

## Пресс-релиз

### **Почти 40 процентов людей в мире как минимум раз в месяц работают на благо других**

30 ноября 2016

Наталья Игнатьева  
[Natalia.Ignatyeva@gfk.com](mailto:Natalia.Ignatyeva@gfk.com)  
+7 926 762 7336  
7 495 937 7222 (доб.1183)

Александр Федотов  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)  
+ 7 495 937 7222 (доб.1423)

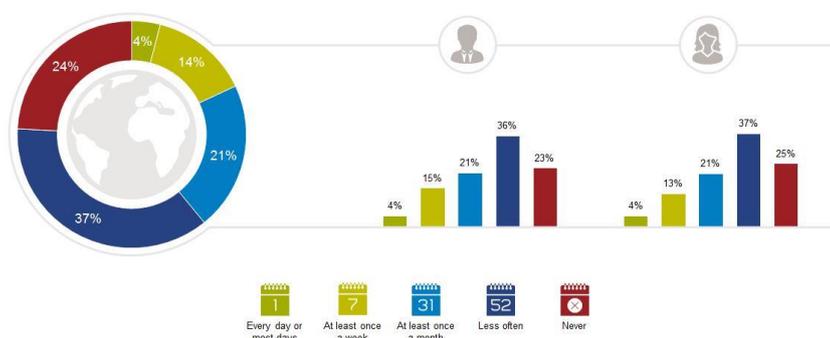
- **Мексика, США и Нидерланды лидируют по количеству людей, которые часто бесплатно выполняют общественно-полезную работу**
- **В России каждый десятый как минимум раз в неделю помогает другим и каждый третий – как минимум раз в месяц**

**Нюрнберг – Москва, 30 ноября 2016 – В преддверии Нового года и Рождества хочется верить, что традиции волонтерства и благотворительности еще сильны. Компания GfK изучила, в каких странах потребители больше готовы помогать другим, участвуя в общественно-полезных инициативах.**

Результаты онлайн-исследования GfK в 17 странах мира, включая Россию, показали, что почти 40% людей являются регулярными волонтерами – то есть выполняют бесплатно общественно-полезную работу как минимум раз в месяц. Это четыре процента, которые работают волонтерами или занимаются благотворительностью каждый день или почти каждый день. Еще 14 процентов трудится на благо общества как минимум раз в неделю. И дополнительно к этому 21 процент помогают другим как минимум раз в месяц. В России регулярным волонтером является каждый третий участник исследования.

Мужчины и женщины практически в равной мере вовлечены в волонтерство и благотворительность, согласно данным исследования GfK, с небольшим перевесом в пользу мужчин. Мужчин оказалось чуть больше среди тех, кто трудится на благо общества как минимум раз в неделю (15 процентов против 13 среди женщин). К тому же, четверть женщин (25 процентов) говорят, что никогда не работают бесплатно и не участвуют в волонтерских инициативах. Среди мужчин таких оказалось 23 процента.

Frequency of helping others or doing volunteer work  
Average across all 17 countries – Total plus breakdown by gender



Source: GfK survey among 22,000 Internet users (ages 15+) in 17 countries – rounded

Чуть больше регулярных волонтеров оказалось в возрастной группе 20-29 – они более склонны помогать другим бесплатно каждый день (6 процентов против 4 процентов в среднем по исследованным странам) или каждый месяц (24 процента). Их доля также высока среди тех, кто готов безвозмездно делать что-то полезное для общества как минимум раз в неделю (17 процентов).

**Мексика, США и Нидерланды лидируют среди стран, где больше всего потребителей, выполняющих неоплачиваемую общественно-полезную работу. За ними следуют Китай, Бразилия и Германия.**

Среди онлайн пользователей в Мексике оказалась самая большая доля регулярных волонтеров (49 процентов – суммарно тех, кто добровольно помогает обществу и людям как минимум раз в месяц, раз в неделю или каждый день). В Америке и Нидерландах таких - 46 и 45 процентов соответственно. В Китае, Бразилии и Германии - соответственно 44, 43 и 40 процентов.

В России 30% онлайн респондентов сообщили, что делают неоплачиваемую общественно-полезную работу. Причем, глобальные тенденции в отношении мужчин и женщин повторяются и в России: мужчины здесь также чуть в большей степени, чем женщины готовы помогать другим.

В странах, где волонтерство не слишком распространено, – Южная Корея, Япония, Франция - соответственно 52, 45 и 38 процентов опрошенных отнесли себя к тем, кто никогда не помогает другим и не участвует в волонтерских инициативах. Среди россиян тех, кто никогда не участвует в волонтерстве - 32%.

Чтобы скачать полную версию исследования, пожалуйста, перейдите по ссылке: <http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/>

### **Об исследовании**

В ходе исследования GfK попросила респондентов ответить как часто они выполняют следующие виды деятельности: помогаю другим /выполняю бесплатно общественно-полезную работу, предложив выбрать вариант ответа: каждый или почти каждый день / Как минимум раз неделю / Как минимум раз в месяц / Редко / Никогда.

Исследование GfK было проведено среди 22 тысяч онлайн респондентов в возрасте от 15 лет (в России – от 16 лет) в 17 странах мира, в том числе и в России. Полевой этап исследования прошел летом 2016 года. Данные репрезентативны аудитории интернет от 15+ лет (в России 16+) в исследованных странах. Страны исследования: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Италия, Япония, Мексика, Нидерланды, Россия, Южная Корея, Испания, Великобритания, США.

### **О компании GfK**

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике 80-летний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское и медиа-поведение, а также продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте [www.GfK.com/ru/](http://www.GfK.com/ru/) и Facebook <https://www.facebook.com/GfKRussia>