	9	8	11	8	8
База	3241	302	186	636	56	535	217	257	263	85	153	66	100	79

Значимо выше/ниже в организации, чем по выборке в целом

В2. Откуда Вы знаете об организации ...?

Отображены только организации, которых знают больше 50 чел.

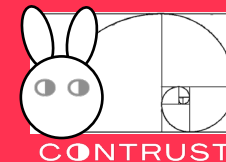
# Способ взаимодействия



- 42% респондентов, взаимодействовавших хотя бы с одной организацией из списка, отправляли смс-пожертвования по короткому номеру
- 32% - переводили деньги по Интернету или через мобильное приложение

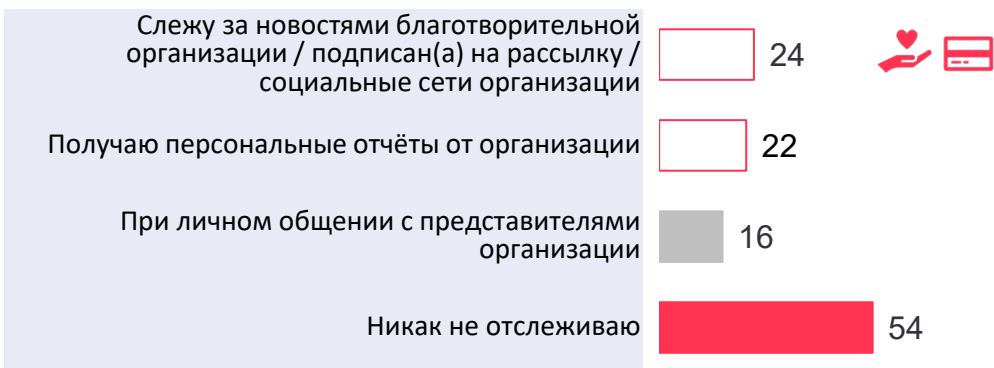


# Пожертвования



- Среди тех, кто жертвует деньги благотворительным организациям, больше половины никак не отслеживают их использование. Однако для волонтеров и людей, жертвующих через интернет, распространенной практикой является подписка на рассылки фонда, и в целом они следят за новостями организации
- Средняя сумма пожертвований в год составляет 10 000 рублей, медиана – 2 750. Разница объясняется тем, что среди опрошенных есть малое количество людей, которые жертвуют большие суммы
- Автоплатеж – 1 000 рублей в месяц. Однако подписаны на него лишь 15% тех, кто жертвует деньги через интернет

## Отслеживание использования денег, %



База (те, кто жертвовал деньги благотворительным организациям): 264

**10 000** руб в среднем пожертвовали респонденты за последний год  
*среднее*

База (те, кто жертвовал деньги благотворительным организациям): 264

**2 750** руб в среднем пожертвовали респонденты за последний год  
*медиана*

База (те, кто жертвовал деньги благотворительным организациям): 264

**15%** подключены к автоматическому списанию денег в пользу благотворительных организаций

База (те, кто жертвовал деньги благотворительным организациям через интернет): 114

**1 000** руб автоматический платеж в месяц  
*медиана*

База (те, у кого подключен автоплатеж): 17\*



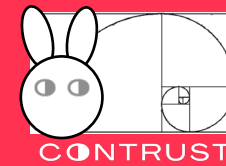
Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

Значимо выше/ниже среднего

\*База меньше 50 респондентов

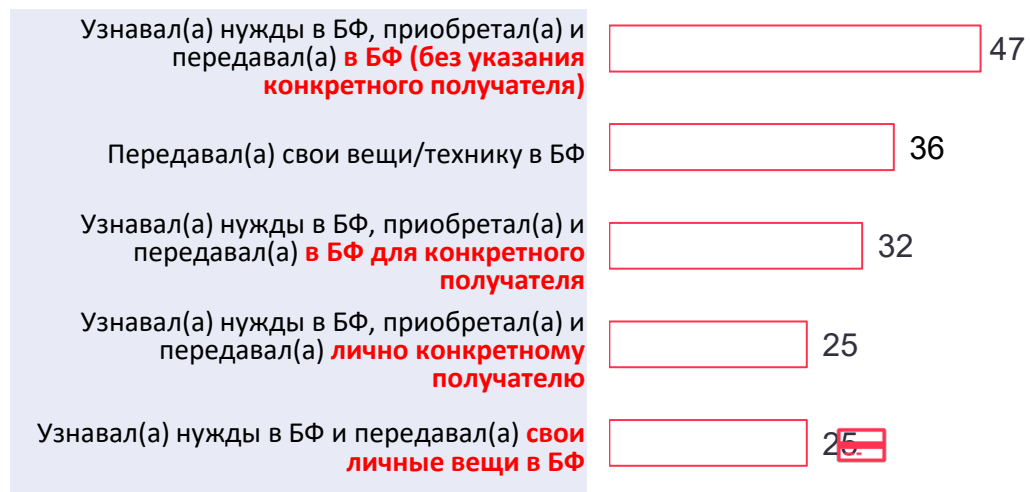
B12. Как Вы отслеживаете, куда идут Ваши пожертвования в благотворительную организацию(ии)?

# Помощь вещами



- Возможные способы помощи вещами с точки зрения организационных моментов не имеют между собой каких-либо различий. В целом, все они одинаково распространены
- Однако те, кто предпочитает помогать финансово (переводя деньги через интернет) чаще узнают конкретные нужды и отдают свои личные вещи в фонд, нежели покупают их

## Как вы передавали вещи?



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

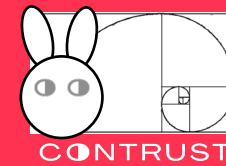
Значимо выше/ниже среднего



B10. Вы отметили, что передавали вещи, одежду, продукты, предметы гигиены благотворительной организации. Как именно Вы это делали?

База (те, кто передавали вещи, одежду, продукты, предметы гигиены): 76

# Причины волонтерства



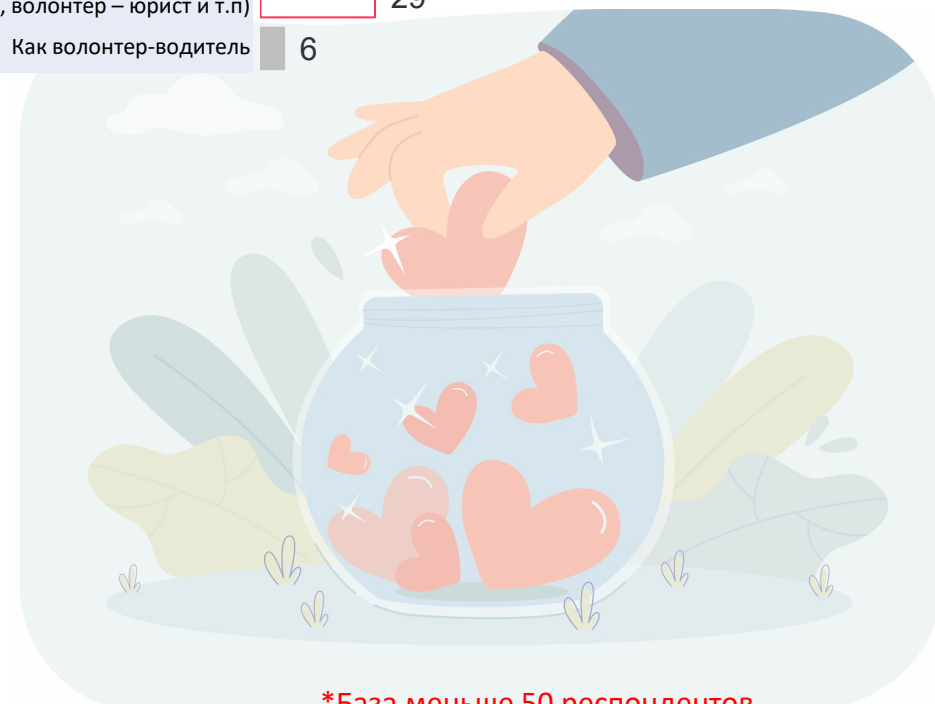
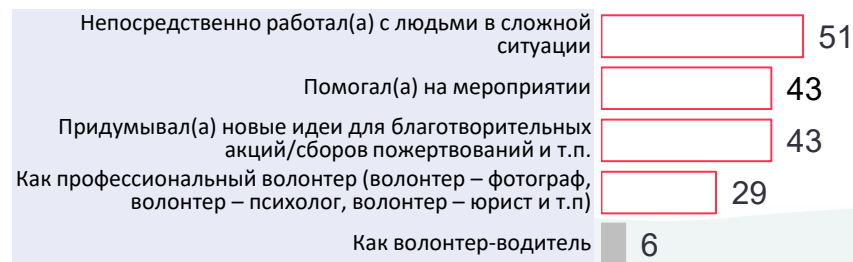
- Причины выбора волонтерской деятельности, в целом, схожи по своим значимостям для респондента. Тем не менее наиболее распространенной причиной является желание помочь людям
- Варианты волонтерской деятельности также одинаково распространены. Наименее популярной является помощь в качестве волонтера-водителя

## Почему Вы занимаетесь волонтерством?



Значимо выше/ниже среднего

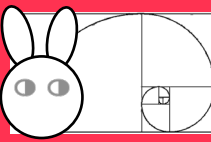
## Вид волонтерской помощи?



\*База меньше 50 респондентов

V11. Вы отметили, что работали волонтером в благотворительной организации. По каким причинам Вы решили заняться волонтерской деятельностью?  
V12. Какую именно помощь Вы оказывали в качестве волонтера?

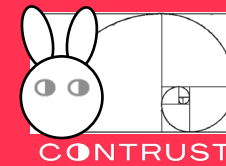
База (те, кто занимались волонтерством): 35\*



# Восприятие сайта фонда



# Деятельность фонда



- Около 80% респондентов, не взаимодействовавших с БФ «Подари подарок», считают сайт фонда подходящим его деятельности
- После посещения сайта фонда 50% опрошенных считают, что фонд помогает людям с помощью подарков. Также среди наиболее частых ответов выделяется помощь в исполнении мечты и вещевая помощь
- В основном респонденты предполагают, что фонд помогает детям: детям-сиротам, детям с инвалидностью, а также малоимущим, многодетным, пожилым и ветеранам и людям в сложной жизненной ситуации в целом

**81%** оценили название фонда как **подходящее** его деятельности  
Топ-2 (Полностью + скорее подходит)

## Специфика деятельности фонда



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

Значимо выше/ниже среднего

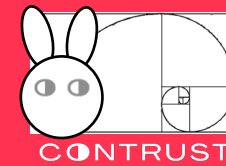
## Категории подопечных



11. Как Вы думаете, какими направлениями благотворительной деятельности может заниматься фонд с названием «Подари подарок»? База (те, кто не взаимодействовал с фондом 'Подари подарок'): 996

12. Как Вы считаете, каким категориям подопечных может оказывать помощь БФ с названием «Подари подарок»?

# Миссия фонда



- В качестве основной миссии фонда чаще всего видят такие миссии как «Конкретная помощь конкретным людям», «Помощь людям в сложных жизненных ситуациях» и «Помогать людям так, чтобы потом они сами начали помогать другим». «Создание сообщества взаимопомощи» реже считается как основная миссия фонда
- Около 90% опрошенных утверждают, что понимают ключевые миссии БФ «Подари подарок». Миссию, базирующуюся на понятии круговорота помощи понимают 89% людей
- Почти 3/4 респондентов оценили сайт выше среднего. Более высокие оценки для сайта дали меньше половины опрошенных
- Лишь 8% ранее уже были знакомы с сайтом фонда

## Основная миссия



Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

## Понимание миссий фонда

**90%** “Создание сообщества взаимопомощи”  
↑

скорее или полностью понимают данную миссию

**94%** “Конкретная помощь конкретным людям”  
↑

скорее или полностью понимают данную миссию

**89%** “Помогать людям так, чтобы потом они сами начали помогать другим”  
↑

скорее или полностью понимают данную миссию

## Общая оценка сайта

**74%** Топ-4  
↑

**42%** Топ-2  
↑

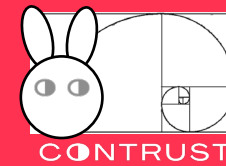
**8%** респондентов раньше посещали сайт фонда  
↑

N2. После посещения сайта, как Вы считаете, какова основная миссия фонда "Подари подарок"?

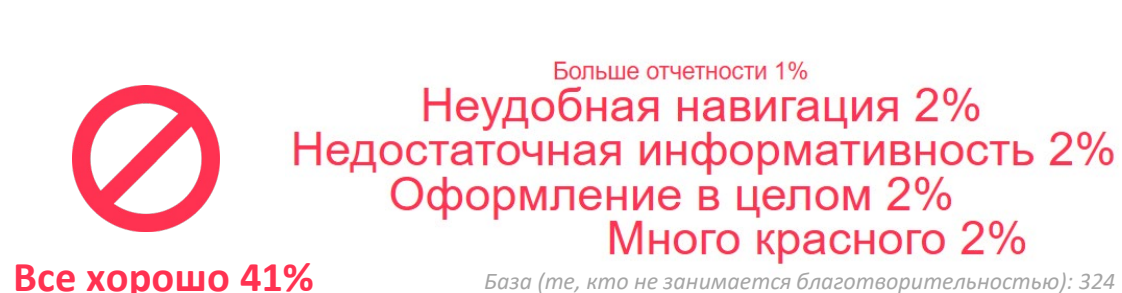
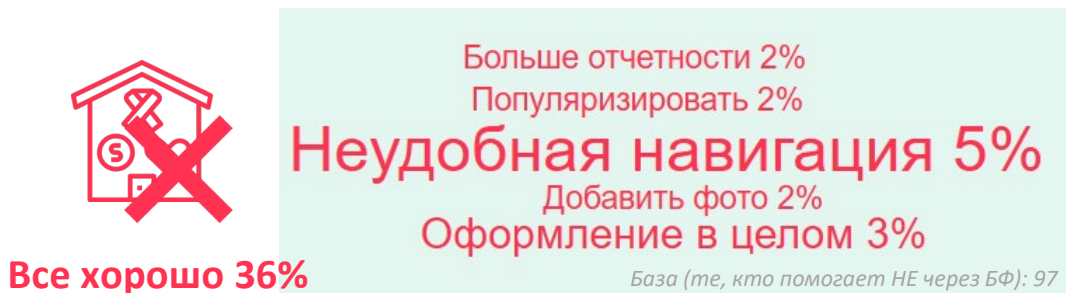
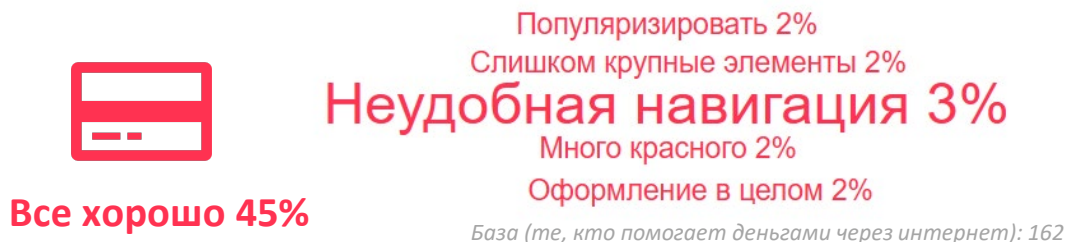
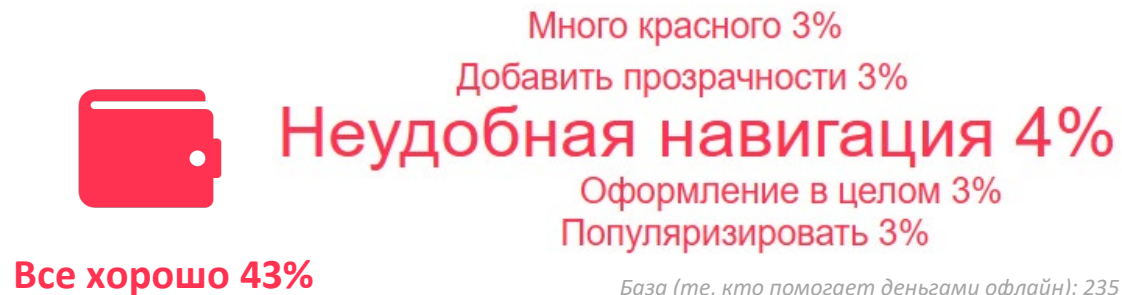
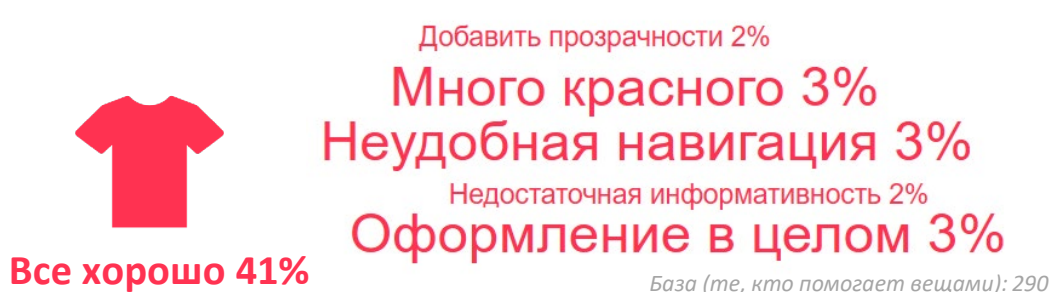
N3. Насколько Вам понятны такие миссии благотворительного фонда, как...

База (все опрошенные): 1009

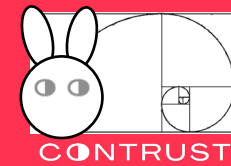
# Предложения для сайта



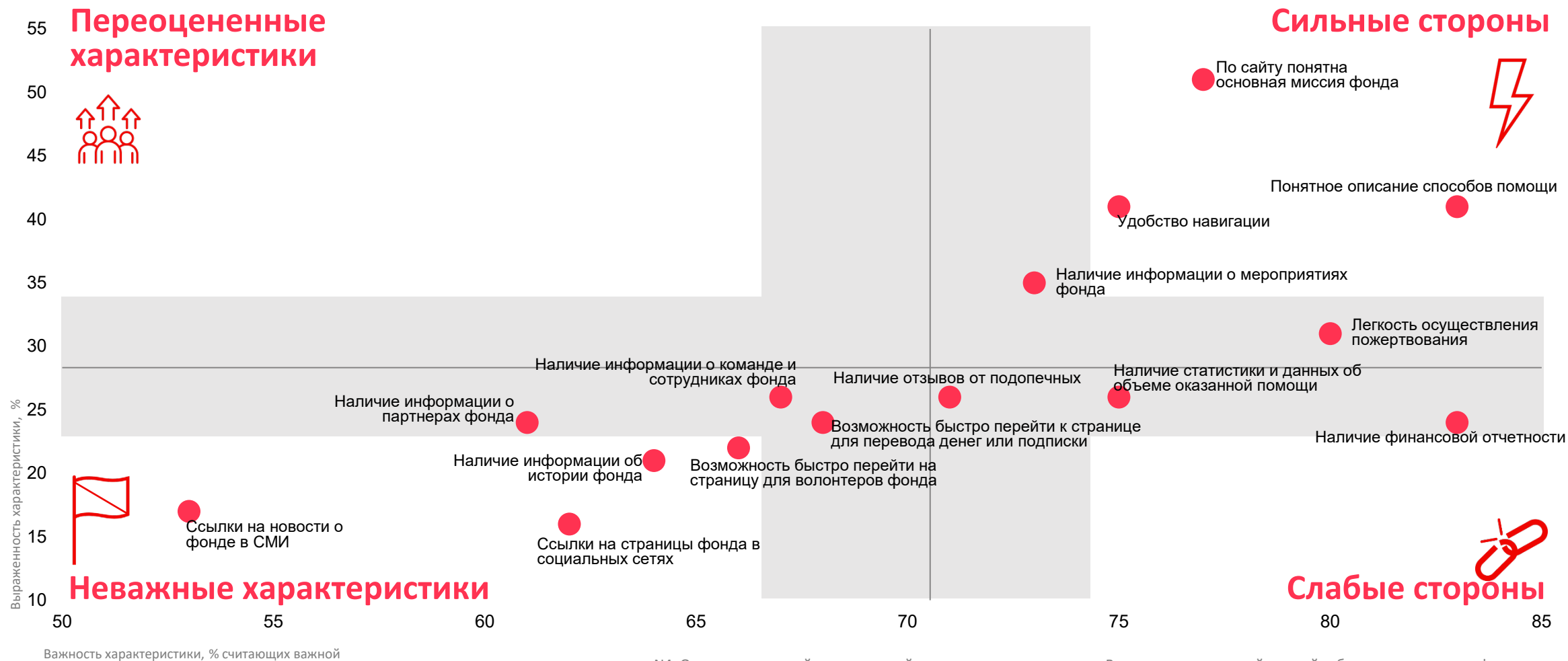
- Спонтанные реакции на сайт схожи для всех групп респондентов. Основными недостатками являются неудобство навигации, оформление сайта в целом, в том числе яркий красный (розовый) цвет
- Отсутствие каких-либо пожеланий по улучшению сайта выразили в среднем лишь менее половины опрошенных
- При этом около 1/3 респондентов затруднились ответить что можно было бы улучшить в сайте



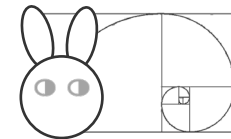
# Характеристики сайтов



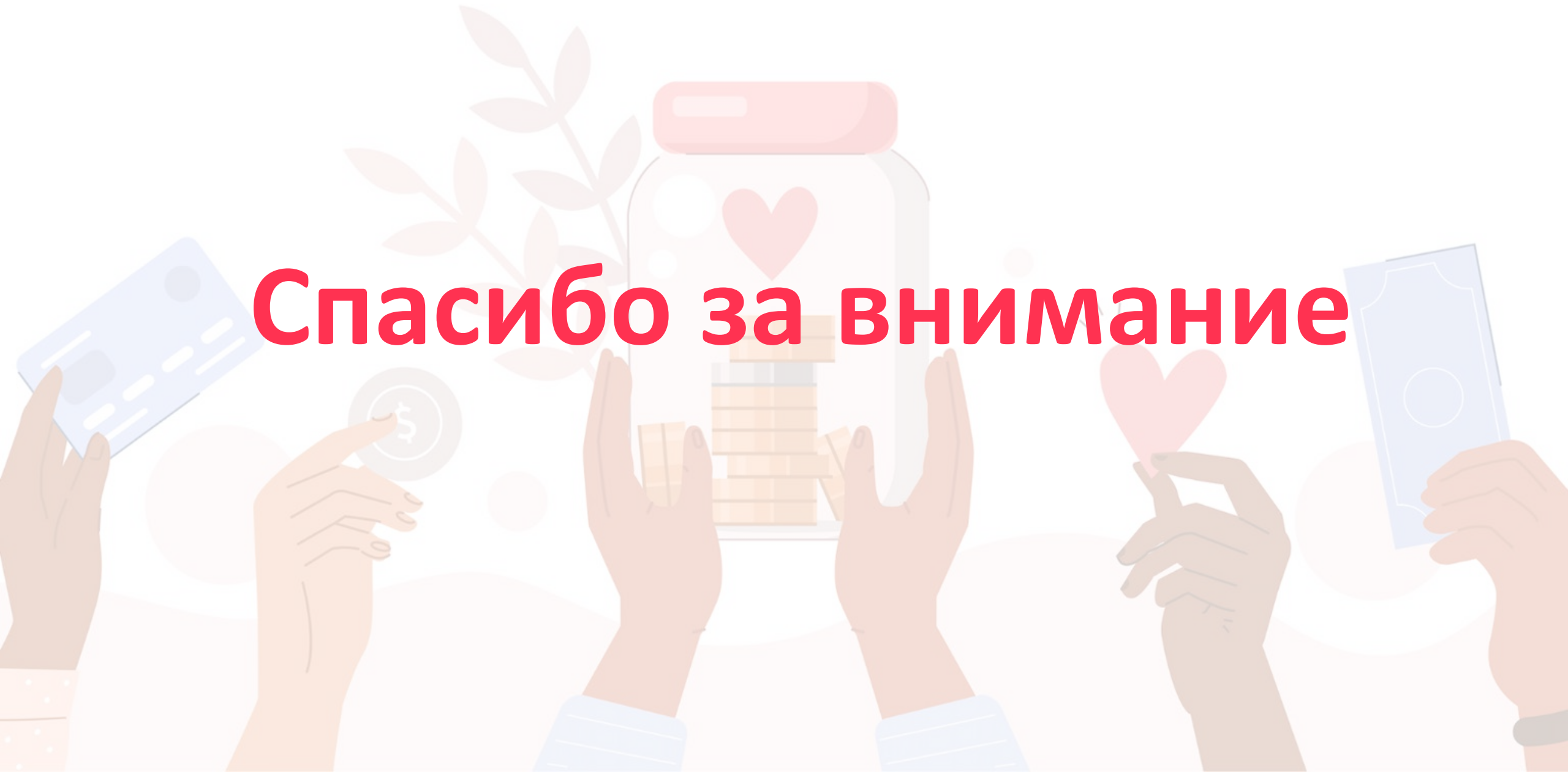
- Слабых сторон у сайта фонда не наблюдается
- Среди сильных сторон выделяют считывание миссии фонда и в целом удобство навигации, понятность вариантов взаимодействия с фондом
- Незначимыми характеристиками являются параметры, связанные с социальными сетями, историей фонда

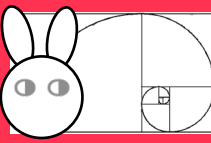


N4. Отметьте, пожалуйста, по каждой характеристике, насколько Вы считаете ее важной для сайта благотворительного фонда.  
N5. На Ваш взгляд, каким из этих характеристик соответствует сайт благотворительного фонда «Подари подарок»?



**Спасибо за внимание**



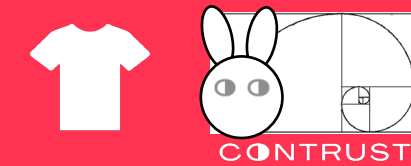


# Приложение

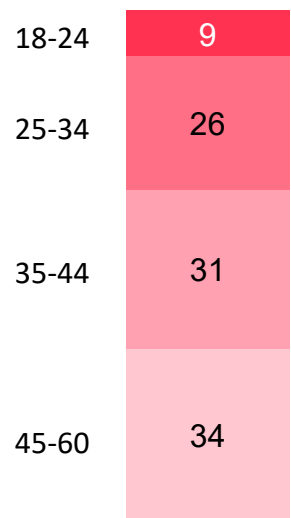


ПОДАРИ  
ПОДАРОК

# Жертвовали вещи



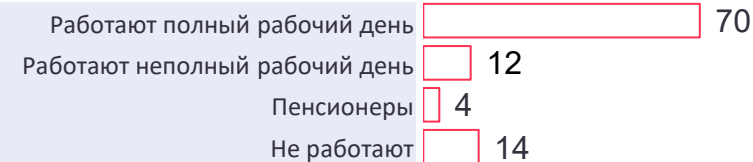
## Возраст, %



## Страта, %

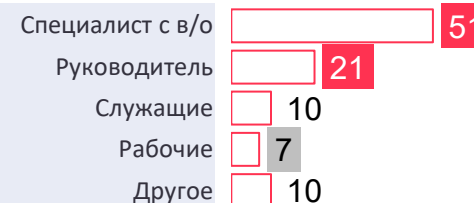


### Статус занятости

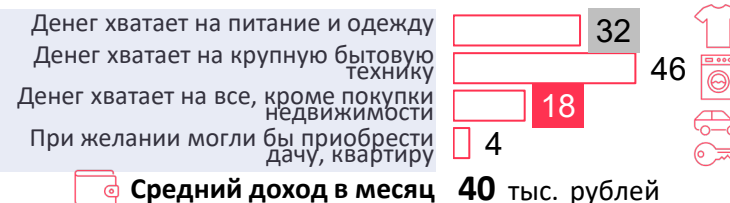


### Род деятельности

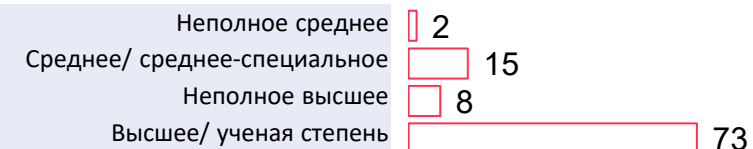
Среди работающих респондентов



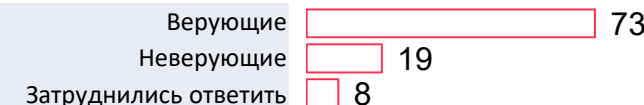
### Материальное положение



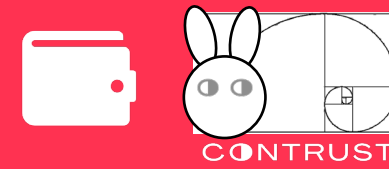
### Образование



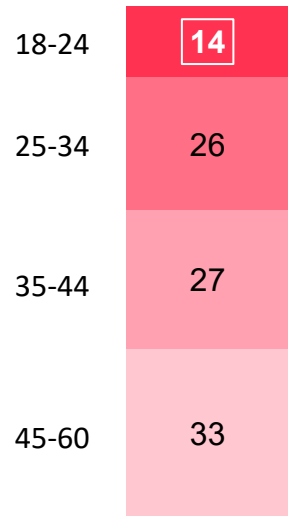
### Религия



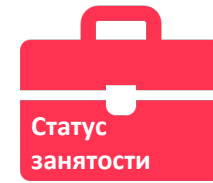
# Жертвовали деньги оффлайн



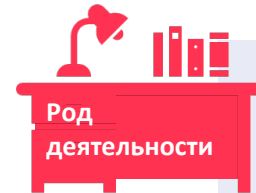
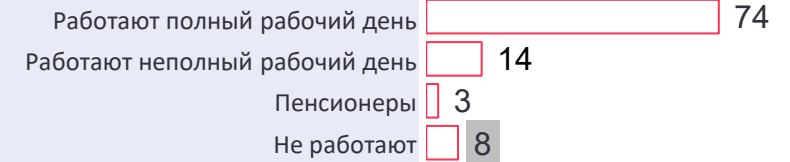
## Возраст, %



## Страта, %

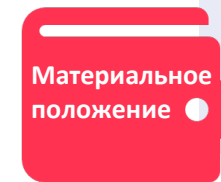
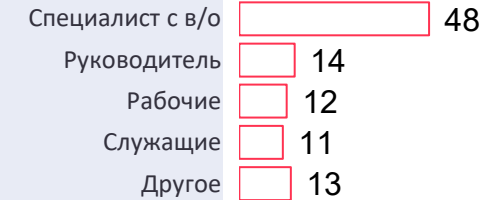


### Статус занятости

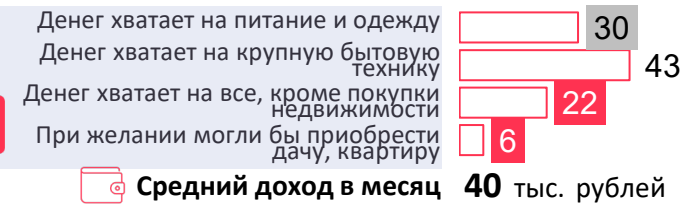


### Род деятельности

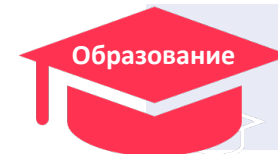
Среди работающих респондентов



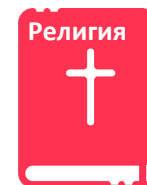
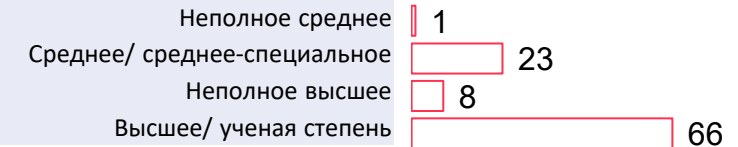
### Материальное положение



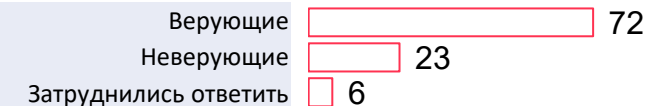
Средний доход в месяц 40 тыс. рублей



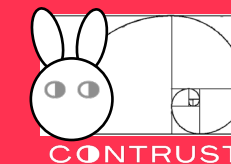
### Образование



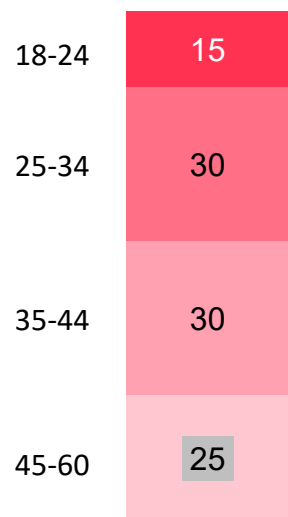
### Религия



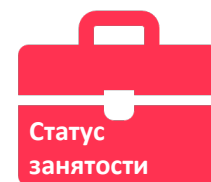
# Жертвовали деньги онлайн



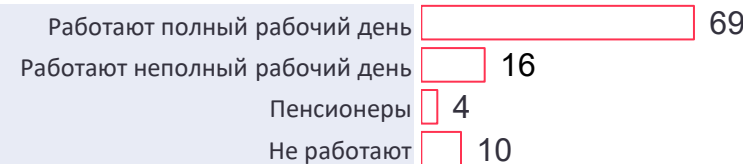
## Возраст, %



## Страта, %

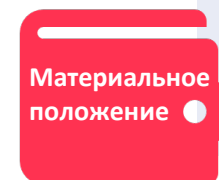
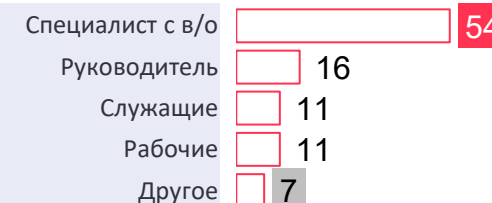


### Статус занятости

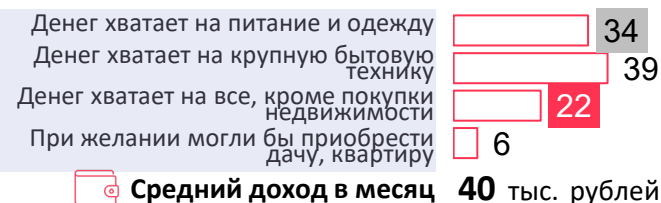


### Род деятельности

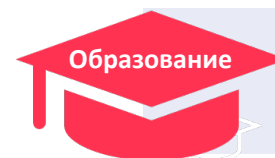
Среди работающих респондентов



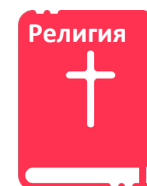
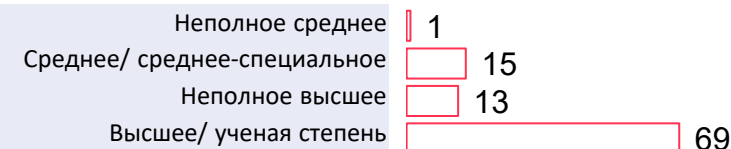
### Материальное положение



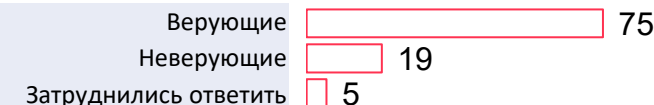
Средний доход в месяц 40 тыс. рублей



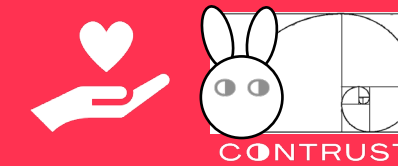
### Образование



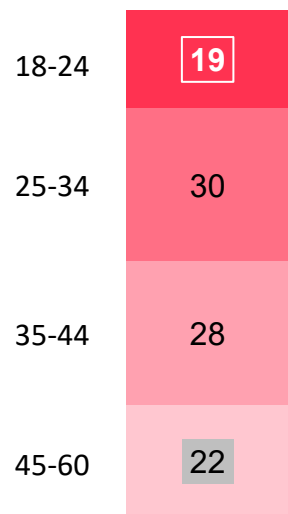
### Религия



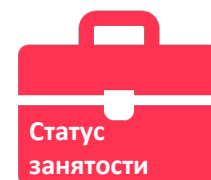
# Занимались волонтерством



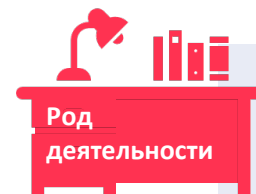
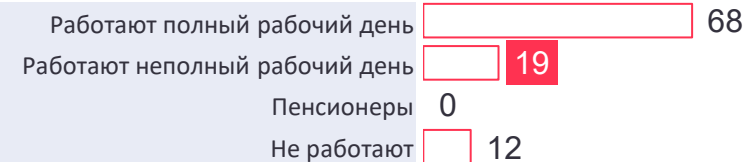
### Возраст, %



### Страта, %

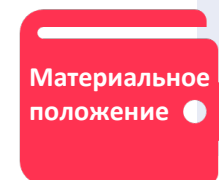


### Статус занятости

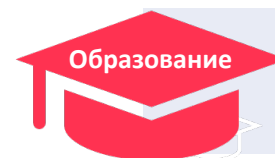
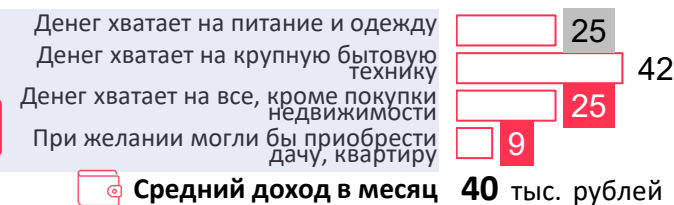


### Род деятельности

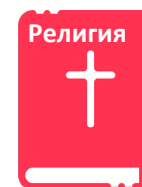
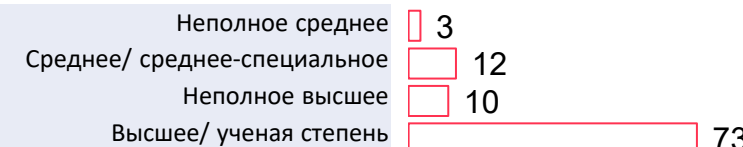
Среди работающих респондентов



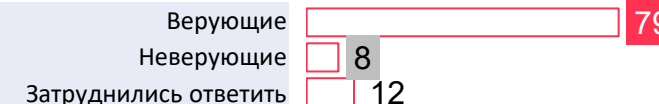
### Материальное положение



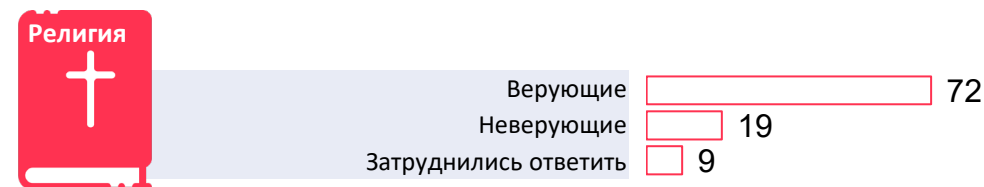
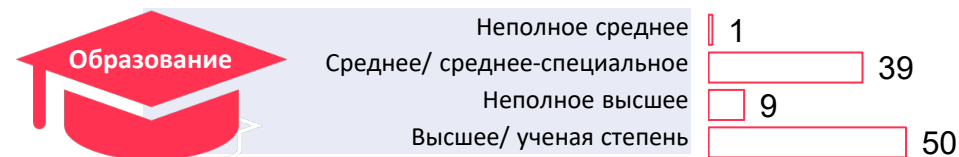
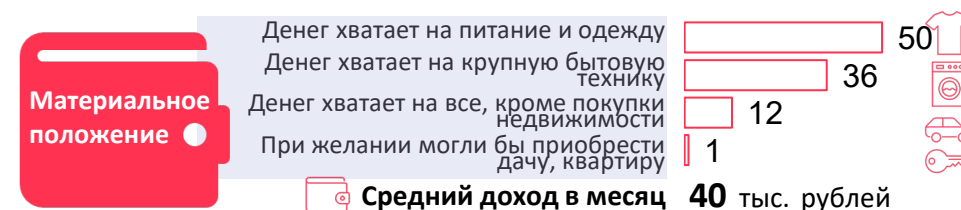
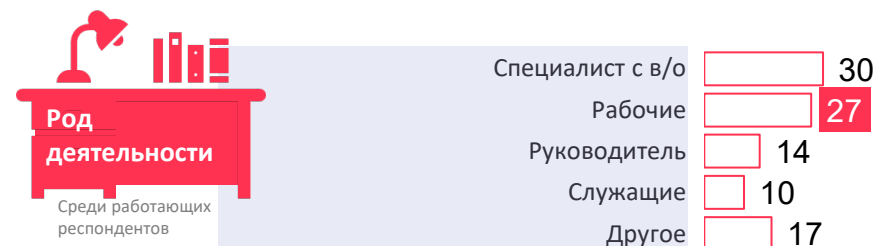
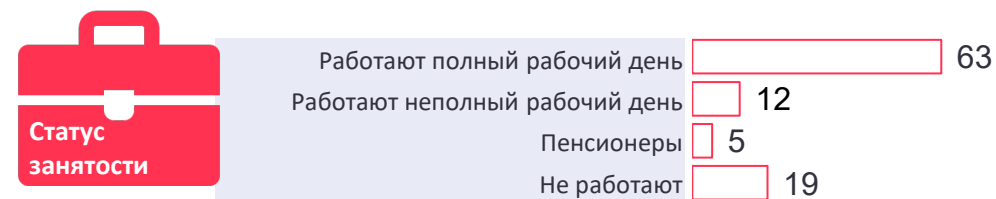
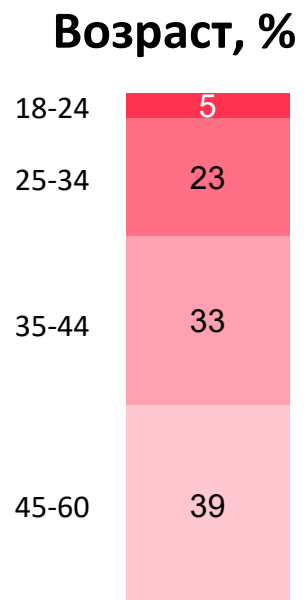
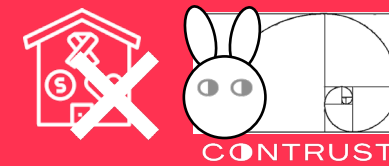
### Образование



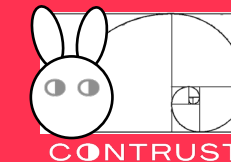
### Религия



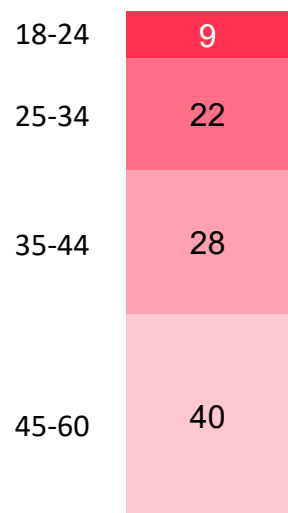
# Помогали не через БФ



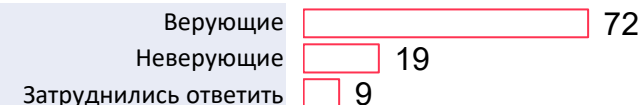
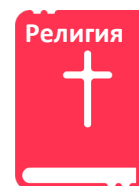
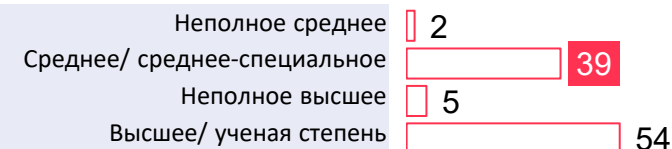
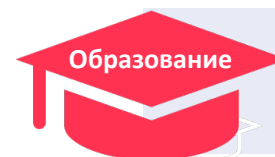
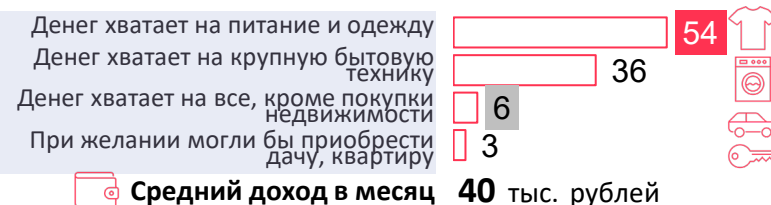
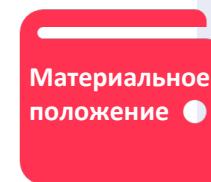
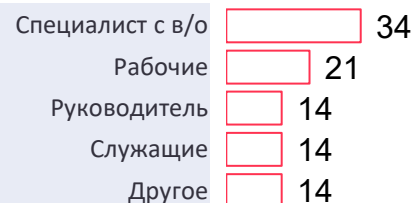
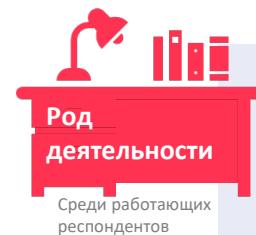
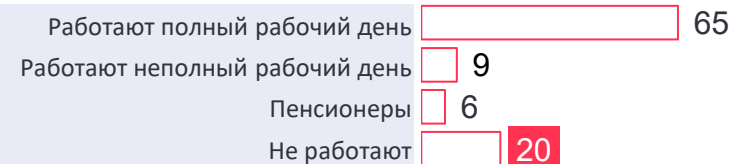
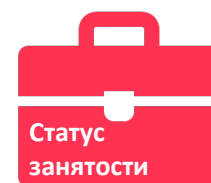
# Не занимались благотворительностью



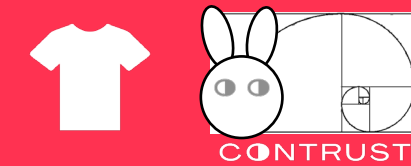
## Возраст, %



## Страта, %

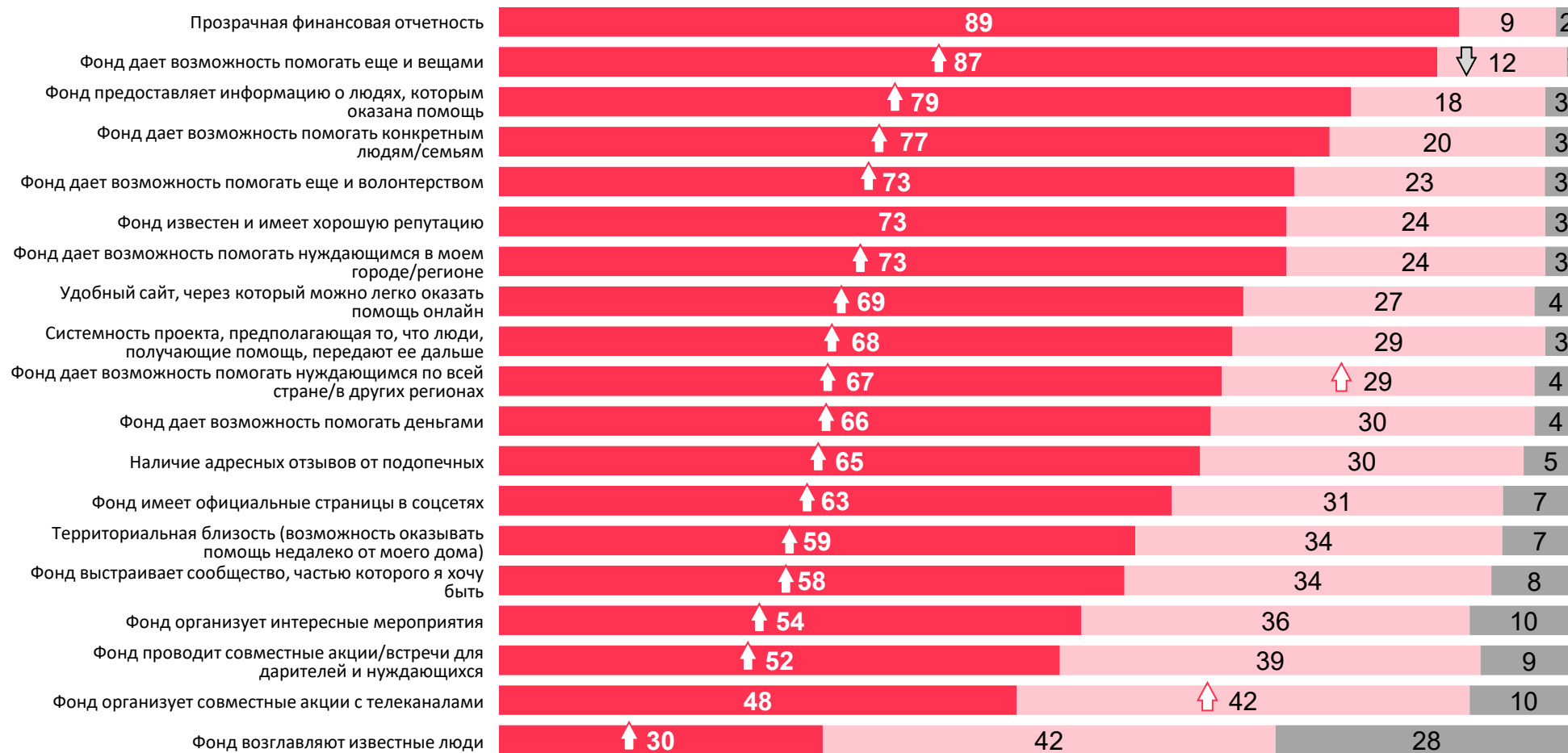


# Критерии выбора фондов



## Важные критерии

## Неважные критерии

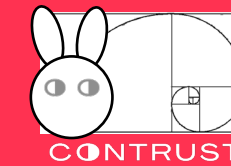


↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь?

База (те, кто помогает вещами): 290

# Критерии выбора фондов



## Важные критерии

## Неважные критерии

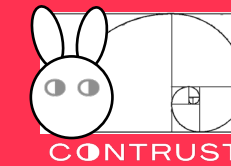


↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

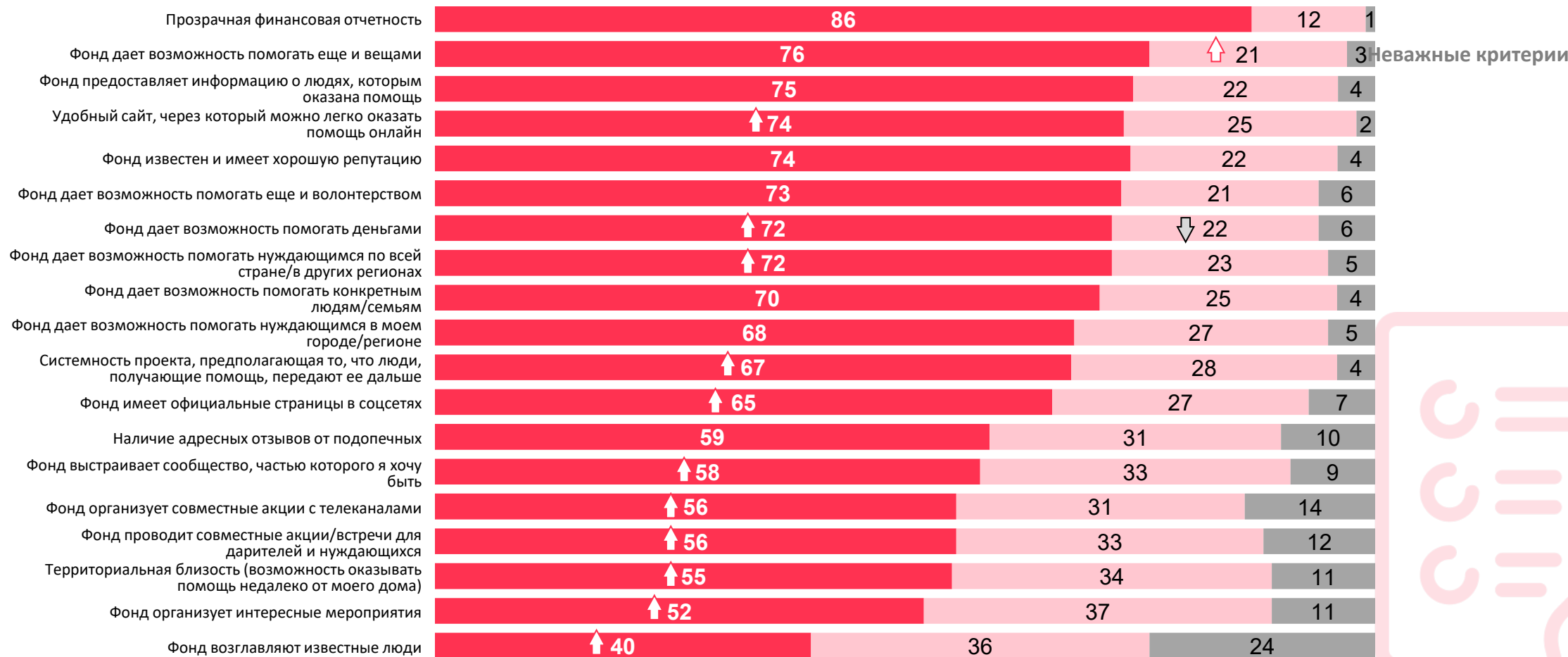
A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь?

База (те, кто помогает деньгами онлайн): 235

# Критерии выбора фондов



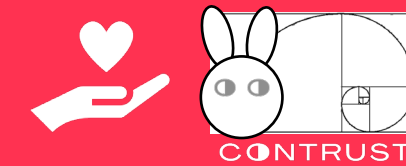
## Важные критерии



↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь? база (те, кто помогает деньгами через интернет): 162

# Критерии выбора фондов



## Важные критерии

## Неважные критерии

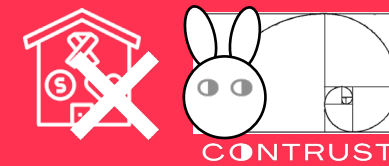


↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь?

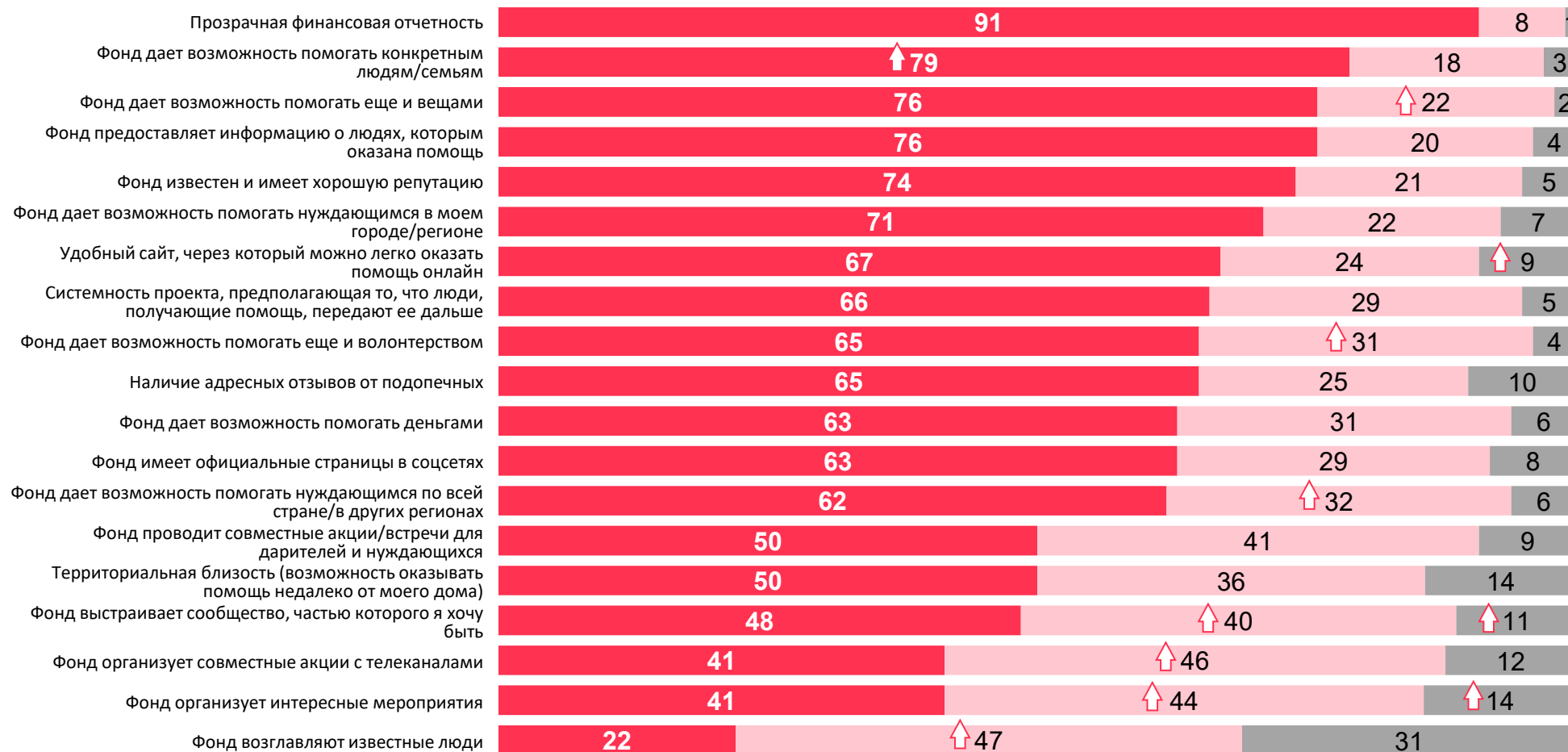
База (те, кто помогает волонтерством): 89

# Критерии выбора фондов



## Важные критерии

## Неважные критерии

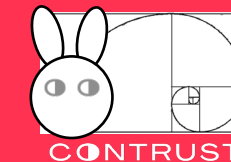


↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь?

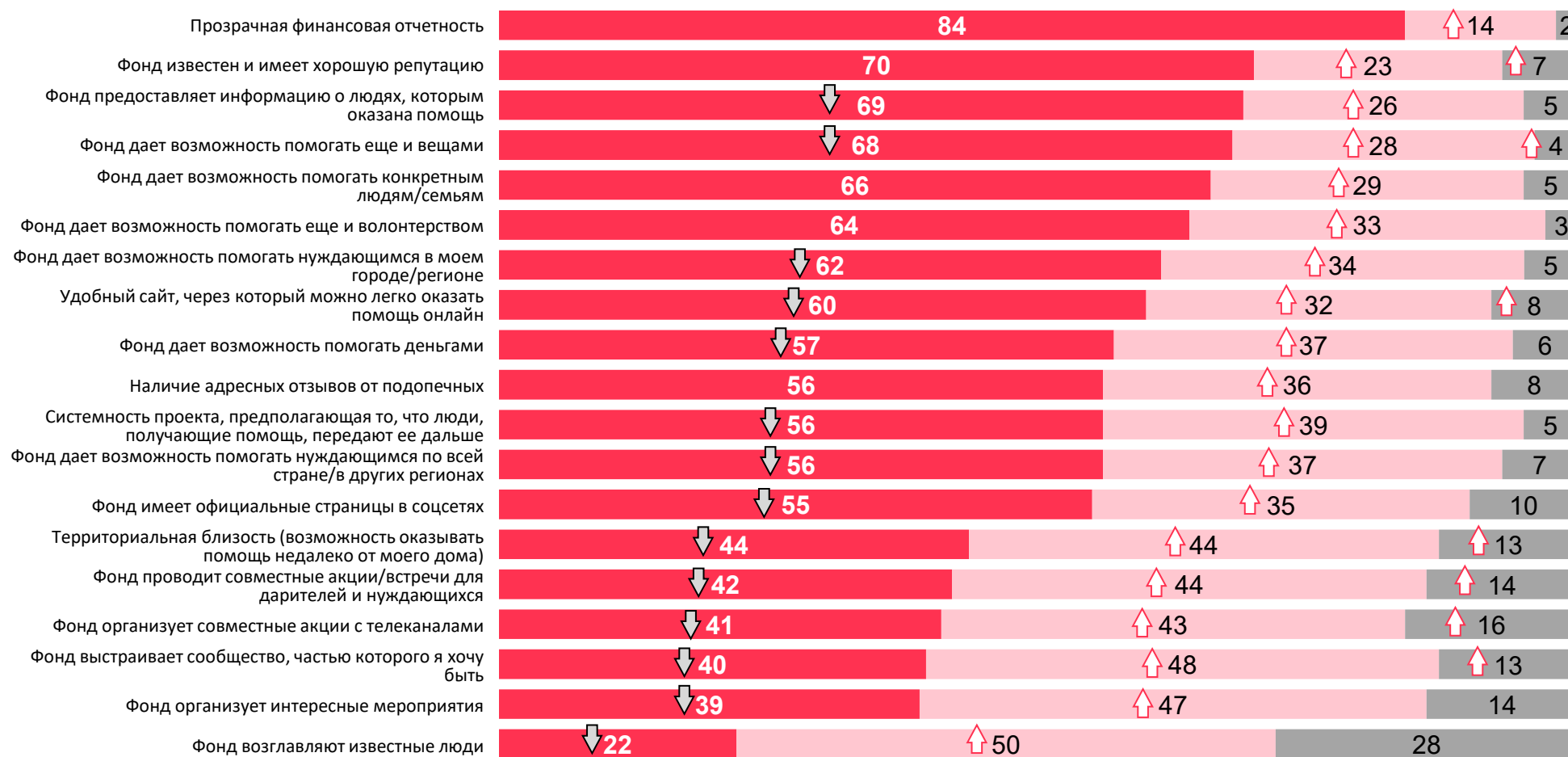
База (те, кто помогает НЕ через БФ): 97

# Критерии выбора фондов



## Важные критерии

## Неважные критерии

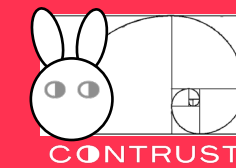


↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

A8. Отметьте, насколько Вам важны или были бы важны следующие критерии при выборе благотворительных организаций, которым Вы хотели бы оказать помощь?

База (те, кто не занимается благотворительностью): 324

# Имидж БФ

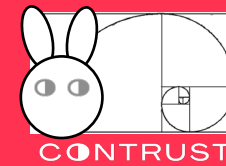


		Тотал	Помощь вещами	Помощь деньгами (офлайн)	Помощь деньгами (через интернет)	Занимались волонтерством	Помогали НЕ через БФ	Не участвовали в благотворительности
Такие фонды формируют благотворительные сообщества неравнодушных людей, готовых помогать другим	топ-1:	27	32	33 ↑	35 ↑	40 ↑	23	19 ↓
	топ-2:	68	74 ↑	70	74	76	66	58 ↓
	среднее, 5pt:	3.9	4.0 ↑	4.0	4.0 ↑	4.1 ↑	3.8	3.7 ↓
Работа таких фондов действительно вносит вклад в оказание социальной помощи населению	топ-1:	25	29	34 ↑	35 ↑	37 ↑	26	15 ↓
	топ-2:	66	71	70	72	67	65	57 ↓
	среднее, 5pt:	3.9	3.9	4.0	4.0 ↑	4.0	3.9	3.7 ↓
Я не знаю, каким образом можно проконтролировать деятельность подобных фондов	топ-1:	21	19	18	15	21	26	24
	топ-2:	56	51	53	52	53	67 ↑	58
	среднее, 5pt:	3.6	3.5	3.5	3.4 ↓	3.4	3.8 ↑	3.7
Деятельность подобных фондов недостаточно прозрачна	топ-1:	16	15	21	14	17	19	14
	топ-2:	46	41	46	40	45	52	50
	среднее, 5pt:	3.5	3.4	3.5	3.3 ↓	3.3	3.7 ↑	3.5
Большинству таких благотворительных фондов можно доверять	топ-1:	13	15	22 ↑	17	30 ↑	8	7 ↓
	топ-2:	42	48	55 ↑	54 ↑	56 ↑	33	32 ↓
	среднее, 5pt:	3.4	3.5 ↑	3.6 ↑	3.6 ↑	3.8 ↑	3.1 ↓	3.2 ↓
Наиболее эффективной является финансовая помощь, а не какая-либо другая	топ-1:	14	13	19	15	18	11	13
	топ-2:	38	33	42	43	45	39	37
	среднее, 5pt:	3.2	3.1	3.3	3.2	3.4	3.2	3.2
Такие фонды должны помогать только в экстренных случаях (например, погорельцам, беженцам, инвалидам и др. людям)	топ-1:	10	11	13	10	18 ↑	8	8
	топ-2:	28	26	28	26	33	33	27
	среднее, 5pt:	2.9	2.9	2.9	2.9	3.0	3.0	3.0
Помощь от подобных фондов не доходит до реально нуждающихся людей	топ-1:	10	9	11	10	10	9	11
	топ-2:	27	23	28	21	30	30	30
	среднее, 5pt:	3.0	2.9	3.0	2.9 ↓	3.0	3.2	3.2 ↑
Активная реклама таких благотворительных фондов говорит об их ненадежности	топ-1:	11	12	14	10	14	14	10
	топ-2:	27	26	30	25	30	31	26
	среднее, 5pt:	3.0	2.9	3.0	2.8	3.0	3.1	3.0
Подобные фонды заинтересованы только в крупных пожертвованиях	топ-1:	9	9	11	9	12	7	8
	топ-2:	24	24	28	26	40 ↑	22	26
	среднее, 5pt:	2.8	2.8	2.8	2.7	3.1	2.9	3.0 ↑
Работа таких фондов никак не может помочь нуждающимся людям	топ-1:	8	7	10	8	8	8	7
	топ-2:	18	15	23	16	21	21	19
	среднее, 5pt:	2.6	2.4 ↓	2.6	2.4	2.6	2.7	2.7 ↑
	База (все опрошенные):	1009	290	235	162	89	97	324

↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

A9. Насколько Вы согласны с каждым из высказываний о работе благотворительных организаций/фондов, которые помогают людям, попавшим в сложную жизненную ситуацию?

# Предложения для сайта



	Помощь вещами	Помощь деньгами (офлайн)	Помощь деньгами (через интернет)	Занимались волонтерством	Помогали НЕ через БФ	Не участвовали в благотворительности
<b>NET Дизайн</b>	7	8	8	7	5	7
Цвет / много красного	3	3	2	2	0	2
Оформление в целом / дизайн	3	3	2	1	3	2
Слишком ярко	1	2	1	2	1	1
Слишком крупные элементы, шрифты	1	1	2	1	0	1
Ярче, красочнее, привлекательнее	1	1	1	1	1	1
<b>NET Информация</b>	6	5	4	7	7	6
Больше отчетности	1	0	1	2	2	1
Недостаточная информативность	2	2	1	1	1	2
Добавить информации о деятельности фонда/достижениях/итогах	0	0	1	0	1	1
Более подробное описание	0	1	1	0	0	1
Информация/фото команды	0	0	0	0	1	1
Добавить фото	1	1	1	1	2	0
Цели и миссии фонда	0	1	0	2	0	0
Контакты нуждающихся	1	0	1	0	0	0
<b>NET Удобство</b>	5	7	6	2	7	3
Неудобная навигация / нет структуры / сделать разделы	3	4	3	1	5	2
Длинная главная страница	1	1	2	0	0	1
Доработать мобильную версию	0	0	0	0	2	0
Варианты переводов (по короткому номеру, например)	1	0	1	0	0	0
Удобное считывание информации, сразу видно то, что нужно	0	0	0	1	0	1
<b>NET Доверие</b>	3	3	2	3	2	2
Добавить прозрачности (правдивость, честность, надежность, гарантии, безопасность)	2	3	1	3	0	1
Добавить отзывы-отчеты / опросы получивших помощь / итоги помощи, до/после	1	0	1	0	2	1
<b>NET Популярность и поддержка</b>	2	3	2	0	4	1
Сделать более известным, популяризировать (реклама, СМИ)	2	3	2	0	2	1
Привлечение государства и медийных лиц	0	1	0	0	2	0
<b>NET Другое</b>	1	0	1	0	1	1
Быстродействие	0	0	0	0	1	0
Улучшить подарки/не только подарки	0	0	1	0	0	0
Все хорошо	41	43	45	52	38	41
Все изменить, ничего не понравилось	1	1	1	2	0	1
Другое	4	3	6	4	2	2
Затрудняюсь ответить	33	28	27	26	36	40
<b>база</b>	290	235	162	89	97	324

↑↓ Значимо выше/ниже в подгруппе по сравнению с тоталом

№6. Как Вы считаете, что можно было бы улучшить в сайте благотворительного фонда «Подари подарок»?