

Dárcovství 2019

Fórum dárců

11/2019

insightLab

Pozadí výzkumu



Metodologie



CAWI - Online sběr dat na panelu respondentů



Terénní sběr dat – listopad 2019



Velikost vzorku – 500 respondentů

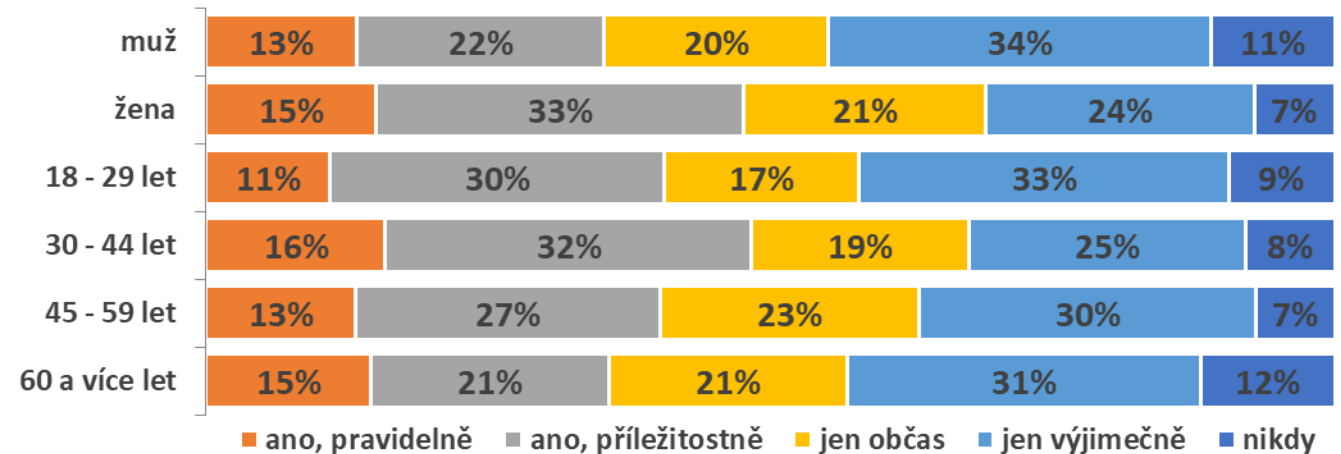
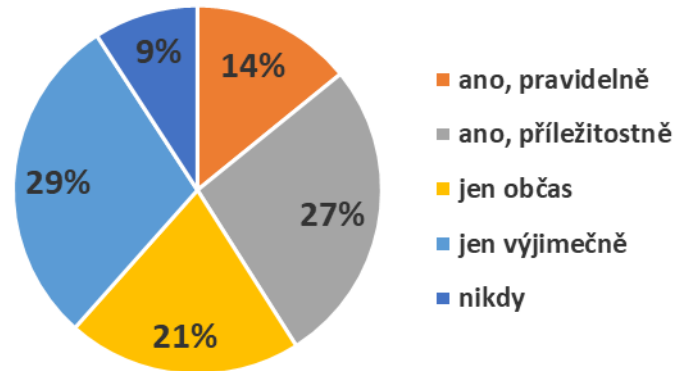


Typ výběru – kvótní (pohlaví, věk, kraj)

„Dárcovství je důležitá věc, ale je potřeba vědět, za jakým účelem a kam ty finanční prostředky jdou.“

Podpora veřejně prospěšných aktivit

„Podporujete finančně různé veřejně prospěšné aktivity?“



Pouze 14 % lidí ze svého příjmu **pravidelně** podporuje nějakou veřejně prospěšnou aktivitu. **Pravidelně** nebo **příležitostně** se pak jedná o 41 % lidí.

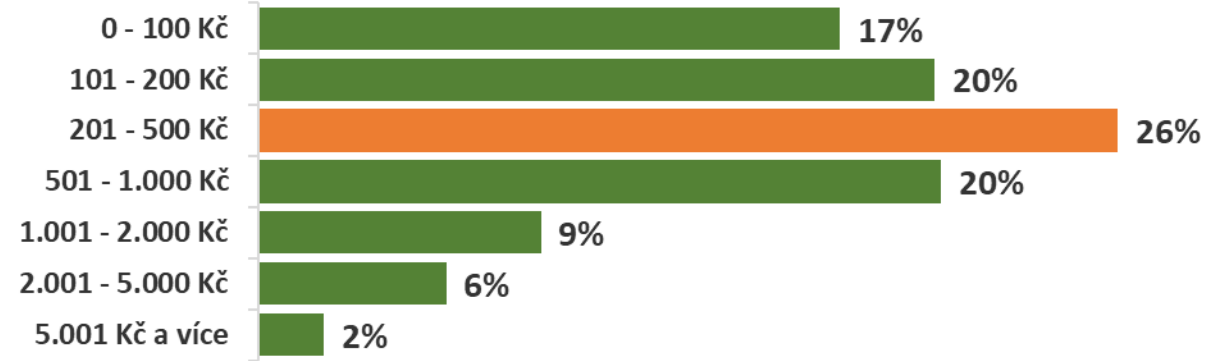
Aktivnější v přispívání jsou ženy (48 %) než muži (35 %). Z hlediska věku jsou pak neaktivnější lidé ve věku 30 – 44 let

Oproti zjištěním z minulého roku došlo k mírnému nárůstu podpory veřejně prospěšných aktivit u žen a poklesu u mužů. Celkově je podpora dlouhodobě stabilní.

Dominantním důvodem, proč ostatní lidé na veřejně prospěšné aktivity nepřispívají, je **nedůvěra v to, že peníze dojdou tam, kam mají.**

Roční finanční příspěvek

„Odhadněte, kolik přibližně ročně darujete na různé veřejně prospěšné aktivity?“



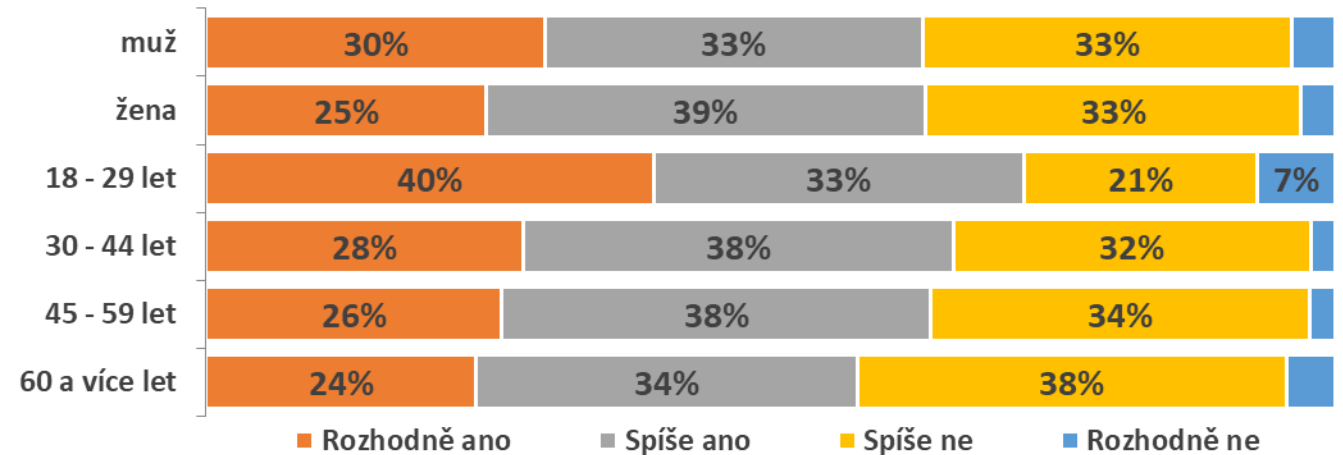
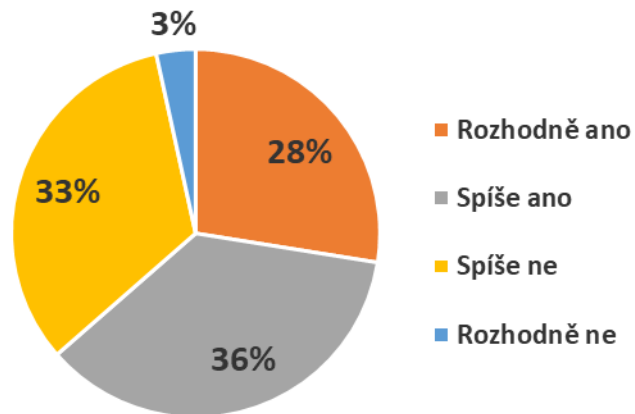
Nejčastěji lidé přispívají na veřejně prospěšné aktivity ročně částkou **201–500 Kč** (26 %).

Nižší příspěvky jsou typické zejména pro mladé do 29 let, výrazně vyšší příspěvky pak věnují lidé ve věku 30 – 44 let, případně 45 – 59 let, a také lidé s vyšším vzděláním.

Zájem o informace



„Zajímáte se o to, jakým způsobem organizace, které jste poskytli/a peněžní dar, peníze využívá?“



O informace, jakým způsobem využívají organizace darované peníze, **má zájem** 64 % lidí. Oproti zjištěním z minulého roku došlo k výraznému snížení zájmu o informace o využívání peněžních darů.



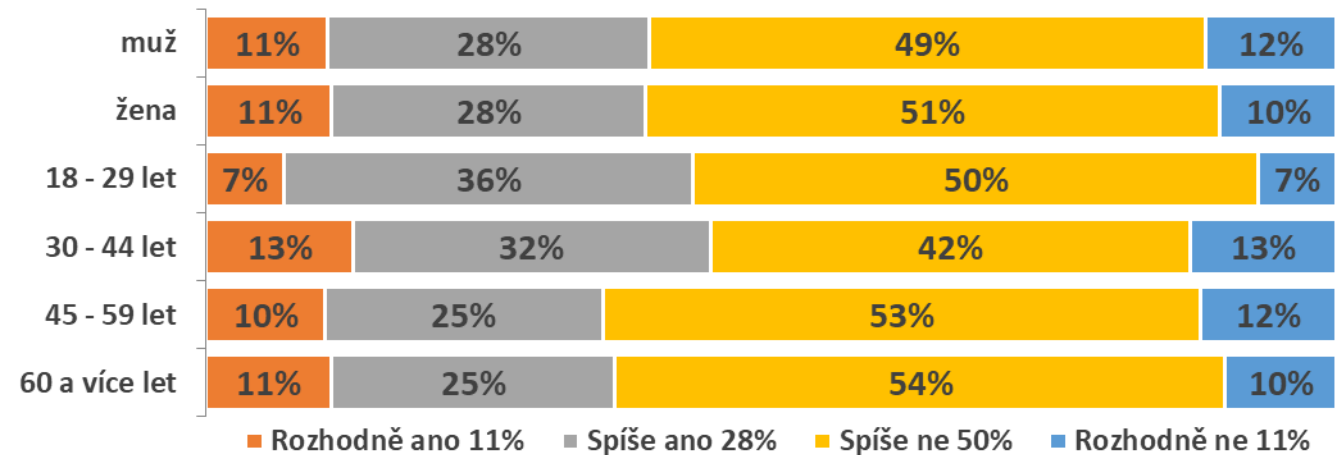
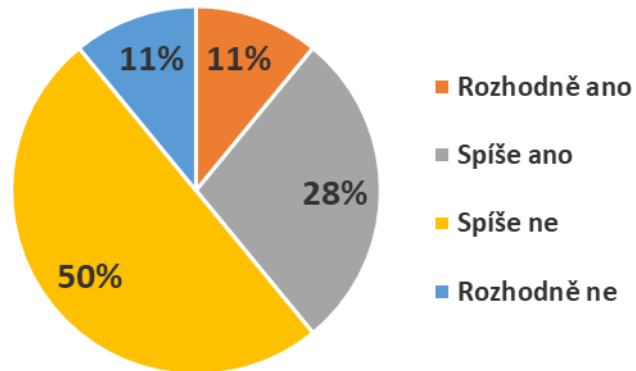
Zájem o informace o využívání darů **klesá s věkem**. Nejvíce mají zájem o informace mladí do 29 let (73 %).



Výrazně nižší zájem o informace je proti ostatním regionům v Praze.

Aktivní vyhledávání informací

„Vyhledáváte sám/sama aktivně informace o tom, jakým způsobem organizace, které jste poskytli/a peněžní dar, peníze využívá?“



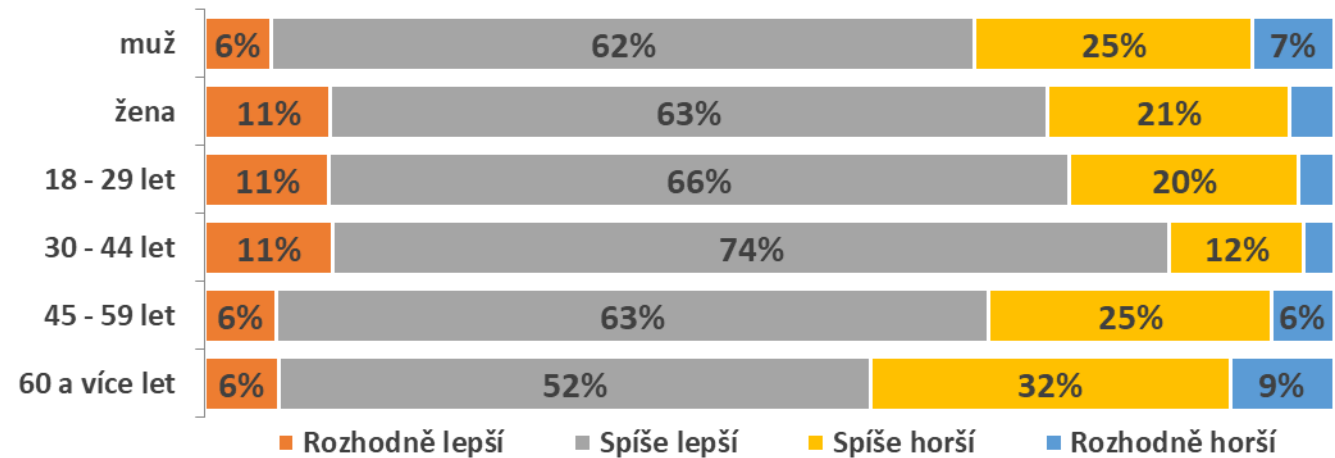
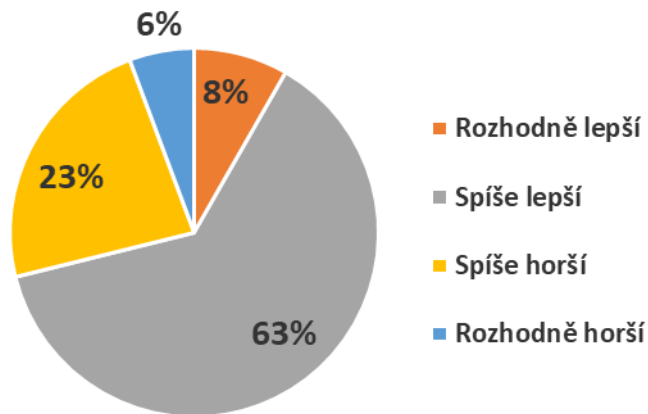
Aktivně vyhledává informace o způsobu využívání poskytnutých peněžních prostředků 39 % lidí. Častěji se jedná o mladší 44 let, lidi se středoškolským vzděláním a žijící mimo Prahu.

Nejčastějším zdrojem informací jsou přitom **webové stránky** (82 %).

Vývoj veřejně prospěšného sektoru



„Zkuste se podívat na veřejně prospěšný sektor z pohledu vývoje posledních dvaceti, třiceti let. Myslíte si, že dnes odvádí veřejně prospěšný sektor lepší nebo horší práci než v minulosti?“



Názor, že **veřejně prospěšný sektor odvádí lepší práci než v minulosti**, zastává 71 % lidí.



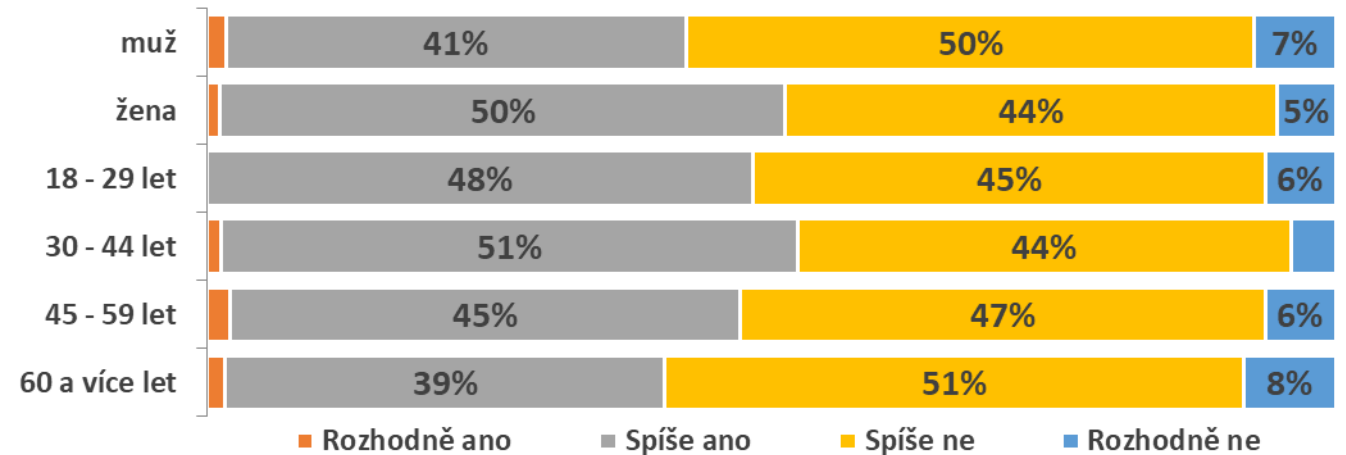
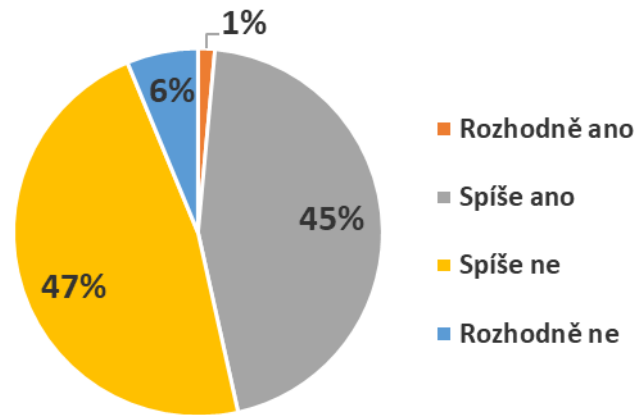
Častěji se jedná o ženy (74 %) než muže (68 %). Významně méně si to myslí lidé starší 60 let (58 %).



Nejvíce vnímají pozitivní vývoj v oblasti veřejně prospěšného sektoru lidé ve věku 30 – 44 let (85 %).

Důvěra ve veřejně prospěšný sektor

„Do jaké míry důvěřujete veřejně prospěšnému sektoru jako celku?“

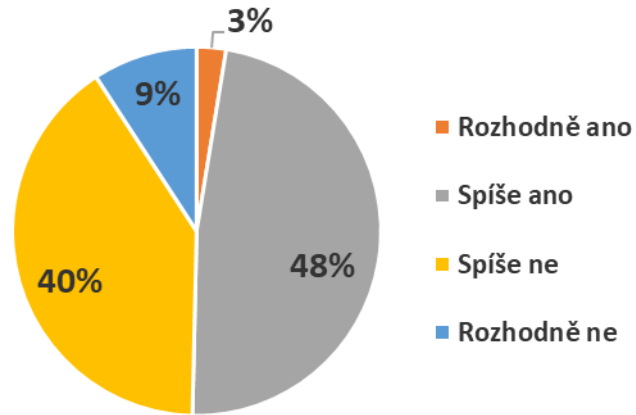


Veřejně prospěšnému sektoru **důvěřuje** 46 % lidí. Pouze minimum lidí však uvádí bezvýhradnou důvěru „rozhodně ano“.

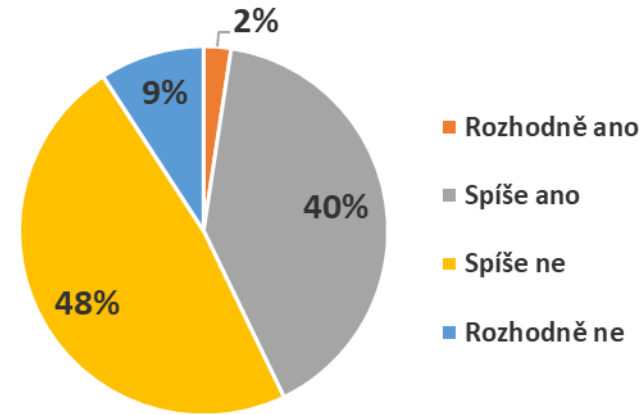
Častěji důvěřují veřejně prospěšnému sektoru ženy (51 %) než muži (43 %), lidé do 44 let, s vyšším vzděláním a lidé z Prahy.

Důvěra v nadace a spolky

■ „Do jaké míry důvěřujete **nadacím**, které jsou součástí veřejně prospěšného sektoru?“



■ „Do jaké míry důvěřujete **spolkům**, které se rovněž zabývají veřejně prospěšnými aktivitami?“



■ Důvěru v **nadace** má 51 % lidí. Pouze minimum lidí však uvádí bezvýhradnou důvěru „rozhodně ano“. Podobně je tomu u **spolků**, jimž však věří lidé obecně méně (42 %).

■ Obecně nadacím a spolkům častěji věří spíše ženy než muži.

■ Důvěru v nadace mají zejména mladší 44 let a lidé s vyšším vzděláním.

■ Spolkům pak důvěřují především mladí do 29 let. Nízkou důvěru mají lidé starší 60 let.

Úloha nadací a spolků



„Jaká je podle Vás **úloha nadací** v naší společnosti?“



Lidé vidí úlohu nadací především v **podpoře potřebných** (88 %), **shánění peněz pro ty, kdo jsou v nouzi** (87 %) a **spolupráci s ostatními organizacemi** (80 %).



Relativně v nižší míře očekávají lidé od nadací **rozvíjení společnosti** (64 %)

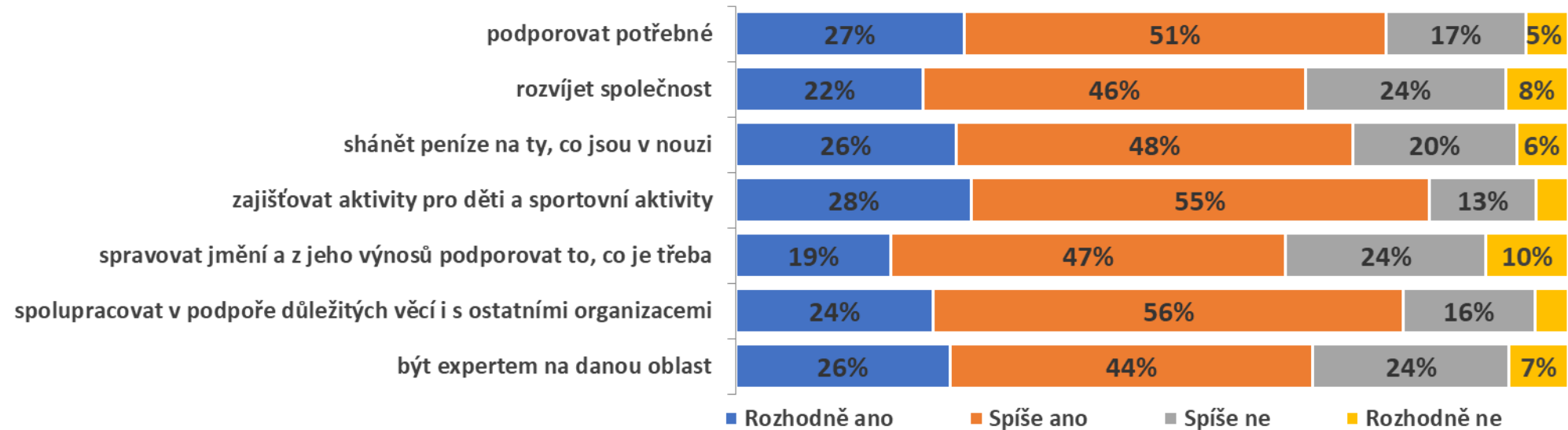


Častěji zmiňují jakoukoli úlohu nadací spíše ženy než muži a lidé ve věku 30 – 44 let.

Úloha nadací a spolků



„Jaká je podle Vás úloha **spolků** v naší společnosti? “



Úlohu spolků lidé vidí především v **zajišťování aktivit pro děti a sportovní aktivity** (83 %).



Relativně v nižší míře očekávají lidé od spolků **správu jmění za účelem další podpory** (66 %) a **rozvíjení společnosti** (68 %).



Častěji zmiňují jakoukoli úlohu spolků spíše ženy než muži a lidé ve věku 30 – 44 let.



V porovnání s nadacemi vidí lidé úlohu **spolků** především v **podpoře potřebných** a **zajišťování aktivit pro děti a sportovní aktivity**.

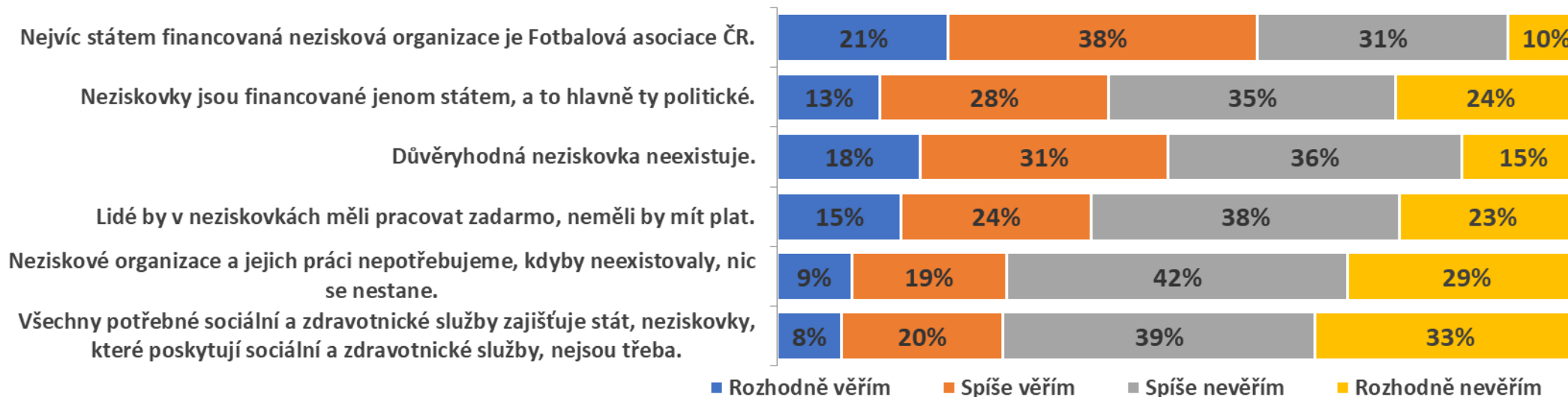


V porovnání se spolky vidí lidé úlohu **nadací** především ve **shánění peněz na ty, kdo jsou v nouzi** a ve **správě jmění za účelem další podpory**.

Fake news

Výroky týkající se neziskového sektoru

„Do jaké míry věříte následujícím výrokům?“



Pouze 59 % Čechů si uvědomuje, že **nejvíc státem financovaná nezisková organizace je Fotbalová asociace ČR**. Častěji tomu věří muži (62 %) než ženy (56 %).

Ostatní výroky jsou **nepravdivé** nebo **nesmyslné**, i tak se najdou skupiny **30 – 50 % lidí, kteří jim věří**.

Častěji takovým výrokům věří **muži** než ženy. Důvěry v tyto výroky **roste s věkem** a se **snižujícím se vzděláním**. Nižší důvěra v tyto výroky je v Praze.

Závěr ...

Autor

Kontakt

InsightLab, s.r.o.

info@insightlab.cz
www.insightlab.cz

Pobřežní 394/12
186 00 – Praha 8

IČO: 01477641
DIČ: CZ01477641

Registrace u Úřadu pro ochranu osobních
údajů číslo: 00048487

Společnost je zapsána v Obchodním rejstříku
vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C,
vložka 207029.

Radek Jiříčný

radek.jiricny@insightlab.cz



@insightlabcz



/company/insightlab-s-r-o-/

insightLab