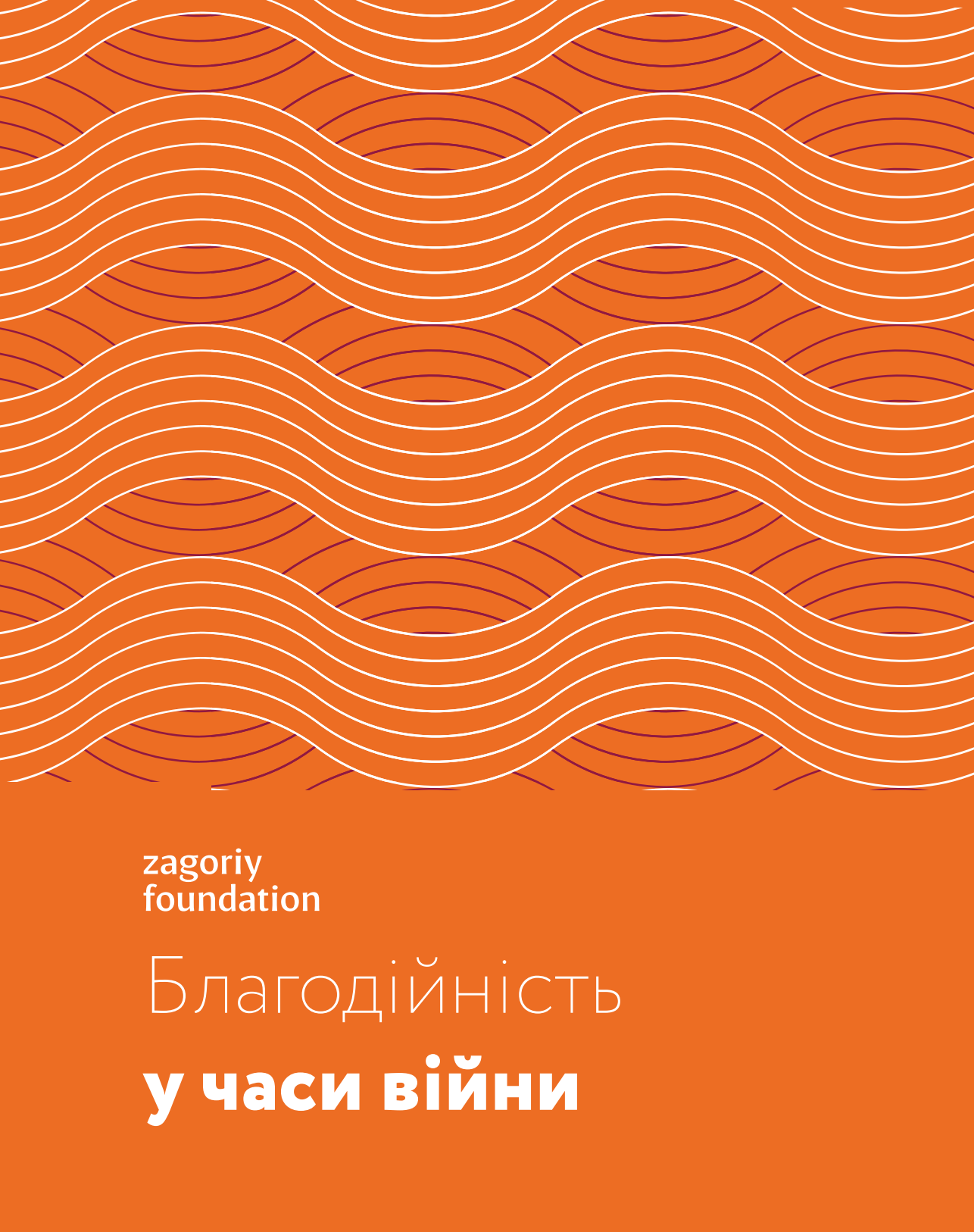




zagoriy
foundation

Благодійність
у часи війни

Зміст

Методологія	03
Висновки	04
Основні результати	12
Розділ 1. Стан благодійності в Україні	12
Розділ 2. Практики благодійності	17
Розділ 3. Взаємодія з БФ та волонтерськими організаціями	24
Розділ 4. Фінансова благодійність	27
Розділ 5. Волонтерські практики	35
Розділ 6. Довіра до благодійних фондів	39
Розділ 7. Демографія	45

Методологія дослідження

Кількісне

Аудиторія: населення України віком 18 років і старше.

Метод: стандартизоване інтерв'ю методом CATI.

Обсяг вибіркової сукупності:

- ✗ 1605 респондентів;
- ✗ вибірка випадкова (випадкова генерація номерів за умови збереження структури числа користувачів мобільних операторів Київстар, МТС, Life).

Помилка репрезентативності:

- ✗ для значень, близьких до 50%, +/- 2,45%;
- ✗ для значень, близьких до 25% або 75%, – 2,12%;
- ✗ для значень, близьких до 10% або 90%, – 1,47%;
- ✗ для значень, близьких до 5% або 95%, – 1,07%;
- ✗ для значень, близьких до 1% або 99%, – 0,49%.

Терміни дослідження:

з 29 червня по 6 липня 2022 року.



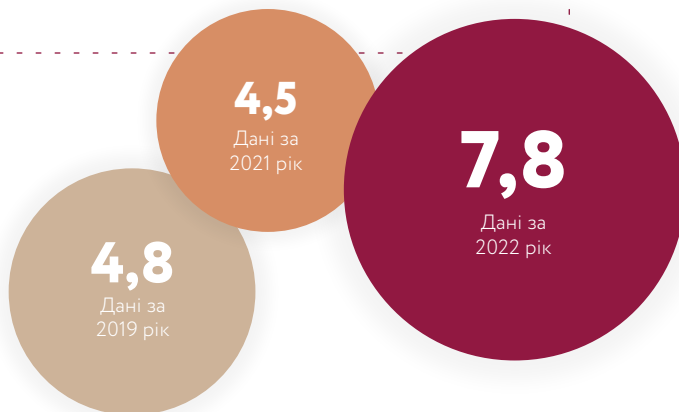
Висновки

Загострення російсько-української війни в лютому 2022 року змінило картину благодійності в Україні. Передусім благодійність стала більш поширеною. **Зростання масштабів благодійності** зауважили 84% мешканців України. Порівняно з 2021 роком суттєво зросли **оцінки поширеності благодійності** в Україні (з 4,5 до 7,8 у 2022 році). Вперше за останніх чотири роки поширеність благодійності в Україні оцінено як «високу».

- ✗ Найчастіше зростання масштабів благодійності фіксують у Західному регіоні (86%), трохи менше – у Центральному (84%) та Південному (81%) регіонах. Найменше помічають зростання поширення благодійності у Східному регіоні (74% тих, хто до 24 лютого мешкав на сході, та 68% тих, хто залишився там проживати). Також про зростання масштабів благодійності трохи частіше говорять місцеві мешканці, ніж внутрішньо переміщені особи (ВПО) – 83% проти 78%.
- ✗ Традиційно благодійність більш поширена в центральних та західних областях України. Втім порівняно з 2021 роком Центральний регіон продемонстрував зростання і зрівнявся за показниками благодійності із Західним регіоном. Знаково, що ті особи, які досі проживають у Східному регіоні, оцінюють поширеність благодійності нижче, ніж ВПО та мешканці інших регіонів України. Це може бути пов'язано як із утрудненим доступом благодійних організацій та волонтерських ініціатив до прифронтових областей, так і з нижчою спроможністю місцевого населення підтримувати сусідів і колег (наприклад, через обмеженість ресурсів).

Індекси (середні) оцінки поширеності благодійності

за 10-бальною шкалою,
де 0 – дуже низька оцінка,
а 10 – дуже висока оцінка

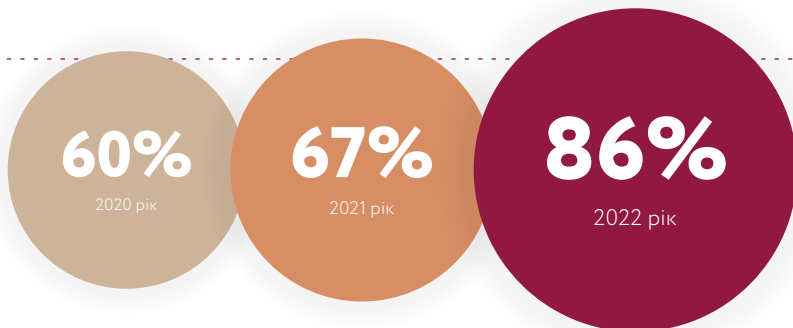


Зростання рівня благодійної допомоги помітне насамперед завдяки організованій роботі благодійних організацій та волонтерських фондів. Водночас високим є і рівень особистої участі й долучення соціального оточення. Кейси благодійної допомоги доволі часто фігурують у соціальних мережах. Більше половини мешканців України особисто більш активно включилися в благодійну чи волонтерську роботу. Ще половина зауважують надання допомоги людям, які їх оточують. Трохи рідше громадяни помічають допомогу українського бізнесу.

- ✗ Активність благодійних фондів особливо помітна внутрішньо переміщеним особам.

Ієрархія мотивів благодійності в Україні дещо змінилася з 2021 року. Хоча, як і раніше, домінувальними мотивами благодійності в Україні є співчуття та усвідомлення того, що від біди у країні сьогодні ніхто не застрахований, у 2022 році актуалізувалися ідеологічні мотиви: почуття патріотизму, прагнення долучитися до розв'язання важливих проблем, усвідомлення обов'язку перед суспільством.

86% мешканців України стали благодійниками впродовж останнього року (на 19% більше, ніж у 2021 році, та на 26% більше, ніж у 2019-му). Традиційно найбільш поширеною ця практика є в західних областях, найменш поширеною – у східних. Трохи почастишали благодійні практики молоді. Порівняно з минулим роком більш активними стали чоловіки: тепер вони займаються благодійністю нарівні з жінками. Також існує закономірність: що вищий рівень освіти й доходу респондента(-ки), то активніше він/вона долучається до благодійності.



Як і рік тому, найчастіше респонденти долучалися до благодійності фінансово або допомагали їжею, одягом, ліками тощо. Порівняно із 2021 роком суттєво зросла залученість за всіма можливими способами допомоги: волонтерство й добрі вчинки, оплата гуманітарних потреб, надання житла як притулку, збір пожертв, проведення благодійних заходів.

86% благодійників та волонтерів допомагали армії, 67% – іншим бенефіціарам.

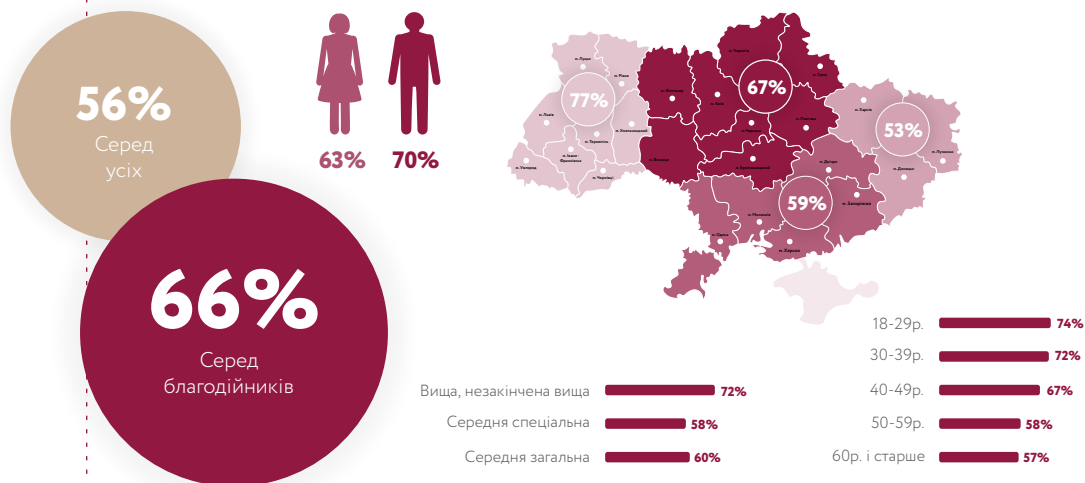
Здебільшого коли люди долучалися до благодійності, вони дізнавалися про проблему з соціальних мереж та під час спілкування з родичами чи друзями. Трохи рідше черпали інформацію про потребу в допомозі з інтернет-сторінок, мобільних застосунків, завдяки власним спостереженням. В умовах війни (порівняно з 2021 роком) зросла роль усіх каналів інформування, але лідерами росту виявилися соціальні мережі (+28%), телебачення (+25%), інтернет-сторінки (+21%), особисті контакти (+19%) та блогери (+17%). Кожен п'ятий мешканець(-ка) країни дізнався про потреби від благодійних організацій.

Звідки ви дізналися про проблему?

% від усіх респондентів

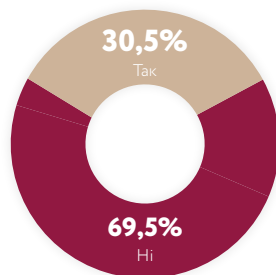


Доволі активно з початку вторгнення громадяни країни співпрацювали з благодійними організаціями та волонтерськими ініціативами. Їм допомагали понад половина мешканців країни (56%), або 66% благодійників. Традиційно така співпраця була більш поширеною на заході та в центрі країни. Дещо частіше організаціям допомагали чоловіки, люди молодшого та середнього віку (до 50 років), особи з вищою освітою та вищим рівнем доходів. ВПО порівняно з місцевими мешканцями трохи рідше долучалися до допомоги благодійним фондам (60% проти 69%).



При цьому лише 30% благодійників, які допомагали благодійним фондам та благодійним організаціям, перевіряли їх на предмет доброчесності. Культура моніторингу доброчесності фондів та організацій більшою мірою притаманна молоді та мешканцям міст. Водночас перевірка доброчесності роботи БО і БФ часто буває випадковою. Тобто благодійники часто випадково натрапляють на фото- чи відеозвіти БФ та БО у соціальних мережах. Найпоширеніші форми перевірки доброчесності БФ такі: перегляд фото- та відеозвітів, підтвердження факту існування організації в соцмережах, опитування бенефіціарів.

Чи перевіряли ви БФ на доброчесність?



65%

Фінансову допомогу після 24 лютого 2022 року надавали 65% мешканців України. І це лише за чотири місяці (для порівняння: за 12 місяців 2021 року її надали 56%). Найбільш активно цю практику застосовували на заході та в центрі країни. Соціально-демографічні характеристики благодійників такі: жертвують кошти частіше люди працездатного віку, аніж пенсіонери; що вищий рівень освіти й добробуту респондентів, то частіше вони надають фінансову допомогу.

Під час війни спостерігаємо зміну способів надання фінансової допомоги. Якщо рік тому основними способами надання фінансової допомоги були особиста передача в руки, перерахування на картку банку та викидання коштів до скриньки для збору допомоги, то сьогодні найчастіше кошти перераховують на державний рахунок ЗСУ, на особисту банківську картку, передають через волонтерів та благодійні фонди. Якщо попереднього року свої кошти БФ та волонтерам (спільно) довірили 4% населення країни, то сьогодні 27% робили переказ волонтерам та 25% – благодійним фондам. Натомість рік тому особисто в руки кошти передавали лише 19% (проти 32% цього року).

- ✗ Третина (33%) респондентів, які робили переказ на картки, надсилали кошти виключно своїм знайомим, ще третина (37%) – незнайомим людям. Решта допомагали і тим, і іншим.

В середньому сума фінансової допомоги за чотири місяці війни становила 5870 грн на одного дорослого мешканця України, або 9730 грн на одного благодійника. Втім найчастіше згадували про пожертви у розмірі від 1000 до 3000 грн. Порівняно з 2021 роком ці суми зросли в дев'ять разів.



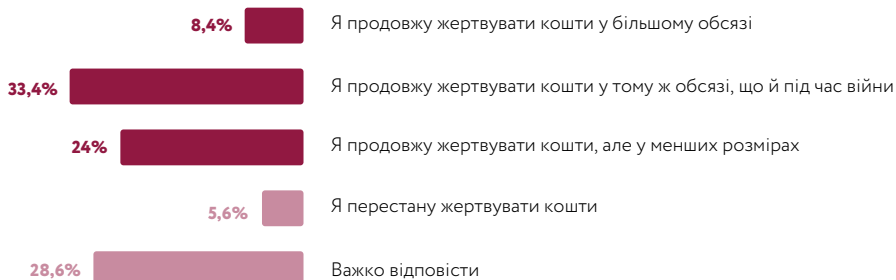
Найбільша середня величина пожертв на заході (15 347 грн) та в центрі країни (8987 грн); найменша – на сході (5196 грн). На Півдні вона становить 8987 грн. Готовність жертвувати кошти значною мірою залежить від платос-проможності населення. Зокрема, помітно, що їх частіше дають на благодійність освічені й заможні люди, особи працездатного віку. Характерно, що чоловіки жертвували значно вищі суми.

Водночас інтенсивність пожертв поступово знижується. Половина пожертв припадає на лютий-березень 2022 року (по суті, на перших 40 днів війни), інша половина – на наступних три місяці (90 днів).

Сьогодні громадянам України важко спрогнозувати те, як зміняться їхні пожертви після війни. Втім більш імовірно, що їх обсяг впаде, адже 24% респондентів планують зменшити пожертви, 6% – припинити їх зовсім і лише 8% планують їх збільшити.

Як ви вважаєте, якими будуть ваші пожертви після завершення війни?

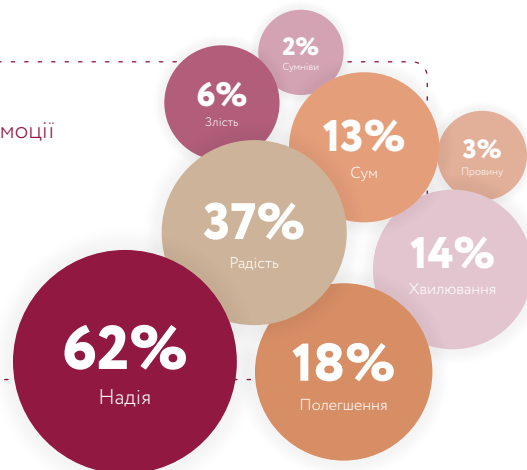
* Серед тих, хто надавав фінансову допомогу, n=1038



Жертводавці здебільшого переживають **позитивні емоції від пожертви**: надію, радість, полегшення.

Які емоції ви відчували від того, що пожертвували кошти під час війни?

* Серед тих, хто надавав фінансову допомогу, n=1038



Третина українців, або 39% від числа благодійників, займалися волонтерством від початку війни. Порівняно з минулим роком частка осіб, які долучилися до волонтерства, лише за чотири календарних місяці від початку війни зросла у більш ніж п'ять разів.

Найчастіше волонтерська діяльність полягала у виконанні фізичної роботи (розвантаження, плетіння сіток, транспортування людей та вантажів, приготування їжі). Третина волонтерів займалася менеджментом гуманітарної допомоги, ще третина – надавала інформаційну підтримку. Чверть – закуповувала або доставляла допомогу військовим. Кожен десятий організовував збір коштів, благодійні події або займався кіберволонтерством. При цьому:

- ✗ чоловіки частіше долучаються до фізичного волонтерства, закупок і доставки військової допомоги та кіберволонтерства, а жінки – до інформаційного волонтерства та організації благодійних зборів;
- ✗ що молодші учасники(-ці) дослідження, то частіше вони декларували участь в інформаційному та фізичному волонтерстві; що старші – то частіше займаються організацією гуманітарної допомоги.

Волонтерами частіше ставали чоловіки, ніж жінки, молодь і особи середнього віку, мешканці заходу й центру країни. Що вищий рівень освіти й доходів респондента(-ки), то частіше особа долучається до волонтерської діяльності. Трохи частіше волонтерством займаються мешканці обласних центрів.

Майже половина з тих, хто займався волонтерством, долучалися до цієї діяльності час від часу. Третина регулярно волонтерила на початку війни, а зараз менше. І лише 16% волонтерів (або 5,4% від усіх мешканців країни) продовжують працювати так само інтенсивно, як і на початку війни. Отже, волонтерська ініціатива в Україні була надзвичайно масовою на початку війни, однак поступово згасає. Особливо помітним цей тренд є в тих групах, які найбільш активно доєдналися до волонтерства на початку війни (наприклад, молодь та особи середнього віку, мешканці центральних і західних областей).

Після війни волонтерів стане менше, ніж під час війни, однак більше, ніж до вторгнення. Волонтерити планують не менш як 23% українців (проти 5% у 2021 році). З-поміж актуальних волонтерів 8% планують посилити зусилля, 35% – працювати з меншою інтенсивністю і 26% – так само інтенсивно.

Чи плануєте ви
займатися
волонтерством
після війни?

※ Серед волонтерів, n=533



Основні результати

Стан благодійності в Україні

Рівень благодійності у країні стрімко зріс від початку повномасштабного вторгнення в Україну. Сьогодні її поширеність оцінюють «швидше як високу», про що свідчить індекс на рівні **7,8 з можливих 10**, тоді як в попередні роки цей показник був посереднім. Показовим є й те, що ще рік тому про високу поширеність благодійності (поставили оцінки від 8 до 10) в Україні говорили **12%**, сьогодні на це вказують **65%** респондентів.

Індекси (середні) оцінки поширеності благодійності

за 10-бальною шкалою,
де 0 – дуже низька оцінка,
а 10 – дуже висока оцінка

Зберігаються такі тренди:

- ✗ Чим нижчий рівень добробуту респондента(-ки), тим більш скептично він/вона оцінює поширеність благодійності (6,9 серед найбідніших та 8,6 серед найбагатших).
- ✗ Індекс поширеності спадає з віком: з 8,2 серед молоді до 7,3 серед літніх людей.

4,5

Дані за
2021 рік

4,8

Дані за
2019 рік

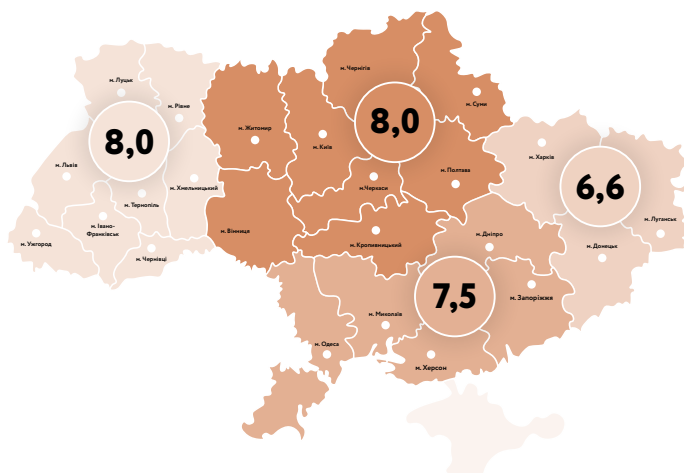
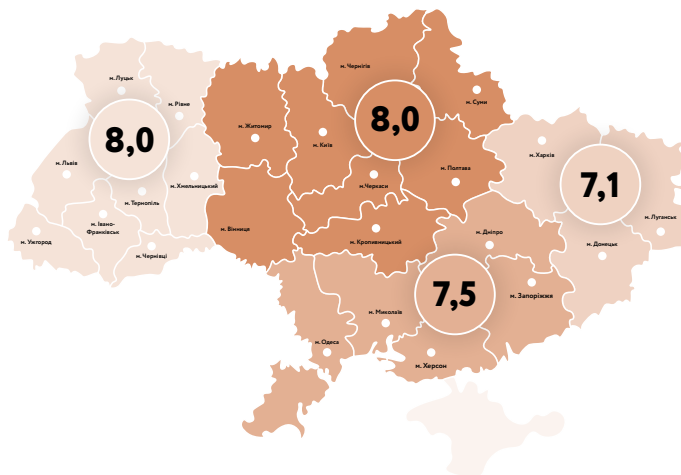
7,8

Дані за
2022 рік

Помітні регіональні відмінності в оцінці поширеності благодійності в Україні: мешканці центру та заходу України вважають благодійність більш поширеною, ніж ті, хто проживає на сході та півдні. Порівняно з 2021 роком помітне вирівнювання рівня благодійності в Центральному регіоні із Західним (раніше він був подібним до рівня у Південному регіоні). Показово, що ті особи, які досі проживають на сході, оцінюють поширеність благодійності нижче, ніж ВПО та мешканці інших регіонів України.

Індекс сприйняття поширеності благодійності в Україні

(регіон походження
респондента(-ки))



Індекс сприйняття поширеності благодійності в Україні

(регіон фактичного
проживання)

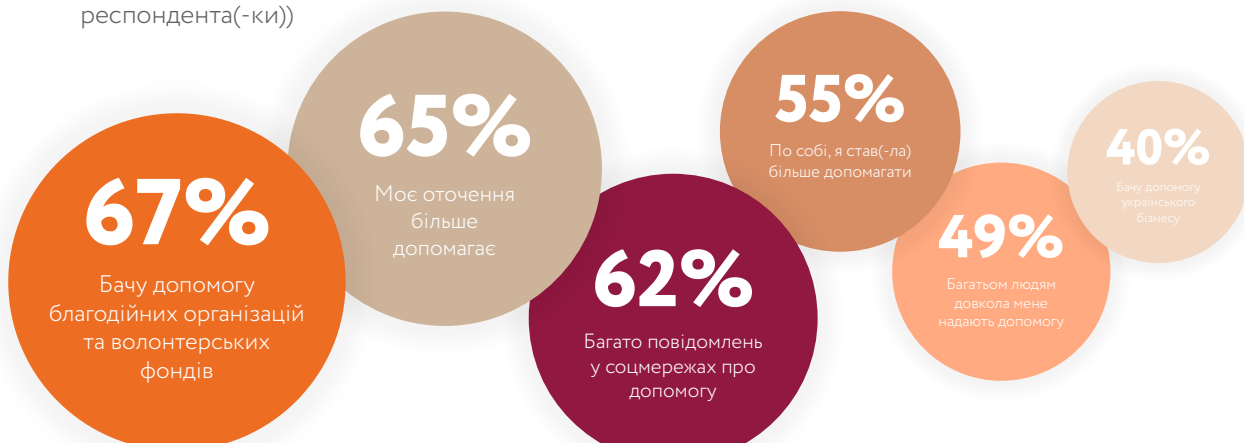
На підтвердження згаданих трендів переважна більшість мешканців країни (84%) зауважують зростання благодійності в Україні. Натомість про зниження її рівня говорять лише 7%. У відповідях на це запитання також помітна регіональна специфіка. Найчастіше зростання благодійності зауважують у Західному регіоні (86%), трохи менше – в Центральному (84%) та Південному (81%). Найменше фіксують зростання благодійності у Східному регіоні (74% тих, хто до 24 лютого мешкав на сході, та 68%, тих хто залишився там проживати). Також про зростання рівня благодійності трохи частіше говорять місцеві мешканці, ніж ВПО (83% проти 78%).

Як змінилася благодійність в Україні від початку російського вторгнення 24 лютого?



З чого ви робите висновок, що українці стали частіше долучатися до благодійності?

* Серед тих, хто зауважив зростання благодійності, n=1321 респондента(-ки)



Зростання рівня благодійної допомоги помітне передусім завдяки організованій роботі благодійних організацій та волонтерських фондів. Водночас високим є і рівень долучення соціального оточення. Активно кейси благодійної допомоги фігурують у соціальних мережах. Більш як половина мешканців України особисто активніше включилася у благодійну чи волонтерську роботу. Половина помічає надання допомоги оточуючим людям. Трохи рідше громадяни бачать допомогу українського бізнесу.

Аналіз регіональної специфіки засвідчив, що більш активно в благодійну й волонтерську роботу включилися мешканці центральних і західних областей (вказали особисту участь, помітили залученість оточення). Натомість на сході країни більш помітна робота благодійних організацій та волонтерських ініціатив.

Знаково, що найбільш активно в допомогу включилося населення віком 18–49 років. Представники цієї вікової групи частіше помічають благодійну активність оточення, бізнесу та БО.

Також внутрішньо переміщені особи частіше помічають роботу БО й допомогу оточенню, тоді як місцеві мешканці громад частіше декларують власну залученість до благодійності.

З чого ви робите висновок, що українці стали частіше долучатися до благодійності?

* Серед тих, хто зауважив
зростання благодійності, n=1321

Зріз за віком, у %

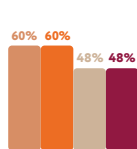
- ❤️ 18-29 років
- ❤️ 30-39 років
- ❤️ 40-49 років
- ❤️ 50-59 років
- ❤️ 60+ років



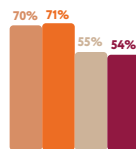
З чого ви робите висновок, що українці стали частіше долучатися до благодійності?

※ Серед тих, хто зауважив зростання благодійності, n=1321

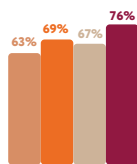
Зріз за регіонами, у %



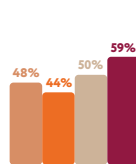
По собі, я став(-ла) більше допомагати



Моє оточення більше допомагає



Бачу допомогу БФ

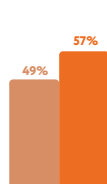
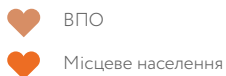


Багатьом людям довкола мене надають допомогу

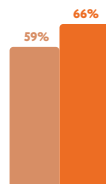
З чого ви робите висновок, що українці стали частіше долучатися до благодійності?

※ Серед тих, хто зауважив зростання благодійності, n=1321

Зріз за статусом, у %



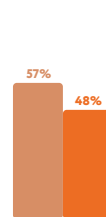
По собі, я став(-ла) більше допомагати



Моє оточення більше допомагає



Бачу допомогу БФ



Багатьом людям довкола мене надають допомогу

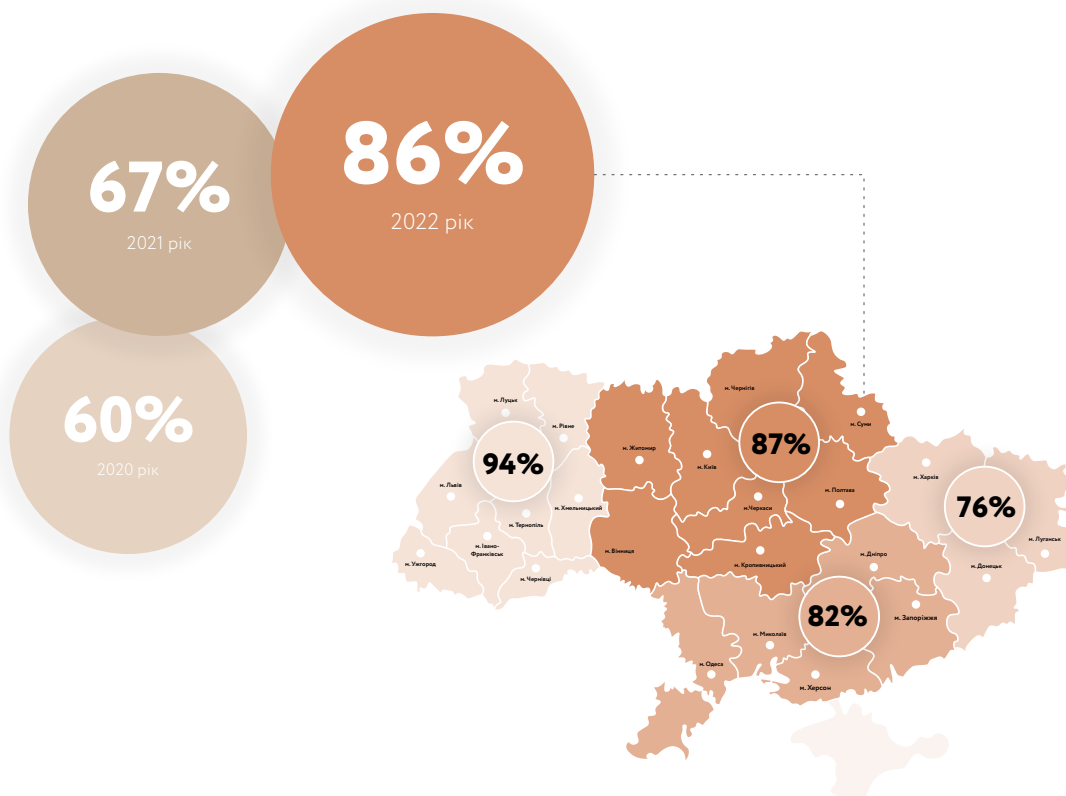
Розділ 2

Практики благодійності

Українці масово долучалися до благодійності після 24 лютого 2022 року.

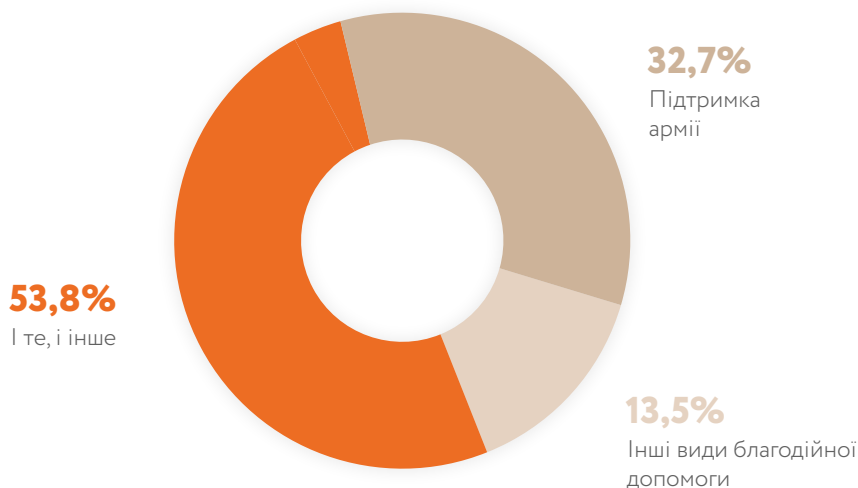
У благодійність та волонтерство сьогодні залучено на третину більше людей, ніж рік тому (86% проти 67%). Як і в попередні хвили дослідження, найбільш поширена ця практика на заході України.

Що вищий рівень освіти й доходів респондента(-ки), то активніше він/вона долучається до благодійності. Так, серед людей із вищою освітою благодійників 90%, серед осіб із середньою спеціальною освітою – 84%, із середньою освітою – 79%; частка благодійників серед найбідніших складає 71%, серед найзаможніших – 95%. Частіше це працюючі особи (93% проти 79% непрацюючих). Що молодші респонденти, то частіше вони ставали благодійниками в останній рік (92% серед молоді 18–29 років проти 76% респондентів віком 60 років та старших).



На що були спрямовані благодійні ініціативи, до яких ви долучалися після 24 лютого?

* Серед тих, хто долучався до благодійності, n=1374



86% благодійників та волонтерів допомагали армії, 67% – іншим бенефіціарам. Відносно всього населення співвідношення становить 74% до 58%.

Армії чоловіки та жінки допомагали однаковою мірою (86%). Водночас іншим бенефіціарам жінки допомагали трохи частіше (86%) за чоловіків (71%).

У регіональному зрізі найчастіше армії допомагали на заході країни (94%), трохи рідше – в центральних та південних областях (89% та 83% відповідно), ще рідше на сході України (72%).

Водночас інші напрями допомоги були найбільш популярні у Східному регіоні (72%), трохи рідше в центральних та західних областях (67% та 66% відповідно), ще рідше на півдні (63%).

Місцеві мешканці громад робили дещо більше пожертв на підтримку армії (88%) порівняно з ВПО (80%). Натомість ВПО частіше долучалися до інших ініціатив (72% проти 66% серед місцевих мешканців).

Спосіб здійснення благодійності

% від усіх респондентів

% від благодійників
(N=1374)



У порівнянні із 2021 роком суттєво зросла залученість по всіх можливих способах допомоги: майнова допомога, волонтерство і добрі вчинки, надання житла в якості притулку, збір пожертв, проведення благодійних заходів.

З моменту повномасштабного російського вторгнення мешканці країни найчастіше долучалися до благодійності шляхом грошової пожертви та допомоги одягом, їжею, ліками, іншим майном.

Аналіз гендерних відмінностей показав, що майнову допомогу дещо частіше надавали жінки (70% проти 66% серед чоловіків), тоді як грошима обидві статі допомагали приблизно однаковою мірою. Чоловіки частіше за жінок займаються волонтерством (52% проти 40%).

Що молодшою є людина, то частіше вона допомагає фінансово (серед молоді 18–29 років таких **84%**, а серед осіб віком 60 років і старших – **63%**). Також молодь частіше займається оплатою гуманітарних потреб (**33% проти 23%** серед людей віком 60 років і старших). Цілком очікувано, що чим молодшими є респонденти, тим частіше вони допомагають вчинками (**54% проти 33%** серед людей віком 60 років і старших). Мешканці обласних центрів частіше перераховували гроші на благодійність (**80% проти 74%** в інших містах та 70% по селах). Натомість селяни частіше долучаються до безоплатної передачі їжі та одягу (**77% проти 64–68%** серед містян).

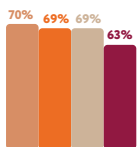
Чим вищим є дохід респондента(-ки), тим частіше він/вона допомагає грошима (**від 89%** серед найбагатших **до 69%** серед найбідніших). Найбідніші частіше передають їжу та одяг (**72% проти 66%** серед найбагатших).

Також люди з вищою освітою частіше допомагають грошима, ніж ті, в кого середня освіта (**85% проти 60–67%**), проте люди з середньою освітою більше схильні до передачі їжі та одягу (**74% проти 66%**).

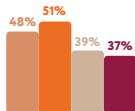
Спосіб здійснення благодійності

✧ Серед тих, хто долучався до
благодійності, n=1374

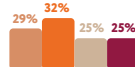
Зріз за регіонами, у %



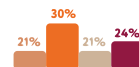
Грошова/фінансова
пожертва



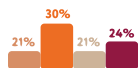
Безоплатна
передача їжі, одягу,
ліків, іншого майна



Безоплатне
надання послуг чи
виконання робіт



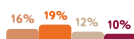
Оплата людям
гуманітарних потреб



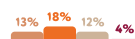
Надання притулку
у власному
помешканні



Проведення
благодійних заходів



Публічний збір
благодійних
пожертв



Передавання
частки доходу



Оплата послуг

Аналіз регіональних особливостей показав, що на заході та в центрі країни дещо частіше роблять грошові пожертви, долучаються як волонтери, організовують публічні збори благодійних пожертв та проводять / беруть участь у благодійних заходах, оплачують гуманітарні потреби.

На заході частіше надавали притулок у власному помешканні. У центрі найчастіше оплачували гуманітарні потреби.

На сході дещо менше, ніж в інших регіонах, допомагали їжею, одягом, ліками та рідше перераховували частку доходів від свого бізнесу.

Здебільшого про проблему, яка потребувала втручання і благодійної підтримки, учасники(-ці) дослідження дізнавалися із соціальних мереж та під час спілкування з родичами і друзями. Трохи рідше інформацію знаходили на інтернет-сторінках та в мобільних застосунках або ж бачили потребу на власні очі.

Аналіз за віковим параметром засвідчив, що чим молодші респонденти, тим частіше вони отримують інформацію із соціальних мереж, від блогерів, на інтернет-сторінках та в мобільних застосунках. Водночас чим старшими є респонденти, тим частіше вони черпають інформацію з традиційних ЗМІ (телебачення та радіо).

Жінки загалом частіше звертають увагу на інформацію про проблеми в лікарнях, школах, ЦНАПах.

У регіональному зрізі можна побачити, що респонденти із західних областей дещо частіше отримують інформацію по телевізору (41% проти 34% у центрі, 29% на півдні та 23% на сході), від релігійних організацій (16% проти 6–7% у інших регіонах) та помічають скриньки для збору пожертв (31% проти 20–24% у інших регіонах). Мешканці східних областей частіше бачать потребу на власні очі (48% проти 40% на заході, 39% у центрі та лише 33% на півдні).

Мешканці сіл частіше отримують інформацію завдяки телебаченню. Натомість мешканці міст більше звертають увагу на відомості про проблему на інтернет-сторінках та в соціальних мережах.

Традиційними мотивами благодійності в Україні є співчуття та усвідомлення того, що від біди у країні сьогодні не застрахований ніхто.

Проте в 2022-му актуалізувалися ідеологічні мотиви: почуття патріотизму, прагнення долучитися до розв'язання важливих проблем, усвідомлення обов'язку перед суспільством.

Загалом від початку повномасштабного російського вторгнення можемо спостерігати посилення мотивації до участі в благодійності та волонтерстві.

Звідки ви дізналися про проблему?



Регіональні особливості. Мотиви участі в благодійності визначають однаково в усіх регіонах. Проте на заході дещо частіше вважають, що благодійністю займаються через усвідомлення свого обов'язку перед суспільством (77% проти 73% у центрі, 71% на півдні та 68% на сході). На півдні рідше, ніж в інших регіонах України, вірять в те, що українці допомагають через прагнення змінити світ на краще (55% проти 60–65% в інших областях). Крім того, мешканці сходу згадували менше мотивів участі співгромадян у благодійності.

Мотиви українців здійснювати благодійні вчинки

% від усіх респондентів



Соціально-демографічні особливості:

- ✗ Жінки частіше пояснюють участь у благодійності емоційними чинниками, такими як співчуття, задоволення від можливості робити добро.
- ✗ Що вищий рівень освіти респондента(-ки), то частіше він/вона бачить у благодійності ідейне й емоційне підґрунтя.
- ✗ Що молодшою є людина, то частіше вона вважає, що українці керуються ідеалістичними міркуваннями – прагнуть змінити світ на краще, хочуть долучитися до розв'язання важливих проблем.
- ✗ ВПО меншою мірою вірять у те, що благодійну допомогу надають через відчуття обов'язку перед суспільством (51% проти 60% серед місцевих) та із співчуття до того, кому потрібна допомога (69% проти 74% місцевих жителів громад).

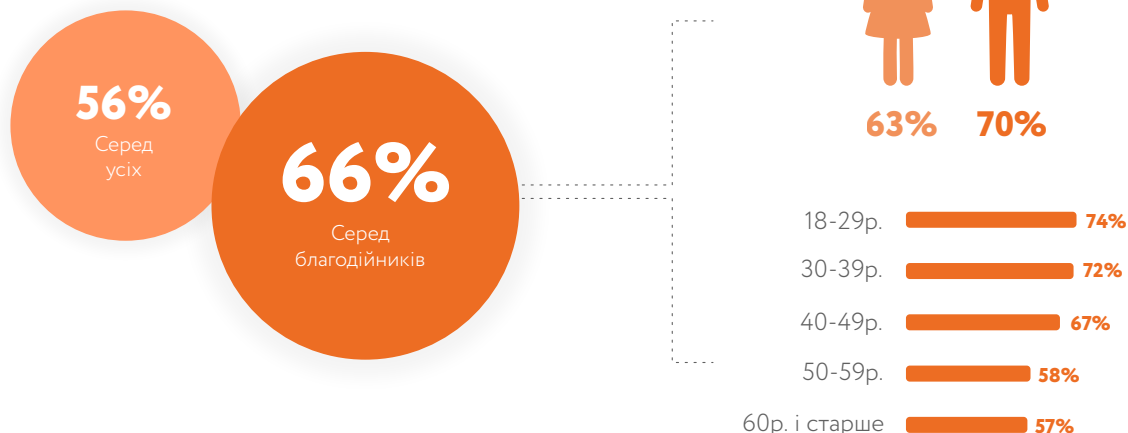
Розділ 3

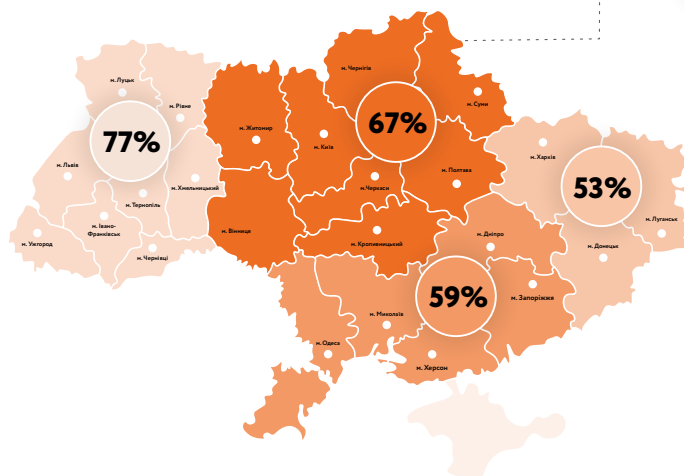
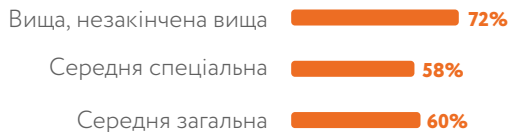
Взаємодія з БФ та волонтерськими організаціями

- ✗ Майже дві третини благодійників, або 57% мешканців країни, допомагали БФ грошима, речами чи волонтерили у БФ після 24 лютого 2022 року.
- ✗ Найбільш активно цю практику застосовували на заході та в центрі країни.
- ✗ Що вищий рівень освіти й добробуту респондента(-ки), то частіше він/вона допомагає через організації.
- ✗ ВПО дещо рідше долучалися до допомоги БФ (60% проти 69% серед місцевих мешканців).
- ✗ Дещо частіше організаціям допомагали чоловіки, а також люди молодшого та середнього віку (до 50 років).

Допомагали благодійним, волонтерським організаціям після 24 лютого

* Двомірні розподіли серед тих, хто долучався до благодійності, n=1374





В умовах війни лише **30%** благодійників, які допомагали благодійним фондам та благодійним організаціям, перевіряли їх на доброчесність.

Трохи уважнішими до цього питання були чоловіки (перевіряли 32%) порівняно з жінками (перевіряли 28%).

Також культура моніторингу доброчесності фондів та організацій більшою мірою притаманна молоді. Так, у віковій групі 18–29 років перевіряли чесність БФ та БО 46% респондентів; у групі 30–39 років таких було 41%; у групі 40–49 років – уже 26%, серед 50-річних – 18% і серед осіб старшого віку – 14%.

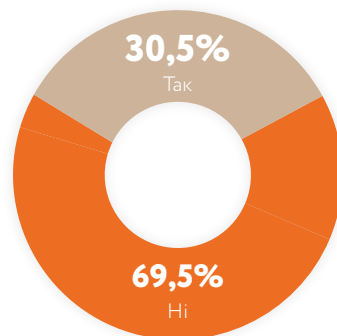
До того ж перевіряли благодійні фонди частіше мешканці обласних центрів (34%) та менших міст (30%), тоді як серед мешканців сільської місцевості таких лише 24%.

Водночас перевірка доброчесності роботи БО і БФ часто буває випадковою. Такий висновок можна зробити з того, що цілеспрямовано її перевіряли 30%, тоді як фото- та відеозвіти переглядали 38,6% благодійників. Імовірно, їм траплялися звіти ГО в соціальних мережах, розміщені з ініціативи організацій (без цілеспрямованого запиту благодійників).

Серед найбільш поширених форм перевірки благонадійності БФ такі: підтвердження факту існування організації в соцмережах (21%), опитування бенефіціарів (18%), перегляд фінансових звітів (актуально лише для 15% благодійників).

Показово, що ВПО перевіряють БФ на доброчесність дещо частіше, ніж місцеві мешканці громад (35% проти 29%).

Чи перевіряли ви БФ на доброчесність?



Чи практикували ви хоча б один із способів перевірки ефективності вашої благодійної допомоги?

* Серед тих, хто долучався до допомоги БФ та ВО, n=901

Серед інших способів перевірки зазначені такі: відгуки знайомих, власна участь або робота друзів / знайомих в організаціях, яким допомагали, тривала історія співпраці з організацією, довіра до керівника організації.

Що молодшими є респонденти, то частіше вони перевіряють факт існування організації, фото- та відеозвіти про надання допомоги та ознайомлюються із фінансовими звітами.

38,6%

Перевірив факт надання допомоги (фото- та відеозвіт)

21,2%

Перевірив факт існування організації (у соцмережах)

18,3%

Спитав(-ла) про користь в осіб, яким допоміг

9,3%

Інше

37,2%

Нічого з переліченого

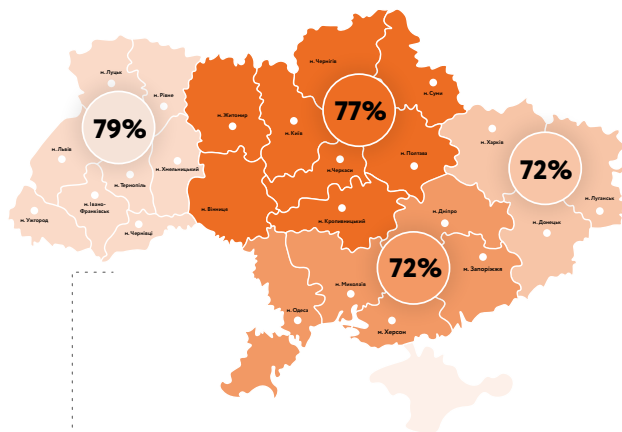
Розділ 4

Фінансова благодійність

- ✗ Більш як половина громадян України, або три чверті благодійників, жертвували гроші після 24 лютого 2022 року.
- ✗ Трохи більш активно донатили на заході та в центрі країни.
- ✗ Що молодшими є респонденти, то частіше вони роблять грошові пожертви.
- ✗ Значно частіше за інших жертвували люди з вищою освітою.
- ✗ Що вищим є добробут респондентів, то частіше вони надавали фінансову допомогу.

Надавали фінансову допомогу від початку війни 24 лютого

* Двомірні розподіли серед тих, хто долучався до благодійності, n=1374



65%

Серед
усіх

76%

Серед
благодійників

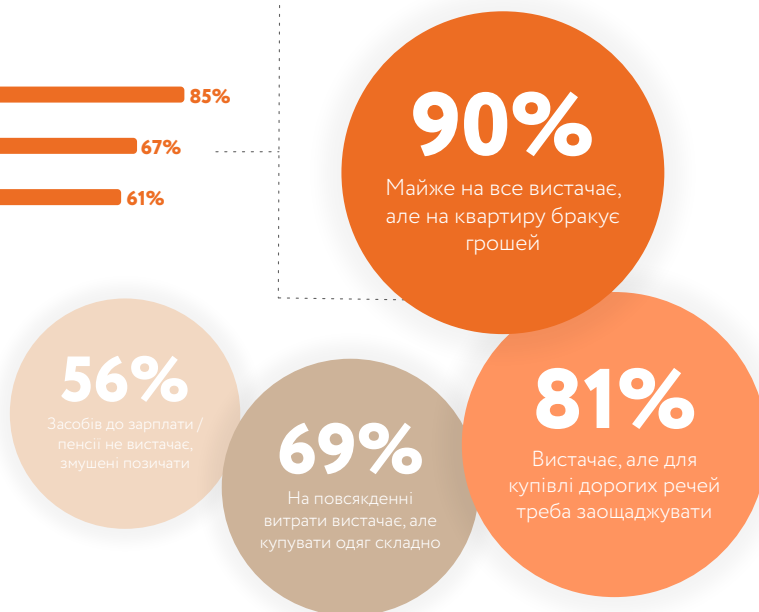
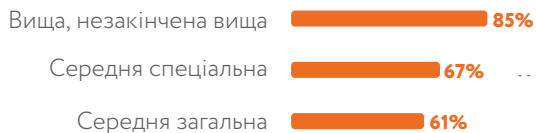
18-29р. 84%

30-39р. 81%

40-49р. 76%

50-59р. 76%

60р. і старше 63%



Найчастіше мешканці України надсилали кошти на державний рахунок ЗСУ та банківські картки тим, хто потребував фінансової підтримки.

Трохи рідше кошти передавали волонтерам, через благодійні фонди та безпосередньо в руки тим, хто потребує. Відносно популярними є надання допомоги через скриньки для збору коштів та відрахування від купленого товару. Інші способи в час війни були малопопулярними.

У селах і менших містах благодійники частіше, ніж в обласних центрах, користуються скриньками для збору коштів (25–26% проти 14% у містах). Натомість у містах віддають перевагу банківським переказам (55% проти 37% у селах) та переказам на державний рахунок ЗСУ (63% проти 47%). Мешканці обласних центрів частіше передають гроші через благодійні фонди (42% проти 38% у менших містах та 34% у селах). У містах частіше, ніж у селах, передавали гроші волонтерам (43% проти 39%).

На сході частіше передають пожертви з рук в руки (37% проти 28–29% у інших регіонах). Тоді як у центрі та на заході більше довіряють БФ (38–44% проти 33–34% на сході та півдні). Найчастіше на рахунок ЗСУ перераховують у центрі (66%) порівняно із заходом (56%), півднем (53%) та сходом (49%). Найрідше на особисту банківську картку перераховують на заході (39% проти 48–59% у інших регіонах).

Що старшими є респонденти, то рідше вони використовували різноманітні новітні технології для переказу грошей: перекази на картку, переказ на рахунок ЗСУ, через БФ та волонтерів тощо.

Схожа тенденція і серед респондентів з різним рівнем освіти. Що вищий рівень освіти опитаних, то частіше вони робили перекази на картку чи рахунок ЗСУ. Також вони частіше роблять пожертви через БФ та волонтерів, натомість рідше користуються скриньками для збору пожертв.

Способи надання фінансової допомоги, у%

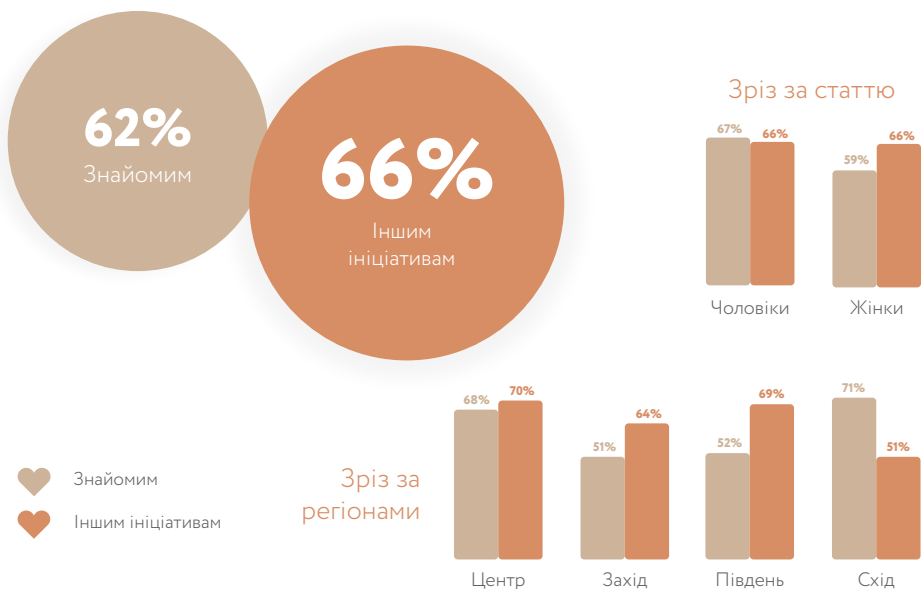
% від усіх респондентів

% від тих, хто
жертвував (n=1038)



Якщо ви перераховували кошти на картку, то йшлося про допомогу знайомим чи іншим ініціативам?

* Серед тих, хто жертвував кошти цілеспрямовано на особисту банківську картку, n=515 долучався до благодійності, n=1374



- ✗ 29% тих, хто переказував кошти на картку, допомагав і знайомим, і іншим ініціативам; 33% – лише знайомим; 37% – лише іншим ініціативам.
- ✗ Тож 62% переказували кошти знайомим та 66% – іншим ініціативам.

- ✗ Чоловіки частіше за жінок перераховували кошти знайомим.
- ✗ На сході країни люди схильні частіше допомагати знайомим, на півдні і заході – іншим ініціативам. У центрі країни рівною мірою допомагають і тим, і іншим.
- ✗ ВПО дещо частіше жертвували знайомим (65% проти 62% серед місцевих мешканців).

Яку приблизну суму від початку війни ви пожертвували на благодійність?

* Серед тих, хто надавав фінансову допомогу, n=1038



Середня сума фінансової пожертви, яку зробили респонденти починаючи з 24 лютого 2022 року, – **9730 грн**, що в дев'ять разів більше, ніж минулого року (**1046 грн** серед тих, хто допомагав), та **5870 грн** – на одного дорослого українця (проти **531 грн** у 2021 році*).

Найчастіше згадують про пожертви у розмірі від **1000 до 3000 грн (33%)**, трохи рідше – від **3000–6000 грн (25%)** та до **1000 грн (13%)**. Для порівняння: у 2021 році найчастіше йшлося про пожертви у розмірі **200 грн (11%)**, **500 грн (11%)** та **1000 грн (9%)**.

Найбільша середня величина пожертв на заході (**15 347 грн**) та в центрі країни (**8987 грн**); найменша – на сході (**5196 грн**). На Півдні вона становить **8987 грн**.

Особи з вищою освітою жертвували щедріше – середня сума їхньої допомоги становить **12 845 грн** (проти **3800–5400 грн** серед осіб із середньою освітою).

* Дані за 2021 рік перераховано на період 4 місяці для порівняння із періодом від початку війни.

Люди, яким вистачає коштів лише на повсякденні потреби, жертвували в середньому менше – **4399 грн**; ті, кому здебільшого коштів вистачає, – **7571 грн**, заможні – в середньому **13 462 грн**.

Значно більші суми жертвують чоловіки (**16 148 грн**), тоді як середній показник серед жінок – **4955 грн**. Також респонденти у працездатному віці схильні жертвувати більше. Так, середня сума пожертви серед тих, кому 18–49 років, становить **11 916 грн**, серед молоді – **8145 грн**, у групі 50 років і старші – **4888–7598 грн**.

Водночас інтенсивність пожертв поступово знижується. Половина пожертв припадає на лютий-березень (по суті, на перших 40 днів війни), інша половина – на наступних три місяці (90 днів).

Від початку війни, яку приблизну суму ви пожертвували на благодійність?

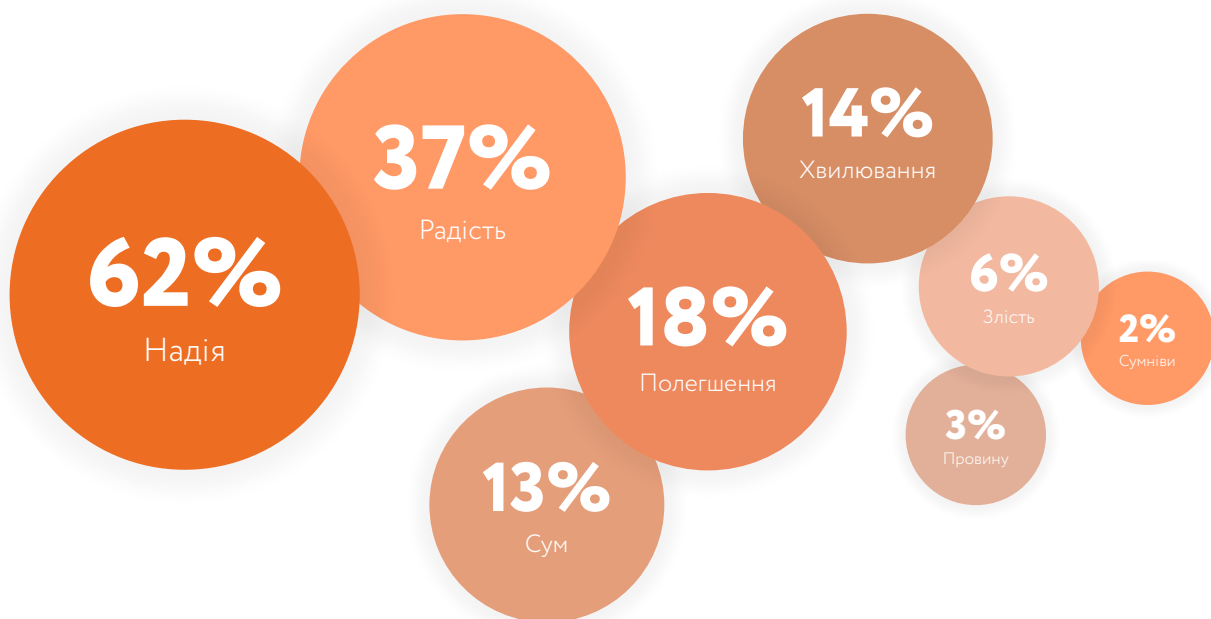
♥ 2022 рік

♥ 2021 рік



Які емоції ви відчували від того, що пожертвували кошти під час війни?

* Серед тих, хто надавав фінансову допомогу, n=1038



- ✗ Жертводавці здебільшого переживають позитивні емоції від свого вчинку: надію, радість, полегшення.
- ✗ Жінки часто переживали одночасно багато різних емоцій, чоловіки частіше обирали одну-дві.
- ✗ Найбільш значиму відмінність можна помітити у відчутті суму (16% серед жінок, 9% серед чоловіків), хвилювання (18% проти 9%), радості (40% проти 33%) та надії (64% проти 58%).
- ✗ Схожа тенденція помітна під час аналізу результатів у віковому зрізі. Що молодшим є респондент(-ка), то він/вона більш емоційний(-а). Так, радість відчують 48% серед молоді проти 23% респондентів, старших за 60 років, надію – 66% проти 50%, хвилювання – 16% проти 7%.

Сьогодні мешканцям України важко спрогнозувати те, як зміняться їхні пожертви після війни. Втім 8% планують збільшити їх розмір, 24% вважають, що зменшать, 6% думають, що припинять жертвувати. Третина благодійників планує жертвувати в тому ж обсязі, що й під час війни.

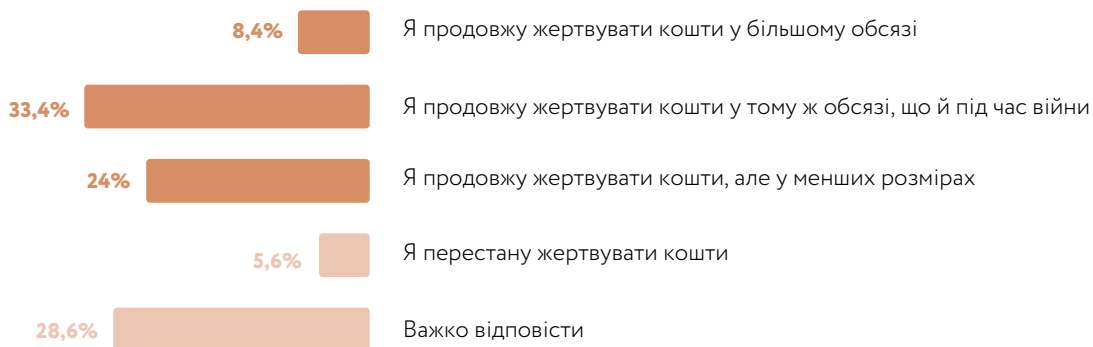
Що старшими є респонденти, то важче їм спрогнозувати обсяг їхніх пожертв після війни (варіант «важко відповісти» обрали 35% осіб, старших за 60 років, проти 12% серед молоді 18–29 років). Натомість що молодшими є респонденти, то частіше вони планують зменшити пожертви (32% проти 16% серед літніх людей).

Мешканці міст частіше, ніж селяни, схиляються до того, що жертвувати продовжать, але в меншому розмірі (25% проти 19%). Водночас мешканці сіл частіше не готові прогнозувати пожертви у майбутньому.

Що багатшим(-ою) є респондент(-ка), то більше він/вона схильний(-а) зберігати рівень пожертв після війни.

Як ви вважаєте, якими будуть ваші пожертви після завершення війни?

* Серед тих, хто надавав фінансову допомогу, n=1038



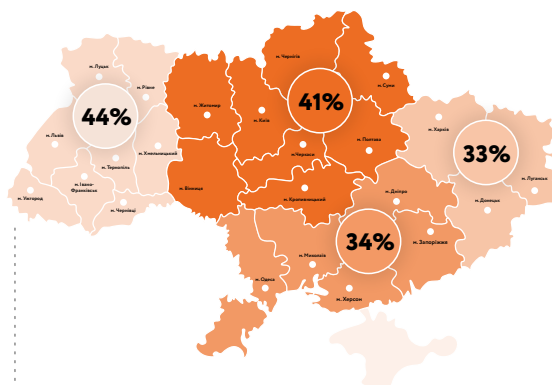
Розділ 5

Волонтерські практики

- ✗ Третина українців волонтерила від початку повномасштабного російського вторгнення.
- ✗ Волонтерили частіше:
 - чоловіки порівняно з жінками;
 - молодь та особи середнього віку;
 - мешканці заходу й центру країни.
- ✗ Що вищий рівень освіти й доходів респондента(-ки), то частіше особа долучається до волонтерської діяльності.
- ✗ Мешканці обласних центрів більш схильні волонтерити (42% проти 37% серед мешканців менших міст та сіл).

Волонтерили від початку війни 24 лютого

✧ Двомірні розподіли серед тих, хто долучався до благодійності, n=1374



Яке це було волонтерство?

* Серед волонтерів, n=533



Найчастіше волонтерство полягало у виконанні фізичної роботи (розвантаження, плетіння сіток, транспортування людей і вантажів, приготування їжі). Третина волонтерів займалася менеджментом гуманітарної допомоги, ще третина – надавала інформаційну підтримку. Чверть закуповувала або доставляла допомогу військовим. Кожен десятий організовував збір коштів, благодійні події або займався кіберволонтерством.

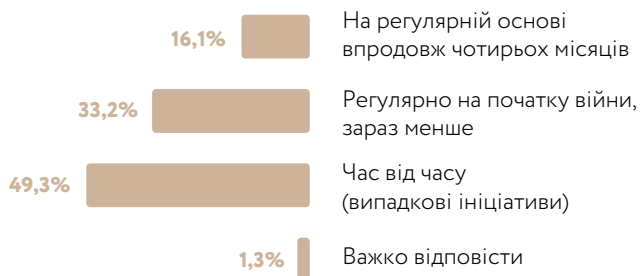
Чоловіки частіше долучаються до фізичного волонтерства (70% проти 63% серед жінок), закупки та доставки військової допомоги (30% проти 21%) та кіберволонтерства (12% проти 8%). Жінки частіше приєднуються до інформаційного волонтерства (38% проти 23% серед чоловіків) та організації благодійних зборів (15% проти 10%). Молодші респонденти частіше долучаються до поширення інформації (38% у групі 18–29 років, 41% серед 30–річних проти 17% старших за 60 років) та фізичного волонтерства (66% проти 49%). Проте чим старша людина, тим частіше вона приєднувалася до організації гуманітарної допомоги (42% у групі старших за 60 років проти 31% серед молоді 18–29 років).

У регіональному зрізі можна побачити таку специфіку: на заході частіше долучалися до організації гуманітарної допомоги (47% проти 20% на сході, 37% у центрі та 30% на півдні). У центрі та на заході України частіше організовували благодійні збори (15% проти 6–8% у інших регіонах). На сході та в центрі частіше долучалися до інформаційного волонтерства (34–37% проти 22–26% у інших регіонах). Закупками або доставкою військової допомоги дещо більше займаються жителі центру та півдня країни (26–27% проти 21–22% у інших регіонах). На ниві кіберволонтерства більше задіяні в центрі (14% проти 4–8% у інших регіонах).

ВПО частіше займаються інформаційним волонтерством (37% проти 29% серед місцевих мешканців) та фізичним волонтерством (72% проти 65%).

З якою регулярністю ви займалися волонтерством?

* Серед волонтерів, n=533



Волонтерська ініціатива в Україні була надзвичайно масовою на початку війни, однак поступово згасає. Майже половина тих, хто займався волонтерством, долучалися спорадично. Третина опитаних регулярно волонтерили на початку війни, а зараз менше. І лише 16% волонтерів, або 5,4% мешканців країни, продовжують працювати так само інтенсивно, як і на початку війни.

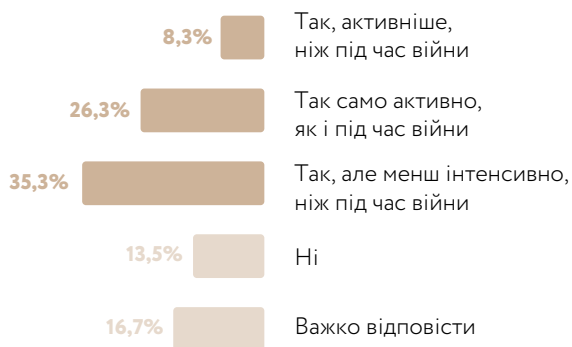
Дещо рідше на регулярній основі волонтерять особи, старші за 60 років (45% проти 49–52% у інших вікових групах). Молодь віком 18–29 років та люди середнього віку (40–49 років) трохи активніше знижують темп волонтерства (36–37% проти 31% в інших вікових групах).

На регулярній основі найчастіше волонтерять на заході країни (52% проти 49% у центрі, 48% на півдні та 45% на сході). Втім саме на заході і в центрі найвища частка тих, хто знизив темпи волонтерства (38% та 36% відповідно проти 26% на сході та 27% на півдні).

Мешканці сіл частіше долучаються до волонтерства на регулярній основі (57% проти 47% у містах), а у містах більшість волонтерять час від часу (52% проти 42% у селах). Що вищий освітній рівень респондента(-ки), то частіше він/вона волонтерить регулярно на основі. Так, серед осіб із вищою освітою регулярно волонтерять 53%, з середньою / середньою спеціальною – 42–43%. Втім саме ця група швидше знижує темпи залучення до волонтерства (частка тих, хто став менше волонтерити, становить 37% проти 26–27%).

Чи плануєте ви займатися волонтерством після війни?

✱ Серед волонтерів, n=533



Близько третини волонтерів планують продовжити працювати на цій ниві після війни так само або ще більш активно. Ще третина планує волонтерити менш активно. Отже, після війни продовжать займатися волонтерством не менш як 23% мешканців України (з них 11,5% активно), що суттєво перевершує довоєнний рівень (5%).

Зберегти темп і навіть ще активніше долучитися до волонтерства після війни планує молодь віком 18–29 років та особи віком 50–59 років (44% та 43% відповідно проти 30% у групі 30–49 років та 27% серед осіб, старших за 60 років).

Аналіз регіонального зрізу засвідчує, що зберегти й наростити потенціал волонтерства після війни мають більше шансів на півдні і сході країни (тут планують волонтерити не менш активно 41% та 39% респондентів відповідно). Для центральних областей цей показник становить 34%, для західних – 28%.

Суттєво більше порівняно з періодом до війни волонтерства має стати по селах. Тут зберегти й наростити активність обіцяють 40% волонтерів (проти 35% у малих містах та 31% в обласних центрах).

Розділ 6

Довіра до благодійних фондів

- ✗ Третина українців волонтерила від початку повномасштабного російського вторгнення.
- ✗ Волонтерили частіше:
 - чоловіки порівняно з жінками;
 - молодь та особи середнього віку;
 - мешканці заходу й центру країни.
- ✗ Що вищий рівень освіти й доходів респондента(-ки), то частіше особа долучається до волонтерської діяльності.
- ✗ Мешканці обласних центрів більш схильні волонтерити (42% проти 37% серед мешканців менших міст і сіл).

Середнє значення довіри

за 5-бальною шкалою, де 1 – «зовсім не довіряю», а 5 – «цілком довіряю»

 2022 рік

 2021 рік

Благодійним фондам

3,77

2,66

Міжнародним БФ

4,15

3,11

Загальноукраїнським БФ

3,98

2,63

Місцевим БФ

3,73

2,60

Волонтерським ініціативам

4,02

Рівень довіри до благодійних фондів є доволі високим.

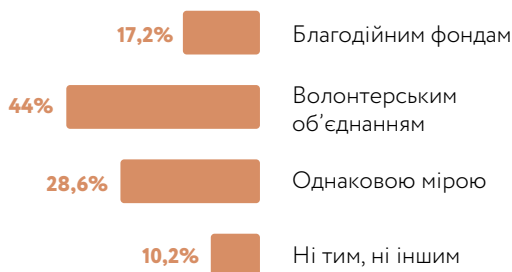
Довіра до БФ з початку війни суттєво зросла і перейшла з категорії «як довіряю, так і не довіряю» (2021 рік) у категорію «радше довіряю».

Найвищим рівнем довіри в Україні традиційно користуються міжнародні благодійні фонди. Дещо меншою мірою довіряють українським БФ як загальнонаціонального, так і місцевого масштабів. Сьогодні всім їм «радше довіряють», хоча ще рік тому мешканці країни вагалися з довірою. Так само «швидше довіряють» українці й волонтерським ініціативам.

У регіональному зрізі немає особливих відмінностей у рівні довіри до БФ чи волонтерських організацій. Утім на заході країни більше схильні довіряти міжнародним БФ (4,2 – «цілком довіряю» проти 4,0–4,1 «скоріше довіряю» у інших регіонах).

Аналіз вікового зрізу засвідчує, що респонденти пенсійного віку дещо більше довіряють міжнародним благодійним фондам (4,4 – «цілком довіряю» проти 4,0–4,1 «скоріше довіряю» у інших вікових групах). Схожу тенденцію можна простежити в гендерному зрізі: довіра до міжнародних БФ становить 4,2 серед жінок та 4,1 серед чоловіків.

Кому ви б радше допомогли коштами чи волонтерством?



Попри незначну різницю в рівні довіри до БФ та волонтерських ініціатив (3,77 та 4,02 відповідно) на практиці громадяни України радше підтримають волонтерську організацію / об'єднання, ніж БФ (73% проти 46%). Це свідчить про те, що саме волонтерські об'єднання вважають більш ефективними, корисними, зрозумілими, близькими українцям.

Чим молодшими є респонденти, то більш активно вони готові підтримати волонтерством або коштами благодійний сектор. Таку готовність засвідчують 96% молодих респондентів віком 18–29 років, 92% осіб віком 30–39 років, 90% людей у віці 40–59 років та 85% тих, кому 60 років і більше. Важливим є і той тренд, що волонтерські об'єднання готові підтримати однаковою мірою представники всіх вікових груп. Тоді як БФ більше готова підтримати молодь віком 18–39 років (52% проти 41–44% у старших вікових групах).

Якщо брати до уваги регіональний зріз, то підтримати сектор готові 92% мешканців заходу та центру країни (проти 86% на півдні та сході).

Що біднішими є респонденти, то менше вони готові допомагати БФ чи волонтерським організаціям коштами чи волонтерством. Серед бідних відсоток тих, хто обрав варіант «ні тим, ні іншим», становить 17%, серед заможних – 6%.

Кому ви б радше допомогли коштами чи волонтерством?



Попри те що українці найбільше довіряють міжнародним благодійним фондам, а найменше – місцевим, свої кошти й сили вони радше віддадуть останнім. Імовірно, це пов'язано з тим, що місцеві БФ ближчі як фізично, так і ментально (легко можна прийти в офіс, є якісь знайомі, які в них задіяні, менш забюрократизовані тощо).

Всеукраїнським благодійним фондам більше готова сприяти молодь (31–38% серед людей віком 18–39 років проти 21–24% серед респондентів, старших за 40 років). Респонденти віком 30 років і старші схильні допомагати місцевим благодійним фондам (41–47% проти 33% серед молоді віком 18–29 років). Показово, що чим старшими є респонденти, тим менше вони схильні допомагати згаданим організаціям (11% проти 3% серед молоді у віці 18–29 років).

У регіональному зрізі виразних відмінностей не засвідчено. Втім на сході та заході дещо більше готові підтримувати місцеві БФ (46% проти 39–40% у центрі та на півдні). Також на півдні більше тих, хто не бажає допомагати жодному фонду (12% проти 3–7% в інших регіонах).

Найчастіше довіру до благодійних фондів формують:

- ✗ можливість бачити / чути про допомогу на власні очі;
- ✗ поради друзів, родичів;
- ✗ довіра до ініціатора фонду.

Такий розподіл є характерним для всіх регіонів України. Однак для мешканців сходу та півдня поради друзів та знайомих є пріоритетними, а на заході та в центрі, навпаки, важливіша довіра до ініціатора.

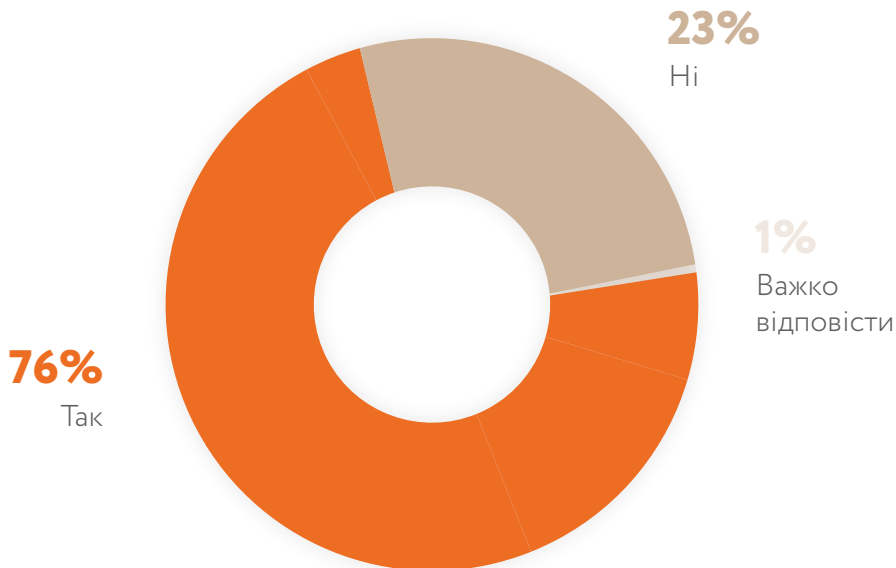
Що молодшим є респондент(-ка), то важливішим для нього/неї є кожен пункт у списку альтернатив. Утім є нюанс: для молоді віком 18–29 років у пріоритеті довіра до ініціатора фонду, а для представників інших вікових груп – поради друзів.

Аналіз зрізу за статтю також показує, що жінки більше за чоловіків схильні покладатися на рекомендації друзів, а чоловіки довіряють керівникам фондів. Респонденти з вищою освітою спершу довірятимуть тому фонду, керівник якого надійна і впізнана особа, а вже потім звернуться за порадою до друзів. Ті, в кого середня освіта, навпаки, спочатку підуть за порадою до друга, а потім звернуть увагу на керівника фонду.

Що саме спонукає вас довіряти благодійному фонду?



Чи чули ви про випадки шахрайства з благодійною допомогою від початку війни?



Три чверті громадян України чули про випадки шахрайства з благодійною допомогою починаючи з 24 лютого 2022 року.

Частіше її помічали чоловіки (80%), ніж жінки (73%). Що вищий рівень освіти респондента(-ки), то частіше він/вона стикалася з подібною інформацією. Так, чули про зловживання 79% осіб із вищою освітою, 75% із середньою спеціальною та 73% із середньою освітою.

Про випадки шахрайства з благодійною допомогою найбільше відомо мешканцям західних та центральних областей України (79%), найменше – представникам сходу (67%). Для Півдня цей показник становить 75%.

**69,6%**

Ні, не вплинула

18,4%Так, незначною
мірою, я зменшив(-ла)
свою допомогу**9%**Так, значною мірою –
я перестав(-ла)
надавати допомогу**3%**Важко
відповісти

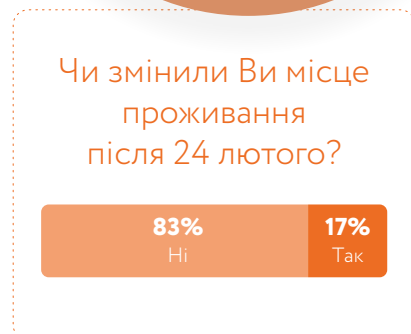
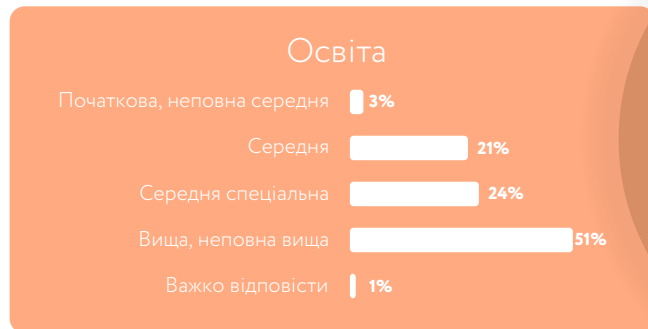
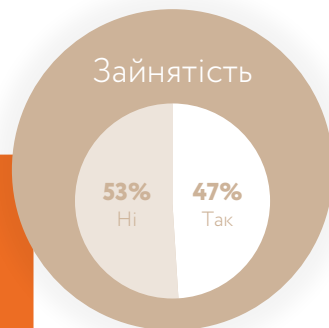
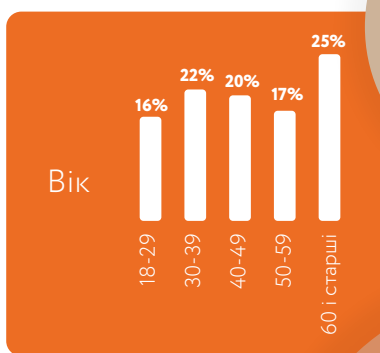
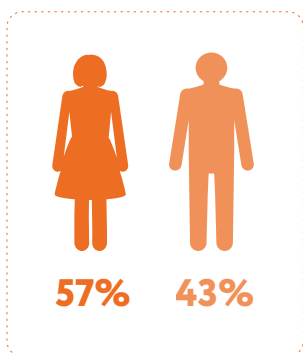
Чи вплинула інформація про шахрайство на ваше прагнення долучитися до благодійності?

* Серед тих, хто чув про випадки
шахрайства, n=1220

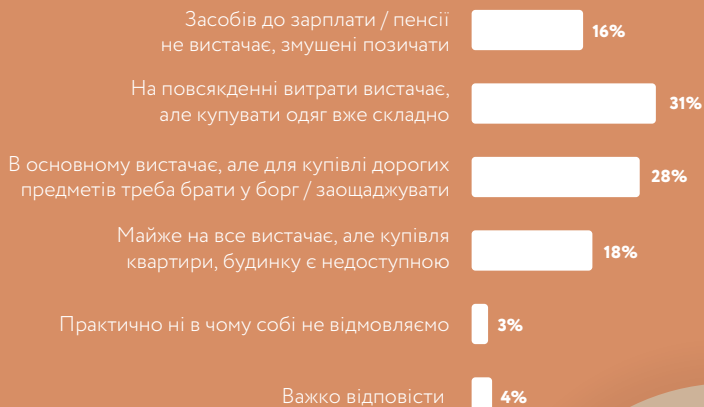
Чверть (27%) респондентів зазначили, що випадки шахрайства з благодійною допомогою спонукають їх припинити або скоротити обсяги допомоги. Дещо менш чутливі до такої інформації чоловіки (73% відповіли, що інформація не вплинула на їхню поведінку проти 70% серед жінок). Також показово, що чим вищий рівень освіти опитаного(-ої), тим менше він/вона звертатиме увагу на подібні повідомлення. Схожа тенденція спостерігається у зрізі за матеріальним становищем: що заможніша людина, то менше на її бажання допомагати впливає інформація про шахрайство з благодійною допомогою.

Розділ 8

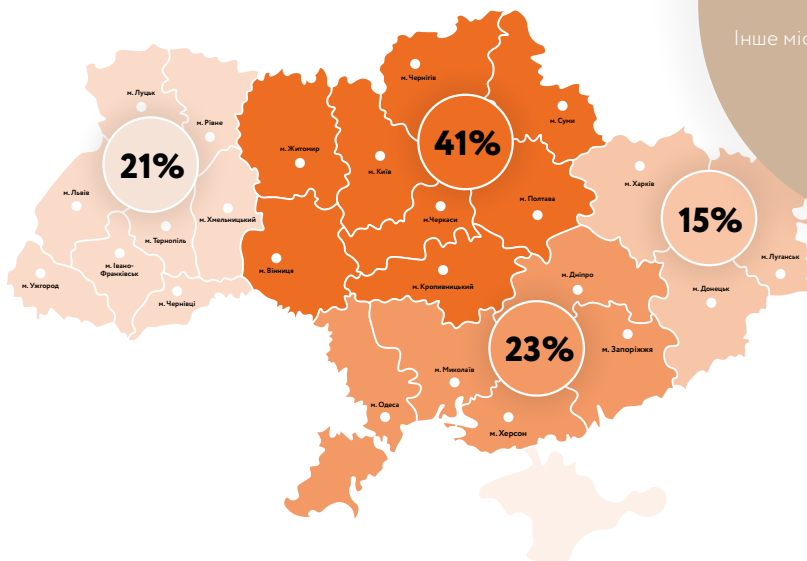
Соціально-демографічні характеристики



Матеріальне становище

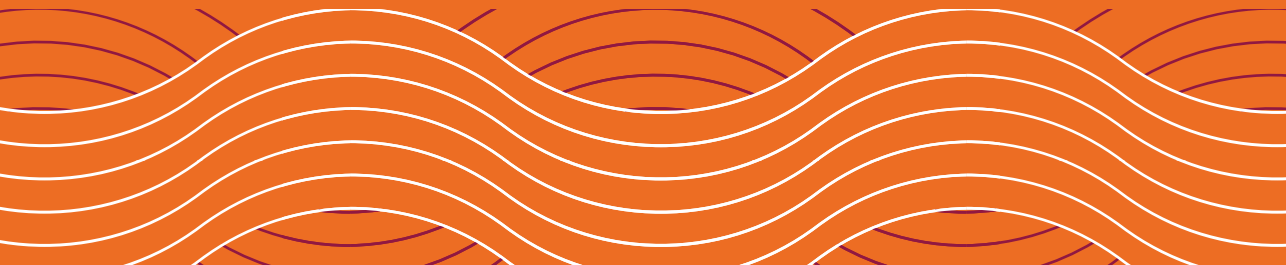


Тип населеного пункту



Дякуємо за увагу!

Всі дослідження
Zagoriy Foundation
доступні [тут](#)





zagoriy
foundation

Благодійність
у часи війни