

Пресс релиз

Социальная ответственность бизнеса – Что главное?

4 апреля, 2016

Контакты

Наталья Игнатьева

T +7 495 937 7222

Natalia.Ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов

T +7 495 937 7222

Aleksandr.Fedotov@gfk.com

- **Приоритеты потребителей: хорошая работа, высококачественная продукция и ответственное отношение к окружающей среде**
- **Женщины и мужчины по-разному оценивают социальную активность компаний**

Нюрнберг – Москва, 4 апреля 2016 - Обеспечивать людей хорошей работой, производить качественную продукцию и ответственно относиться к окружающей среде – таковы сегодня, по мнению потребителей, три самых важных корпоративных обязательства для любой компании.

GfK публикует результаты исследования среди более чем 27 000 интернет-пользователей из 22 стран мира. Респондентам предлагалось выбрать из предложенного списка три самых важных, на их взгляд, обязательства компаний перед жителями стран: от заботы о здоровье и безопасности персонала до обеспечения хорошего дохода держателям акций.

Мужчины в целом чаще голосуют за экологичность, чем за обеспечение здоровья и безопасности

Как мужчины, так и женщины уверены, что предприятия и компании прежде всего должны предоставлять людям хорошую работу (47 процентов женщин и 46 процентов мужчин) и производить высококачественные продукты или услуги (41 процент мужчин и женщин). По остальным пунктам респонденты не столь единодушны.

Так, для мужчин забота компании об экологии кажется несколько более важной миссией (36 процентов), чем забота о здоровье и безопасности персонала – этот пункт набрал 34 процента. В то же время среди женщин голоса распределились несколько иначе: немного большее число женщин посчитали заботу компаний о здоровье и безопасности работников важнее, чем ответственное отношение к экологии (40 и 39 процентов соответственно).

Еще более серьезные различия в приоритетах мужчин и женщин можно увидеть, просматривая такие пункты, как, например, отношение к инвестициям. Так, инвестиции в исследования и технологии считают важными значительно большее число мужчин, чем женщин: 21 и 13 процентов соответственно.

Великобритания и Бельгия - за честность при выплате налогов

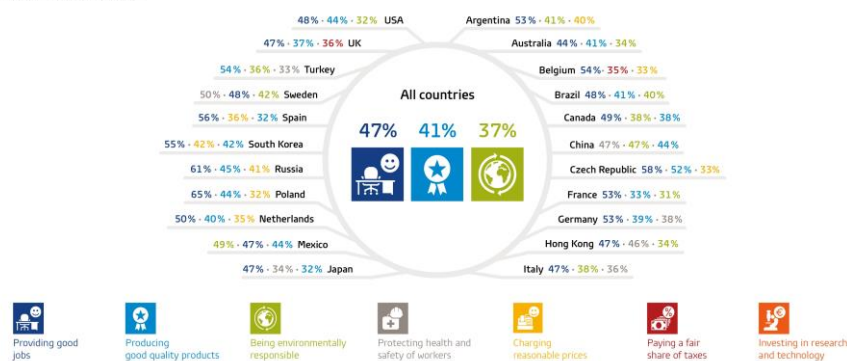
Для жителей Бельгии и Великобритании ответственная компания – это, прежде всего, ответственный налогоплательщик. Более трети онлайн-населения в каждой из стран (35 и 36 процентов соответственно) отметили уплату налогов как важное для компании обязательство, таким образом, в Бельгии этот пункт оказался на втором месте, а в Великобритании – на третьем.

По результатам опросов в Швеции, Китае и Гонконге забота о здоровье и безопасности сотрудников вошла в топ-3 самых важных обязательств, которые несет бизнес. Этот вариант отметили 50 процентов жителей Швеции, 47 процентов – Китая и 46 процентов – Гонконга.

MOST IMPORTANT RESPONSIBILITIES OF COMPANIES



Top 3 mentions by country



Инфографика в полном размере:

http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/Global/images/Infographics/Responsibilities-Companies-Countries_Web-RGB_GfK-Infographic.jpg

Комментирует Марина Безуглова, заместитель генерального директора GfK Rus, глава Комитета по маркетингу и корпоративной стратегии Ассоциации менеджеров: «Результаты исследования GfK могут помочь компаниям оптимизировать программы корпоративной социальной ответственности таким образом, чтобы они отвечали на самые важные проблемы, волнующие общество в конкретной стране».

В России, как и в большинстве стран мира потребители ожидают от бизнеса в первую очередь обеспечения рабочими местами и предоставления качественной продукции. А отличает россиян существенно большее внимание к социальным программам бизнеса. Также россияне ценят стремление компаний предлагать справедливые цены на свою продукцию.

Социальная ответственность бизнеса



% людей, которые выбрали три значимых утверждения для компании на сегодняшний день



Чтобы скачать полную версию исследования в 22 странах, перейдите по ссылке: www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/

Примечание

Вопросы, заданные в ходе исследования:

Ниже перечислены несколько видов обязательств предприятий перед населением России. Выберите те ТРИ обязательства, которые кажутся Вам наиболее важными для компаний ИЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ в настоящее время.

Пожалуйста, выберите максимум 3 ответа.

1. Предоставление хорошей работы для людей
2. Инвестирование в исследования и технологии
3. Ответственное отношение к экологии
4. Производство высококачественных товаров или услуг
5. Уплата установленных налогов
6. Забота о здоровье и безопасности работников
7. Наличие социальных программ
8. Поддержка местного населения
9. Правдивая реклама
10. Установление разумных цен на товары и услуги
11. Предоставление хороших доходов держателям акций
12. Помощь в получении образования
13. Благотворительная деятельность

14. Другое (запишите)
15. Ни одно из вышеперечисленных
16. Затрудняюсь ответить

Об исследовании

GfK провела онлайн опрос среди 27 тыс. потребителей в возрасте от 15 лет (от 16 лет в России) в 22 странах мира. Полевой этап исследования завершился в июне 2015, полученные данные были взвешены для отображения демографического состава онлайн-населения в возрасте 15+ (в России: 16+). Страны, принявшие участие в исследовании: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Чехия, Франция, Германия, Гонконг, Италия, Япония, Мексика, Нидерланды, Польша, Россия, Южная Корея, Испания, Швеция, Турция, Великобритания и 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 многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и 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/ или в Твиттере GfK: https://twitter.com/GfK_Rus.