

GIVING TUESDAY A DÁRCOVSTVÍ V ČESKU

Výsledky výzkumu

Říjen 2023

#GIVINGTUESDAY

GAME CHANGERS

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

Pomáhat druhým je pro Čechy důležité, 84 % z nich se aspoň nějakou formou aktivně zapojuje. Pomoc směřuje zejména dětem, handicapovaným, zvířatům a obětem humanitárních katastrof, zejména v rámci ČR.

GIVING TUESDAY

- Čtvrtina Čechů zvažuje, že by se do akce aktivně zapojila, nejčastěji formou darování věcí na dobročinné účely (61 %).
- 38 % zvažujících by přispělo finančně, 28 % pak podporou akce na sociálních sítích.

ČEŠI A DOBROČINNOST

- Pro 8 z 10 Čechů je důležité pomáhat potřebným (méně než po vypuknutí války).
- 10 % Čechů patří mezi Aktivisty - přispívají dlouhodobě a pravidelně, věnují svůj čas i věci. 33 % (Dobrovolníci) věnuje především svůj čas v dobrovolnických aktivitách, 7 % (Dárci) přispívá pravidelně významnými finančními částkami. 25 % Čechů patří mezi Impulzivní, kteří přispívají nárazově, nákupem zboží, drobným příspěvkem nebo darováním věcí. 9 % daruje staré věci (Vyklízeči). Pro 16 % obyvatel není dobročinnost téma a nijak se nezapojují (Odmítači).
- 4 z 10 Čechů v uplynulém roce finančně přispěly. 8 % dárců přispělo loni více než 5 000 Kč. Nejpopulárnějšími formami jsou DMS a nákup charitativních předmětů.
- Dárci přispívají hlavně nárazově, pokud je osloví nějaká sbírka nebo charita (děti, handicapovaní, zvířata), nebo v případě velkých katastrof (příroda, válka). Pomoc směřuje primárně v rámci ČR. Necelá čtvrtina dárců (tedy desetina populace) podporuje dlouhodobě konkrétní organizaci.
- Většina Čechů soudí, že stát by měl být schopen zajistit pomoc potřebným na svém území a zároveň podporovat lidi, kteří se zapojují do dárcovství. Pomáhat by měly také firmy. Rozvojová a humanitární pomoc v zahraničí má nižší podporu.
- Jen třetina zaměstnanců se setkala s podporou dárcovství nebo dobrovolnictví ze strany zaměstnavatele – typicky ve formě zaměstnanecké charitativní sbírky (finanční nebo věcné).

4

#1 Giving Tuesday

7

#2 Dobročinnost obecně

21

Kontakty

22

Design studie

GIVING TUESDAY

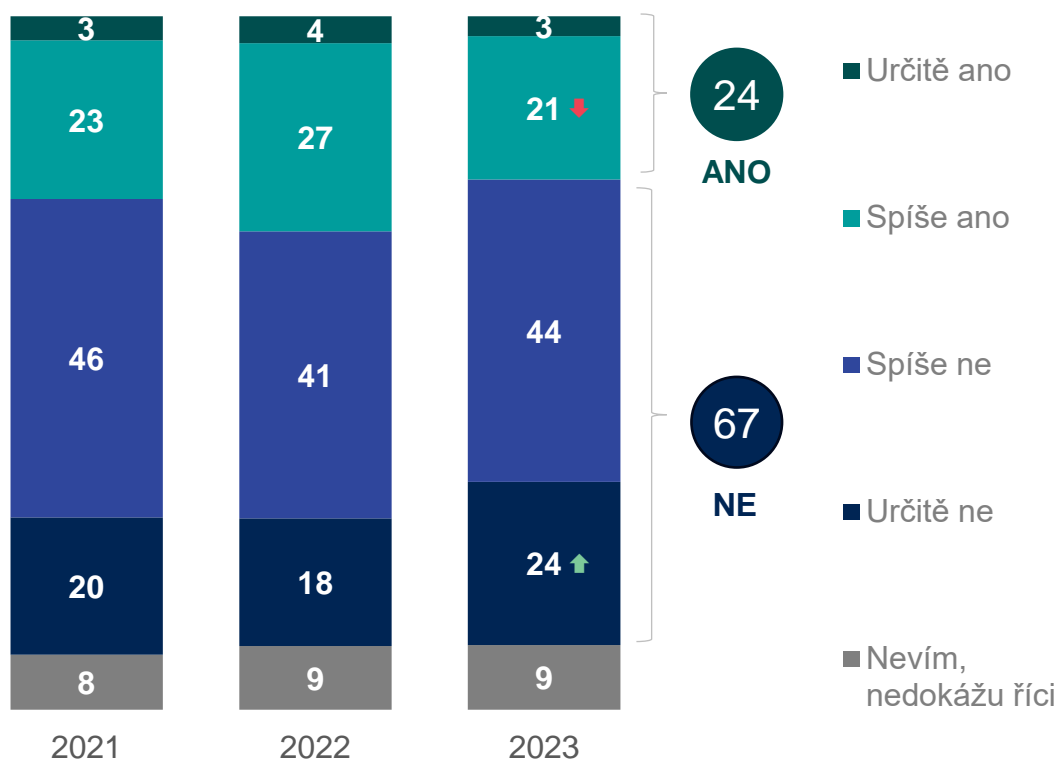
1

Jaké je povědomí o Giving Tuesday?
Zapojí se Češi do akce Giving Tuesday?
Jakým způsobem do této akce zapojí?

ZAPOJENÍ DO GIVING TUESDAY (%)

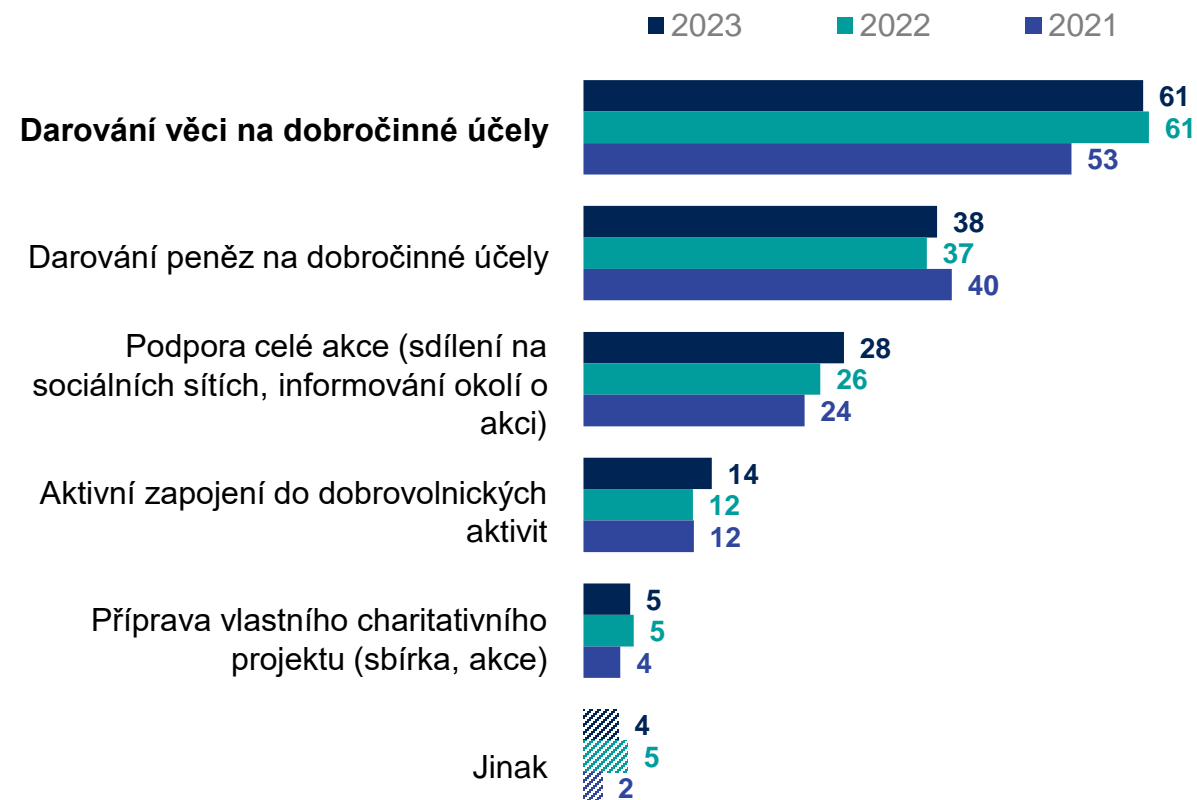
Čtvrtina Čechů by byla ochotna se do Giving Tuesday aktivně zapojit, nejčastěji darováním věcí na dobročinné účely.

ZAPOJÍ SE LETOS?



JAK SE ZAPOJÍ?

Pouze ti, kteří se určitě nebo spíše plánují zapojit



Otázka: Q2. Uvažujete o tom, že se letos do této akce zapojíte? Q4. A jakým způsobem se letos nejspíš zapojíte do akce Giving Tuesday?
 Báze: Q2: N(2021)=1009, N(2022)=1003, N(2023)=1007; Q4: Ti, kteří se plánují do GT letos zapojit N(2021)=266, N(2022)=311, N(2023)=237
 Interpretace: ↑↓ Signifikantně vyšší/nížší než minulé období, hladina významnosti 95%

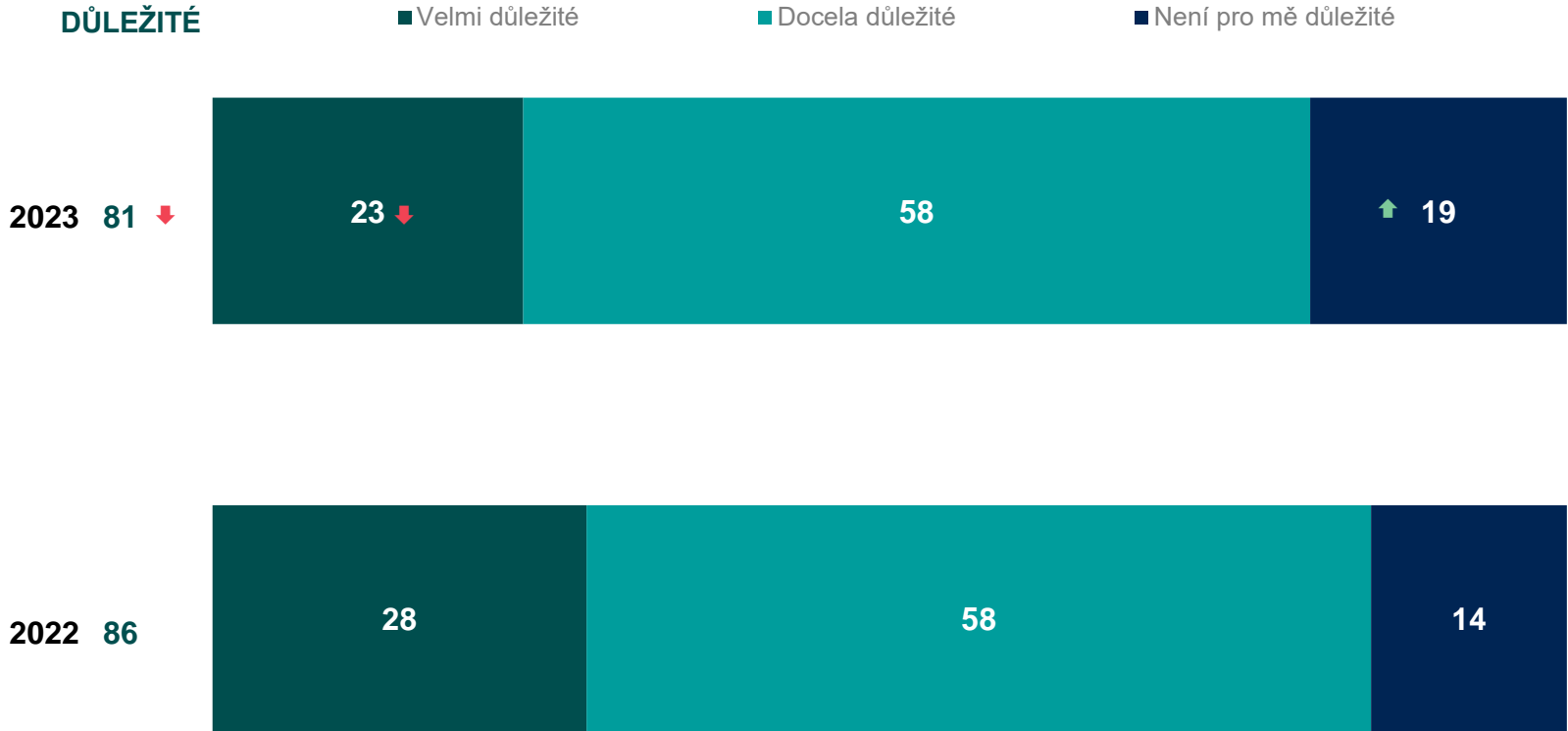
DOBROČINNOST OBECNĚ

2

Do jakých dobročinných aktivit se Češi zapojují?
Přispívají finančně? Jakým způsobem a kam přispívají?
Jaký je jich názor na dárcovství a dobrovolnictví?
Podporuje jejich zaměstnavatel dárcovství nebo dobrovolnictví?

NAKOLIK JE PRO ČECHY DŮLEŽITÉ POMÁHAT LIDEM, KTEŘÍ TO POTŘEBUJÍ (%)

8 z 10 Čechů považuje za důležité pomáhat lidem, kteří to potřebují. Dobrou zprávou je, že v okamžicích krize, jako například loni po vypuknutí války na Ukrajině, se tento podíl zvyšuje.



Otázka: Q14. Do jaké míry je pro Vás osobně důležité pomáhat lidem, kteří to potřebují?
Báze: N(2022)=1003, N(2023)=1007
Interpretace: ↑ ↓ Signifikantně vyšší/nížší než předchozí období, hladina významnosti 95%
DŮLEŽITÉ = velmi důležité + docela důležité

ČEŠI A DÁRCOVSTVÍ – SEGMENTY POPULACE

Polovina Čechů se pravidelně ve větší míře zapojuje do dárcovství a dobrovolnictví (Aktivisti, Dobrovolníci a Dárci).
Dalších 34 % přispívá nárazově drobným finančním příspěvkem, nákupem nebo darováním věcí.

AKTIVISTI



Dlouhodobě pravidelně přispívají, věnují svůj čas i věci, pomáhat druhým je pro ně velmi důležité

10%

Spíše vzdělanější lidé, muži i ženy

DOBROVOLNÍCI



Věnují především svůj čas (dobrovolnictví pracovní či soukromé, petice), nárazově přispívají finančně

33%

Častěji lidé do 35 let

DÁRCI



Finančně přispívají dlouhodobě, pravidelně, různými způsoby

7%

Častěji vysokoškolsky vzdělaní

IMPULZIVNÍ



Přispívají nárazově, nákupem zboží, drobným příspěvkem nebo darováním věcí

25%

Muži i ženy rovnoměrně

VYKLÍZEČI



Darují staré věci, ale jinak se nezapojují, nepřispívají, připouští, že je potřeba pomáhat

9%

Častěji ženy

NEZÚČASTNĚNÍ (ODMÍTAČI)



Nezapojují se, nepřispívají pomoc druhým pro ně není důležitá

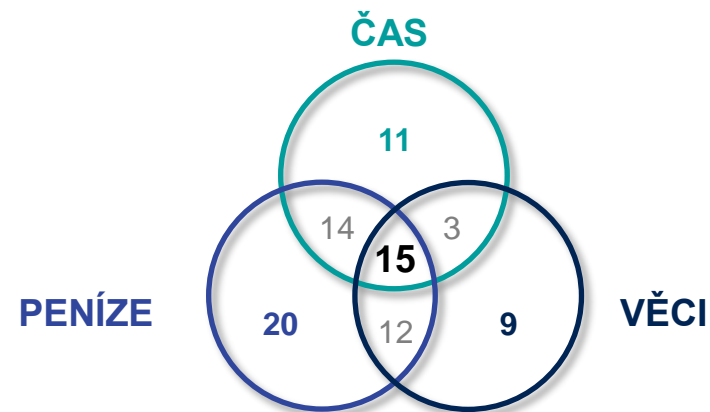
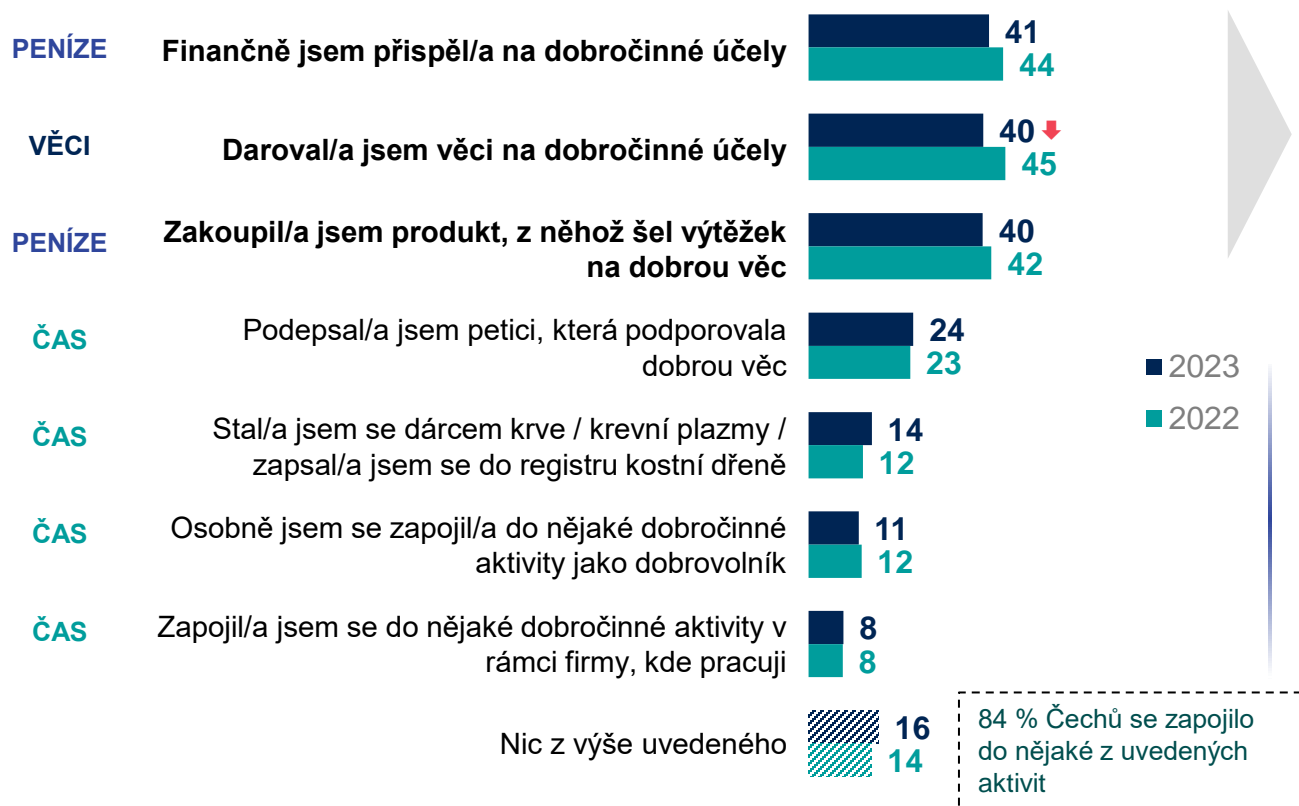
16%

Častěji muži a lidé s nižším vzděláním

JAK SE ČEŠI ZAPOJUJÍ DO DOBROČINNOSTI (%)

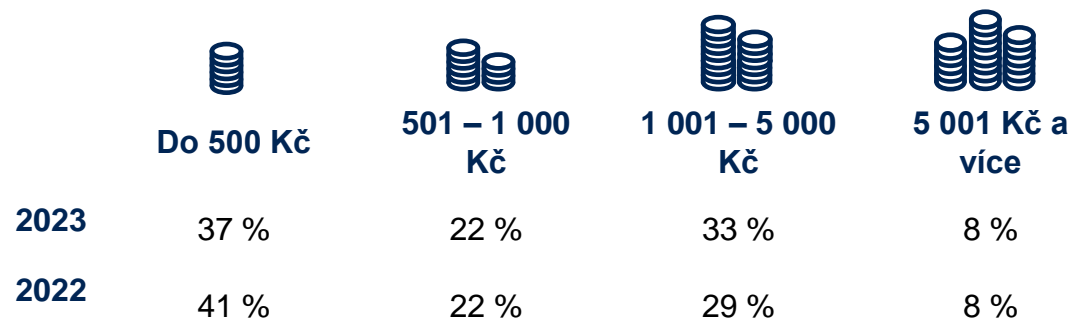
84 % Čechů se v uplynulém roce zapojilo do nějaké z uvedených dobročinných aktivit. 4 z 10 finančně přispěli, stejný podíl daroval věci nebo si zakoupil produkt pro dobrou věc.

JAK SE V POSLEDNÍM ROCE ZAPOJILI DO DOBROČINNÝCH AKTIVIT?



JAKOU ČÁSTKU V UPLYNULÉM ROCE VĚNOVALI?

Pouze ti, kteří v uplynulém roce finančně přispěli



Otázka:

Q6. Podnikl/a jste v uplynulém roce některou z následujících aktivit?

Q7. Jakou částku jste Vy osobně v uplynulém roce věnoval/a na dobročinné účely? Uveďte, prosím, celkovou částku za celý rok.

Báze: Q6: N(2022)=1003, N(2023)=1007; Q7: Ti, kteří v posledním roce finančně přispěli N(2022)=444, N(2023)=413

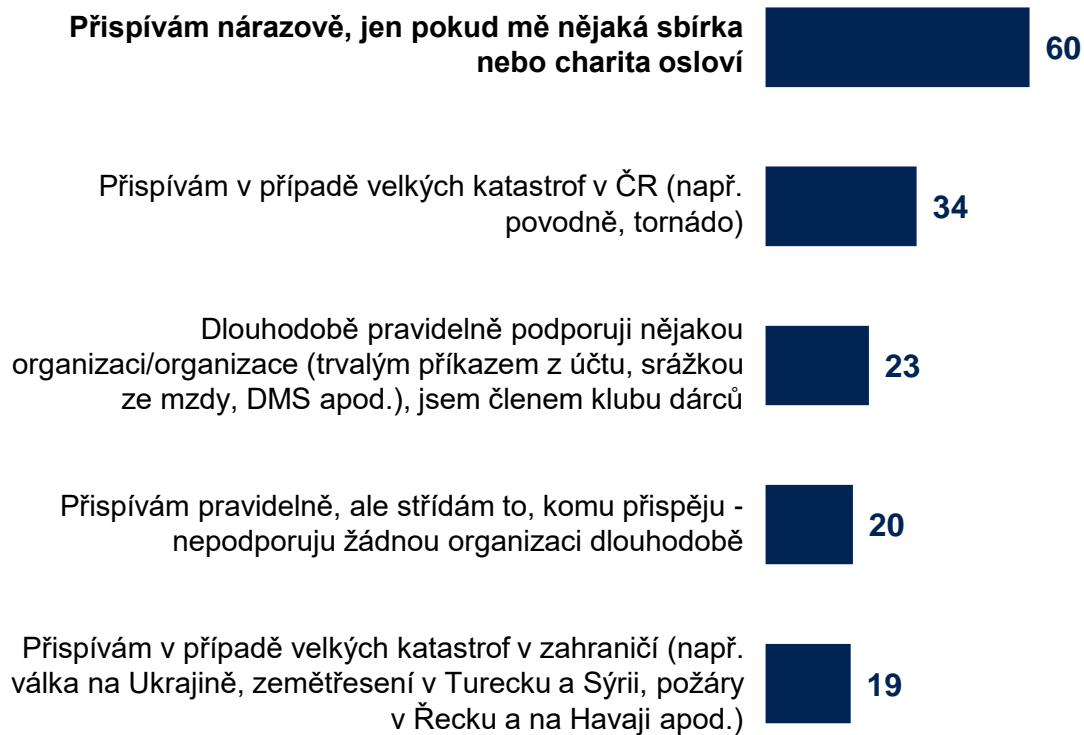
Interpretace: ↑ ↓ Signifikantně vyšší/nížší než minulé období, hladina významnosti 95%

JAK ČEŠI FINANČNĚ PŘÍSPÍVAJÍ NA DOBROČINNOST (%)

Dárci přispívají hlavně nárazově, pokud je oslovení nějaká sbírka nebo charita, nebo v případě velkých katastrof. Jejich pomoc směřuje primárně na pomoc v rámci ČR. Necelá čtvrtina dárců (tedy desetina populace) podporuje dlouhodobě nějakou konkrétní organizaci.

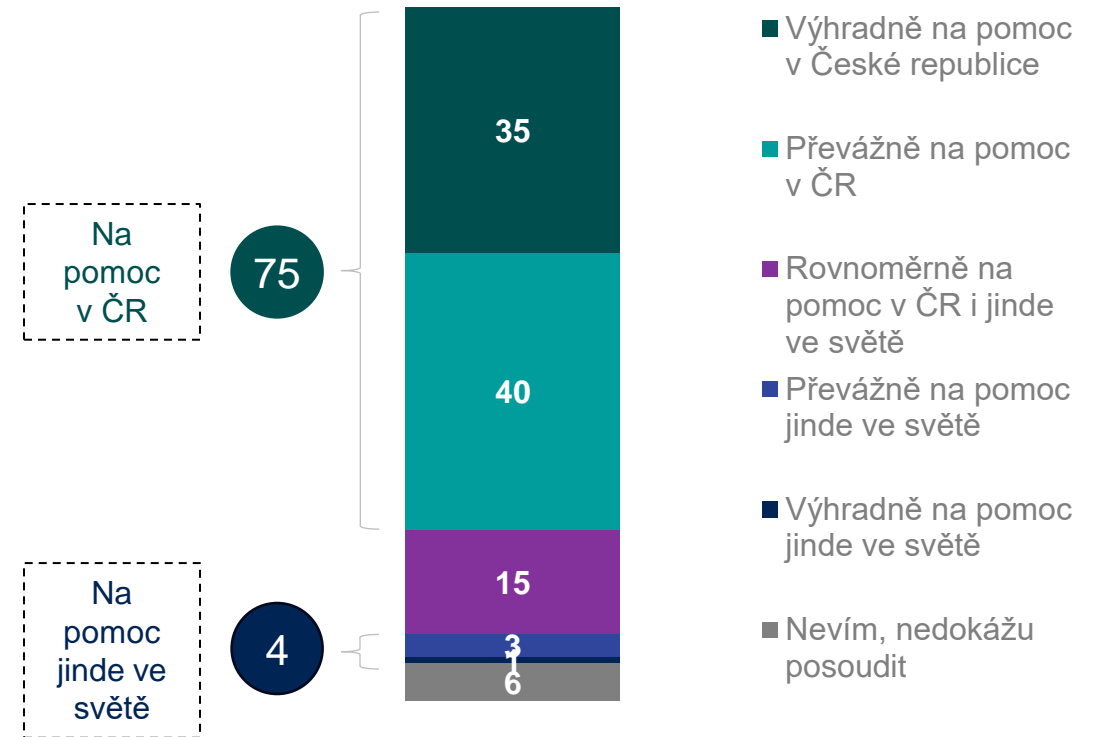
JAKÝM ZPŮSOBEM FINANČNĚ PŘÍSPÍVAJÍ?

Pouze ti, kteří v uplynulém roce finančně přispěli



KAM JEJICH FINANČNÍ PŘÍSPĚVKY SMĚRUJÍ?

Pouze ti, kteří v uplynulém roce finančně přispěli



Otázka: Q33. Který/které z těchto výroků nejlépe vystihují, jakým způsobem finančně přispíváte? Q34. Kam směřují Vaše finanční příspěvky na dobročinnost?
Báze: Ti, kteří v posledním roce finančně přispěli N=413

OBLASTI, NA KTERÉ FINANČNĚ PŘISPĚLI (%)

Jednoznačnou prioritou je pro české dárce pomoc dětem. Silně rezonuje také péče o handicapované a zvířata. Vlnu solidarity vyvolávají živelné katastrofy či humanitární krize na Ukrajině.

Pouze ti, kteří v uplynulém roce finančně přispěli



Otázka:

Q10. Na jaké oblasti jste v uplynulém roce nejvíce přispěl/a?

Báze:

Ti, kteří v posledním roce finančně přispěli N(2022)=444, N(2023)=413

Interpretace:

↑ ↓ Signifikantně vyšší/nížší než minulé období, hladina významnosti 95%

*/** Odlíšné znění odpovědí v roce 2022 (*Pomoc spojená s tornádem na Moravě; **Uprchlíká krize spojená s válkou na Ukrajině)

Donio Přihlášení 🔍 ☰

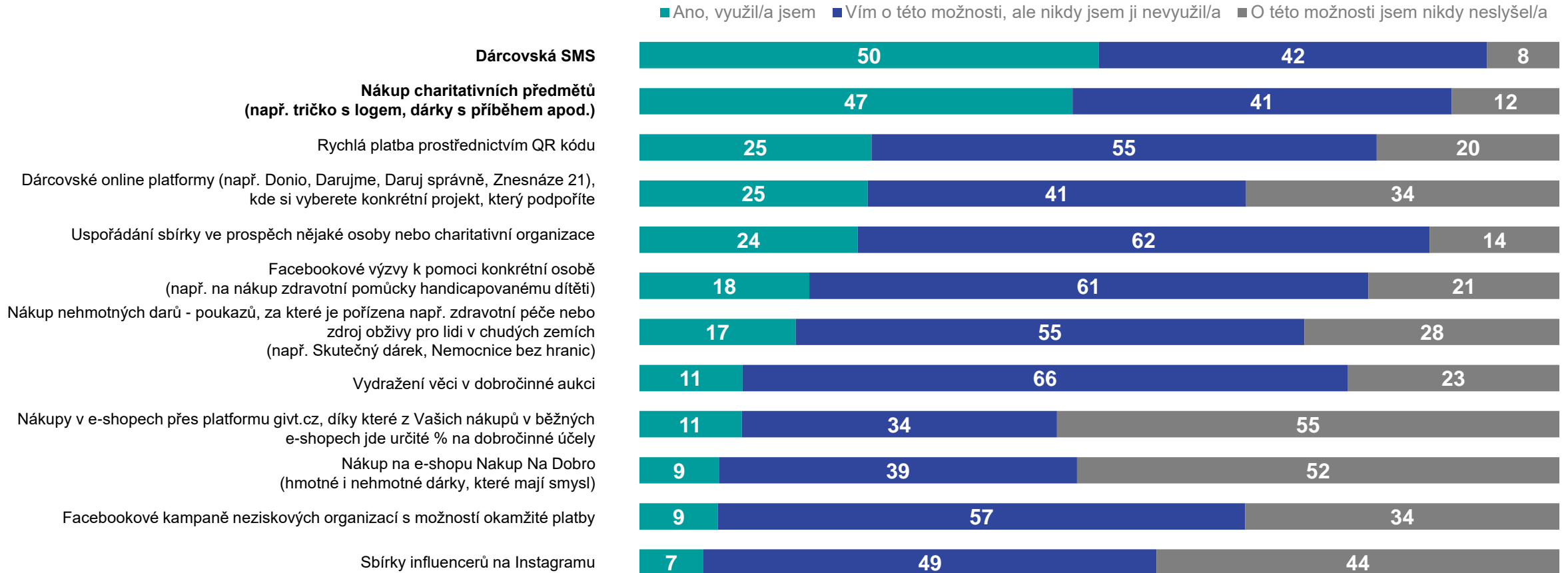
ÚSPĚŠNĚ VYBRÁNO:

Martínek může díky Vám podstoupit léčbu v zahraničí

Vybráno **151 283 399 Kč**
z 100 000 000 Kč

JAKÝMI ZPŮSOBY ČEŠI FINANČNĚ PŘISPÍVAJÍ (%)

Nejpopulárnějšími formami příspěvku zůstávají dárcovské SMS a nákup charitativních předmětů. Čtvrtina Čechů má zkušenost s přispíváním skrze dárcovské platformy (např. Donio) nebo se zasláním příspěvku přes QR kód.



Otázka: Q31. Využil/a jste někdy tyto způsoby dárcovství?
 Báze: N=1007

5 NEJVYUŽÍVANĚJŠÍCH ZPŮSOBŮ DÁRCOVSTVÍ PODLE VĚKOVÝCH SKUPIN (%)

Využívané způsoby přispívání nejsou dramaticky odlišné napříč generacemi. QR platby či dárcovské platformy jsou relevantní i pro střední a starší generaci.



Otázka: Q31. Využil/a jste někdy tyto způsoby dárcovství?
 Báze: 18-24 N=104, 25-35 N=195, 35-44 N=247, 45-54 N=238, 55-65 N=223
 Interpretace: ▲ Signifikantně vyšší výsledek ve srovnání s další věkovou podskupinou/podskupinami, hladina významnosti 95 %

5 NEJVYUŽÍVANĚJŠÍCH ZPŮSOBŮ DÁRCOVSTVÍ PODLE SEGMENTŮ POPULACE (%)

Aktivisti a dárci mají logicky největší zkušenosti s různými způsoby přispívání. Dárci často využívají nákupu nehmotných darů (certifikátů).

AKTIVISTI

Ano, využil jsem...

Dárcovská SMS

▲ 75 %

Nákup charitativních
předmětů

▲ 64 %

Dárcovské online
platformy

▲ 49 %

Uspořádání sbírky

▲ 46 %

Rychlá QR platba

▲ 41 %

DOBROVOLNÍCI

Ano, využil jsem...

Dárcovská SMS

▲ 54 %

Nákup charitativních
předmětů

53 %

Rychlá QR platba

▲ 28 %

Dárcovské online
platformy

▲ 28 %

Uspořádání sbírky

24 %

DÁRCI

Ano, využil jsem...

Nákup charitativních
předmětů

▲ 69 %

Dárcovská SMS

▲ 68 %

Rychlá QR platba

▲ 41 %

Dárcovské online
platformy

▲ 38 %

Nákup nehmotných darů

▲ 37 %

IMPULZIVNÍ

Ano, využil jsem...

Dárcovská SMS

▲ 53 %

Nákup charitativních
předmětů

50 %

Dárcovské online
platformy

▲ 26 %

Uspořádání sbírky

25 %

Rychlá QR platba

24 %

VYKLÍZEČI

Ano, využil jsem...

Nákup charitativních
předmětů

41 %

Dárcovská SMS

39 %

Uspořádání sbírky

18 %

Rychlá QR platba

18 %

Dárcovské online
platformy

12 %

Otázka:

Q31. Využil/a jste někdy tyto způsoby dárcovství?

Báze:

Aktivisti N=101; Dobrovolníci N= 332; Dárci N= 71; Impulzivní N= 252; Vyklízeči N=90

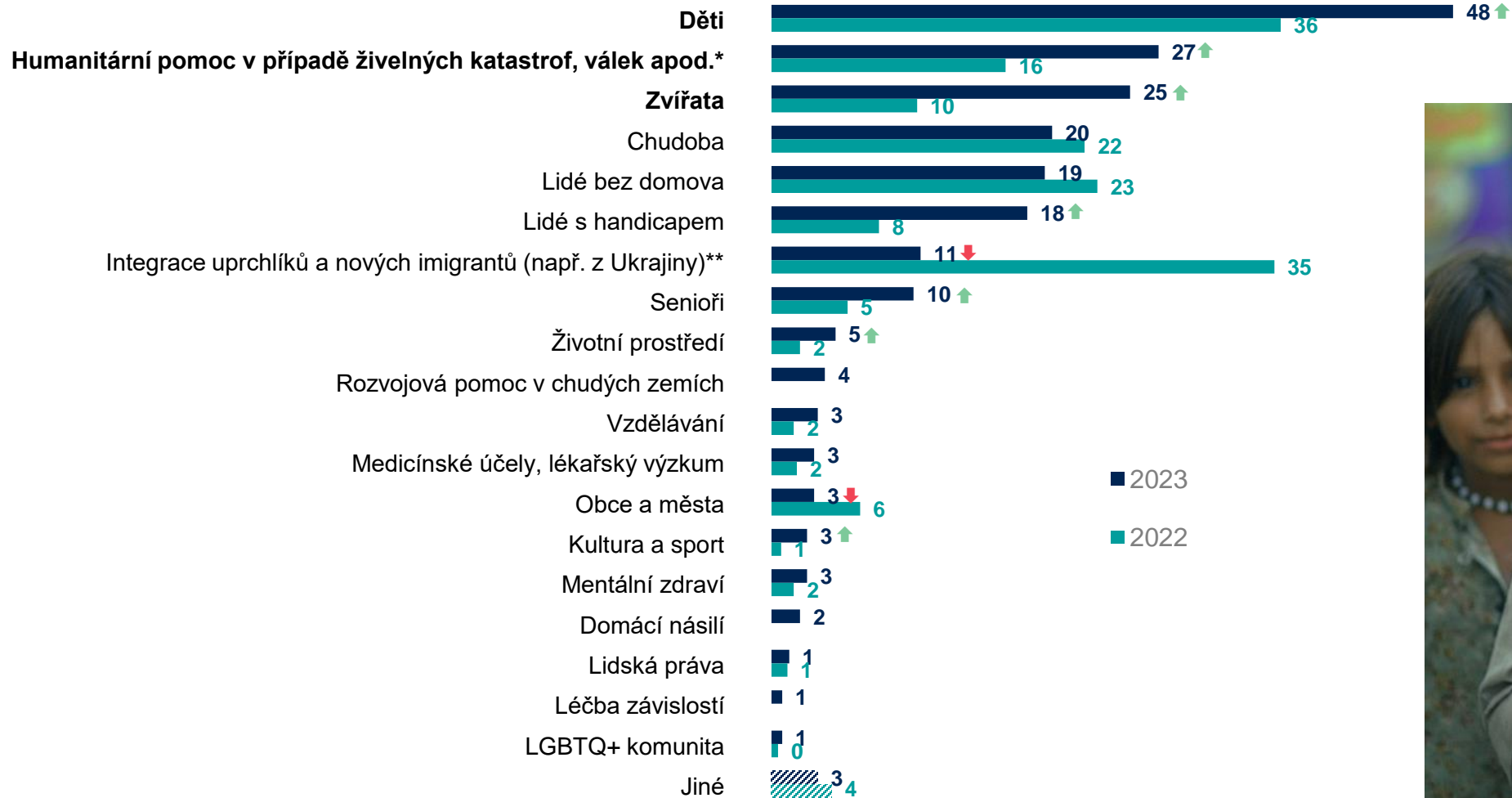
Interpretace:

▲ Signifikantně vyšší výsledek ve srovnání s dalším segmentem s výjimkou segmentu „Nezúčastnění/odmítači“, hladina významnosti 95 %

OBLASTI, NA KTERÉ DAROVALI VĚCI (%)

Rok 2022 byl ve znamení pomoci novým uprchlíkům z Ukrajiny. V roce 2023 je patrný návrat k materiální pomoci dětem, zvířatům, handicapovaným a obětem katastrof a válek obecně.

Pouze ti, kteří v uplynulém roce darovali věci



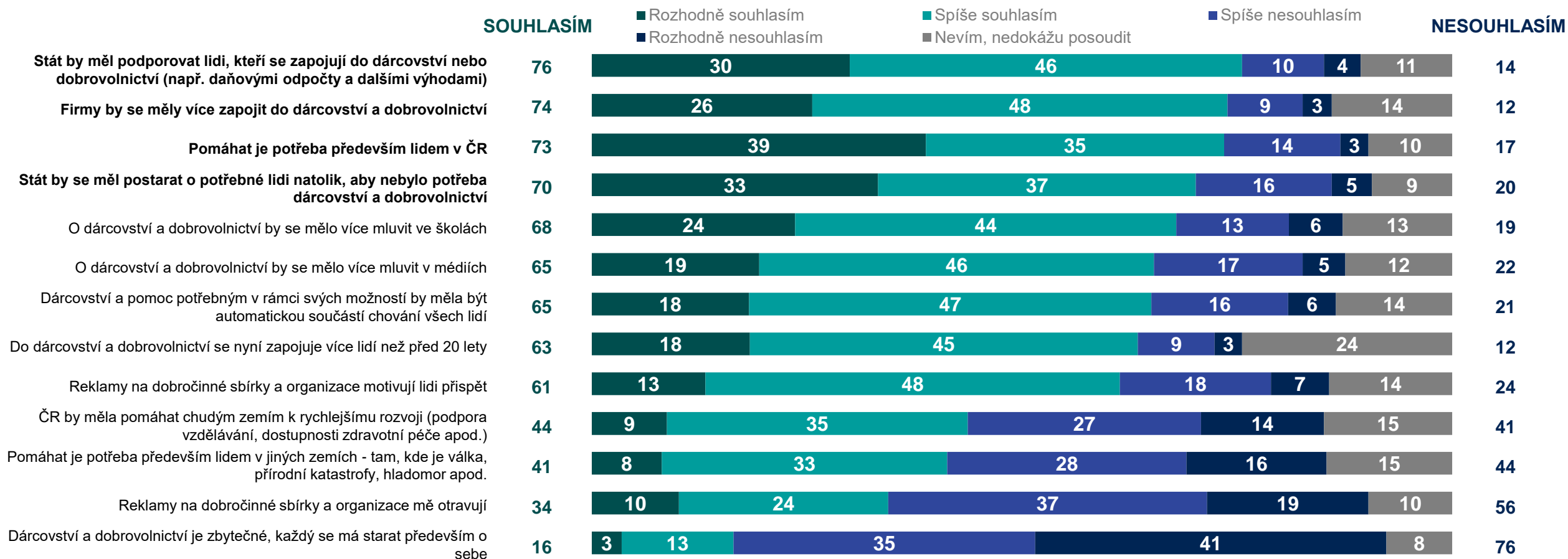
Otázka: Q26. Uvedl/a jste, že jste daroval/a věci na dobročinné účely. Na jakou oblast jste tyto věci daroval/a?
 Báze: Ti, kteří v posledním roce darovali věci N(2022)=449, N(2023)=400

Interpretace: ↑ ↓ Signifikantně vyšší/nížší než minulé období, hladina významnosti 95%

*/** Odlišné znění odpovědí v roce 2022 (*Pomoc spojená s tornádem na Moravě; **Uprchlíká krize spojená s válkou na Ukrajině)

POSTOJE K DÁRCOVSTVÍ A DOBROVOLNICTVÍ (%)

Češi soudí, že stát by měl být schopen zajistit pomoc potřebným na svém území a zároveň podporovat lidi, kteří se zapojují do dárcovství. Pomáhat by měly také firmy. Rozvojová a humanitární pomoc v zahraničí má nižší podporu.



Otázka: Q36. Do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími tvrzeními?

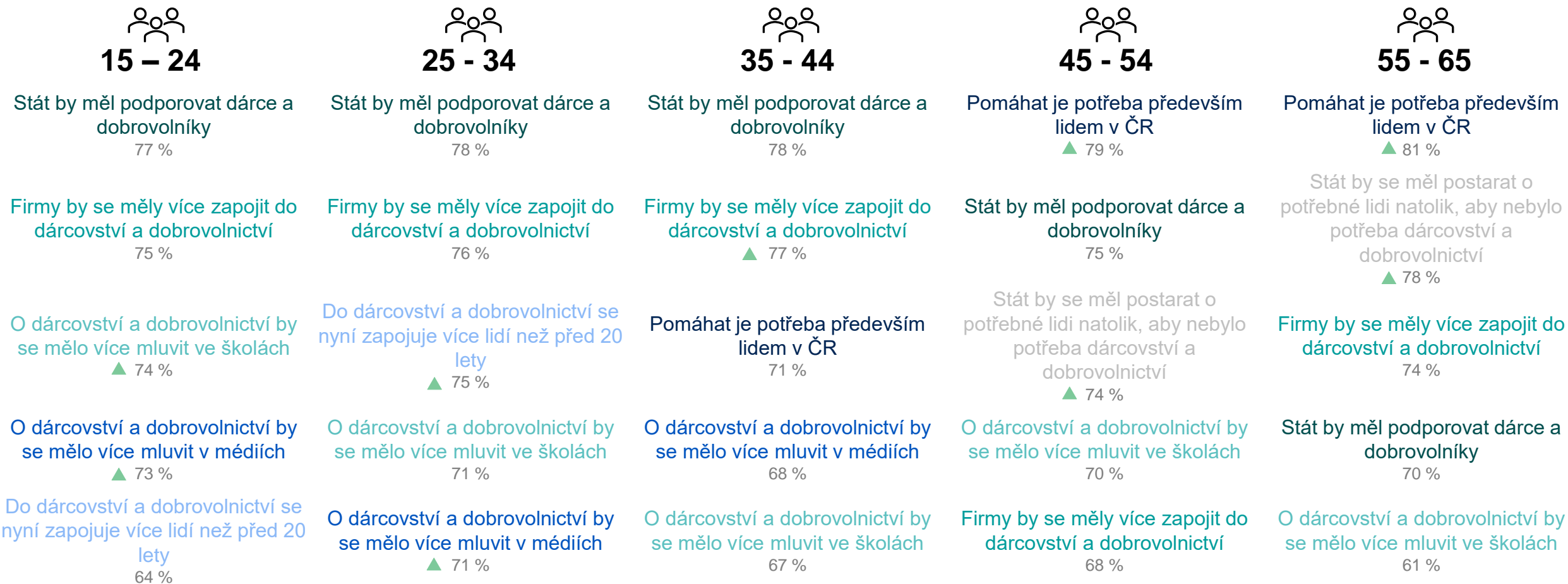
Báze: N=1007

Interpretace: SOUHLASÍM = rozhodně souhlasím + spíše souhlasím; NESOUHLASÍM = rozhodně nesouhlasím + spíše nesouhlasím



5 NEJSDÍLENĚJŠÍCH POSTOJŮ K DÁRCOVSTVÍ PODLE VĚKOVÝCH SKUPIN (%)

Důraz na pomoc v ČR a roli státu je patrný zejména u střední a starší generace. Mladší lidé častěji volají po podpoře dárců a dobrovolníků, zapojení firem a větší medializaci tématu.



Otázka: Q36. Do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími tvrzeními?

Báze: 18-24 N=104, 25-35 N=195, 35-44 N=247, 45-54 N=238, 55-65 N=223

Interpretace: ▲ Signifikantně vyšší výsledek ve srovnání s další věkovou podskupinou/podskupinami, hladina významnosti 95 %

5 NEJSDÍLENĚJŠÍCH POSTOJŮ K DÁRCOVSTVÍ PODLE SEGMENTŮ POPULACE (%)

Většina Aktivistů a Dárců bere pomoc potřebným jako automatickou součást svého života, přesto by ocenili větší podporu svých aktivit ze strany státu, firem i médií.

AKTIVISTI

Stát by měl podporovat dárcce a dobrovolníky
▲ 87 %

Firmy by se měly více zapojit do dárcovství a dobrovolnictví
84 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit ve školách
83 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit v médiích
▲ 81 %

Dárcovství a pomoc potřebným by měla být automatickou součástí chování
▲ 79 %

DOBROVOLNÍCI

Stát by měl podporovat dárcce a dobrovolníky
80 %

Firmy by se měly více zapojit do dárcovství a dobrovolnictví
78 %

Pomáhat je potřeba především lidem v ČR
76 %

Stát by se měl postarat o potřebné lidi natolik, aby nebylo potřeba dárcovství a dobrovolnictví
▲ 74 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit ve školách
71 %

DÁRCI

Firmy by se měly více zapojit do dárcovství a dobrovolnictví
▲ 92 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit ve školách
▲ 90 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit v médiích
▲ 83 %

Dárcovství a pomoc potřebným by měla být automatickou součástí chování
▲ 83 %

Stát by měl podporovat dárcce a dobrovolníky
82 %

IMPULZIVNÍ

Stát by měl podporovat dárcce a dobrovolníky
79 %

Firmy by se měly více zapojit do dárcovství a dobrovolnictví
79 %

Stát by se měl postarat o potřebné lidi natolik, aby nebylo potřeba dárcovství a dobrovolnictví
▲ 75 %

Pomáhat je potřeba především lidem v ČR
74 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit ve školách
71 %

VYKLÍZEČI

Pomáhat je potřeba především lidem v ČR
▲ 87 %

Stát by měl podporovat dárcce a dobrovolníky
79 %

Firmy by se měly více zapojit do dárcovství a dobrovolnictví
73 %

Stát by se měl postarat o potřebné lidi natolik, aby nebylo potřeba dárcovství a dobrovolnictví
71 %

O dárcovství a dobrovolnictví by se mělo více mluvit ve školách
68 %

ODMÍTAČI

Pomáhat je potřeba především lidem v ČR
67 %

Stát by se měl postarat o potřebné lidi natolik, aby nebylo potřeba dárcovství a dobrovolnictví
64 %

Stát by měl podporovat dárcce a dobrovolníky
48 %

Firmy by se měly více zapojit do dárcovství a dobrovolnictví
43 %

Reklamy na dobročinné sbírky a organizace mě otravují
▲ 43 %

Otázka: Q36. Do jaké míry souhlasíte nebo nesouhlasíte s následujícími tvrzeními?

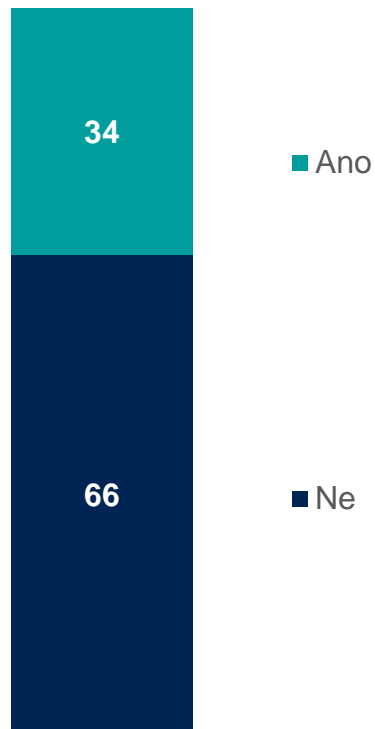
Báze: Aktivisti N=101; Dobrovolníci N= 332; Dárci N= 71; Impulzivní N= 252; Vyklízeči N=90

Interpretace: ▲ Signifikantně vyšší výsledek ve srovnání s dalším segmentem s výjimkou segmentu „Nezúčastnění/odmítači“, hladina významnosti 95 %

PODPORA DÁRCOVSTVÍ A DOBROVOLNICTVÍ ZE STRANY ZAMĚSTNAVATELE (%)

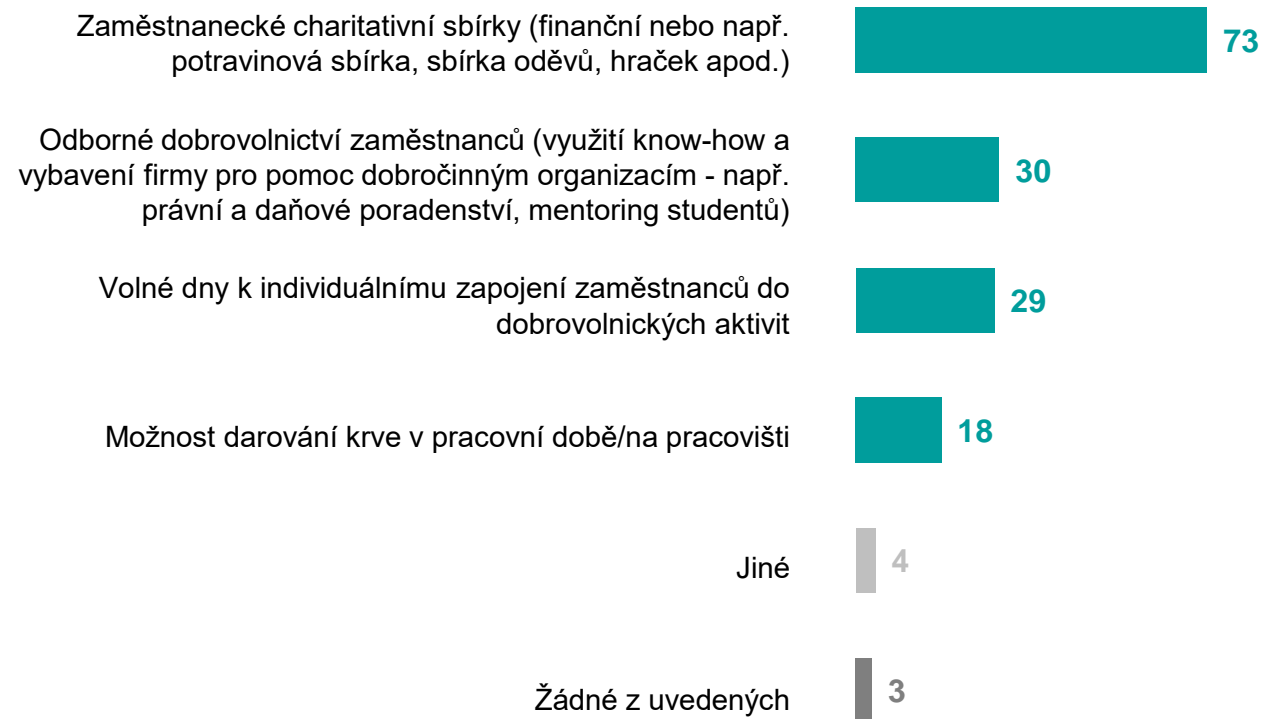
Jen třetina zaměstnanců se setkala s podporou dárcovství nebo dobrovolnictví ze strany zaměstnavatele – typicky ve formě zaměstnanecké charitativní sbírky (finanční nebo věcné).

PODPORUJE ZAMĚSTNAVATEL DÁRCOVSTVÍ NEBO DOBROVOLNICTVÍ?



KTERÉ INICIATIVY ZAMĚSTNAVATEL PODPORUJE?

Pouze ti, jejichž zaměstnavatel podporuje dárcovství nebo dobrovolnictví



Otázka: Q30. Máte zkušenost s podporou dárcovství nebo dobrovolnictví ze strany svého zaměstnavatele? Q35. Které z těchto iniciativ Váš zaměstnavatel podporuje?
Báze: Q30: N=1007; Q35: Ti, jejichž zaměstnavatel podporuje dárcovství nebo dobrovolnictví N=293



Tereza HORÁKOVÁ

Associate Director Ipsos BHT

tereza.horakova@ipsos.com
GSM: +420 725 802 698



Markéta KNEBLÍKOVÁ

Communications & PR Manager

marketa.kneblikova@ipsos.com
GSM: +420 724 601 242

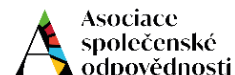
O SPOLEČNOSTI IPSOS

Ipsos je výzkumnou, technologickou a konzultační společností. Výzkumu trhu se Ipsos věnuje 30 let a je největší agenturou na českém trhu. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě a sídlí zde i vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko).

Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a kvalitativní výzkum.

Ipsos je členem organizací SIMAR, ESOMAR, MSPA a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.

Více na www.ipsos.cz.



Na Příkopě 22, Slovanský dům, 110 00, Praha 1

www.ipsos.cz

www.ipsos.com



DESIGN STUDIE



METODA SBĚRU DAT

Computer Assisted Self-Interviews
Online strukturované rozhovory



VELIKOST VZORKU

Celkem 1007 respondentů



CÍLOVÁ SKUPINA

18 - 65 let
Reprezentativní vzorek české
populace z hlediska pohlaví, věk,
region a VMB



ZEMĚ

Česká republika
14 krajů



DOTAZNÍK

Délka dotazníku 10 minut



ZKOUMANÁ TÉMATA

Postoj Čechů k dobročinnosti
Formy zapojení
Zkušenost s různými formami
finančních příspěvků
Povědomí o Giving Tuesday



VÝSTUPY

Finální report v PPT



SBĚR DAT

Sběr dat realizovaný v období
12. – 21. 9. 2023