

A Közösségi Kapcsolatok Egyesülete és az Agenda Setting cég készített egy felmérést a 2006-os előírás hatásáról és kihasználásáról a 2006-os kampány tükrében.

A kutatás keretében a következőket vizsgálták:

- a 2%-os előírás hatása,
- a nonprofit szervezetek kampányainak sikerességét befolyásoló stratégiák,
- javaslatok kidolgozása a törvényes keret és a végrehajtási rendelet javítása érdekében.

Kvantitatív érsz Kolozsvárott zajlott. 679 személyt kérdeztek meg.

Kvalitatív: 8 fókuszcsoport: Bukarest (2), Kolozsvár (2), Szatmár (2), Brassó és Torda.

Főbb mennyiségi adatok:

- a kolozsváriak 34%-a ismeri és további 15%-nak van fogalma arról, hogy létezik egy ilyen adományozási lehetőség.
- Nagyobb az esély, hogy a felsőbb társadalmi rétegek tagjai ismerjék az előírást,
- A fő tájékoztató források: a média és az interperszonális kapcsolatok.
- Nem létezik kapcsolat az előírás ismeret és a konkrét adományozási cselekedet között. (Amiért ismeri valaki, nem jelenti azt, hogy automatikusan adományoz is).
- A többváltozós elemzések, melyek figyelembe vették a végzettség, foglalkozás és motiváció tényezőket, azt jelzik, hogy az interperszonális rendszerek készítetik az embereket arra, hogy ajánlják fel jövedelemadójuk 2%-át.
- A megkérdezettek többsége a bürokratikus procedura egyszerűsítésének feltételéhez kötötte a 2% felajánlását.

Honnan tájékozódott a 2%-os előírásról?

- Televízióból: 17,5%
- Ismerősöktől: 8,9%
- Írott sajtóból. 5,7%
-