

# СПРАВЕДЛИВІСТЬ, ДОВІРА Й БАГАТСТВО:

**ЯК УКРАЇНЦІ ОЦІНЮЮТЬ  
РЕСУРСИ, УСПІХ І СОЦІАЛЬНУ  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

---

Вступ	3
Інформація про дослідження	5
Уявлення українців про заможність	6
Очікування від бізнесу й заможних людей	16
Віра в справедливість та успіх	26
Сприйняття публічної благодійності	32
Гендерний вимір: довіра до заможних жінок	37
Респонденти	43

За даними Держстату, середня зарплата в Україні становить близько 20 тисяч гривень. Однак реальний розподіл доходів є нерівномірним: за оцінками експертів, майже 50% населення країни отримують менше 15 тисяч гривень. Справді, багатих українців менше 1%, а тих, кого можна було б назвати «середнім класом», — приблизно 7–10% населення.

Попри це, уявлення про багатство, заможних людей та їхню соціальну відповідальність — індикатор зрілості суспільства та держави, який набуває особливої ваги в період повномасштабної війни й громадської трансформації.

Мета дослідження, яке зараз перед вами, — зрозуміти, як українці у 2026 році сприймають багатство та заможних людей: що формує позитивне або негативне ставлення до них, як пов'язані достаток і суспільна користь, кому довіряють і кого вважають тими-таки «справді багатими». А ще — що таке соціальна відповідальність, нова етика багатства, і чи дійсно сучасні меценати можуть творити майбутнє для України.

Дослідження також аналізує, як історичний досвід, особисті життєві історії та медійні образи впливають на уявлення про заможних людей, і як це сприйняття відрізняється залежно від віку, статі, регіону та рівня доходів респондентів.

Все, що є у цій роботі Zagoriy Foundation, — насправді основа для змістовнішої публічної розмови про роль заможних людей у розвитку України, про їхній вплив на формування культури відповідальності та довіри. Наше дослідження — поштовх для переосмислення того, яким може бути соціально прийнятне та суспільно корисне багатство сьогодні та в майбутньому.

дослідити, як українці сприймають багатство, заможних людей та їхню соціальну відповідальність, і визначити фактори, які:

---

**формують** позитивне або негативне ставлення до багатих

---

**підвищують** або **знижують** довіру до заможних людей

---

**визначають**, хто для українців є «свій» багатий

---

**задають** рамку для формування нової етики багатства та сучасного меценатства

---

**дослідити**, як українці сприймають походження, легітимність і суспільну роль матеріальних ресурсів

Дослідження містить три осі:

**01**

**ІСТОРИЧНУ**  
уявлення про еліти

**02**

**ПОВЕДІНКОВУ**  
що формує довіру

**03**

**КОМУНІКАЦІЙНУ**  
як це відображається в медіа

# ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ

## **Дослідження виконане**

ГО «Загорій Фаундейшен» на основі опитування Центру соціальних та маркетингових досліджень СОЦИС. Терміни виконання польового етапу: листопад 2025.

**Опитування** не проводили в тимчасово окупованих регіонах на територіях, де тривають активні бойові дії.

**Вибірка:** 2000 повнолітніх громадян України (18+). Репрезентативна за ознаками віку, регіону, освіти, типу населеного пункту (місто/село), області проживання, рівнем доходу.

**Метод дослідження:** кількісне соціологічне опитування CATI (телефонне інтерв'ю) до 20 хвилин.

Статистична похибка вибірки (довірчий інтервал): + /- 2,6%.

---

Вступ 3

---

Інформація про дослідження 5

---

→ **Уявлення українців про заможність 6**

---

Очікування від бізнесу й заможних людей 16

---

Віра в справедливість та успіх 26

---

Сприйняття публічної благодійності 32

---

Гендерний вимір: довіра до заможних жінок 37

---

Респонденти 43

---

ДО ЯКОГО РІВНЯ ЖИТТЯ, НА ВАШУ ДУМКУ,  
НАЛЕЖИТЬ КОЖНЕ З ПЕРЕРАХОВАНИХ ТВЕРДЖЕНЬ?

# ЖИТИ ДОБРЕ

---

**61%**

Мати роботу, яка  
приносить задоволення

---

**59%**

Мати стабільний  
дохід

---

**55%**

Жити спокійно,  
без боргів

ДО ЯКОГО РІВНЯ ЖИТТЯ, НА ВАШУ ДУМКУ,  
НАЛЕЖИТЬ КОЖНЕ З ПЕРЕРАХОВАНИХ ТВЕРДЖЕНЬ?

# ЖИТИ ДОБРЕ

Українці бачать «жити добре»  
через базову стабільність і  
психологічний комфорт (робота,  
дохід, життя без боргів). Тобто базові  
матеріальні та психологічні потреби

ДО ЯКОГО РІВНЯ ЖИТТЯ, НА ВАШУ ДУМКУ,  
НАЛЕЖИТЬ КОЖНЕ З ПЕРЕРАХОВАНИХ ТВЕРДЖЕНЬ?

# ЖИТИ В ДОСТАТКУ

57%

Мати високооплачувану роботу або власний бізнес

55%

Мати власний бізнес, що дає стабільний дохід

55%

Мати можливість подорожувати і розвиватися

54%

Мати грошові заощадження (фінансова подушка мінімум на рік)

54%

Мати власну справу і давати роботу іншим

52%

Мати можливість забезпечити собі або дітям гарну освіту

50%

Мати власне житло, автомобіль і всі необхідні речі

ДО ЯКОГО РІВНЯ ЖИТТЯ, НА ВАШУ ДУМКУ,  
НАЛЕЖИТЬ КОЖНЕ З ПЕРЕРАХОВАНИХ ТВЕРДЖЕНЬ?

# ЖИТИ В ДОСТАТКУ

«Жити в достатку» українці розуміють як фінансову безпеку та можливість «вище за середній»: стабільний заробіток/бізнес, подорожі й розвиток, заощадження, освіта, майнова забезпеченість

ДО ЯКОГО РІВНЯ ЖИТТЯ, НА ВАШУ ДУМКУ,  
НАЛЕЖИТЬ КОЖНЕ З ПЕРЕРАХОВАНИХ ТВЕРДЖЕНЬ?

# ЖИТИ ЗАМОЖНО

68%

Мати можливість багато подорожувати по світу у високому стандарті

64%

Мати можливість витратити гроші на дорогі речі й предмети розкоші

58%

Фінансова незалежність (можна не працювати заради грошей)

57%

Мати престижний автомобіль або декілька авто

55%

Можливість купувати великі речі (авто, нерухомість) без кредитів

55%

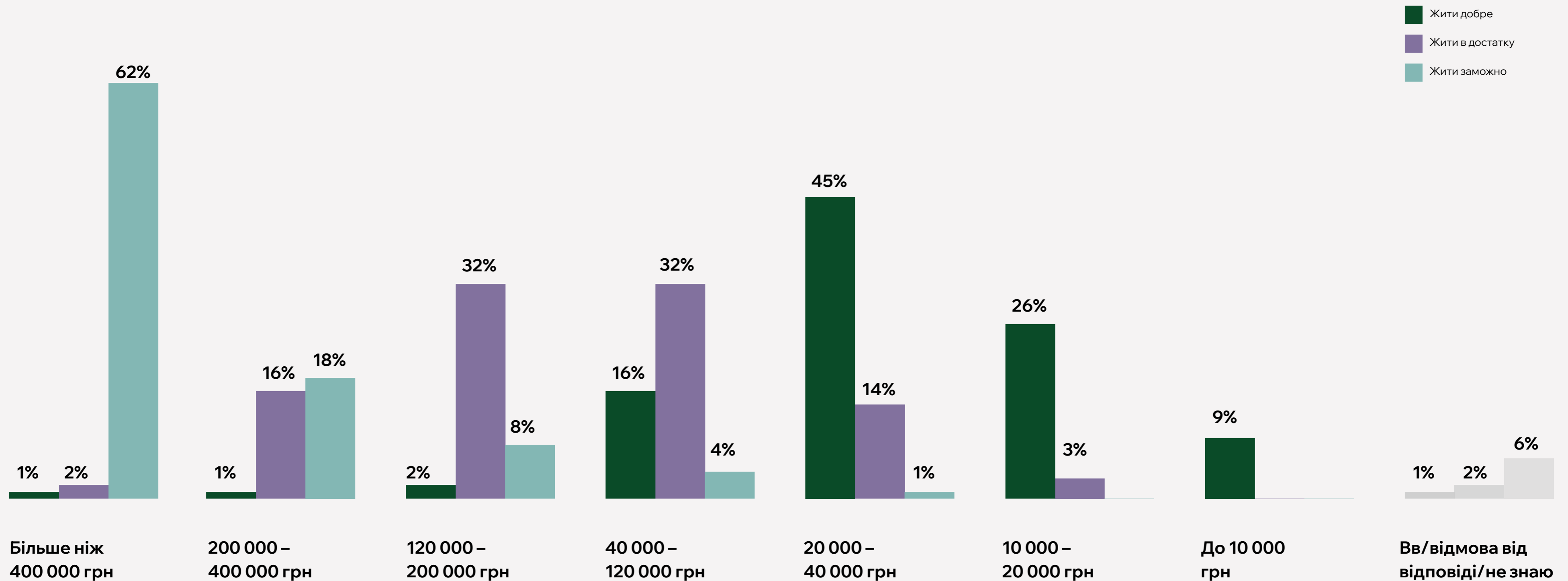
Мати можливість регулярно займатися благодійністю зі значними сумами

ДО ЯКОГО РІВНЯ ЖИТТЯ, НА ВАШУ ДУМКУ,  
НАЛЕЖИТЬ КОЖНЕ З ПЕРЕРАХОВАНИХ ТВЕРДЖЕНЬ?

# ЖИТИ ЗАМОЖНО

**«Жити заможно» українці  
асоціюють із високим стандартом  
споживання й фінансовою  
свободою, а також зі спроможністю  
на значущу благодійність**

# ЯКИЙ РІВЕНЬ ЩОМІСЯЧНОГО ДОХОДУ ЧИ ЗАРПЛАТИ ДЛЯ ОДНІЄЇ ЛЮДИНИ МОЖНА ВІДНЕСТИ ДО «ЖИТИ ДОБРЕ», «ЖИТИ В ДОСТАТКУ», «ЖИТИ ЗАМОЖНО»?



# МЕДІАНА (ІНТЕРВАЛИ)



# ЯКІ ПЕРШІ ТРИ АСОЦІАЦІЇ У ВАС ВИКЛИКАЄ СЛОВО «БАГАТСТВО»?

Найпоширеніші асоціації про те, що багатство дає людині більше варіантів дій і якості життя. Це означає, що в масовому сприйнятті багатство передусім «відкриває двері» й знімає обмеження.

Багатство часто пов'язують із впливом та позицією в суспільстві. Тобто багатство не лише про гроші, а й про можливість впливати (бути «над» правилами або формувати їх).

Водночас значна частина українців бачить багатство через несправедливість системи. Асоціації з «корупцією» майже на рівні з «владою» і «свободою», що показує: для великої частини людей багатство — це не лише результат праці чи таланту, а й щось сумнівне або пов'язане з неправильною грою.

44%

Можливості

41%

Комфорт

36%

Корупція

33%

Влада

33%

Свобода

20%

Нечесність

17%

Несправедливість

13%

Відповідальність

11%

Благодійність

---

Вступ 3

---

Інформація про дослідження 5

---

Уявлення українців про заможність 6

---

→ **Очікування від бізнесу й заможних людей 16**

---

Віра в справедливість та успіх 26

---

Сприйняття публічної благодійності 32

---

Гендерний вимір: довіра до заможних жінок 37

---

Респонденти 43

---

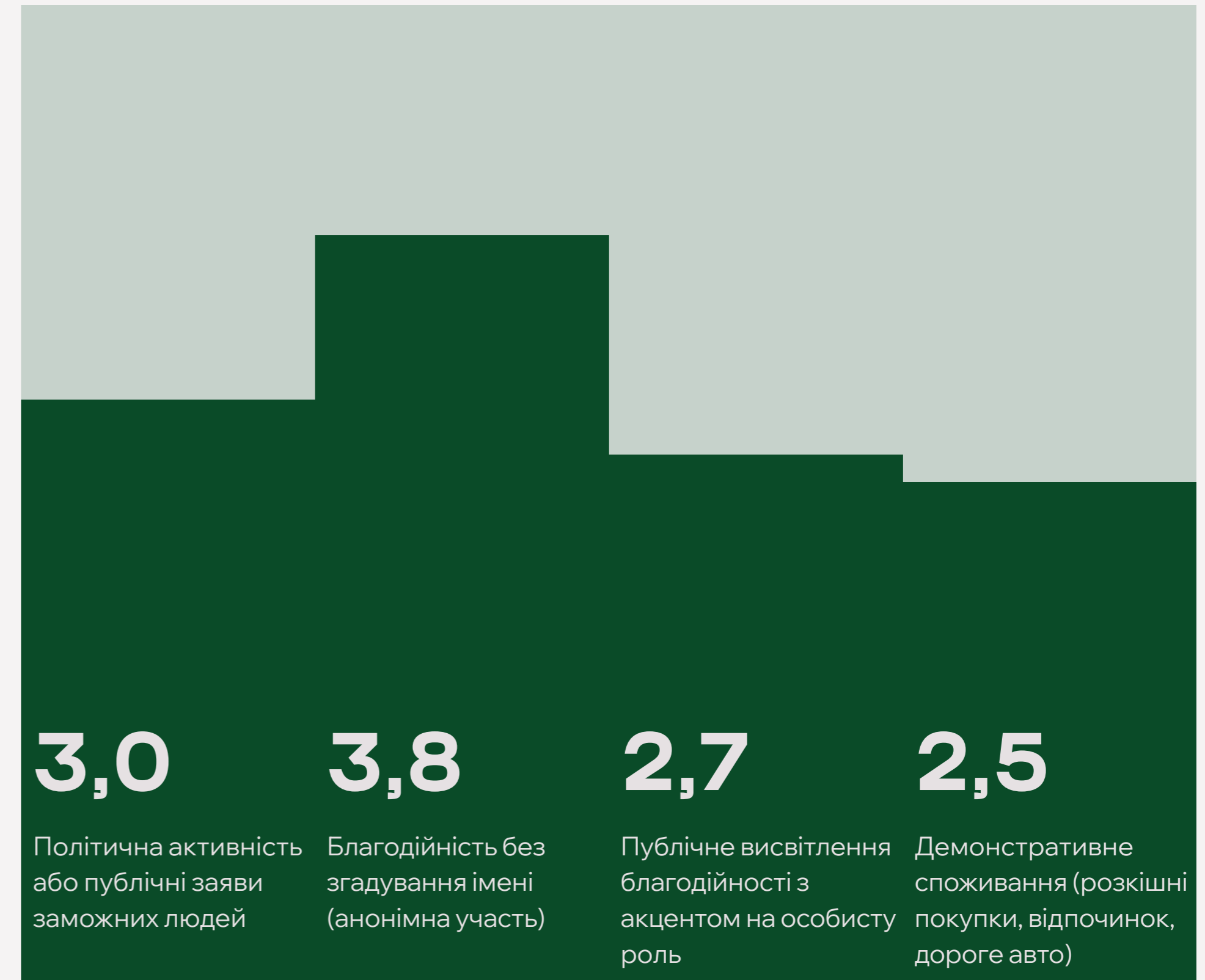
# НАСКІЛЬКИ ПРИЙНЯТНИМИ Є ТАКІ ФОРМИ ПОВЕДІНКИ ЗАМОЖНИХ ЛЮДЕЙ?

Українці найбільш прийнятною вважають анонімну благодійність і найменше схвалюють демонстративне споживання. Публічне висвітлення благодійності та політична активність сприймаються помірно, без однозначної підтримки.

Тут видно баланс: частина допускає, але багато людей реагують критично на самопозиціювання в благодійності.

Українське суспільство радше підтримує «тихого» заможного, ніж «видимого». Відповіді демонструють чітку норму: допомагати — прийнятно, але без самопіару.

Демонстрація розкоші для заможних сприймається як соціально небажана.



# НАСКІЛЬКИ ДЛЯ ВАС Є ПРИЙНЯТНОЮ ТАКА ПОВЕДІНКА БІЗНЕСУ?

Усі чотири практики українці вважають неприйнятними. У кожному випадку частка відповіді «абсолютно неприйнятно» — близько половини або більше, а середні оцінки тримаються нижче, ніж 2,0 бали.

Найбільше неприйняття саме взаємодії бізнесу з владою, оминаючи законодавство. Уникання сплати податків без порушення закону й зарплату в «конвертах» також переважно осуджують, хоча це діяльність формально без порушення закону.

Найменше критикується лобізм, при цьому аж 50% респондентів абсолютно не схвалюють його.



# ЩО ЗОБОВ'ЯЗАНИЙ РОБИТИ БІЗНЕС В УКРАЇНІ СЬОГОДНІ? А ЩО З ЦЬОГО БІЗНЕС УЖЕ РЕАЛЬНО РОБИТЬ?

Порівняння відповідей на ці питання показує розрив очікувань і реальності. Від бізнесу в Україні насамперед чекають базових дій: створення робочих місць, чесної сплати податків і підтримки оборони/ветеранів — це постає як «обов'язковий мінімум» соціального контракту. Однак коли люди оцінюють, що бізнес реально робить, то бачать насамперед робочі місця й значно менше — оборону/ветеранів, а податки (які є другою ключовою вимогою) майже не фіксуються як виконані. Тобто в уявленні респондентів бізнес радше виконує те, що видно в повсякденні (робочі місця), частково — те, що комунікується (оборона/ветерани), і найменше — те, що важко «помацати» без доказів (чесна сплата податків).

В «обов'язках» бізнесу війна сильно задає рамку відповідальності, але очікування більші за війну. Окрім оборони, люди хочуть, щоб бізнес підтримував відбудову громад, інвестував у освіту/молодь, розвивав медицину/науку. Проте в реальних діях ці довгострокові напрями майже не проглядаються: їх називають значно рідше, а етичної поведінки бізнесу як прикладу — практично нема в сприйнятті. Це означає, що суспільний запит на «відповідальний бізнес» ширший, ніж те, що люди зараз бачать або вважають доведеним.

Створювати  
робочі місця

Сплачувати  
чесно податки

Підтримувати  
оборону/ветеранів

Допомагати громадам у відбудові  
зруйнованого житла та інфраструктури

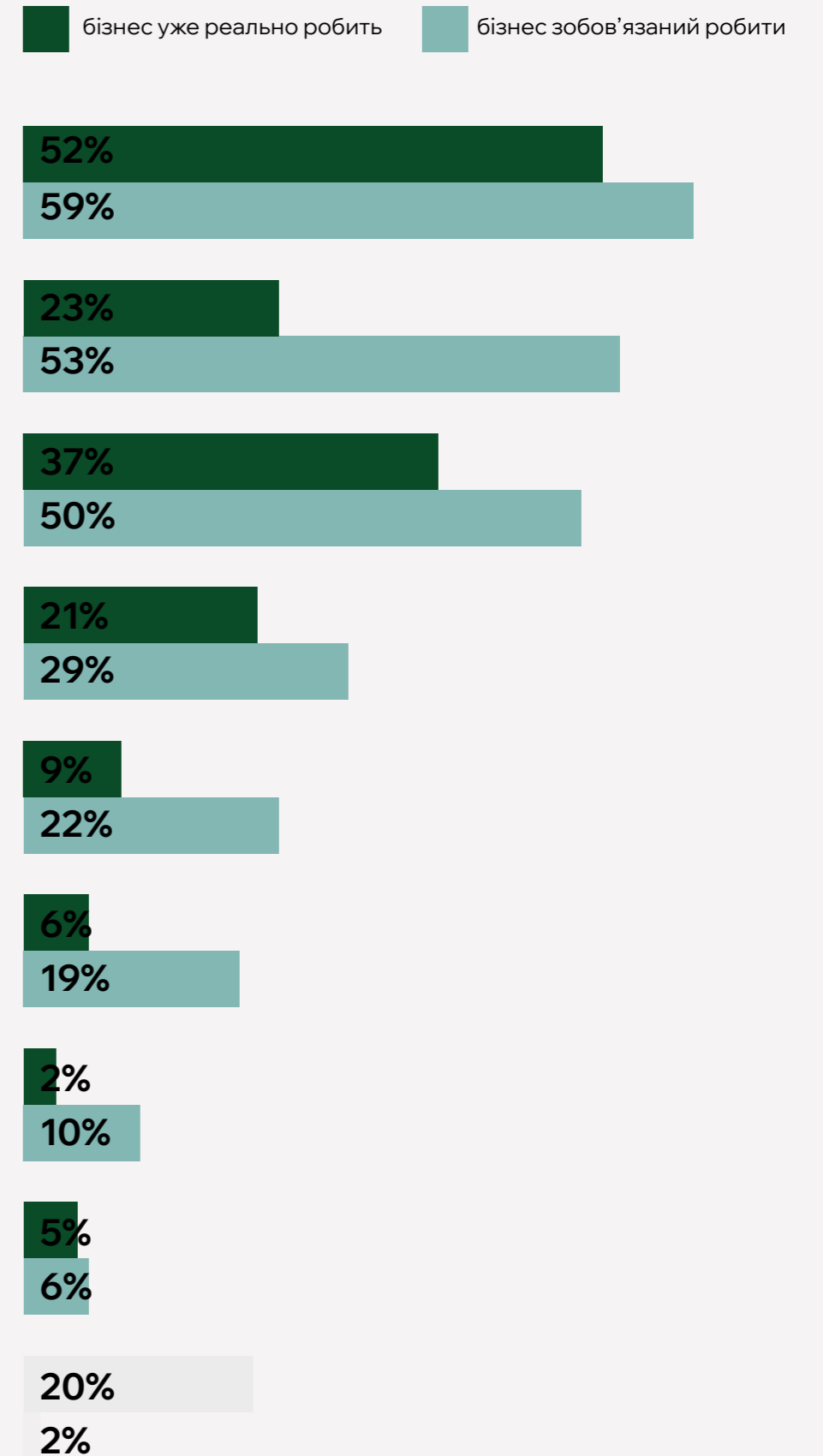
Інвестувати  
в освіту й молодь

Розвивати  
медицину/науку

Бути прикладом  
етичної поведінки

Підтримувати культуру  
та мистецтво

Вв/відмова  
Від відповіді/не знаю



# ЯКЩО ПЕВНА ЛЮДИНА АБО КОМПАНІЯ ДОПОМАГАЮТЬ АРМІЇ АБО ГРОМАДІ, АЛЕ ВІДОМІ СВОЇМИ «СІРИМИ» СХЕМАМИ, ЯК ВИ ЦЕ СПРИЙМАЄТЕ?

Для більшості українців допомога не нівелює нечесність. У суспільстві переважає моральна межа: благодійність важлива, але вона не виправдовує «сірі» практики (46%).

Водночас майже половина суспільства (49%) залишає простір для «умовного прийняття» (через обережність або пріоритет самої допомоги).

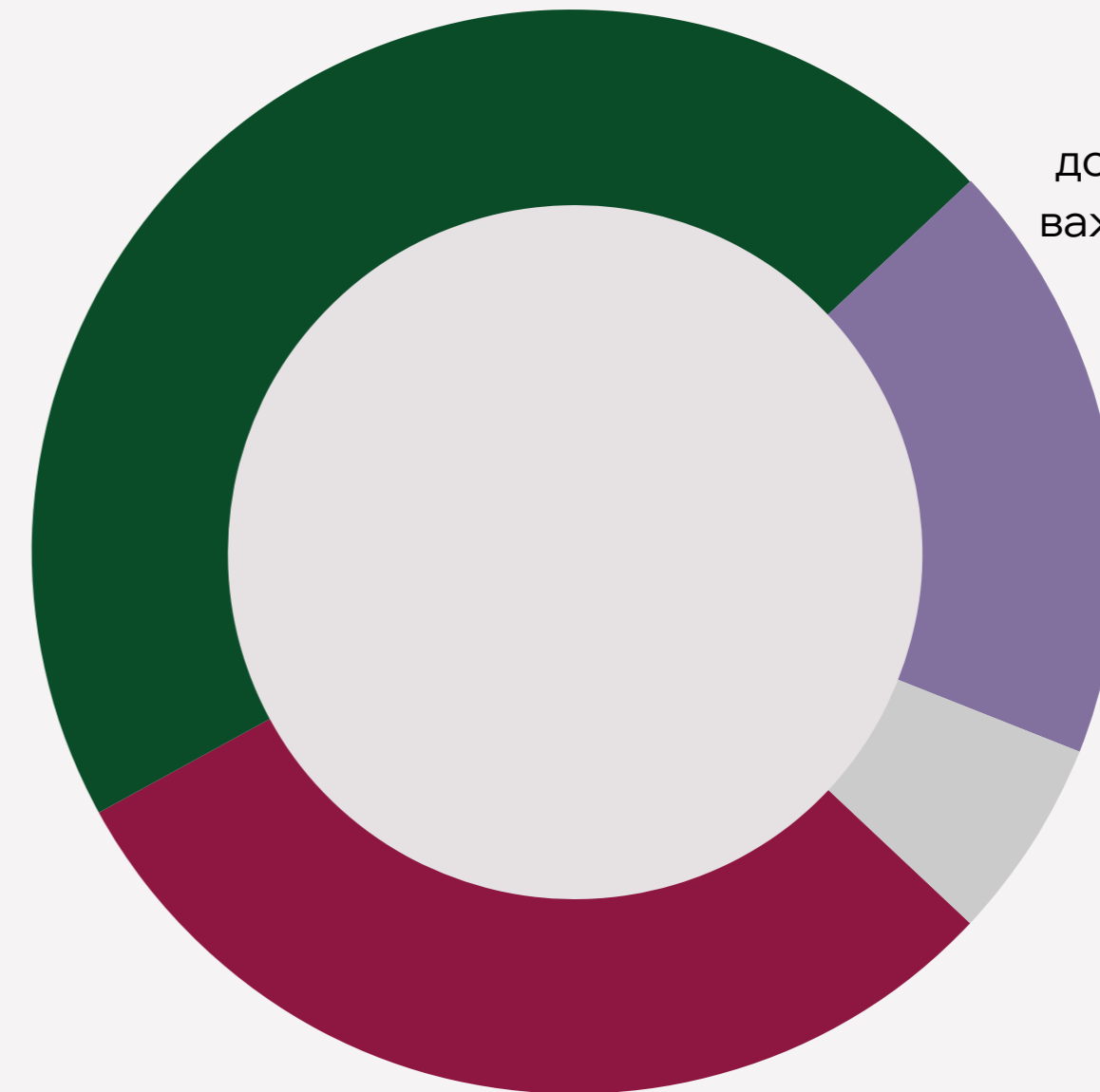
Очікування від заможних людей і бізнесу проявляється як вимога чесності разом із допомогою, а не замість неї: найбільша група прямо говорить, що допомога не може бути виправданням «сірих» схем.

**46%**

Допомога не виправдовує нечесність

**18%**

Головне, що допомагає — не так важливо, як заробив



**30%**

Добре, але з обережністю

**6%**

ВВ/відмова/не знаю

# ЯКЕ ТВЕРДЖЕННЯ ВАМ БЛИЖЧЕ?

Українці радше скептичні до мотивів бізнесу: частіше обирають тезу, що бізнес думає лише про власні прибутки, ніж що він є частиною спільної справи й допомагає країні.

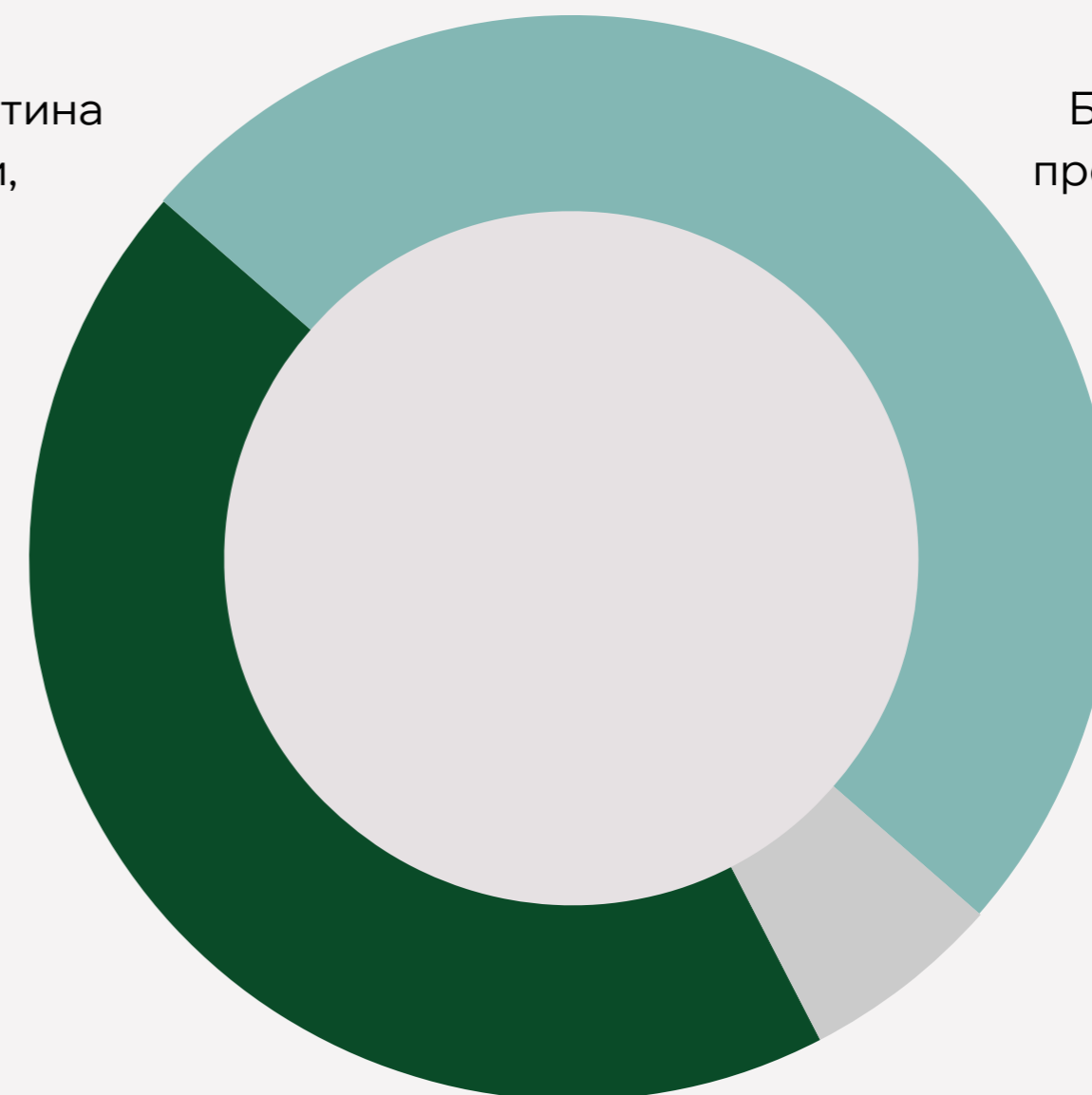
Суспільна оцінка бізнесу поляризована, але з невеликим перекосям у бік недовіри: «скептична» позиція випереджає «партнерську» на 7%.

**44%**

Бізнес — це частина спільної справи, він допомагає країні

**51%**

Бізнес думає лише про власні прибутки



**6%**  
Вв/відмова від  
відповіді/не знаю

# ЩО РОБИТЬ БЛАГОДІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ГІДНОЮ ДОВІРИ?

Українці найбільше довіряють благодійності бізнесу тоді, коли вона прозора, перевіряється цифрами та не має вигляду інструменту інтересів.

Другий рівень довіри — це інтегрованість у реальні мережі допомоги (фонди/волонтери) та стримана комунікація без емоційного піару.

Третій — сталість, не одноразова акція. І вже значно рідше — персональна «гарантія» від власника.

48%

Прозорість і публічна звітність

32%

Відсутність політичних мотивів

25%

Співпраця з волонтерами або фондами

23%

Відкритість без емоційного піару

22%

Регулярність і сталість

16%

Особиста участь власника бізнесу

# БІЗНЕС У ВАШОМУ МІСТІ/ГРОМАДІ РОБИТЬ ДОСТАТНЬО ДЛЯ СПІЛЬНОГО ЖИТТЯ ГРОМАДИ?

Українці скоріше визнають внесок бізнесу в життя своєї громади, але з чітким запитом «може і має робити більше».

Водночас третина вважає, що бізнес робить мало або нічого — тобто довіра/видимість внеску бізнесу на місцях нерівномірна.

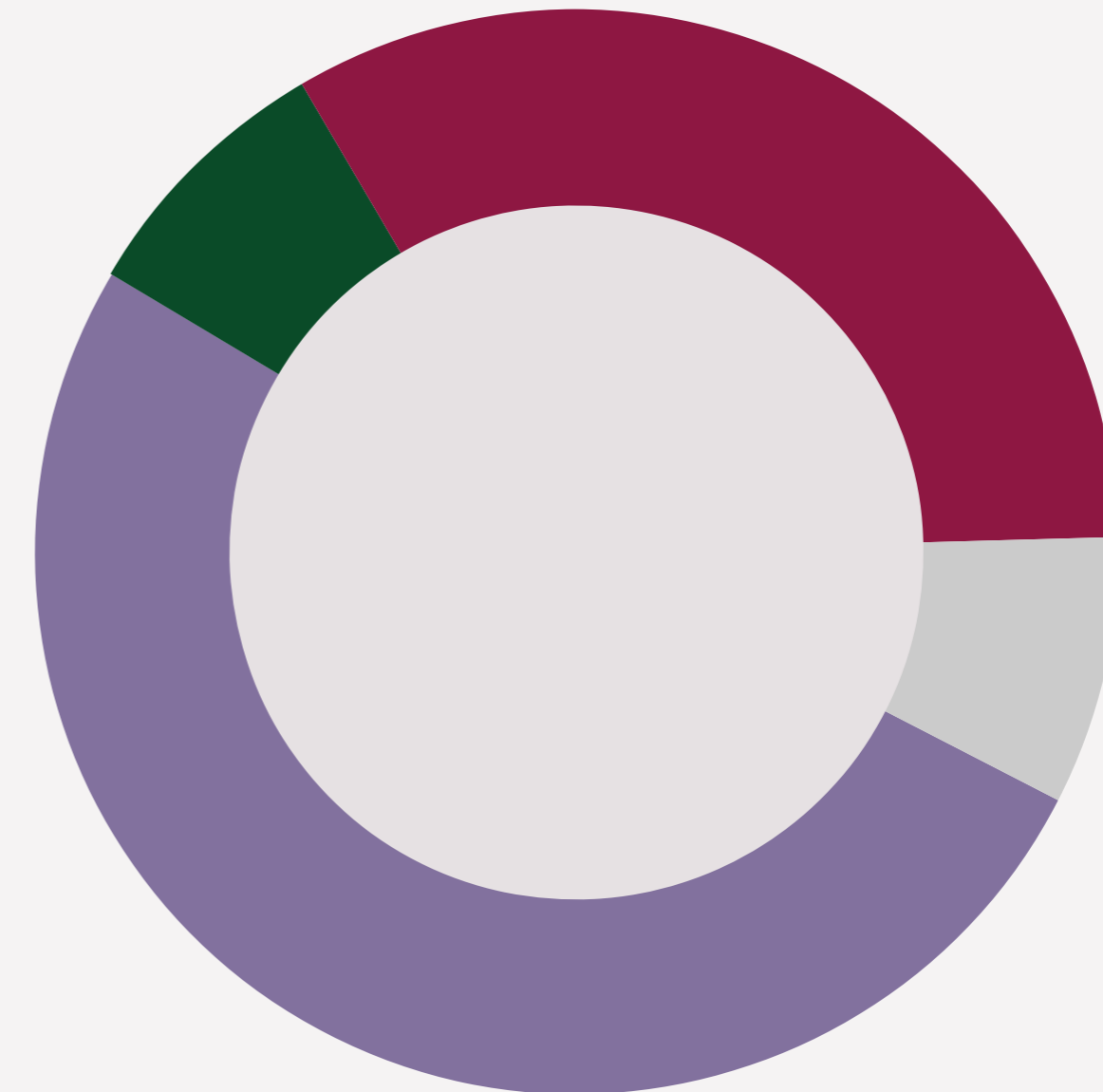
Розподіл відповідей має вигляд «кредиту довіри з умовою»: більшість не заперечує, що бізнес щось робить, але суспільна норма очікувань — більший внесок у спільне життя громади.

**8%**

Так, багато

**33%**

Мало або нічого



**51%**

Дещо, але міг би більше

**8%**

Вв/відмова від відповіді/не знаю

# КОГО З ЦИХ ЛЮДЕЙ ВИ НАЗВАЛИ Б МЕЦЕНАТОМ?

Українці найчастіше називають меценатом того, хто системно фінансує великі суспільні ініціативи — тобто сприймають меценатство як регулярну та масштабну підтримку.

На другому місці — довгострокова програма підтримки вищої освіти, що дуже близько до класичного розуміння меценатства.

Разові або «малими сумами, але регулярно» історії значно рідше асоціюються з меценатством.

**43%**

Підприємець системно фінансує великі ініціативи для вирішення суспільних проблем (надання грантів, регулярна підтримка лікарень)

**25%**

Заможна людина, яка створила багаторічну програму підтримки вищої освіти

**15%**

Пенсіонерка, яка щомісяця донатить на військо зі своєї пенсії

**7%**

Активістка організує збори, залучає кошти інших людей, координує волонтерів (сама дає небагато)

**4%**

Банкір, який один раз переказав велику суму на лікарню

# НАСКІЛЬКИ ДЛЯ ВАС ПІД ЧАС ВІЙНИ ВАЖЛИВО, ЩОБ БІЗНЕС ВКЛАДАВ ГРОШІ В ДОВГОТРИВАЛУ ПІДТРИМКУ КУЛЬТУРИ, ОСВІТИ Й НАУКИ?

Під час війни запит на довготривалі інвестиції бізнесу в культуру/освіту/науку доволі великий: майже половина вважає це важливим, але третина вагається («і так, і ні»). Тобто суспільство загалом підтримує ідею, що бізнес (і заможні) мають не лише «закривати термінове», а й брати відповідальність за довшу перспективу країни, але для значної частини це не безумовний пріоритет під час війни.

# 3,5

Середній бал



29%	5 (дуже важливо)
20%	4 (скоріше важливо)
34%	3 (і так, і ні)
8%	2 (скоріше неважливо)
8%	1 (зовсім неважливо)
1%	НЗ/відмова

---

Вступ 3

---

Інформація про дослідження 5

---

Уявлення українців про заможність 6

---

Очікування від бізнесу й заможних людей 16

---

→ **Віра в справедливість та успіх 26**

---

Сприйняття публічної благодійності 32

---

Гендерний вимір: довіра до заможних жінок 37

---

Респонденти 43

---

# ЧИ МОЖНА ДОСЯГТИ УСПІХУ СВОЇМИ СИЛАМИ В УКРАЇНІ?

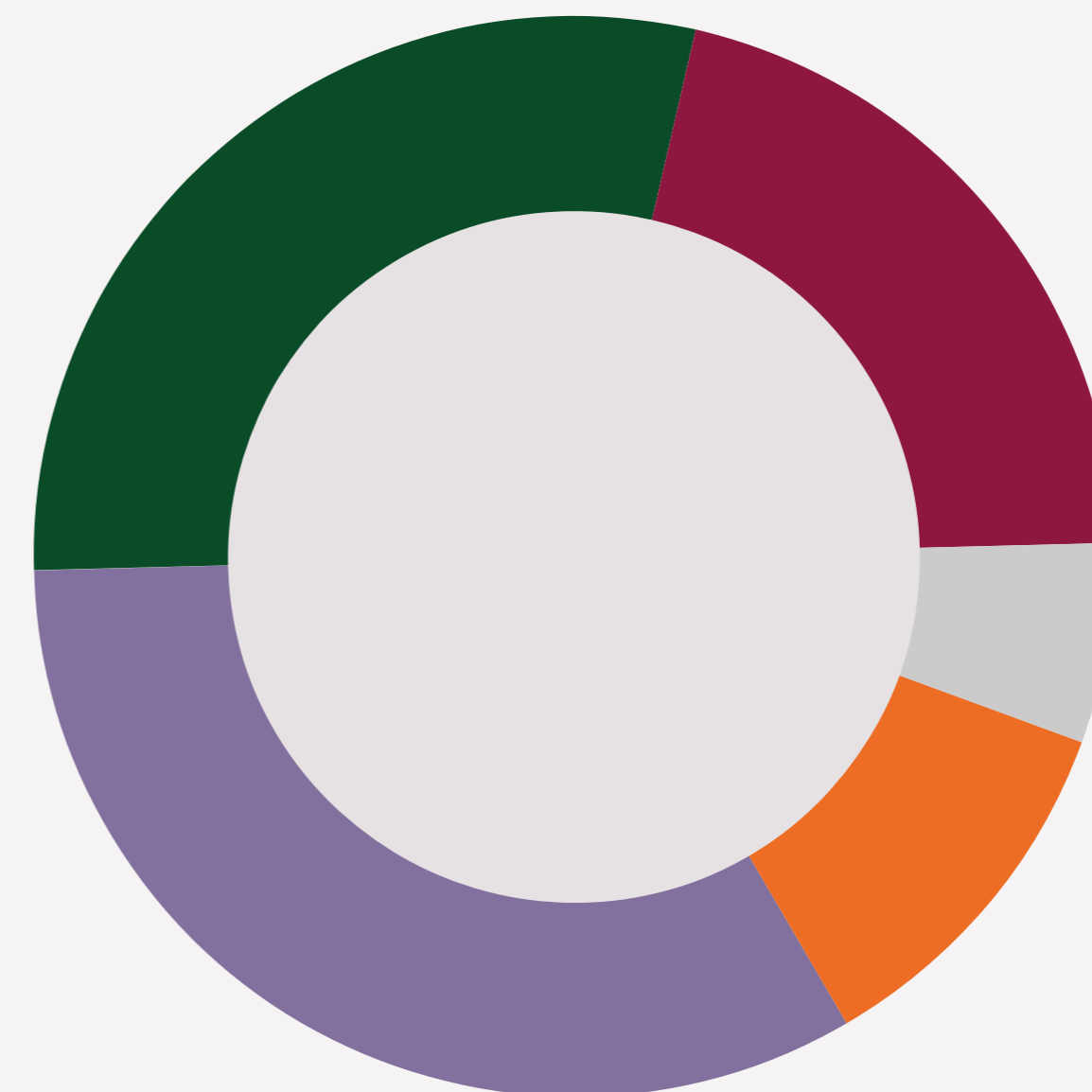
Серед українців домінує скепсис щодо чесного успіху своїми силами: більше людей схильються до відповідей «скоріше ні» та «ні, це неможливо» (54%), ніж до «так» (у будь-якій формі 40%).

Водночас це не суцільний песимізм: приблизно чотири з десяти все ж вірять у можливість успіху (повністю або частково), але здебільшого у форматі обережного «скоріше так», а не впевненого «так, повністю».

Отже, складається загальна картина: низька віра в справедливі правила гри — з помітною, але меншою часткою людей, які все ще припускають, що успіх можливий без обхідних шляхів.

**33%**  
Скоріше ні

**21%**  
Ні, це  
неможливо



**29%**  
Скоріше так

**6%**  
Вв/відмова від  
відповіді/не знаю

**11%**  
Так, повністю

# ЩО ГОЛОВНЕ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ?

Уявлення про успіх в Україні в респондентів радше «прагматичне»: ключем найчастіше називають зв'язки, а вже потім — особисті зусилля та внутрішні ресурси. Тобто успіх бачиться як поєднання «системних» факторів (соціальний капітал) і «індивідуальних» (праця, віра в себе, ініціативність), але з чималим акцентом на те, що без контактів пробитися складніше.

Водночас важливо, що освіта й удача теж посідають високі позиції — успіх сприймається не як результат лише одного чесного механізму, а як поєднання зусиль, можливостей і випадку. Правила й закони — не в топі, тобто «гра за правилами» не видається для більшості головним рецептом успіху, а радше додатковим чинником.

Державна підтримка — помітна, але не домінує, що підкреслює принцип «успіх не принесуть зверху», хоча очікування ролі держави теж присутнє.

50%

Мати широке коло зв'язків

42%

Наполеглива праця

39%

Віра в себе і власні сили

36%

Гарна освіта/ знання

36%

Удача, везіння

34%

Власна ініціатива, підприємливість

26%

Державна підтримка

18%

Дотримання правил і законів

# ЧЕСНО ЧИ НІ БІЛЬШІСТЬ БАГАТИХ (ЗАМОЖНИХ) ЛЮДЕЙ ЗАРОБИЛИ СВОЇ СТАТКИ?

Домінує недовіра до чесності збагачення, бо понад половина респондентів оцінює чесність збагачення як низьку (разом негативні оцінки — 53%).

Показово, що велика кількість респондентів дотримується «середньої» позиції (34%). Це означає, що третина українців бачать різні варіанти походження багатства: і чесні, і нечесні або ж за «сірими» схемами. Суспільна думка не тільки «звинувачує», а й значною мірою вагається.

Високі оцінки чесності — маргінальні. Тобто тих, хто вважає, що багаті заробили чесно, в рази менше за тих, хто вважає протилежне (11%).

Середнє значення: 2,3 (з 5) — це нижче «за середину» шкали (3), тобто загальний настрій — радше «нечесно».

# 2,3

Середній бал



32%	1 (зовсім нечесно)
21%	2 (скоріше важливо)
34%	3
9%	4
2%	5 (повністю чесно)
2%	ВВ/Не знаю

# НАСКІЛЬКИ ВИ ОСОБИСТО ПОГОДЖУЄТЕСЬ ІЗ НАСТУПНИМИ ТВЕРДЖЕННЯМИ?

● Повністю погоджуюсь ● Частково погоджуюсь ● Не погоджуюсь ● ВВ/ ВІДМОВА

У відповідях простежуються водночас дві позиції, які співіснують без конфлікту.

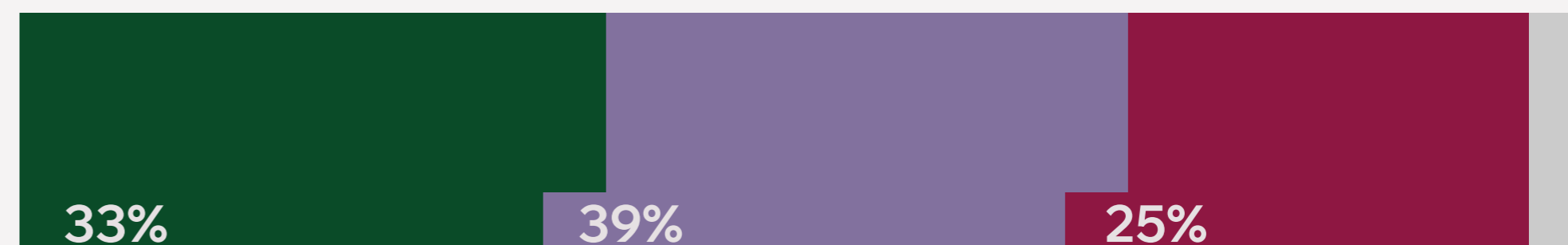
Перша — дуже сильна ліберальна норма приватності: якщо багатий платить податки, то суспільство майже однотайно визнає його право витратити гроші як хоче. Друга — глибока недовіра до «чесної траєкторії» багатства для пересічної людини: чимало хто вважає, що стати багатим чесно в Україні майже нереально.

Водночас це не перетворюється на тотальне таврування: більшість погоджується, що не можна всіх багатих автоматично вважати нечесними. Тобто картина така: «право на витрати — так», «шлях до багатства для звичайної людини — під підозрою», але «узагальнювати про всіх багатих — неправильно».

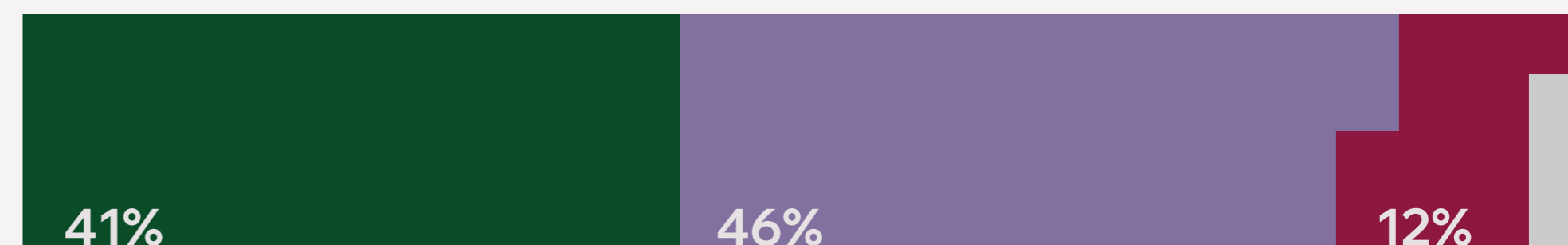
**Якщо багата людина чесно платить податки, то вона має право витратити свої доходи як хоче**



**Проста людина не може стати багатю чесно, не порушуючи закон**



**Не можна всіх багатих людей вважати нечесними**



# ЯКЕ З ТВЕРДЖЕНЬ ВІДПОВІДАЄ ВАШИМ УЯВЛЕННЯМ ПРО СПРАВЕДЛИВІСТЬ?

Українці не ідеалізують реальність, але й не капітулюють: домінує позиція «справедливості немає, але до неї треба прагнути».

На другому місці — активний принцип «справедливість є й за неї треба боротися».

Прихильників відвертого фаталізму («справедливості немає й не буде») меншість.

У термінах настрою це постає як баланс між реалістичним скепсисом (45% + 18%) і мобілізаційною вірою в дію (35%).

**35%**

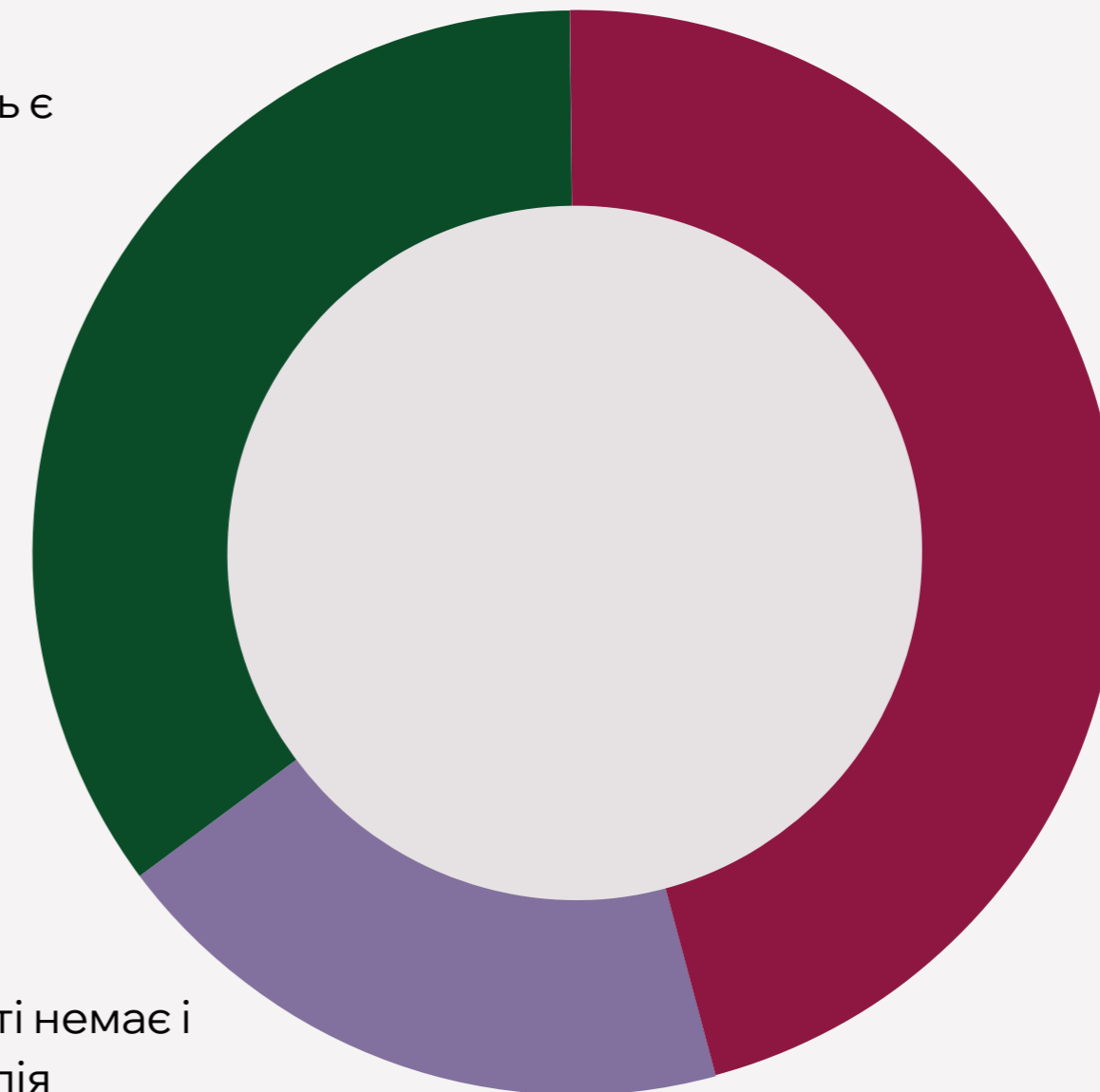
Справедливість є і за неї треба боротися

**46%**

Справедливості немає, але до неї треба прагнути

**19%**

Справедливості немає і не буде, це утопія



---

Вступ 3

---

Інформація про дослідження 5

---

Уявлення українців про заможність 6

---

Очікування від бізнесу й заможних людей 16

---

Віра в справедливість та успіх 26

---

→ **Сприйняття публічної благодійності 32**

---

Гендерний вимір: довіра до заможних жінок 37

---

Респонденти 43

---

# ЯКИЙ ТОН ПОВІДОМЛЕНЬ ПРО БЛАГОДІЙНІСТЬ БІЗНЕСУ ВИКЛИКАЄ ДОВІРУ?

Українці найбільше довіряють комунікації про благодійність бізнесу, коли вона перевіряється й підкріплена доказами: факти/цифри/звітність, прозорість із підтвердженнями, а також реальні історії (але не самі емоції). Важливим підсиленням довіри також є репутація компанії та співпраця з волонтерами/фондами.

Запит на доказовість (факти+прозорість) сильніший за запит на персоналізацію (звернення лідерів) і значно сильніший за емоційний тон.

Отже, у повідомленнях благодійність бізнесу мусить мати вигляд відповідальності й системної дії, а не іміджевої історії.

**47%**

Факти, цифри, звіти

**41%**

Реальні історії людей

**37%**

Прозорість/ підтвердження незалежними джерелами

**28%**

Репутація компанії

**23%**

Співпраця з волонтерами/ фондами

**14%**

Аналітика/ коментарі експертів

**11%**

Особисті звернення лідерів

**5%**

Емоційна реакція («вразило»)

# КОЛИ БІЗНЕС ЧИ ВІДОМА ОСОБА ГОВОРИТЬ ПРО ДОБРІ СПРАВИ, ВИ ЗАЗВИЧАЙ...?

Українці частіше реагують скептично або стримано, ніж довірливо.

Найпоширеніша позиція — «сумніваюсь, це піар», на другому місці — нейтральність. Водночас значна частка людей не просто емоційно реагує, а вмикає перевірку фактів.

А от активне поширення історій — рідкісна поведінка.

**11%**

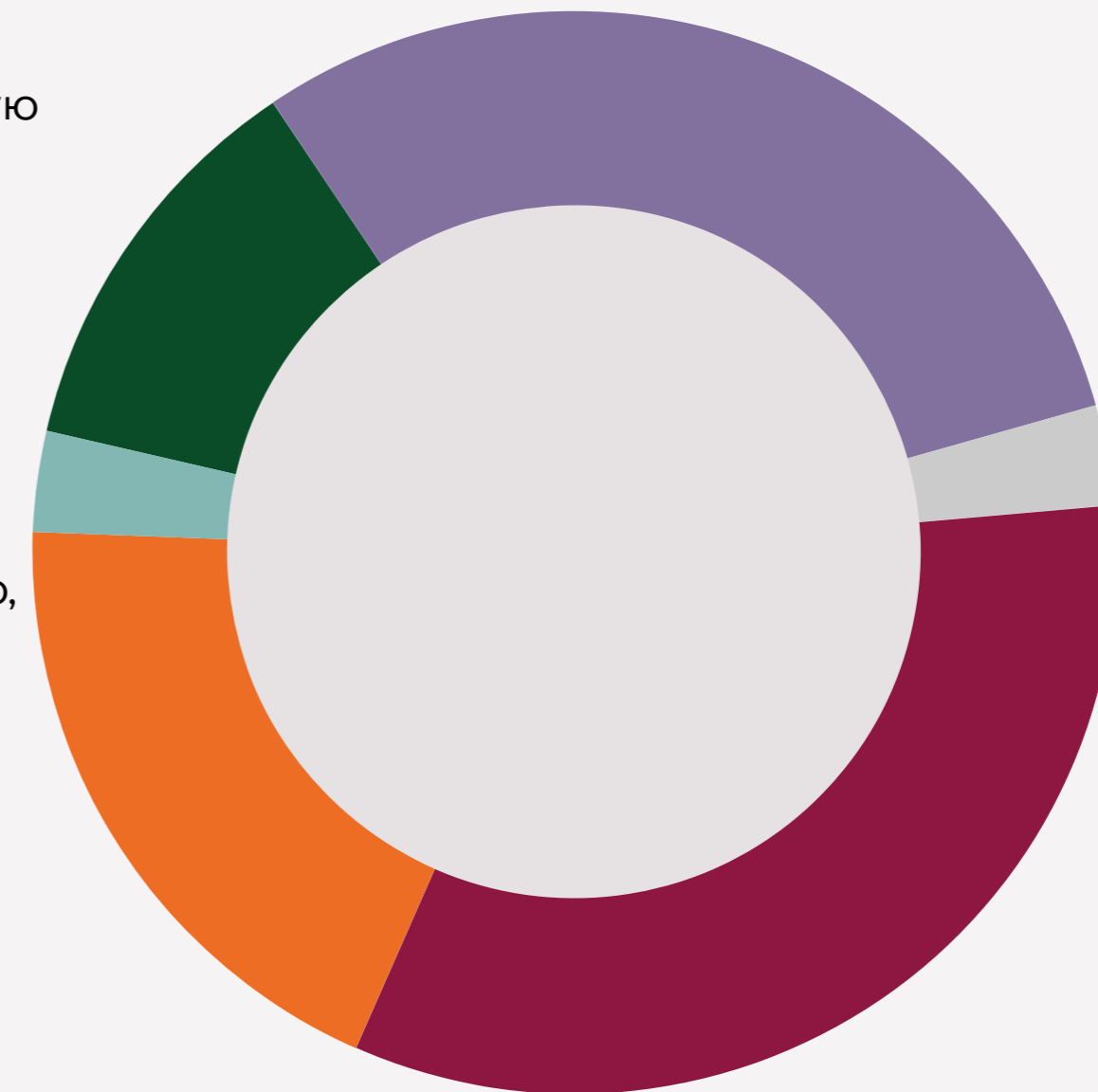
Вірю і підтримую

**3%**

Поширюю  
(розповсюджую,  
репоцу) такі  
історії

**19%**

Перевіряю  
факти



**31%**

Ставлюсь  
нейтрально

**3%**

Вв/ відмова  
від відповіді/  
не знаю

**33%**

Сумніваюсь —  
це піар

# КОЛИ ЗАМОЖНА ЛЮДИНА АБО БІЗНЕС РОЗПОВІДАЄ ПРО ВЛАСНІ ДОБРІ СПРАВИ, ВИ СПРИЙМАЄТЕ ЦЕ ЯК...?

По всій Україні розповіді заможних людей/бізнесу про добрі справи найчастіше сприймаються без сильних емоцій — нейтрально.

Однак друга домінуюча рамка — підозра в піарі: для великої частки це має вигляд самореклами.

Щире сприйняття («приклад і щирість») — меншість, а позиція «все залежить від ситуації» майже не представлена.

**37%**

Самореклама/  
піар

**14%**

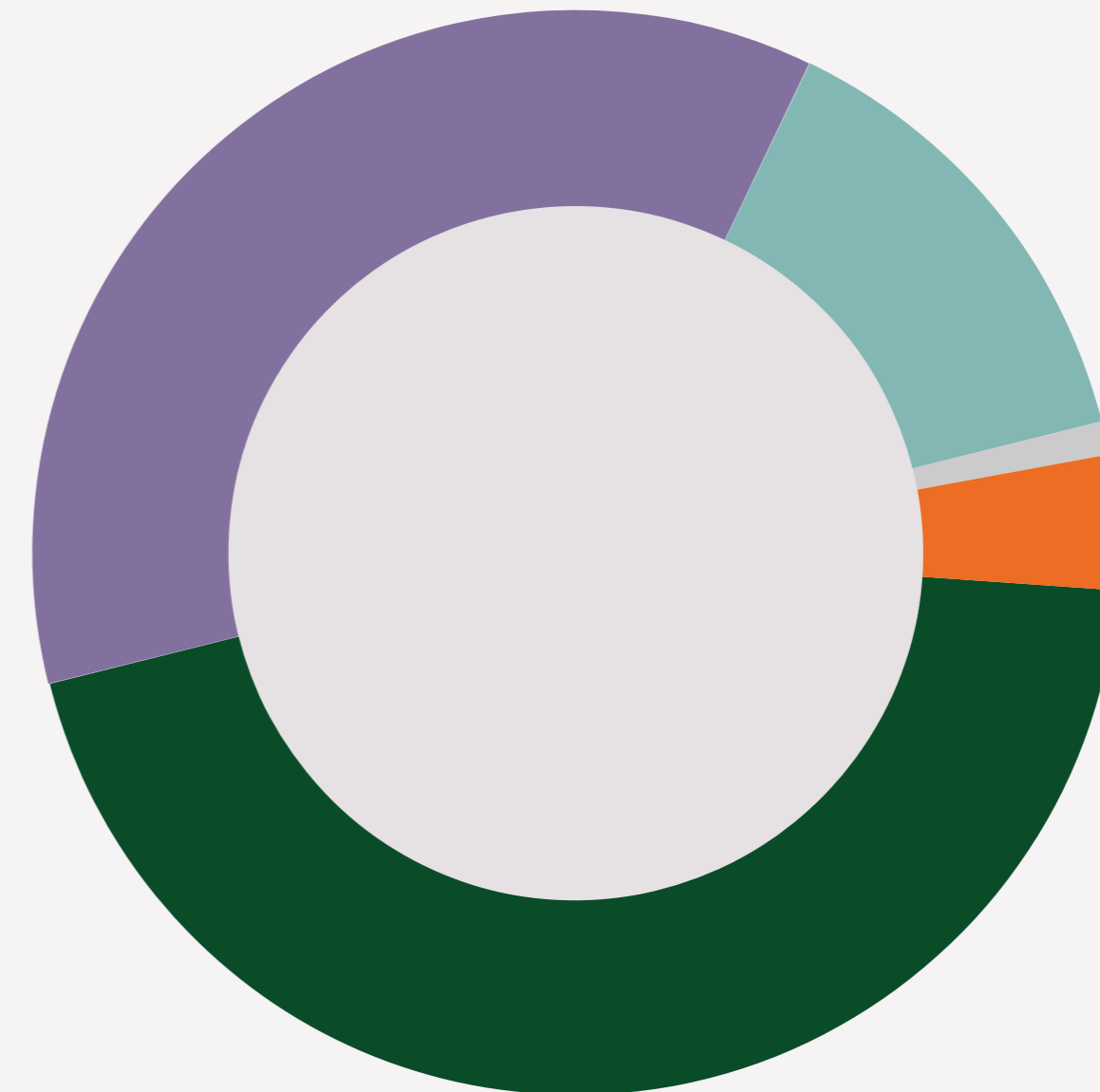
Щирість і  
приклад

**45%**

Нейтрально

**4%**

Все залежить  
від ситуації/  
конкретної  
людини



# ЯК ЧАСТО ВИ ПУБЛІЧНО ДЯКУЄТЕ АБО ПОШИРЮЄТЕ ІНФОРМАЦІЮ ПРО ДОБРІ СПРАВИ ВІДОМИХ ЛЮДЕЙ/КОМПАНІЇ?

Публічне «дякую» або поширення історій про добрі справи бізнесу/заможних людей не є звичною практикою: домінує модель «бачу — але не репощу».

Найчастіше люди або ніколи цього не роблять, або роблять епізодично («іноді/рідко»).

Регулярна підтримка такими публічними діями — маргінальна.

**42%**  
Ніколи

**4%**  
Регулярно



**27%**  
Рідко

**25%**  
Іноді

Вступ	3
Інформація про дослідження	5
Уявлення українців про заможність	6
Очікування від бізнесу й заможних людей	16
Віра в справедливість та успіх	26
Сприйняття публічної благодійності	32
<b>→ Гендерний вимір: довіра до заможних жінок</b>	<b>37</b>
Респонденти	43

# НАСКІЛЬКИ ВИ ПОГОДЖУЄТЕСЯ З НАСТУПНИМ ТВЕРДЖЕННЯМ: «ЗАМОЖНІ ЖІНКИ ВИКЛИКАЮТЬ У МЕНЕ БІЛЬШУ ДОВІРУ, НІЖ ЗАМОЖНІ ЧОЛОВІКИ»?

Для більшості стать заможної людини не є фактором довіри — 54% опитаних прямо обирають варіант «стать не має значення». Серед тих, хто все ж оцінює за шкалою 1–5, середня оцінка 2,7 (тобто радше не погоджуються, що заможні жінки викликають більшу довіру, ніж заможні чоловіки).

# 2,7

Середній бал



54%	«Стать для мене не має значення»
13%	1 (взагалі не погоджуюсь)
6%	2
13%	3
5%	4
7%	5 (повністю погоджуюсь)
1%	ВВ/не знаю

# У ЯКИХ СФЕРАХ ВИ ЧАСТІШЕ ДОВІРЯЄТЕ ЗАМОЖНИМ ЖІНКАМ?

Українці найчастіше називають соціально-гуманітарні галузі, де довіра до заможних жінок видається природнішою — освіта, медицина, соціальні програми. Натомість у сферах, які в масовій уяві ближчі до жорсткої влади чи контролю ресурсів (політика, відбудова/інфраструктура) та частково до технічних напрямів бізнесу, таку довіру згадують значно рідше.

**34%**

Освіта

**34%**

Медицина

**31%**

Соціальні  
програми

**23%**

Культура

**13%**

Бізнес та  
інновації

**9%**

Відбудова та  
інфраструктура

**8%**

Політика

**12%**

ВВ/не знаю

# ЩО В ПОВЕДІНЦІ ЗАМОЖНИХ ЖІНОК ПІДВИЩУЄ ДОВІРУ?

Українці найчастіше пов'язують довіру до заможних жінок з прозорістю діяльності та стриманим стилем: на першому місці прозора звітність, далі — скромність/без показовості.

Друга група факторів — сталість і залученість (регулярність допомоги, відкритість до діалогу, особиста участь). Найрідше як маркер довіри називають співпрацю з фондами/волонтерами. Але для значної частини респондентів вона теж важлива.

**39%**

Прозора звітність

**30%**

Скромність/  
без показовості

**27%**

Регулярність  
допомоги

**25%**

Відкритість  
до діалогу

**22%**

Особиста  
участь

**18%**

Співпраця  
з фондами/  
волонтерами

**5%**

ВВ/не знаю

# ЩО МОЖЕ ЗНИЖУВАТИ ДОВІРУ ДО ЗАМОЖНИХ ЖІНОК?

Довіру до заможних жінок найбільше підривають відсутність помітного результату, надмірна демонстративність і політичні зв'язки. Далі йдуть більш «технічні» чинники — нечіткі правила/звітність. А брак експертизи — другорядний фактор. Майже ніхто не каже «нічого з цього», тобто респонденти загалом добре бачать потенційні «червоні прапорці».

39%

Відсутність  
результатів

38%

Надмірна  
демонстративність

35%

Політичні зв'язки

30%

Нечіткі правила/  
звітність

9%

Брак експертизи

2%

Нічого з цього

4%

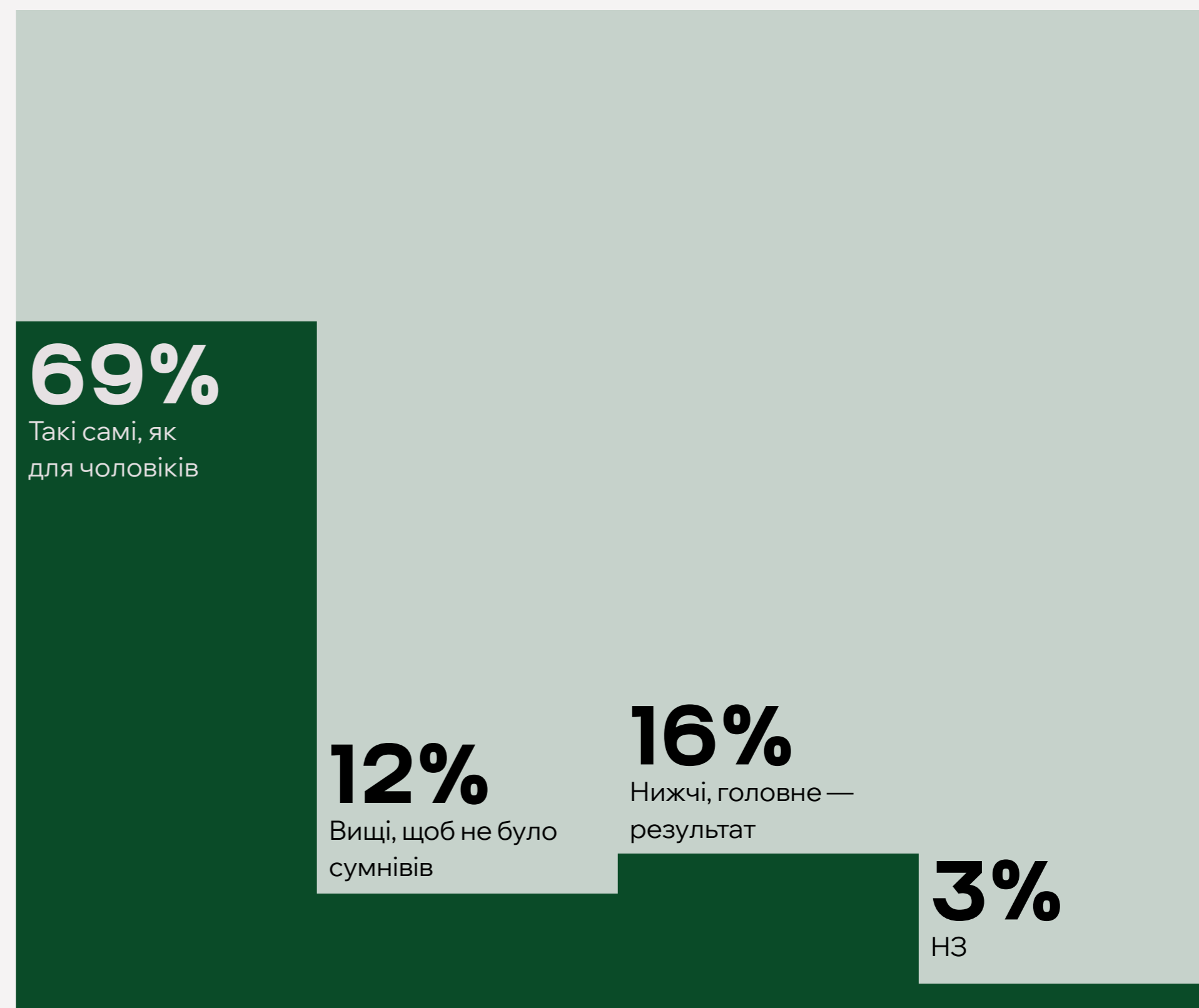
ВВ/не знаю

# НА ВАШУ ДУМКУ, ЯКІ МАЮТЬ БУТИ ВИМОГИ ДО ПРОЗОРОСТІ ДЛЯ ЗАМОЖНИХ ЖІНОК?

У відповідях домінує принцип рівності стандартів: більшість вважає, що вимоги до прозорості для заможних жінок мають бути такими самими, як для чоловіків.

Менша частина аудиторії піднімає планку (вищі вимоги, щоб не було сумнівів). Тобто в суспільства є запит на додаткове підтвердження довіри.

Водночас помітна група говорить про нижчі вимоги. Це радше про прагматичний підхід, коли ефект важливіший за форму звітності.



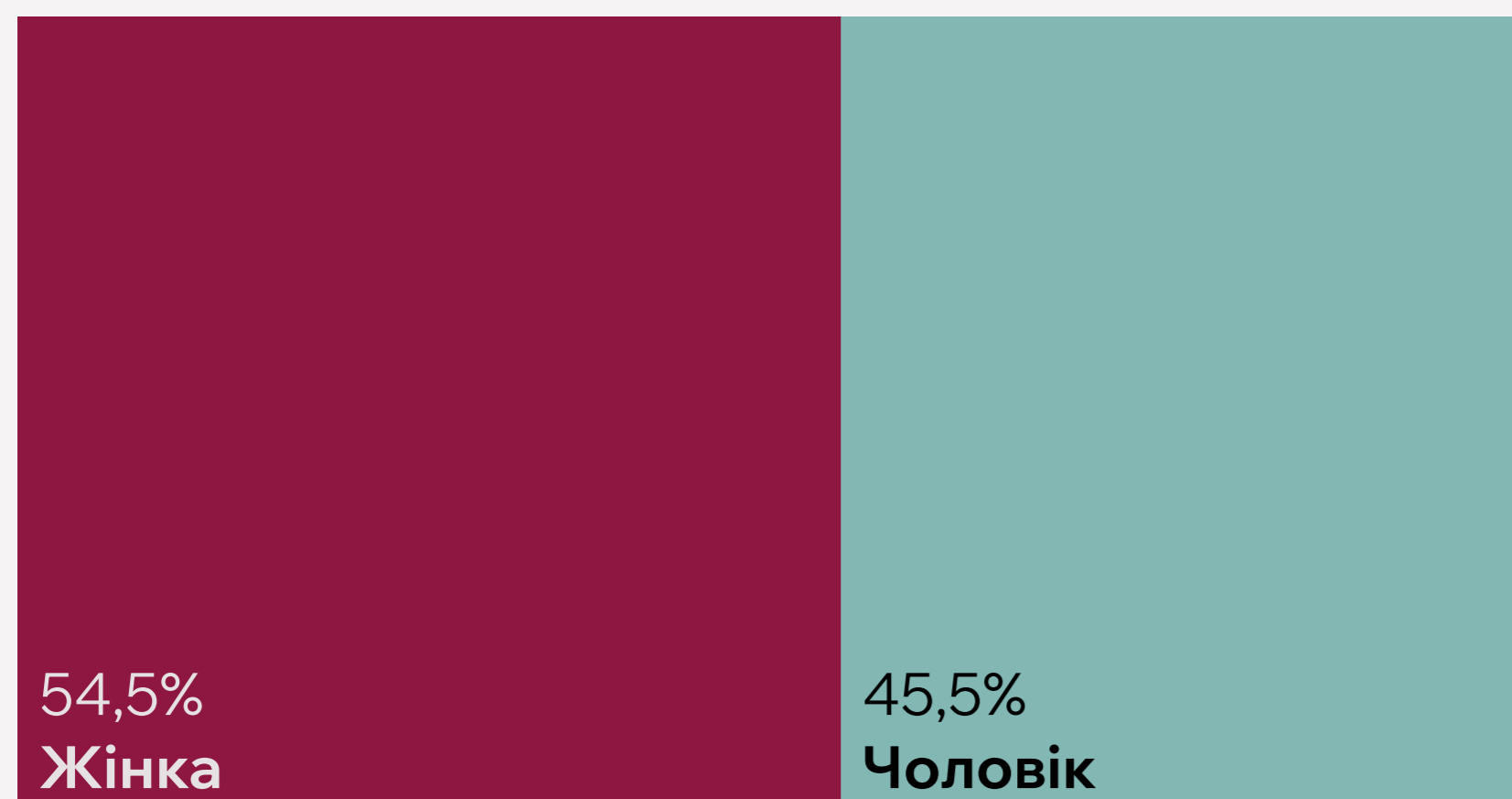
Вступ	3
Інформація про дослідження	5
Уявлення українців про заможність	6
Очікування від бізнесу й заможних людей	16
Віра в справедливість та успіх	26
Сприйняття публічної благодійності	32
Гендерний вимір: довіра до заможних жінок	37

## → Респонденти

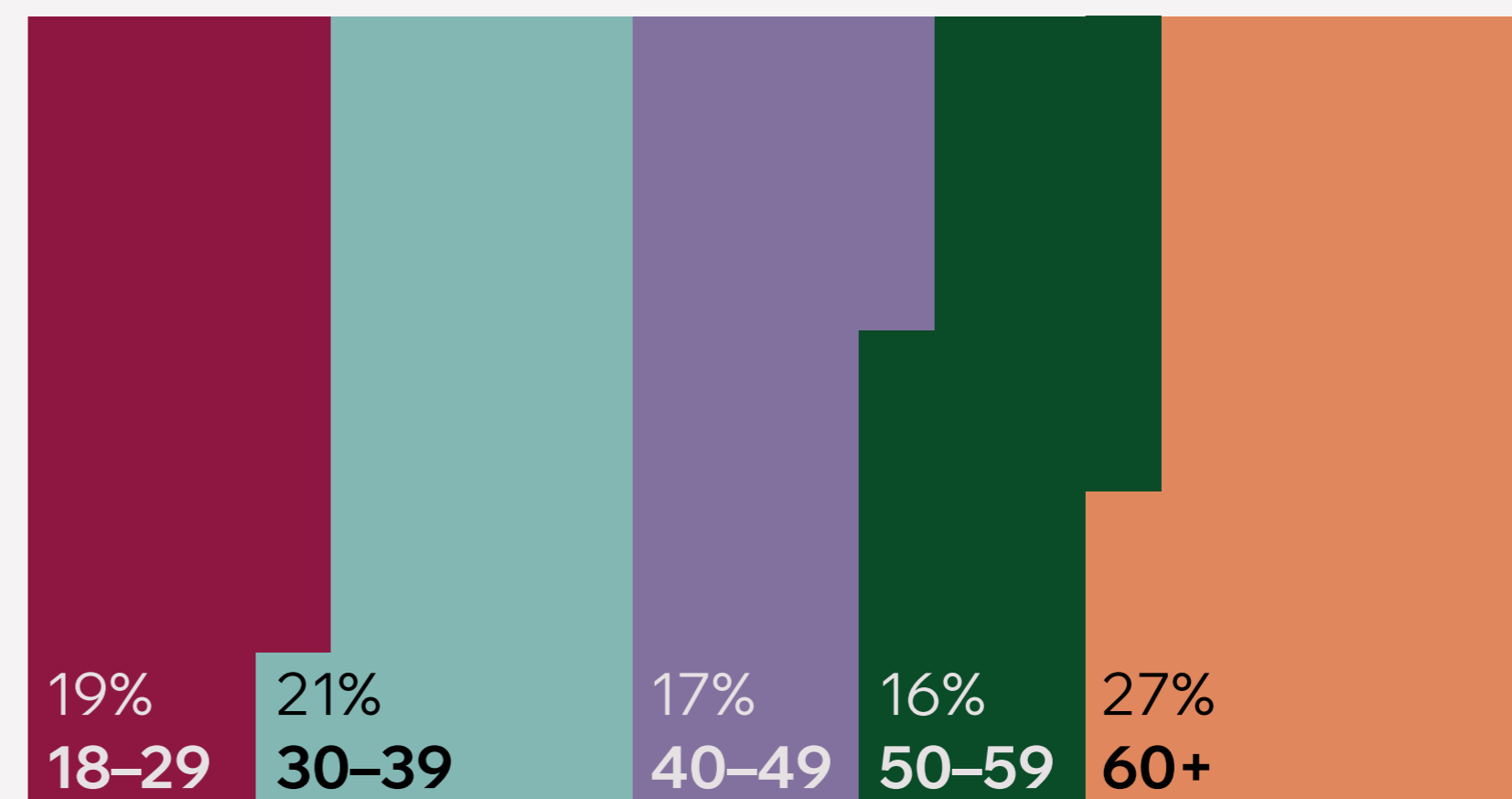
43

# ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА

D1. Стать респондента

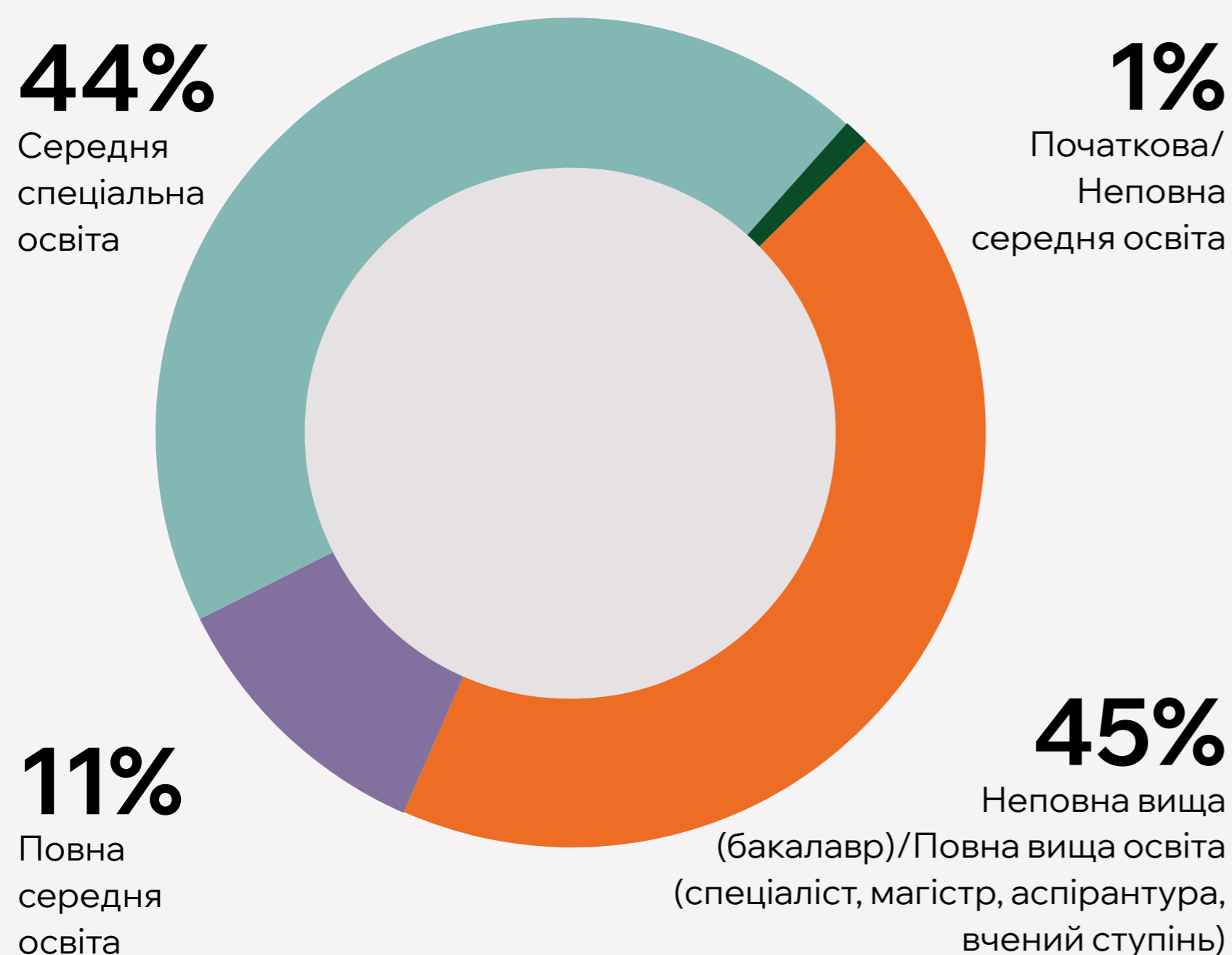


D2. Вік респондента



# ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА

## D3. Рівень Вашої освіти?



## D4. Як Ви охарактеризували б матеріальний стан Вашої сім'ї?

**19%**

Вистачає на харчування, речі першої необхідності та деякі дорогі покупки. Для таких покупок як машина, квартира потрібно накопичити або позичити

**11%**

Змушені економити навіть на харчуванні

**2%**

Можемо без проблем дозволити собі будь-які покупки, навіть квартиру чи машину

**38%**

Вистачає на харчування та речі першої необхідності. Для таких покупок як хороший костюм, мобільний телефон, пилосос чи холодильник потрібно накопичити або позичити

**29%**

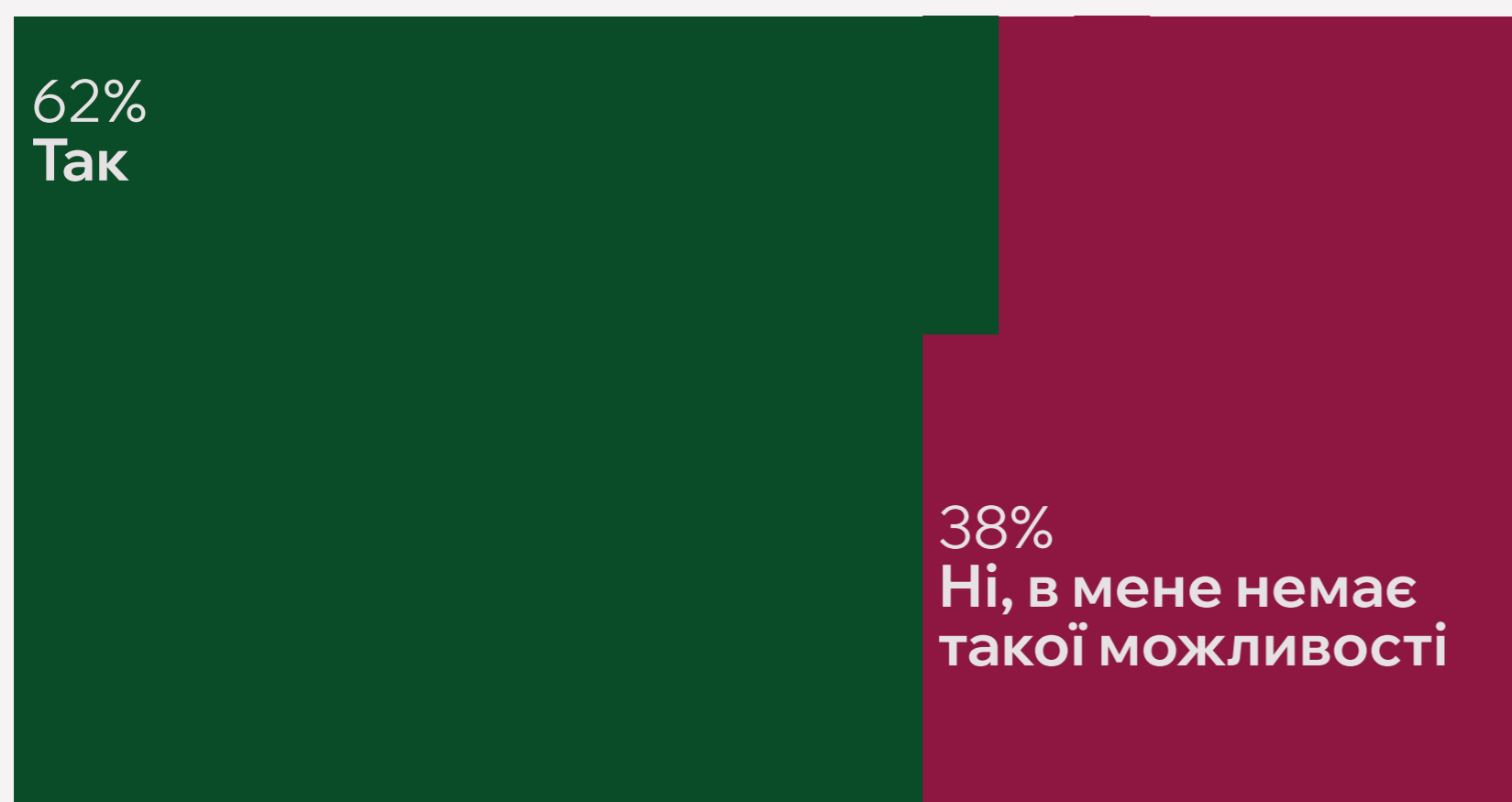
Вистачає тільки на харчування та оплату комунальних послуг. Для покупки речей першої необхідності (одяг, взуття тощо) потрібно накопичити або позичити

**1%**

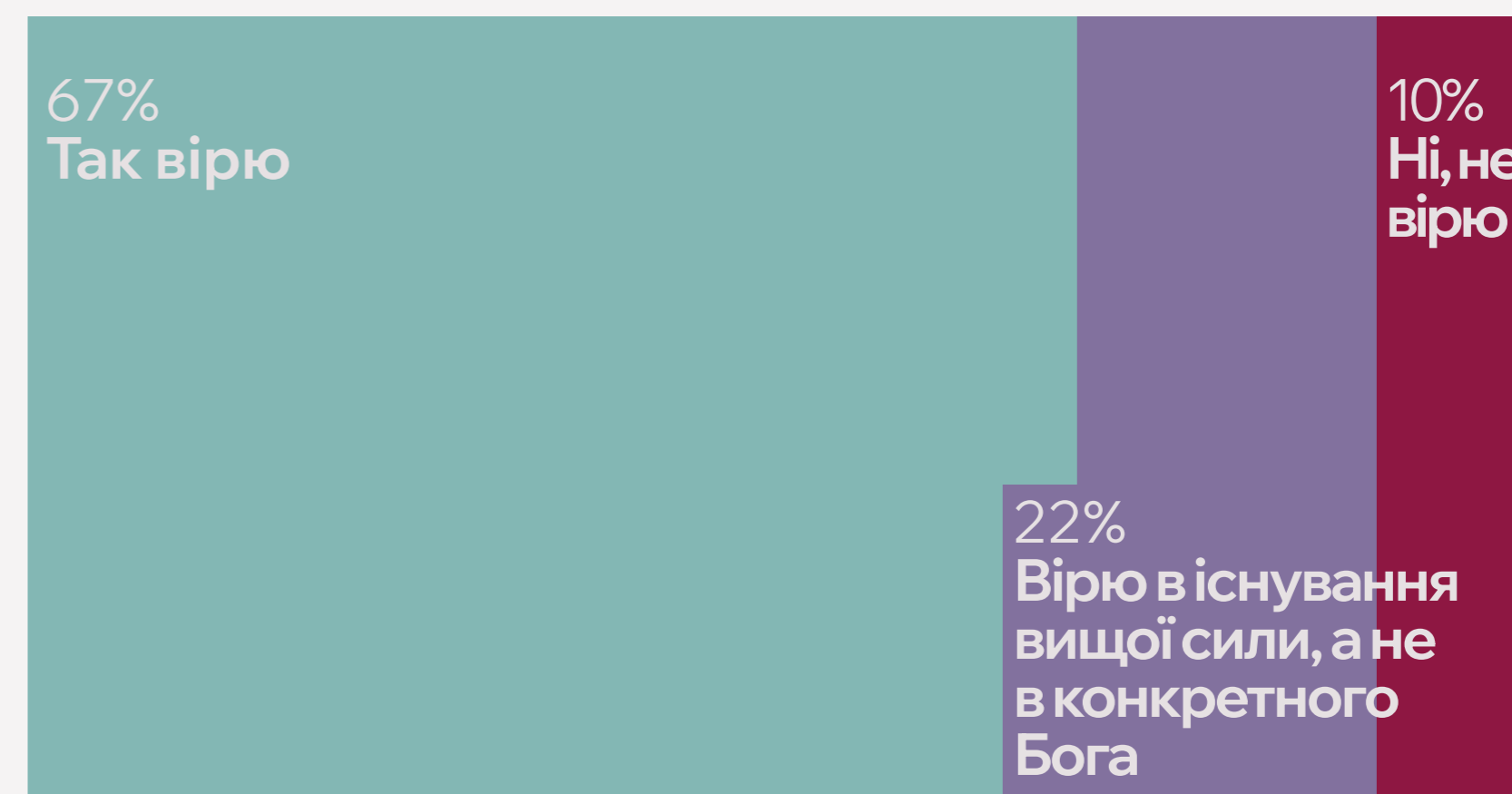
Відмова від відповіді

# ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА

D5. Чи надавали Ви протягом останніх 12 місяців благодійну допомогу або займались волонтерством?



D6. Чи вірите Ви в Бога?



Дослідження завантажене  
з сайту



zagoriy.foundation

