

Wolontariat coraz popularniejszy w Polsce

Polacy coraz chętniej pomagają innym, co pokazuje sukces takich inicjatyw jak Szlachetna Paczka lub Finał WOŚP. Jak wynika z raportu World Giving Index 2013¹, z roku na rok, w Polsce coraz więcej osób deklaruje podejmowanie dobrowolnych działań. Nadal zdecydowanie częściej decydujemy się dzielić pieniędzmi niż swoim czasem, jednak jak pokazuje najnowszy ranking Charities Aid Foundation's coraz chętniej podejmujemy również prace w roli wolontariuszy. Sposobem na propagowanie tej formy charytatywnej pomocy jest wolontariat pracowniczy. Jak pokazują badania² Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy prawie 74 proc. ankieterowanych pracowników po raz pierwszy zetknęło się z wolontariatem.

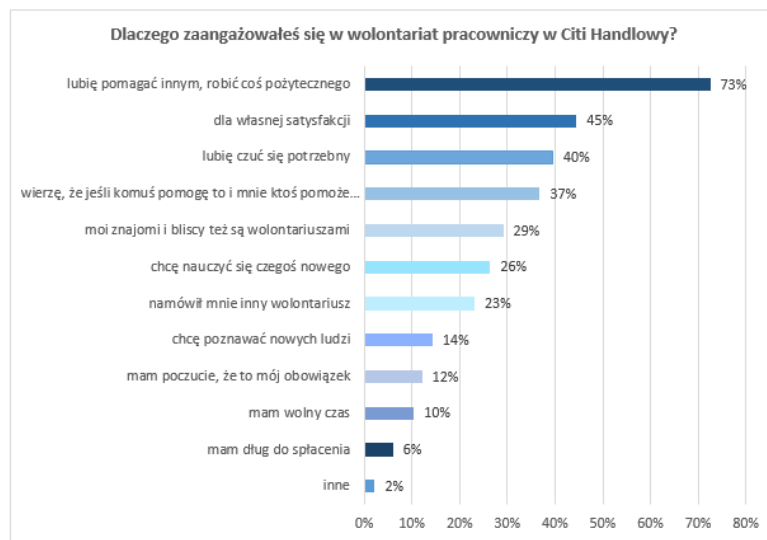
World Giving Index jest raportem publikowanym co roku przez organizację Charities Aid Foundation's (CAF) na podstawie badań i danych Instytutu Gallupa. Jak wynika z ostatniej edycji badania Polacy nadal dość niechętnie angażują się w pomoc innym. Mniej niż 1/3 z nas, a dokładnie 27 proc. deklaruje, że pomaga innym. Daleko nam do czołówki, w której znaleźli się Amerykanie, spośród których aż 61 proc. deklaruje działania charytatywne oraz zajmujące ex aequo drugie miejsce Kanada, Nowa Zelandia, Irlandia oraz egzotyczny Mjanmar, gdzie 58 proc. mieszkańców pomaga innym. Najnowsze wyniki tego badania napawają jednak dużym optymizmem – w ciągu roku zwiększył się udział Polaków zaangażowanych w wolontariat. Już 12 proc. spośród nas deklaruje, że w ten sposób pomaga innym, podczas gdy rok wcześniej 8 proc. Polaków wybrało tę odpowiedź. Dało to nam awans aż o 19. miejsc w rankingu.

Rosnąca popularność prac wolontariackich w Polsce to bardzo dobra wiadomość. Ważną rolę w procesie budowania większego zaangażowania we wsparcie społeczności mogą odgrywać firmy poprzez wspieranie wolontariatu wśród pracowników. Jak wynika z naszych badań to właśnie inspiracja ze strony pracodawcy powoduje, że ludzie chętniej się angażują w tego typu działania – mówi Krzysztof Kaczmar, Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy.

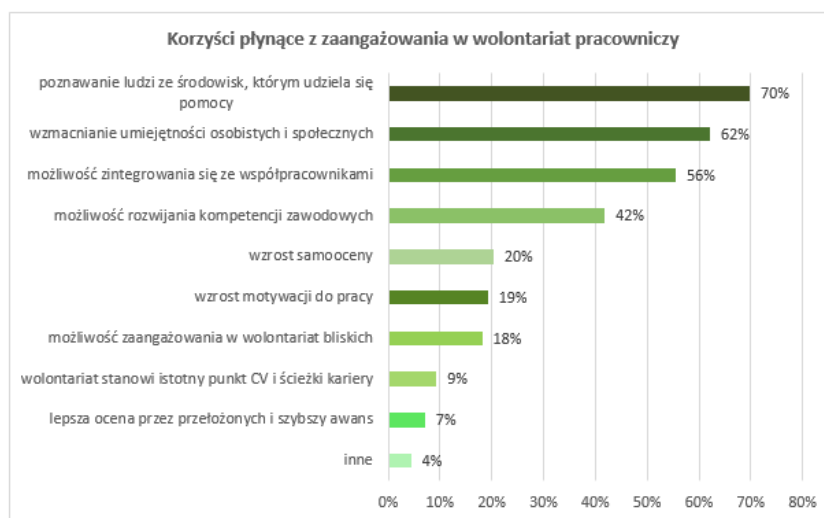
Z drugiej edycji badania, przeprowadzonego przez Fundację, wynika, że aż 74 proc. przebadanych osób po raz pierwszy zetknęło się z tego typu pracą dzięki programowi wolontariatu pracowniczego w Citi Handlowy. Uczestników pytano również o powody, dla których angażują się w tę formę pomocy – 73 proc. mówi, że kierowała nimi chęć pomagania innym i robienia czegoś pożytecznego, 45 proc. wskazało poczucie satysfakcji, będącą główną przyczyną zaangażowania w wolontariat. Trzecim najczęściej wymienianym czynnikiem było poczucie bycia potrzebnym (40 proc.). Zdaniem 94 proc. ankieterowanych wolontariat pracowniczy pozytywnie wpływa na postrzeganie Citi Handlowy jako ich pracodawcy.

¹ Za: Charities Aid Foundation, World Giving Index. A global view of giving trends, grudzień 2013

² Badanie ankietowe uczestników Programu Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowy zostało przeprowadzone w okresie maj-lipiec 2013 r. Celem badania było zgromadzenie danych potrzebnych do efektywnego rozwijania Programu Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowy. Większość odpowiedzi nie sumuje się do 100% ponieważ przy większości pytań ankieterowani byli proszeni o wybór do trzech najbardziej odpowiadającym im odpowiedzi.



Co ważne wolontariusze biorący udział w badaniu potrafili także wskazać korzyści, które czerpią dzięki zaangażowaniu w wolontariat - 70 proc. ankietowanych uważa za najważniejszą z nich jest poznawanie ludzi ze środowisk, którym udziela się pomocy. Drugą, wybraną przez 62 proc. respondentów, zaletą zaangażowania w tego typu prace jest wzmocnienie umiejętności osobistych i społecznych.



Możliwość przebywania z inni ludźmi jest dodatkową motywacją do działania – 93 proc. badanych wolontariuszy woli pracować w grupie. Co ważne, prace w ramach wolontariatu pomagają również na zintegrowanie grupy pracowników. Jak wskazało 56 proc. osób, integracja z współpracownikami jest jedną z głównych korzyści wolontariatu pracowniczego – dodaje Krzysztof Kaczmar, Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga.

Dodatkowych informacji udzielają:

Dorota Szostek - Rustecka, Dyrektor Biura Prasowego Citi Handlowy, tel. (+48 22) 690 10 49,
e-mail: dorota.szostekrustecka@citi.com

Krzysztof Kaczmar, Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, tel. 501 128 882, e-mail: krzysztof.kaczmar@kronenberg.org.pl

Działająca od 1996 roku **Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy** wspiera w imieniu Banku prace na rzecz dobra publicznego w obszarach tematycznych takich jak: edukacja, rozwój lokalny i ochrona dziedzictwa kulturowego. Realizowane przez nią działania obejmują m.in. program edukacji finansowej dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych *Moje Finanse* organizowany wspólnie z NBP i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości; Wolontariat Pracowniczy (program zaangażowania pracowników Citi Handlowy w wybrane przedsięwzięcia społeczne), konkursy: Mikroprzedsiębiorca Roku i o Nagrodę Banku Handlowego w Warszawie SA za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów oraz Nagrodę im. prof. Aleksandra Gieyszтора za osiągnięcia w dziedzinie ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego.

Bank Handlowy w Warszawie S.A. to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 20 tys. klientów korporacyjnych i 869 000 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 87 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach na całym świecie.

Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl