

КОМПЛЕКСНИЙ ЗВІТ

Дослідження сфери благодійності



Громадський сектор в Україні третій рік поспіль зазнає випробувань на стійкість. Багатьом організаціям за цей час довелося пройти крізь релокацію, втрату команди через міграцію, мобілізацію та емоційне вигорання, пошуки нових джерел фінансування та навіть радикальну зміну сфери діяльності. Крім того, до цих викликів додалось поступове виснаження ресурсів цільової аудиторії благодійників та конкуренція за її увагу з іншими організаціями.

Проте, хоча третій рік повномасштабного російського вторгнення і можна назвати роком рутинізації війни, це не означає, що українське суспільство втомилось бути залученим у благодійність, а організації громадського сектору втомилась допомагати.

В той час, як більшість українців думає, що благодійність стала менш поширеним явищем за минулий рік, реальний індекс її поширення змінився не драматично. Після різкого зростання у 2022 році, пов'язаного з ворожим нападом й безпрецедентною солідаризацією суспільства у відповідь на це, індекс поширення благодійності у 2024 знизився з 7.7 до 6.7. Однак він все одно є вищим, ніж у 2021 році (4.5).

Організації громадського сектору мусили підвищувати свою ефективність, аби в умовах браку ресурсів продовжувати працювати, сприяти змінам та допомагати. Більшість з них оцінює свою роботу як високоефективну, й на думку отримувачів допомоги — так і є.

У цьому дослідженні відбилися ключові досягнення, проблеми та зони зростання благодійних організацій. Оцінювати значення й вплив на майбутнє поточних процесів наразі складно, бо подекуди тренди й показники виглядають суперечливо. Але ми все ж вирішили зафіксувати це у щорічному дослідженні благодійності, аби відчувати дух часу. Про всі знахідки — далі.

ЗМІСТ

Висновки	4
Методологія дослідження	14
Стан сфери благодійності	24
Українське суспільство	39
Довіра до громадського сектору	48
Громадський сектор	55
Сфери взаємодії	65
Донори і джерела фінансування	70
Волонтери	99
Благоотримувачі	110
Медіа та держава	121
Благодійність та власники тварин	135

ВИСНОВКИ

Сучасний стан сфери благодійності

Громадські організації оцінюють свою діяльність як ефективну: понад 40% поставили собі оцінку 8-10 балів, а середній бал становить 6,9 із 10, що є також доволі високим результатом. Водночас 27% громадських організацій вважають, що ефективність їхньої роботи зросла за останні два роки, а 35% відзначили зниження ефективності.

Серед аспектів стабільності організацій найбільш сприятлива ситуація нині спостерігається із психологічно-емоційним станом колективів: 45% оцінюють його як «добрий» і 47% – як «задовільний», лише 8% оцінили його як незадовільний. Стосовно нормативно-правової бази та взаємодії з органами контролю ситуація теж доволі сприятлива (44%). Найгірше складається із фінансовою стійкістю – 42% організацій зазначають її як незадовільну, а також кадровим забезпеченням (23%), що притаманно українському ринку через повномасштабну агресію РФ.

Не зважаючи на те, що 45% організацій оцінюють психологічно-емоційний стан колективів як позитивний – на питання про те, як змінився стан з 2022 року майже половина (48%) організацій відзначили його погіршення. Також 44% відчули фінансову нестабільність, а 34% — брак кадрів.

ВИСНОВКИ

Сучасний стан сфери благодійності

Найбільш поширеним напрямком діяльності громадських організацій в Україні є освіта (32%). На другому місці – культура (22%), а за нею – допомога силам оборони, яку відзначили 21% організацій. Суттєву частку також займають охорона здоров'я (20%) та захист прав (19%). Зазначимо, що серед організацій, котрі допомагають армії, понад половина не працює з дронами. Загалом лише 6% організацій спеціалізуються на дронах, тобто ця частка становить менш ніж 10% від загальної діяльності сектору.

Більшість громадських організацій має невелику кількість працівників: 49% мають у штаті 5 або менше осіб, а кожна четверта організація працює без штатних співробітників. Більше половини організацій діють в межах однієї області, а загальнонаціональне охоплення має лише 26% із них.

Оцінка важливості та необхідності благодійності серед українського суспільства є високою – громадський сектор оцінили в середньому на 9-10 балів за важливістю та на 7 балів за поширеністю із 10 можливих.

У динаміці спостерігається, що індекс поширеності благодійності в Україні знизився. Після зростання у 2022 році, пов'язаного із повномасштабним вторгненням Росії, він знизився на 1 бал - із 7,7 до 6,7, однак все одно залишається значно вищим, ніж у 2021 році.

ВИСНОВКИ

Взаємодія в некомерційному секторі

Найбільше громадський сектор взаємодіє з українським суспільством – 46% організацій роблять це регулярно, а 39% – час від часу. Загалом 85% опитаних організацій мають зв'язок із суспільством. Всередині сектора громадські організації також підтримують тісні контакти: 84% взаємодіють між собою, з них 44% – на регулярній основі. З місцевими органами влади регулярно взаємодіють 39% організацій, а з волонтерами – 42%. Загалом близько 20% організацій регулярно співпрацюють зі ЗМІ, бізнесом, іноземними донорами, українцями за кордоном та центральною владою.

Найменше зв'язків українські громадські організації мають із закордонними приватними інституціями – лише 5% підтримують із ними регулярний контакт. Іноземні ЗМІ також залишаються мало залученими – з ними працюють лише 4% організацій.

У розрізі напрямків діяльності організацій варто виділити деякі особливості в інтенсивності взаємодії. Організації, що надають допомогу Силам оборони, частіше працюють із бізнесом, українцями за кордоном та волонтерами. Освітні організації частіше взаємодіють із місцевою владою, тоді як організації охорони здоров'я активно працюють із постраждалим населенням.

Найбільш надійними партнерами громадського сектору залишаються волонтери: 67% організацій поставили їм високі оцінки ефективності взаємодії. Попри низьку частоту взаємодії, 54% високо оцінили ефективність роботи з іноземними донорами. Також тим громадським організаціям, з якими співпрацюють наразі, 50% поставили позитивні оцінки. Найнижчі оцінки ефективності було надано центральній владі України, іноземним ЗМІ та іноземному бізнесу, а також українцям за кордоном (по 30%).

ВИСНОВКИ

Взаємодія в некомерційному секторі

Аналізуючи структуру громадського сектору зсередини, 44% опитаних вважають, що він і в майбутньому залишиться мережею середніх і дрібних організацій. Ще 24% бачать можливість появи лідерів і центрів, до яких дрібні організації будуть тяжіти. На думку 23%, розвиватимуться великі системні організації, тоді як дрібні приєднуюватимуться до них, а 6% прогнозують зростання великих організацій та зменшення кількості дрібних ініціатив.

Щодо форм співпраці всередині громадського сектору, найбільш розвиненими є обмін інформацією та знаннями (44% організацій регулярно взаємодіють таким чином), професійний розвиток (36%), спільні проєкти та партнерство (34%), а також координація зустрічей та форумів (30%). Найменшою мірою сектор співпрацює заради лобювання політичних змін та адвокації. Це вказує на те, що організації співдіють у поточних справах, однак стратегічна взаємодія залишається слабкою. Попри це, спільні проєкти є ефективними – 62% організацій вважають їх корисними, 61% назвали обмін інформацією продуктивним, а 60% відзначили ефективність професійного розвитку та навчання. Взаємодія у надзвичайних ситуаціях була ефективною для 56% респондентів.

Основними бар'єрами взаємодії в громадському секторі є відсутність досвіду в нових організаціях, нестача майданчиків для спільної роботи, брак послуг та недостатність інформації про інші організації. Конкуренція за ресурси (донати, гранти, волонтери) також є важливим аспектом, що обмежує співпрацю.

ВИСНОВКИ

Українське суспільство та благодійні організації

Згідно з результатами опитування, 40% українців довіряють благодійним фондам загалом, а волонтерам – 60%. Найбільшу довіру мають міжнародні фонди (50%) та загальноукраїнські (46%). Місцевим фондам довіряють 44%. А найбільше підтримують — волонтерські ініціативи (70%).

Найбільш знаними благодійними організаціями залишаються Фонд Сергія Притули та БФ «Повернись живим». Високий рівень обізнаності про ці фонди зумовлений їхнім фокусом на допомозі армії та значною присутністю в інфополі. Загалом українське суспільство мало обізнане про благодійні організації – 43% опитаних не змогли назвати жодної організації без підказки.

Участь у благодійності за останній рік взяли 86% українців, з них 61% протягом останнього місяця. Основними мотивами є співчуття (33%), патріотизм (17%) і почуття обов'язку (16%). Найпоширенішими формами благодійності стали фінансова підтримка (85%), передача їжі, одягу, ліків (53%) і волонтерство (50%). Понад 73% населення жертвували кошти протягом останніх 12 місяців, а середня загальна сума донатів становить 4991 гривню на квартал.

ВИСНОВКИ

Донори та джерела фінансування громадського сектору

Основними джерелами фінансування громадського сектору в Україні є гранти (39% бюджету організацій), пожертви від юридичних осіб (25%) та пожертви від населення (31%). Лише 5% фінансування надходить через членські внески. Більшість організацій, що займаються допомогою силам оборони, отримують значну частку коштів від юридичних осіб та населення, тоді як для немілітарних проєктів грантова підтримка залишається основним джерелом фінансової підтримки. Водночас, лише 26% громадян жертвують благодійним організаціям. Проте напряму військовослужбовцям жертвують 68%, а на персональні ініціативи - 35%.

Громадські організації в Україні постають перед труднощами: майже 70% зазначили, що їм стало важче залучати пожертви на немілітарні проєкти, оскільки допомога армії продовжує бути пріоритетом донорів. Також організації в тилкових регіонах відчують брак фінансової підтримки, оскільки у фокусі донорів фронтів та прифронтові території. Крім того, постійними викликами є складність грантових програм, конкуренція за ресурси та невідповідність пріоритетів донорів потребам громадського сектору.

ВИСНОВКИ

Поширення та залученість волонтерства у некомерційному секторі

Волонтерство в Україні набуло значного поширення: 86% українців займалися благодійністю за останній рік, з них 43% здійснювали саме волонтерську діяльність. Цей показник збільшився з 39% у 2022 році до 43% у 2024 році. Найбільше до волонтерства долучається молодь, сільське населення та працівники державного сектору.

Волонтери активно допомагають військовослужбовцям (58%), близьким (39%), персональним ініціативам (38%) і незнайомим людям (31%), тоді як лише 9% працюють через благодійні фонди. Це підкреслює важливість персоналізованої взаємодії та наявності конкретних знайомих бенефіціарів.

Основними проблемами організацій в роботі з волонтерами вважають емоційне вигорання та зменшення частки чоловіків через мобілізацію. Більшість залучає невелику кількість волонтерів: 37% організацій запросили менш як 5 волонтерів у 2024 році, ще 22% – від 6 до 10 волонтерів. Тільки 11% організацій залучили понад 10 волонтерів. Це свідчить про обмеженість волонтерських ресурсів та необхідність збереження і підтримки наявного складу волонтерів.

ВИСНОВКИ

Благоотримувачі та взаємодія з бенефіціарами

Благодійні фонди та організації здебільшого надають населенню матеріальну допомогу, побутову хімію, гігієнічні засоби та послуги з ремонту житла. Загалом, 13% населення отримувало допомогу від благодійних фондів протягом останнього року, причому 62% з них – за останній місяць. Серед отримувачів допомоги переважають жінки та старші люди.

Основними надавачами гуманітарної допомоги населенню є міжнародні гуманітарні організації, такі як Червоний Хрест, Карітас, ООН, ЮНІСЕФ, а також українські фонди, зокрема Фонд Ріната Ахметова.

Більшість бенефіціарів задоволені отриманою допомогою: 57% оцінюють її на 10 з 10, а 75% ставлять оцінку від 8 до 10 (із 10 можливих). Лише 7% залишилися невдоволеними (оцінка від 0 до 3), що свідчить про загальну ефективність підтримки з боку благодійних організацій.

Важливим аспектом у взаємодії з бенефіціарами залишаються прояви вдячності – 38% організацій вважають це значущим фактором для своєї роботи. Основними бар'єрами, що призводять до обмеження взаємодії, є брак ресурсів, зокрема й людських, й фінансових.

ВИСНОВКИ

Загальне

Організації громадського сектору України працюють у багатьох сферах: освіті, культурі, допомозі силам оборони, охороні здоров'я та соціальному захисті. Більшість організацій невеликі, часто працюють у межах однієї області та покладаються на обмежені ресурси. Головними джерелами фінансування є гранти, пожертви від юридичних осіб і підтримка від населення, але нестабільність фінансування та конкуренція за ресурси залишаються значними проблемами, які загрожують сталості.

Благодійність в українському суспільстві має риси несистемної. Люди схильні віддавати пріоритет адресній допомозі близькому колу, а не організаціям.

Обмеження, з якими стикаються некомерційні організації, можна обійти за допомогою розширення співробітництва з іноземними організаціями, бізнесом та медіа, проте наразі частота взаємодії між цими суб'єктами є низькою. Іншим шляхом до розвитку в умовах обмежених ресурсів є побудова горизонтальних зв'язків у громадському секторі.

Організації активно підтримують бенефіціарів, надаючи матеріальну допомогу та послуги, а рівень задоволеності отримувачів залишається високим.

СУСПІЛЬСТВО

ДЕРЖАВА

73% людей пожертвували кошти впродовж року

33% людей пожертвували кошти впродовж місяця

ДОНОРИ

- 2900 грн пожертвували за останній місяць;
- 26% жертвують благодійним фондам і 68% військовослужбовцям

- Грантова допомога — 39% бюджету;
- населення — 31%;
- бізнес – 25%;
- членські внески – 5%.
- 20% організацій регулярно взаємодіють з бізнесом,
- 18% - з іноземними донорами

43% долучились до волонтерства за минулий рік

19% долучились до волонтерства за минулий місяць

Волонтери

4% населення обрали хоча б один фонд для волонтерства.

- 42% організацій взаємодіють із волонтерами
- Найчастіше організації залучають до 5 волонтерів

Громадський сектор

39% взаємодіють з місцевою владою та 17% з центральною владою

Найчастіше проблемою є бюрократія та незацікавленість зі сторони влади

- 57% змогли назвати хоча б один фонд спонтанно
- Понад 90% людей знають хоча б один фонд зі списку.
- 86% людей долучились до благодійності
- 40% довіряють фондам загалом

Найчастіше звертаються до Червоного Хреста; Карітас та ООН

- 33% організацій взаємодіють із благоотримувачами.
- Найбільші проблеми в обмеженому фінансуванні та збільшенні кількості нужденних

- 49% мають менш як 5 працівників
- 44% організацій регулярно взаємодіють з іншими організаціями
- У 2024 році 37% із них реалізували проекти в кооперації з 3-5 організаціями
- На 6.9 з 10 в середньому оцінюють власну ефективність

13% людей отримували допомогу у 2024 році

Благоотримувачі допомоги

Методологія дослідження

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження сектору благодійності є багатокomпонентним та вирізняється широким спектром взаємодій. Основною метою дослідження є визначення стану сфери благодійності, рівня залученості українського суспільства до благодійності та характеру взаємозв'язків громадського сектору в Україні.

Дослідження було проведено у 3 етапи:

1. Загальнонаціональне дослідження

- **Метод:** CATI (Телефонне інтерв'ю)
- **Вибірка:** 2400 респондентів віком від 18 років

2. Якісне дослідження з представниками громадських та благодійних організацій

- **Метод:** Глибинні інтерв'ю
- **Вибірка:** 20 представників неурядових організацій (НУО)

3. Кількісне опитування представників громадського сектору

- **Метод:** CATI (Телефонне інтерв'ю)
- **Вибірка:** 400 респондентів, представників НУО



Опитування населення
N=2400



Опитування НУО
N=400



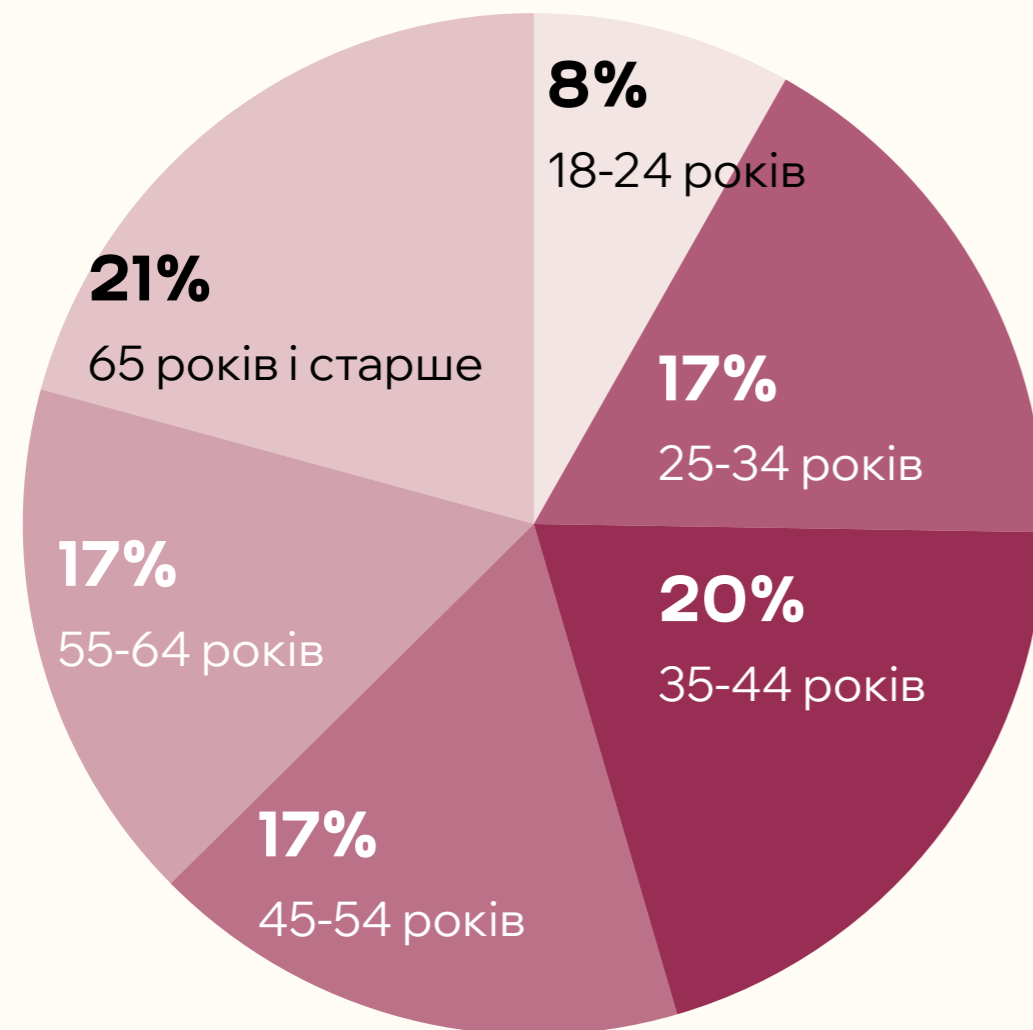
Глибинні інтерв'ю
N=20

ОПИТУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ



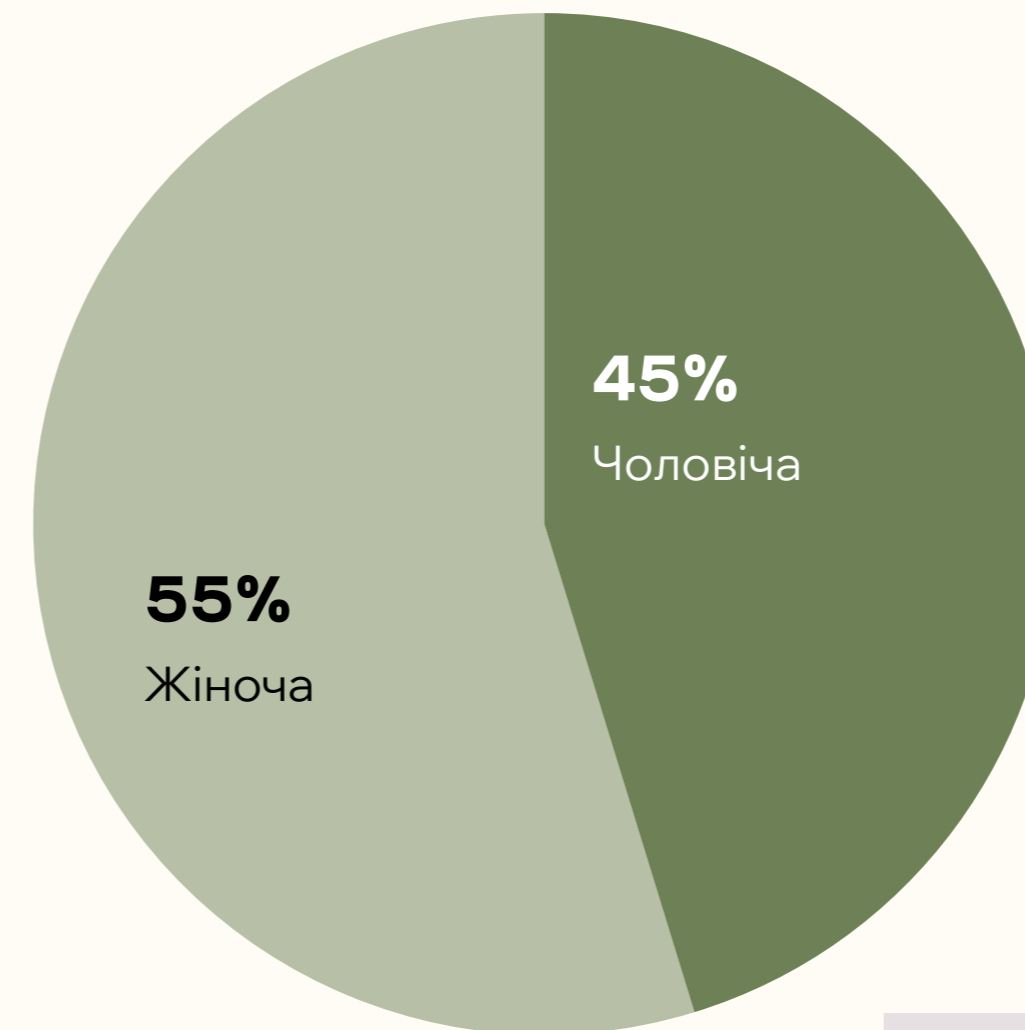
ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА (ВІК І СТАТЬ)

S2. ВІК



N=2400

S1. Стать



N=2400

Розподіл вибірки за віком і статтю відображає структуру населення України

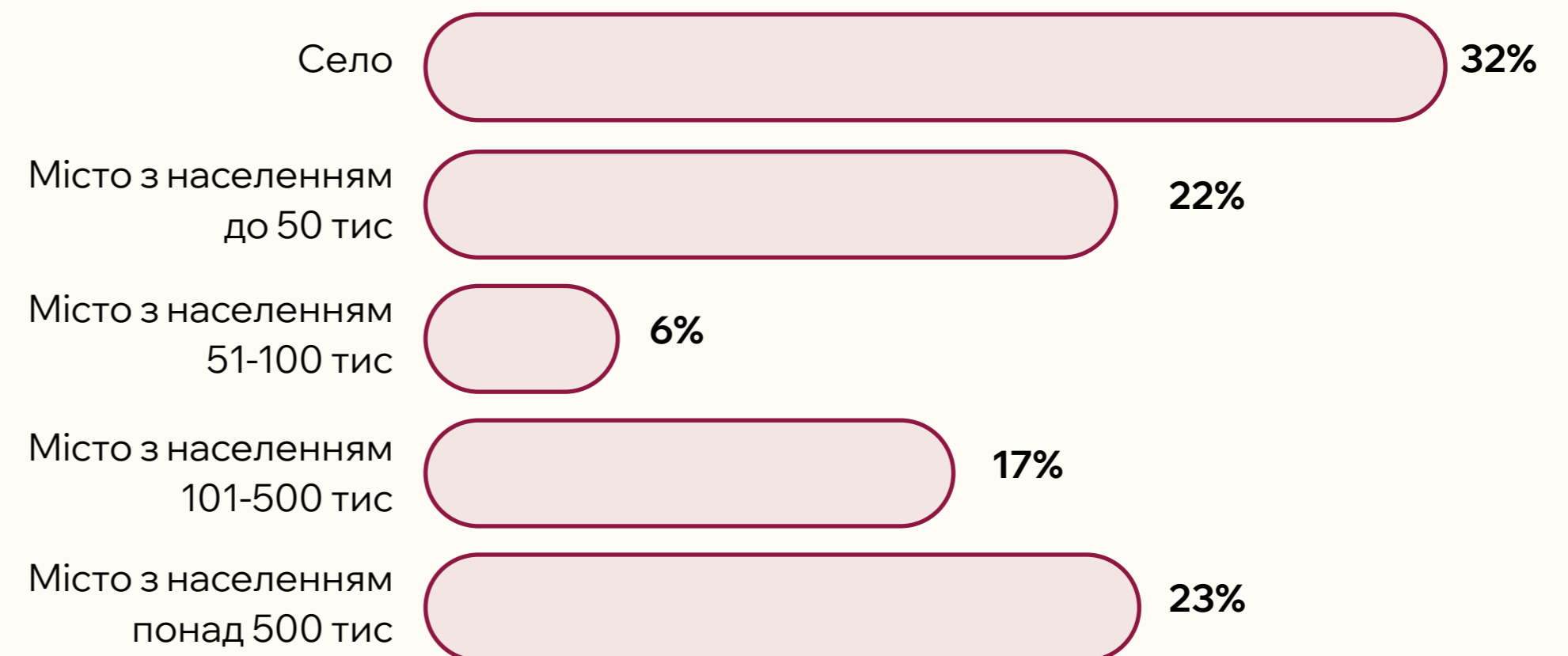
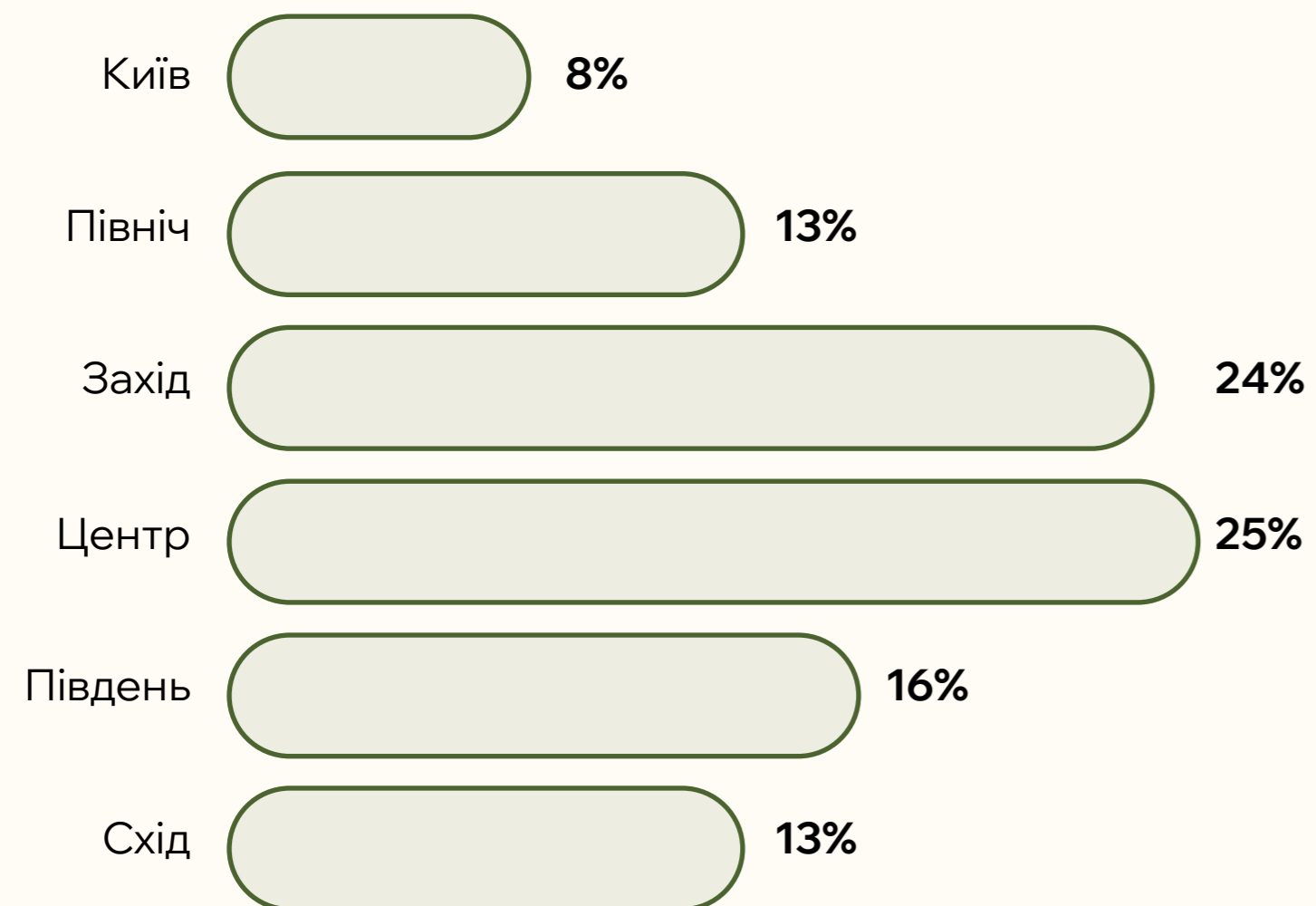
ОПИТУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ



ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА (РЕГІОН І РОЗМІР НАСЕЛЕНОГО ПУНКТУ)

Регіон

Розмір населеного пункту



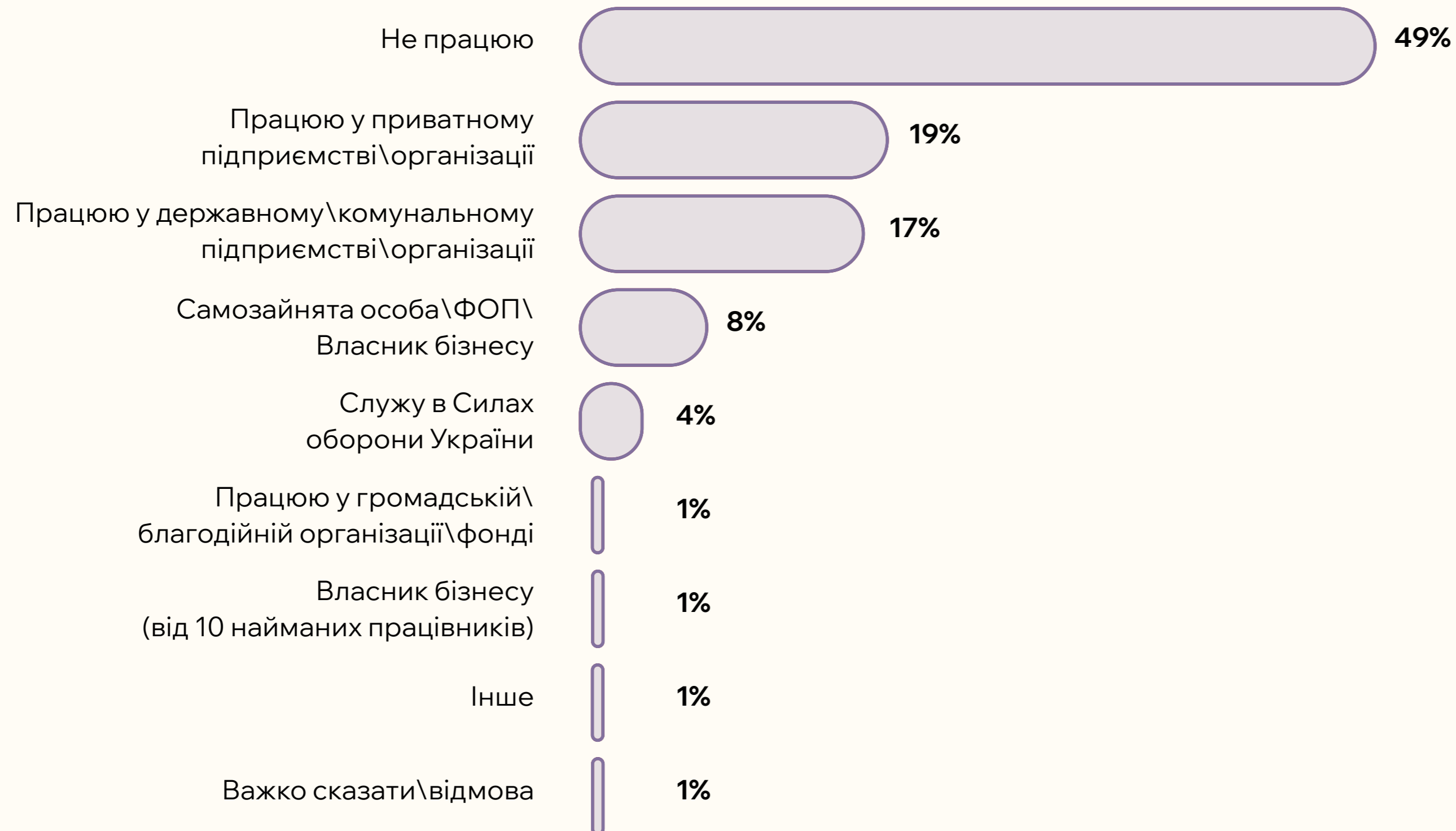
Розподіл вибірки за регіоном і розміром населеного пункту відображає структуру населення України

ОПИТУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ



ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА (СТАТУС ЗАЙНЯТОСТІ)

Q9. Який ваш основний статус зайнятості?



N=2400

Частка респондентів, які не працюють, загалом у вибірці сягає 49%. Здебільшого не працюють респонденти віком від 65 років (92% у цій віковій когорті).

Серед респондентів віком 25-44 років частка безробітних найменша і складає 29-26%, переважно йдеться про жінок.

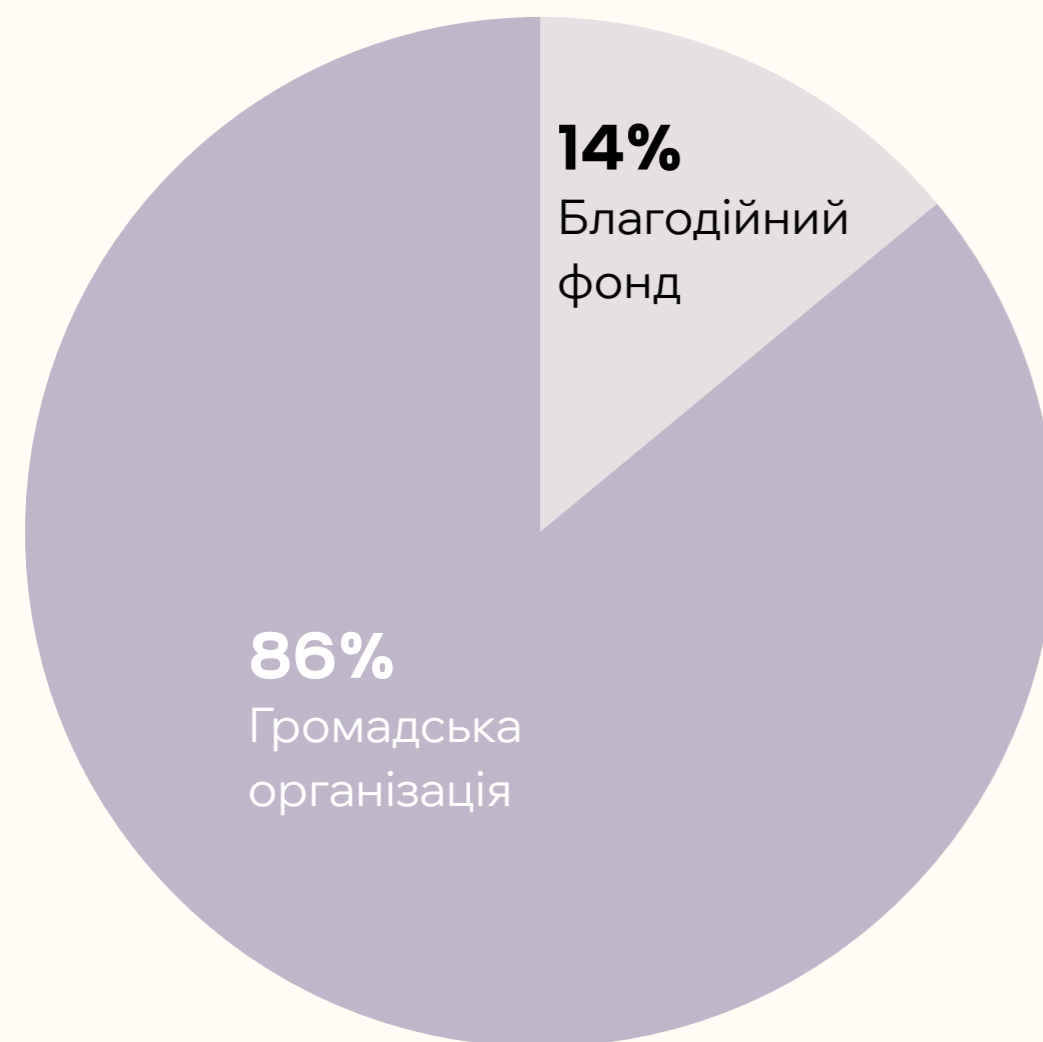
Серед тих, хто працює, 37% працюють у приватних підприємствах, 34% — у державних або комунальних, а 16% є малими підприємцями або самозайнятими особами. У громадському секторі працює 2% від усіх працівників в Україні.

ОПИТУВАННЯ НУО



ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА

Q1. В якій організації ви працюєте?



N=400

Q8. Як довго ваша організація працює в гуманітарній сфері в Україні?



N=400

Більшість НУО у вибірці є громадськими організаціями. Лише 9% НУО працюють у гуманітарній сфері менш як 2 роки, а майже половина – понад 5 років.

Працівники НУО нечасто змінюють місце роботи: у 42% НУО повідомили, що їхні працівники з ними понад 5 років, 36% зазначили період від 2 до 5 років.

95% представників НУО, які відповідали на питання опитувальника, є керівниками або топ-менеджерами своїх організацій, 5% — є менеджерами середньої ланки (проектними менеджерами)

ОПИТУВАННЯ НУО



ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА (СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ)

Q4. До якого сектору належить організація, де ви працюєте? (Множинна відповідь)



N=400, показані відповіді >5%

Майже третина опитаних НУО працюють в галузі освіти. Приблизно кожна п'ята НУО задіяна у сфері культури, охорони здоров'я і захисту, а також допомагає Силам оборони України. В середньому кожна НУО працює в більше ніж в одній галузі (в 1,8).

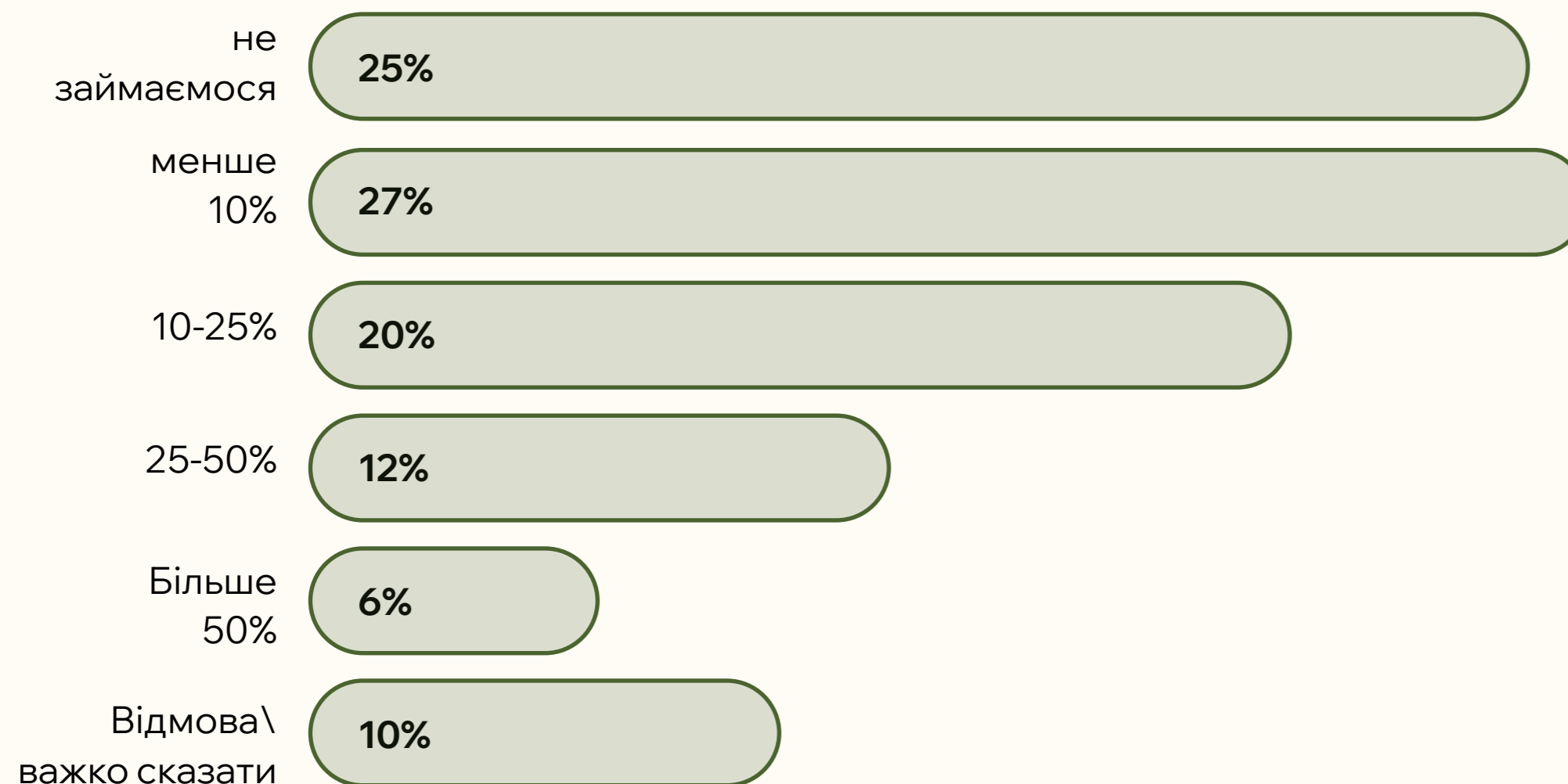
*в тому числі захист дітей, протидія насильству за гендерною ознакою та протимінна діяльність

ОПИТУВАННЯ НУО



ЧАСТКА ДРОНІВ У ДІЯЛЬНОСТІ НУО

Q5.1. Яку частку вашої діяльності з допомоги Силам оборони України займають дрони (виробництво, закупівля, постачання тощо)?



N=83, організації, що допомагають СООУ

Меншість НУО, які спеціалізуються на допомозі Силам Оборони, займаються дронами або частка дронів у переліку інших видів обладнання становить менше ніж 10%.

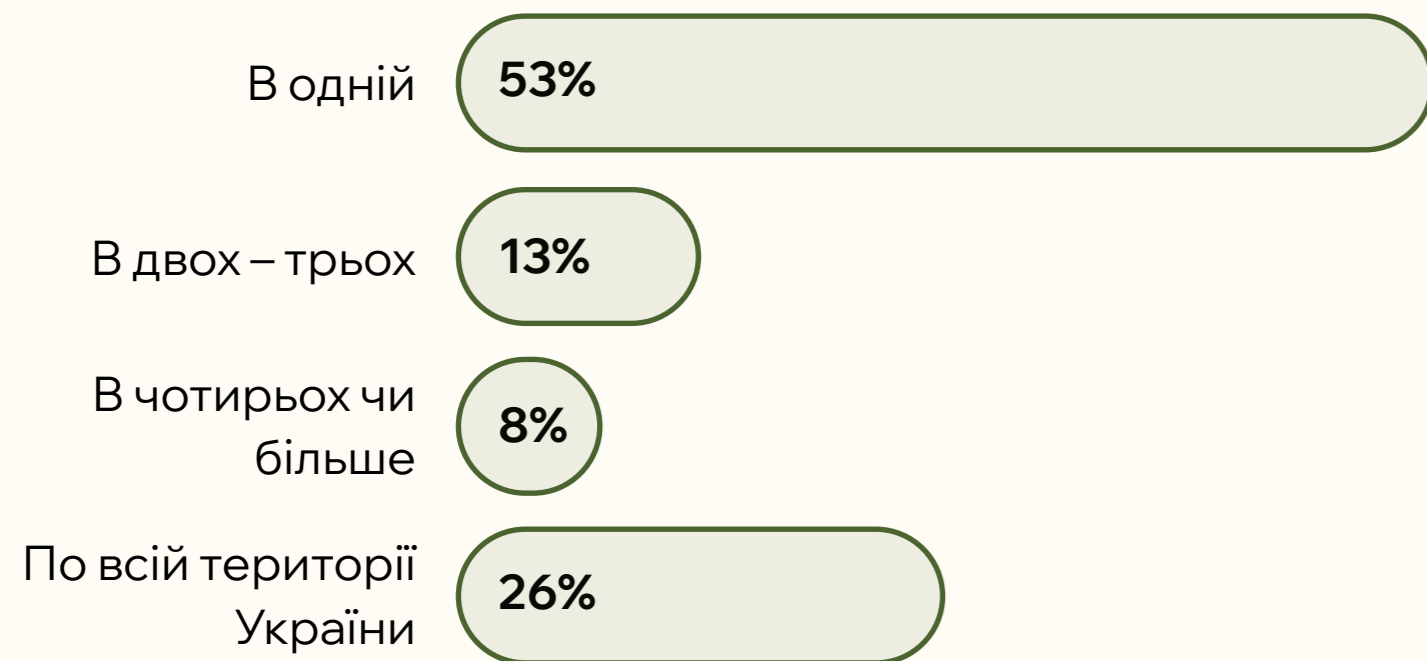
Лише 6% організацій спеціалізуються саме на дронах – їхня частка становить більше 50% діяльності.

ОПИТУВАННЯ НУО

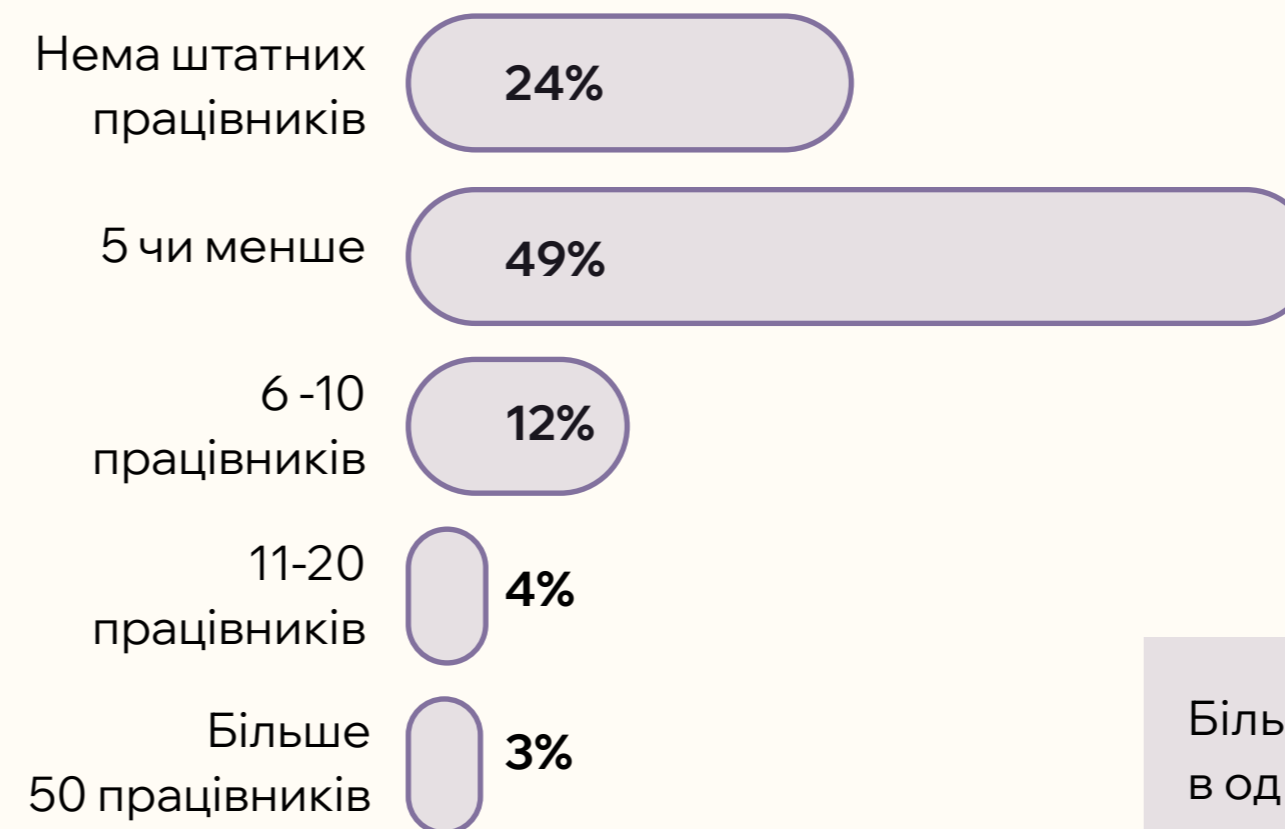


ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА (РЕГІОНАЛЬНЕ ПОКРИТТЯ І РОЗМІР)

Q6. У скількох областях України ваша організація здійснює свою діяльність?



Q9. Скільки штатних працівників налічує ваша організація в Україні на даний момент?



Більш ніж половина НУО працюють лише в одній області України. Утім, майже кожна четверта організація здійснює діяльність по всій території України.

Кожна четверта організація не має штатних працівників, і ще майже половина мають до 5 працівників.

N=83, організації, що допомагають СОУ

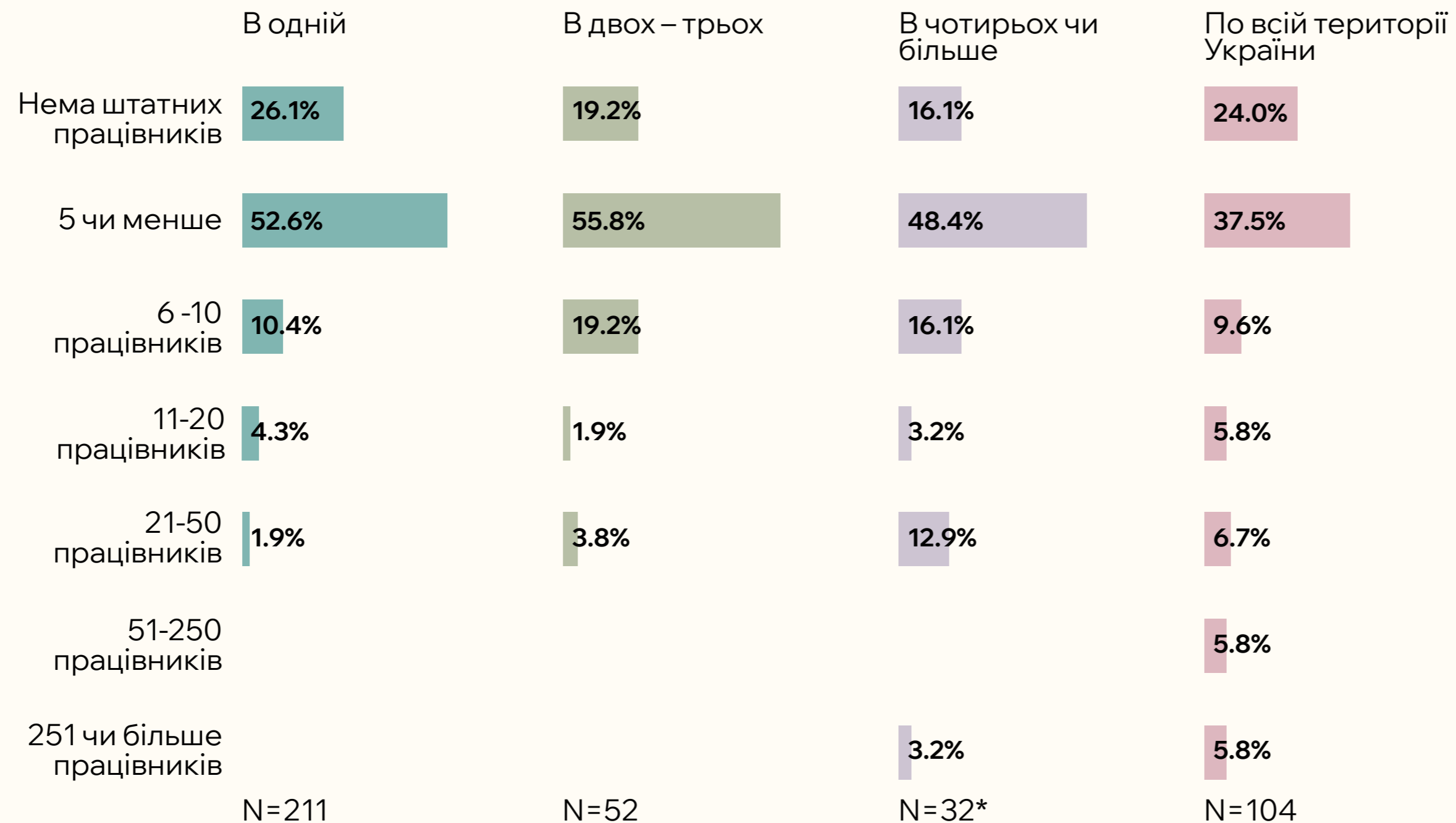
СТРУКТУРА ГРОМАСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ



ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА (РЕГІОНАЛЬНЕ ПОКРИТТЯ І РОЗМІР)

Q6. У скількох областях України ваша організація здійснює свою діяльність?

Q9. Скільки штатних працівників налічує ваша організація в Україні на даний момент?



*Кількість вибірки замало для аналізу, розподіл продемонстрований для відстеження трендів

Низька кількість працівників переважає в усіх організація незалежно від географії діяльності. Проте серед загальнонаціональних працівників більше.

Стан сфери Благодійності

ВАЖЛИВІСТЬ БЛАГОДІЙНОСТІ

Як ви вважаєте, наскільки важливою\потрібною є сьогодні благодійність в Україні?



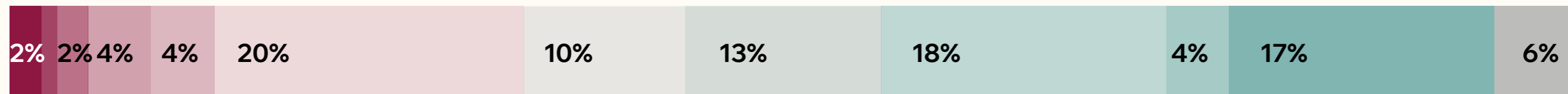
Населення і НУО оцінюють важливість благодійності на дуже високому рівні. 85% представників населення поставили оцінки 8-9-10 за шкалою від 0 до 10, де 0 означає «зовсім не потрібна», а 10 – «життєво необхідна». Серед НУО оцінка важливості благодійності навіть вища: 91% оцінили важливість на 8-9-10 балів.


Оцінки НУО трохи вищі за оцінки населення: якщо індекс (середня оцінка) серед населення становить 9,1 бали, то серед НУО індекс важливості становить 9,3 бали.

ПОШИРЕНІСТЬ БЛАГОДІЙНОСТІ

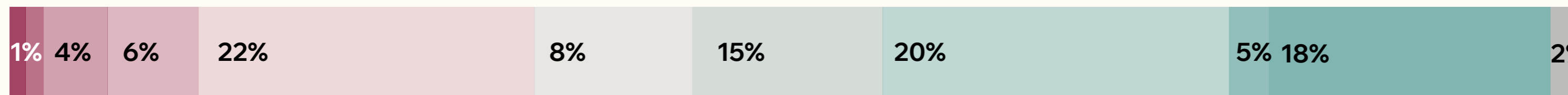
Як ви вважаєте, наскільки розвиненою\поширеною є сьогодні благодійність в Україні?


НАСЕЛЕННЯ
Індекс: 6,7



 N=2400

НУО
Індекс: 6,9



 N=400

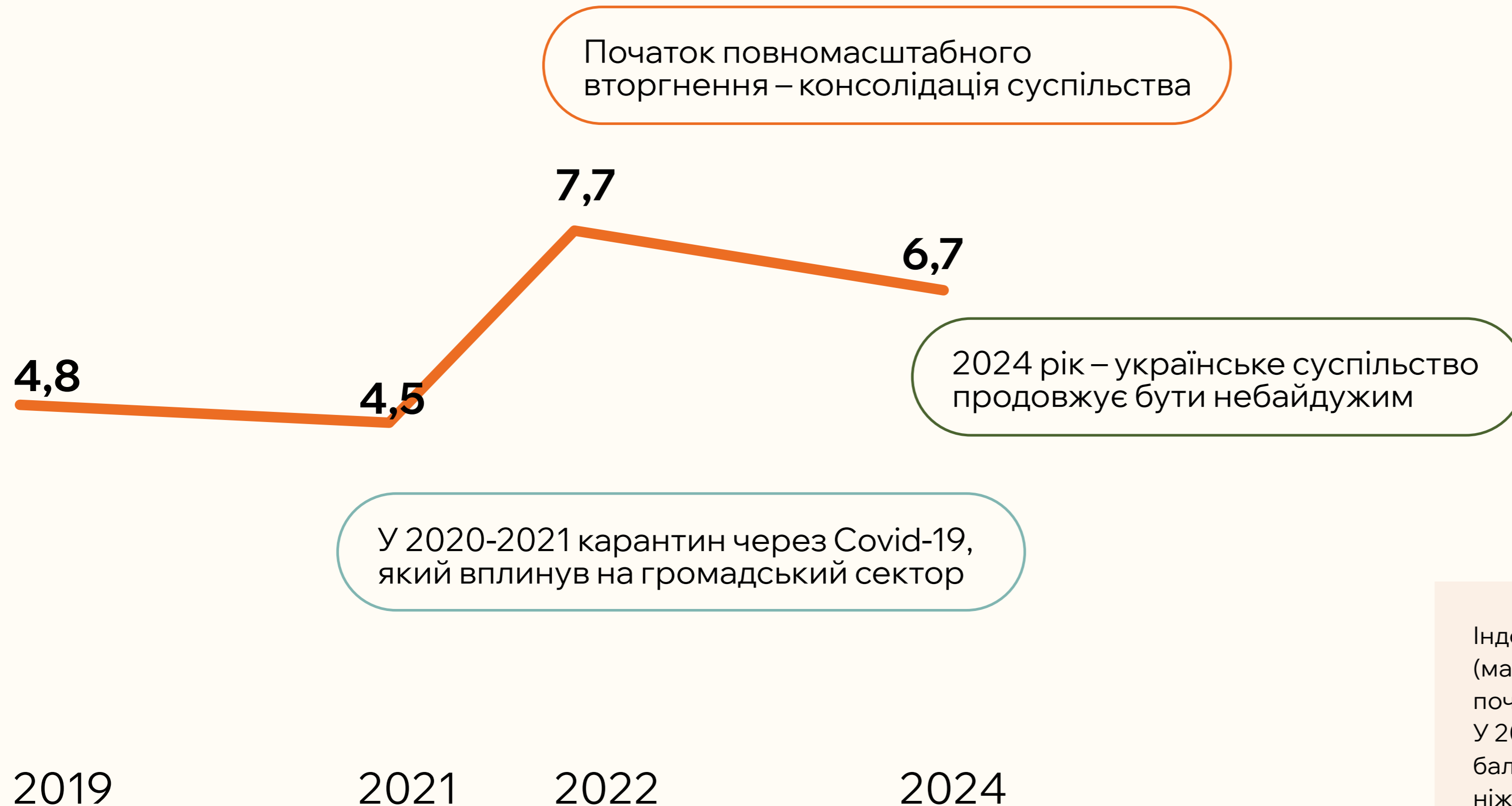


Населення і НУО оцінюють поширеність благодійності майже удвічі нижче, ніж її важливість. Лише 39% представників населення і 43% представників НУО оцінили поширеність благодійності на такі ж 8-9-10 балів за шкалою 0-10. Оцінки НУО також трохи вищі за оцінки населення: значення індексу поширеності благодійності становить 6,7 бала серед населення і 6,9 бала серед НУО

ПОШИРЕНІСТЬ БЛАГОДІЙНОСТІ



ДИНАМІКА ІНДЕКСУ



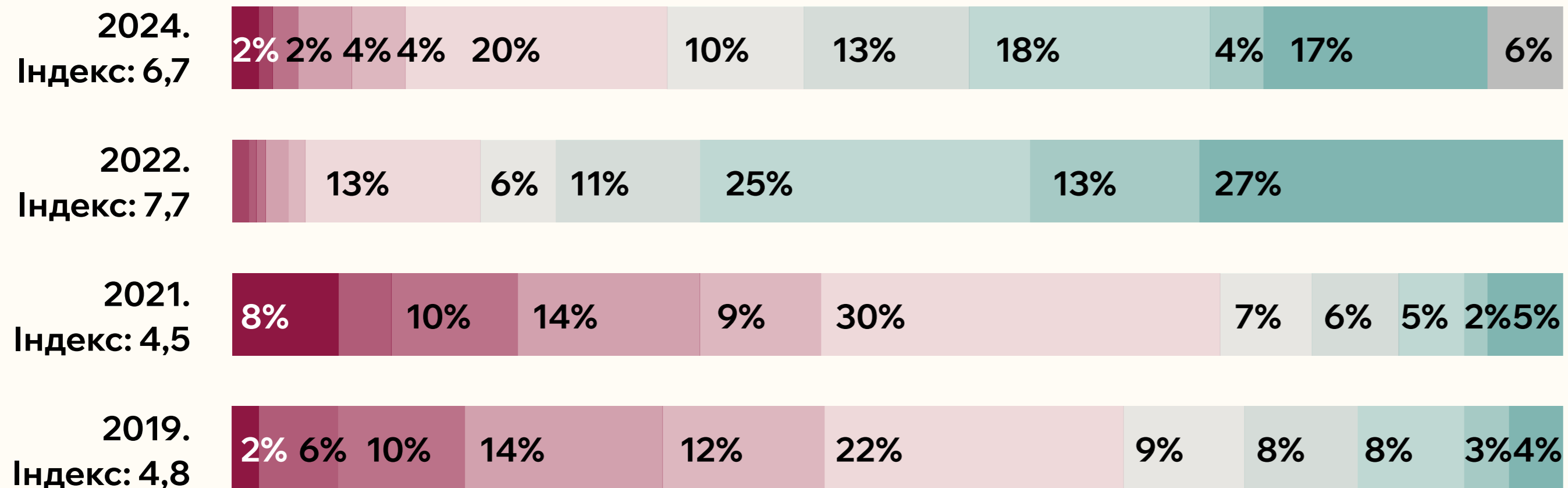
Індекс поширеності благодійності стрімко (майже удвічі) зріс у 2022 році після початку широкомасштабного вторгнення. У 2024 році значення індексу втратило 1 бал і становить 6,7, що також суттєво вище, ніж у 2019-2021 рр.

ПОШИРЕНІСТЬ БЛАГОДІЙНОСТІ



ДИНАМІКА ІНДЕКСУ

Як ви вважаєте, наскільки розвинуеною\поширеною є сьогодні благодійність в Україні?



У 2024 році 38% респондентів високо оцінили поширеність благодійності: присвоїли їй 8+ балів з 10 можливих. Для порівняння, у 2019 таких було 15%, у 2021 — 12%, а у 2022 — 65%. Враховуючи інші дані цього дослідження, це створює парадокс: українці оцінюють свою залученість до благодійності на рівні з 2022 роком (див. с.40), проте вважають благодійність менш поширеною.

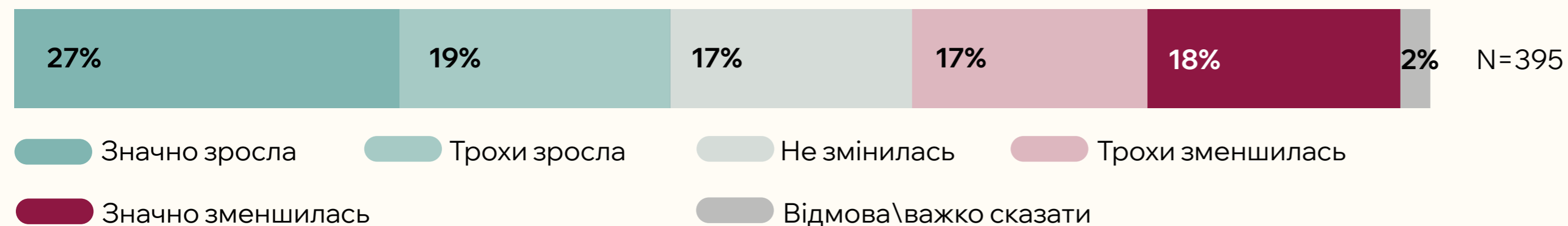
НУО: ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ



Q15. Яким чином ви оцінюєте свою діяльність та ефективність?



Q16. Як змінилася ефективність вашої організації за останні 2 роки, з 2022 року?



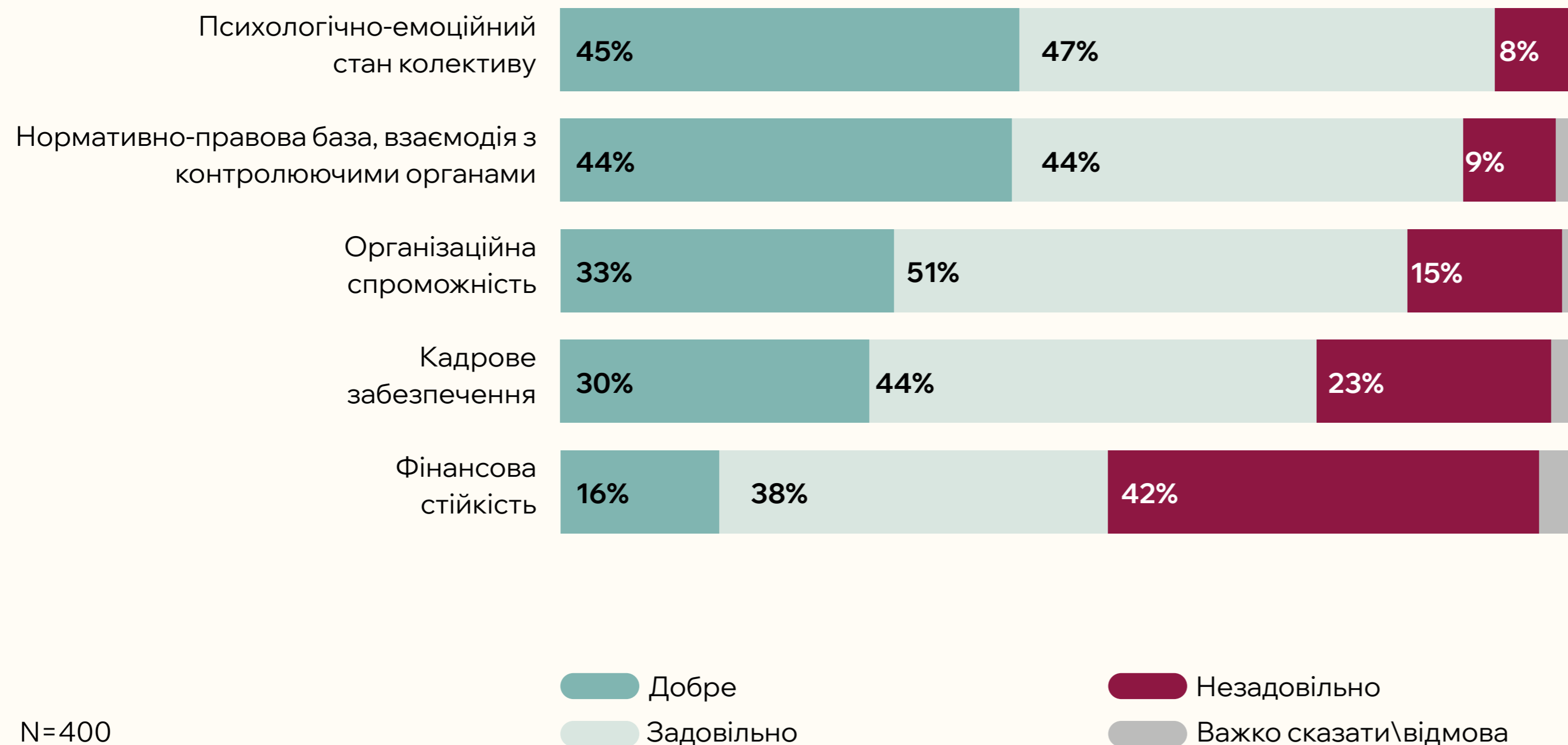
НУО оцінюють ефективність своєї діяльності досить високо: 40% поставили оцінки 8-9-10 за шкалою від 1 до 10, де 1 означає «вкрай неефективна» і 10 – «дуже ефективна». Лише 5% поставили оцінки 1-2-3.

Майже половина (46%) НУО кажуть, що ефективність їхньої діяльності зросла з початку повномасштабного вторгнення. Утім, частка тих, хто каже про зниження ефективності, також є значною, вона становить 35%.

НУО: СТАН СПРАВ ОРГАНІЗАЦІЙ



Q47. Оцініть, будь ласка, як почувається ваша організація в наступних аспектах?



N=400

Стан справ організацій відрізняється у багатьох аспектах. Так, найкраще НУО оцінюють психологічно-емоційний стан колективу і взаємодію з органами контролю. Про задовільний стан справ у цих аспектах заявили 45% і 44% відповідно, а про незадовільний – лише 8-9%.

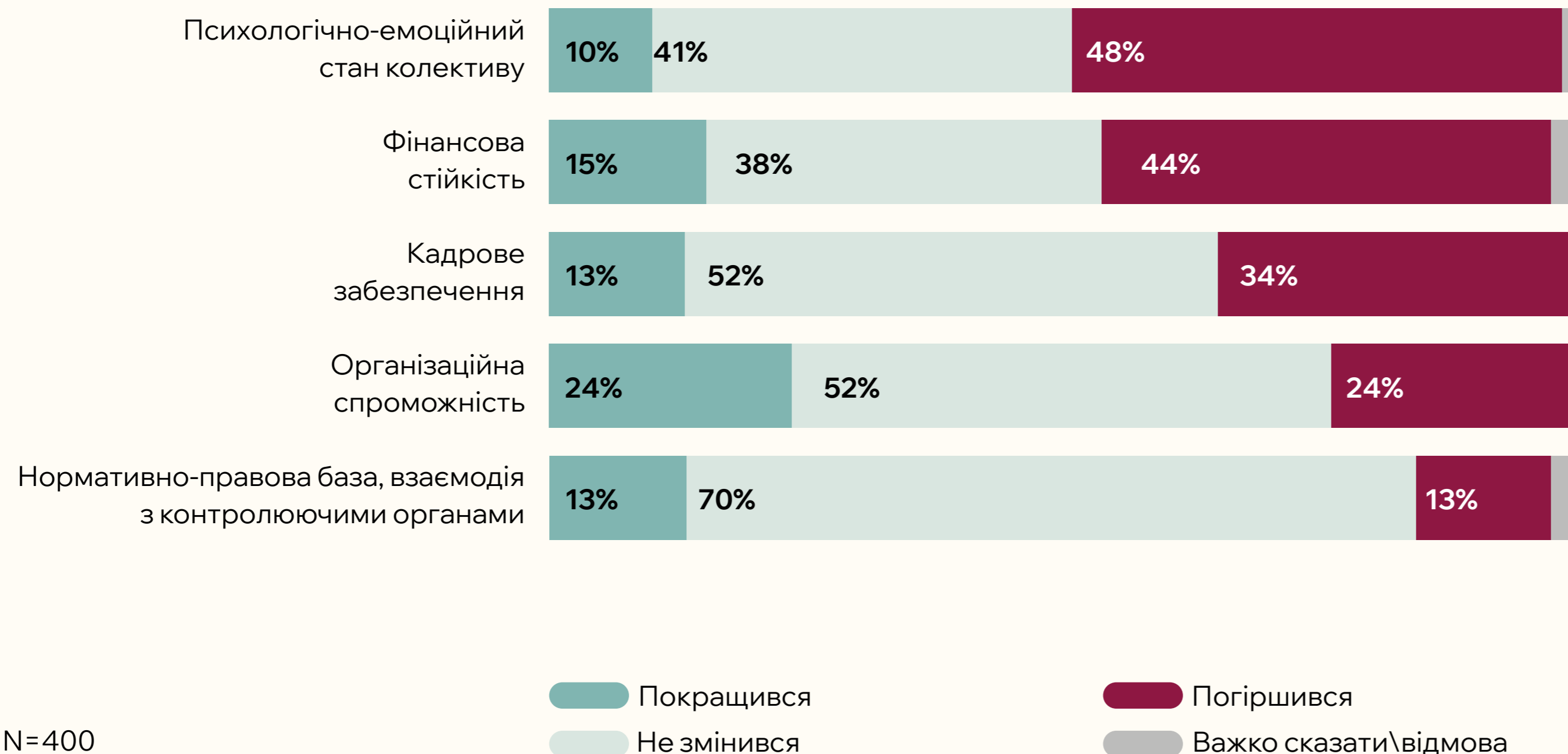
Найгірше НУО оцінюють свою фінансову стійкість: лише 16% кажуть про задовільний стан справ, і 42% — про незадовільний.

Утім, по 4 аспектах із 5 частка позитивних оцінок («добре») переважає частку негативних оцінок («незадовільно»).

НУО: ЯК ЗМІНИВСЯ СТАН ОРГАНІЗАЦІЇ



Q48. Як змінився стан організації за цими аспектами за останні 2 роки (з 2022 року)?



N=400

Значна частка НУО звітує про погіршення стану справ організацій із 2022 року. Нема жодного аспекту діяльності, де частка позитивних оцінок («покращився») перевищила б частку негативних оцінок («погіршився»). Наприклад, попри досить позитивні оцінки психологічно-емоційного стану колективу, майже половина НУО (48%) каже, що стан колективу погіршився. Також суттєве погіршення помічають у фінансовій стійкості, про погіршення тут кажуть 44%. Паритет позитивних і негативних оцінок динаміки спостерігається лише щодо таких аспектів як організаційна спроможність і взаємодія з органами контролю. Організаційна спроможність – єдиний аспект, де зафіксована значна частка НУО, яка заявила про покращення стану справ (24%).

СТАН СФЕРИ БЛАГОДІЙНОСТІ



Тенденції вказані НУО під час війни:

- Релокація організацій з окупованих територій
- Створення нових організацій (гуманітарний, мілітарний напрямки)
- Нові напрямки діяльності — заняття гуманітарною діяльністю негуманітарними НУО
- Розвиток допомоги ВПО та військовим
- Розширення діяльності та спроможності організацій (гуманітарний, мілітарний напрямки)
- Фінансові надходження від донатів, в т.ч. з-за кордону

Стратегії адаптації до викликів:

- Звернення за допомогою до друзів і партнерів, використання напрацьованого соціального капіталу, взаємодопомога;
- Мережування, в т.ч. з міжнародними організаціями/спілками
- Розвиток співпраці з міжнародними фондами та органами влади
- Раціоналізація використання коштів/ресурсів
- Посилення організаційної спроможності та фінансової стійкості
- Масштабування, розширення діяльності
- Стратегування, планування
- Надзусилля працівників («3 доби працювали без перерви»)
- Дистанційна робота персоналу
- Залучення волонтерів, «вирощування» працівників
- Фокусування діяльності на найважливіших потребах ЦА
- Переадресація клієнтів до інших НУО



- Згортання проектів та напрямків у 2022 р. – багато напрямків під час війни не фінансуються/неактуальні
- Виїзд працівників за кордон та мобілізація
- Брак кадрів/волонтерів
- Частина команди працює з-за кордону, розпорошеність команди
- Втома і вигорання працівників
- Неможливість проводити відкриті масові заходи
- Нестабільність/брак/відсутність фінансових надходжень («виживання»)
- Брак ресурсів і умов: відсутність приміщення, електроенергії, опалення тощо
- Складність і висока вартість логістики, бюрократичні перешкоди ввезення допомоги з-за кордону
- Заморожування/призупинення/ зниження ефективності діяльності
- Складність співпраці з органами влади, влада менше прислухається до громадськості, «іде згортання інструментів демократії»
- Ускладнення регулювання діяльності НУО складність нормативно-правової бази
- Складність залучення міжнародного фінансування для локальних організацій
- Фокус донорів на вузьких тематиках і ЦА
- Зменшення фінансування з боку донорів, втрата інтересу до України у 2023-24 рр.

СТАН СФЕРИ БЛАГОДІЙНОСТІ



Ефективність

Більшість учасників вказали, що організації є ефективними: лишилися на тому ж рівні або стали більш ефективними. Вони адаптувалися до викликів, посилили спроможність, зросли, мають хороші результати діяльності тощо

Меншість учасників вказали зниження ефективності: (тимчасову) зупинку основного напрямку діяльності, в т.ч. через неотримання/відсутність фінансування, вигорання колективу. Окремі організації тимчасово переорієнтувалися з основного напрямку (наприклад, екологія, правозахист) на гуманітарну діяльність. Через вигорання і накопичену втому ефективність команди знижується, доводиться робити паузи/зупинки в діяльності.



«На початку дуже багато відбувалося на ентузіазмі, і такому всеохопному почутті єдності всіх. І дуже легко було вирішувати неможливі задачі. Майже всі, кому ти дзвонив, відгукувалися на заклики про допомогу. А наразі тримаються ті, хто зміг забезпечити собі системне існування і системну підтримку тих, кому ми допомагаємо, у кого більш злагоджені процеси і є принаймні якась стабільність.»

(Схід, гуманітарна ГО)



«У нас дуже сильно обмежилась кількість проєктів, ми впроваджували проєкти у сфері екології, охорони довкілля, зараз пріоритети трошки посунулися, і суспільства, і міжнародних донорів, тому ми отримуємо менше проєктів, і ми менше здатні їх впроваджувати. Також у нас стало набагато менше можливості залучати до себе волонтерів і проводити широкомасштабні заходи. Ми там проводили прибирання, посадку дерев. Ці всі широкомасштабні заходи, на жаль, зараз заборонені.»

(Захід, ГО, екологія)



ОРГАНІЗАЦІЙНА СПРОМОЖНІСТЬ



та кадровий потенціал

Активності, спрямовані на **посилення організаційної спроможності**, має частина НУО. Серед них:

- Розробка і втілення стратегії
- Регулярне проведення координаційних нарад
- Планування

Частина організацій вказала, що мають **дефіцит необхідних технічних можливостей**:

- Приміщення
- Доступ до комунальних послуг і/або коштів на їхню оплату
- Транспорт та пальне

Нестача персоналу та кадровий голод є однією з ключових проблем НУО:

- Організації мають багато **відкритих вакансій**: юристи, фандрейзери, менеджери проєктів, психологи, соціальні працівники, медики, екологи
- Є **брак чоловіків-фахівців** у всіх напрямках, включно з водіями, вантажниками
- Жінки-фахівці у прифронтових областях мають труднощі в організації роботи через **відсутність офлайн шкіл та дитсадків**
- Частина організацій вказувала, що **не мають коштів на зарплати** і не мають стабільного фінансування, **працюють як волонтери**
- Більшість організацій вказувала, що **мобілізація критично** впливає на кадрову ситуацію

Способи мотивації працівників:

- Достойна зарплата
- Підвищення кваліфікації, оплата навчання
- Поїздки, ретрити
- Психологічна підтримка, працює корпоративний психолог
- Особистий розвиток
- Профілактика вигорання
- Спільні корпоративні заходи, тренінги, дозволя
- Емпатія, людське ставлення, розуміння особистих потреб, здорові стосунки, взаємоповага, дружні стосунки
- Заходи для дітей співробітників
- Подарунки

Більшість респондентів вважає, що працівники **готові рекомендувати організацію** як роботодавця. Частина вказувала, що хотіла би забезпечити працівникам кращі умови.

Фактори, що впливають на лояльність працівників:

- Рівень зарплат
- Комфортні умови в офісі
- Ставлення керівництва
- Атмосфера в колективі
- Можливість взяти лікарняний, коли хворіють діти
- Психологічна підтримка
- Коректний розподіл ролей та обов'язків
- Відсутність перенавантаження
- Регулярні відпустки
- Можливості розвитку
- Досягнення цілей, результати праці
- Позитивний зворотний зв'язок від керівництва/бенефіціарів



«...ви відчуваєте, що ви рятівники мільйонів? Я відчуваю, що вони цим пишаються. Для них це важливе відчуття причетності змінам. Це круто досить.» (ветеран, ч.)



«...в нас не вистачає ресурсу проводити стратегічне планування в тому сенсі, як це мало би бути. Це все, про що ви говорите, потребує фінансових ресурсів, крім організаційних. А залучити ті фінансові ресурси і продовжувати діяльність, яка є, в умовах війни, паралельно - це дуже важливо і дуже складно. Якщо не сказати, майже неможливо.»

(Південь, ГО, культура)



«Ми намагаємося знаходити все ж таки час для того, щоб відновлювати свої сили, щоб займатися навчанням для когось. Насправді, для когось важливо, щоб був час провести з родиною. Для когось важливо постійно підвищувати свої професійні навички. З кожним по-різному. Просто мотивація не єдина для всіх, якщо можна так сказати.»

(Схід, БФ, мілітарний)



«Проблема з професійними виконавцями в Україні зараз дуже велика. Тому що великий відтік людей з України з навичками, якостями професійними. Плюс міграція вимушена»

(Південь, ГО, культура)



«Питання мобілізації, звісно, турбує людей, тому що в них немає впевненості. Воно би турбувало людей в меншому ступені, якби все відбувалося якимось впорядкованим законним чином, але так як є прецеденти і випадки такого примусу і не людського ставлення до людей. Це є на порядку денному в усіх командах.»

(Схід, БФ, гуманітарний)





+ Можливості для розвитку (потреби, плани):

- Придбання обладнання (зокрема медичного)
- Придбання транспорту
- Розвиток логістичних спроможностей гуманітарних НУО, в т.ч складів
- Розвиток соціального бізнесу, залучення інвестицій, отримання доходів для розвитку НУО
- Масштабування діяльності НУО
- Розвиток нових напрямків, послуги та ЦА: молодь, ВПО, освітні програми, програми працевлаштування тощо
- Розвивати краудфандинг, комунікацію й побудову довіри аудиторії
- Створити краудфандингову платформу, що сприяло б прозорості організацій та об'єднувало б НУО
- Розвиток адвокації на національному та міжнародному рівні
- Перетворення деяких НУО на ресурсні регіональні центри, що сприятимуть розвитку сектору
- Стратегічне планування
- Участь і контроль за відбудовою після війни

Подальші кроки НУО:

- Оцінка спроможності організації та напрямків розвитку
- Найм працівників, необхідних для розширення діяльності
- Розвиток і навчання персоналу
- Участь у міжнародних конференціях, обмін досвідом
- Розвиток і запровадження послуг
- Масштабування діяльності/розширення географії діяльності
- Розвиток співпраці з міжнародними партнерами та експертами
- Розвиток співпраці з місцевими фахівцями (психологами, лікарями тощо)
- Мережування з українськими НУО
- Виконання існуючих планів і стратегій

○ Більшість респондентів вказували **напрямки розширення діяльності**, але були такі НУО, що сконцентрувались на поточній діяльності та не бачать перспективи розвитку.

- Проблеми і загрози

- Безпеківі ризики у прифронтових регіонах, зокрема можливий російський наступ
- Відсутність умов для роботи взимку – відсутність опалення, комунальних послуг тощо
- Брак організаційної спроможності для виконання проєктів
- Брак кадрів, необхідність розширювати штат, виклик навчання та адаптації нових працівників
- Мобілізація – робота деяких організацій може опинитися під загрозою зупинки
- Вигорання команди
- Внутрішньополітичні події, державна політика щодо громадського сектору
- Загроза податкових перевірок через надану гуманітарну допомогу чи допомогу військовим, неможливість працювати в рамках чинного законодавства
- Надто тісна співпраця з державними органами може призвести до поглинання, втрати ідентичності та автономності
- Корупційні ризики при співпраці з державними органами
- Скорочення джерел фінансування з боку донорів, що не забезпечить реальних потреб, нестача фінансів
- Нестача зв'язків з громадськістю і мережування

У респондентів **є розуміння необхідності роботи з причинами суспільних проблем** і в цьому напрямку організації намагаються працювати, але нерідко все ж **НУО працюють із наслідками**, що викликані непередбачуваними кризовими подіями, зокрема війною



«Роль НУО стає більш помітною і відповідно це збільшує наші можливості з пошуку людей в якісь проєкти. Був час, коли представників громадських організацій вважали якимись божевільними, бігають, всім заважають. Зараз не треба переконувати в такій значимості.»

(Схід, мілітарний БФ)



«Ми зараз розвиваємо складову журналістику, складову інформаційну більше. Це інструменти розслідування, інструменти вивчення місцевих бюджетів, аналізу. Тобто такі профільні, дуже потужні інструменти, які дозволять нам і дозволяють нам, якщо не впливати, то бачити ще когось на рівні держави, місцевих бюджетів та інших.»

(Південь, антикорупційна/ екологічна ГО)



«У Запоріжжі, в першу чергу, стосується моментів безпеки і енергозабезпечення. Щодо всього іншого – це психологічне навантаження на працівників, вигорання.»

(Південь, БФ, соціальна сфера)



«Основна ідея – зробити діяльність фондів прозорою та легкою для відстеження. Сайт-агрегатор повинен бути зрозумілим, чітким і мати вбудовану платіжну систему, що дозволить автоматизувати процес отримання і відстеження пожертв.»

(Центр, мілітарний БФ)



«Для існування здорової держави це ось всі ці наробітки, які ми робили... їх дуже багато. Питання і до влади, як зараз формуються місцеві еліти, цей запит на розорювання всього навколо, знищення земельних ділянок. Це питання виживання країни. Зміни кліматичні ніхто не відміняв, і це дуже суттєво.»

(Південь, БФ, екологія)

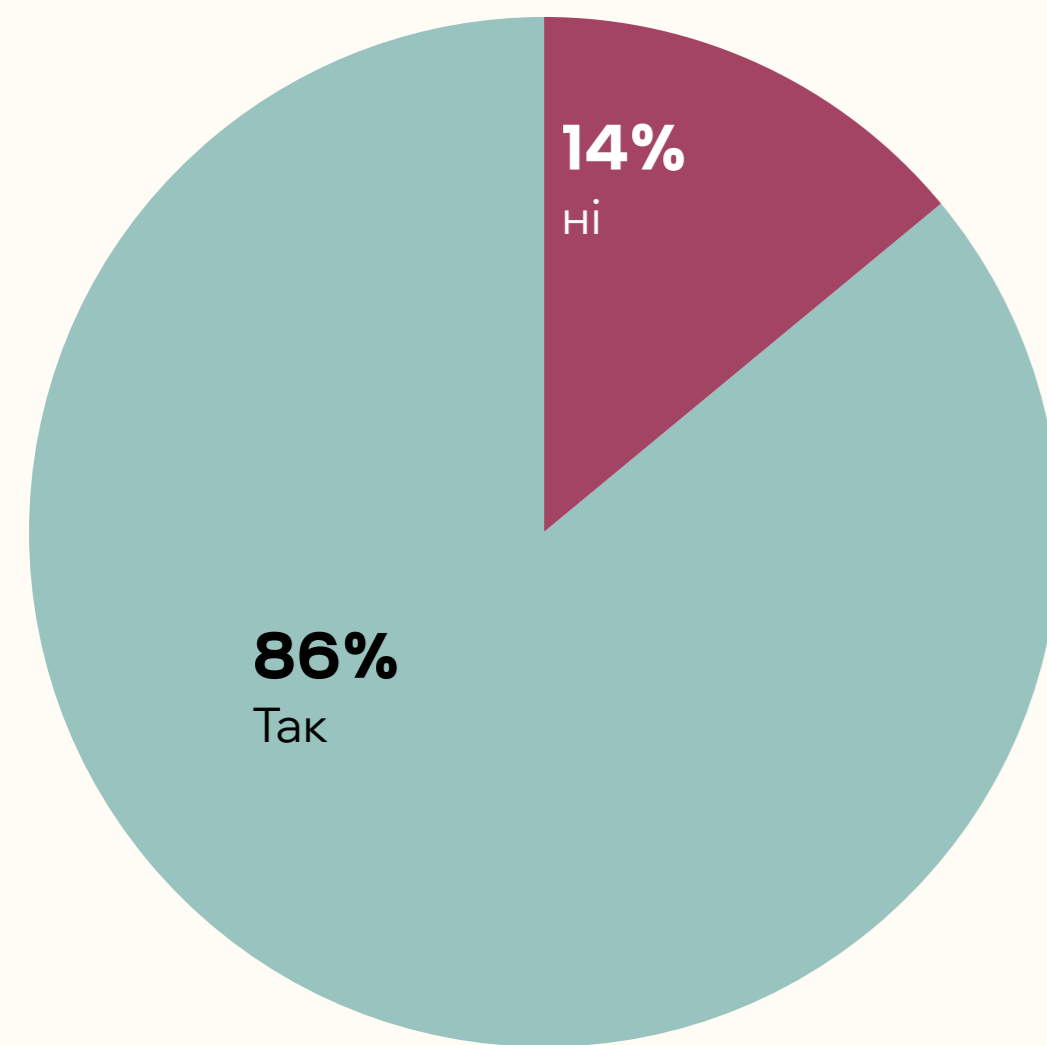


Українське суспільство

ЗАЛУЧЕНІСТЬ ДО БЛАГОДІЙНОСТІ



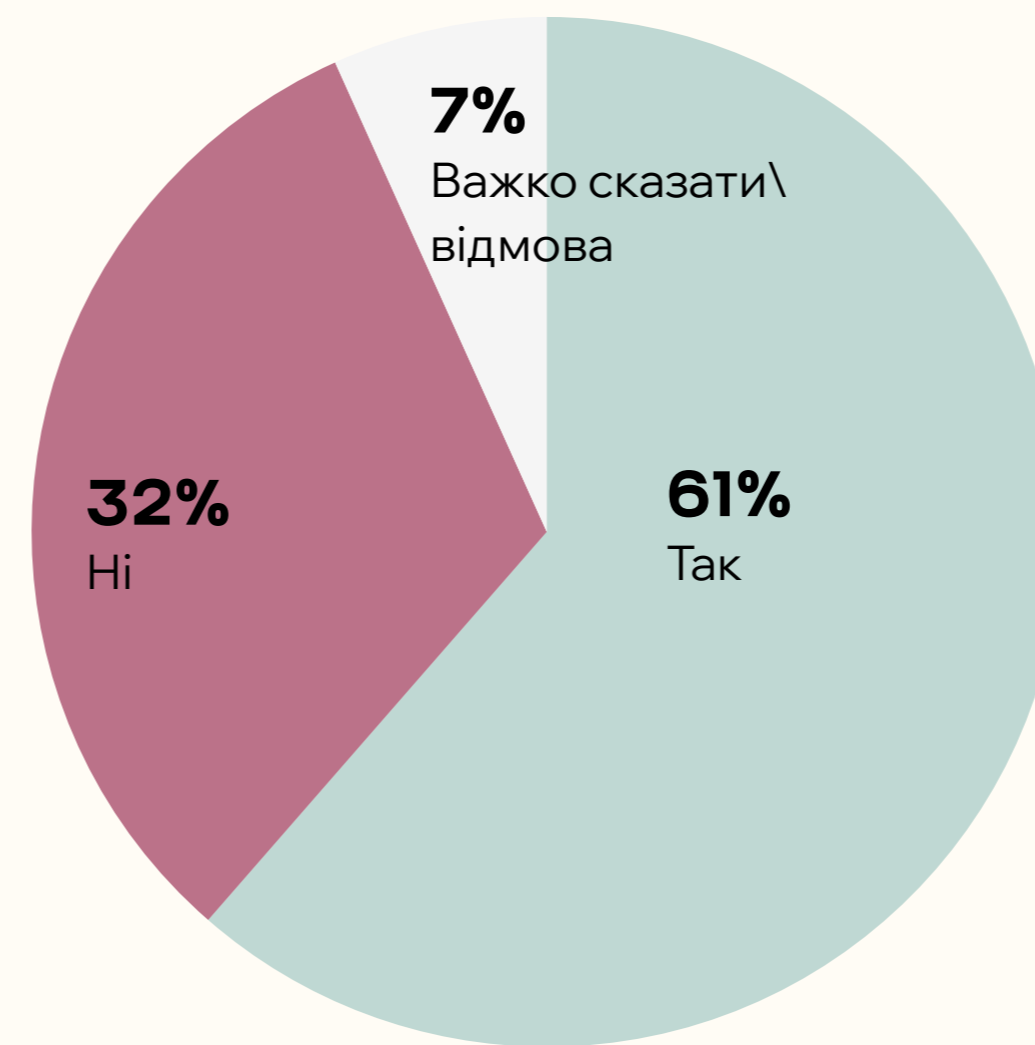
Q3. Чи долучались ви особисто протягом останніх 12 місяців до благодійності\допомагали комусь (фінансово чи вчинками)\займались волонтерством?



N=2400

Серед тих, хто долучався протягом 12 місяців

Q3.1. А чи долучались ви особисто протягом останнього місяця до благодійності\допомагали комусь (фінансово чи вчинками)\займались волонтерством?



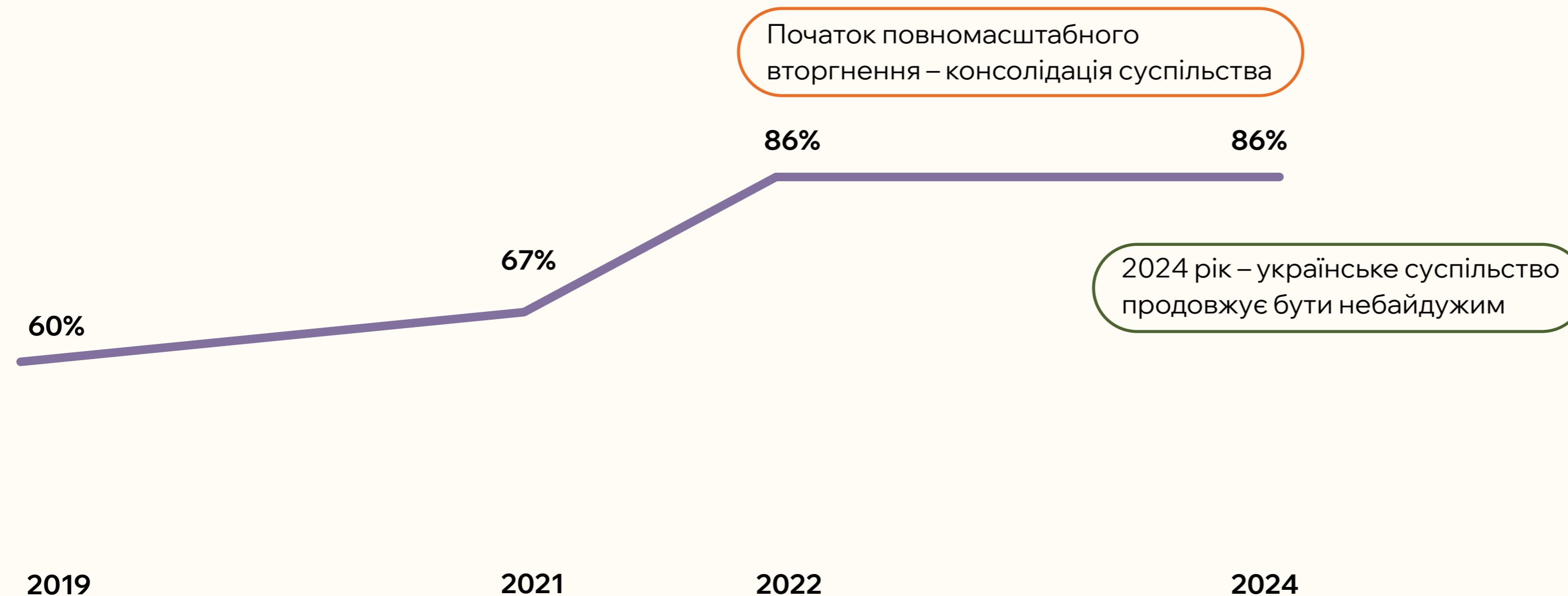
N=2064

86% населення заявили, що протягом останніх 12 місяців долучалися до благодійності, тобто допомагали комусь (надавали фінансову допомогу / надсилали кошти) або займались волонтерством (надавали безоплатні послуги чи виконували якісь роботи на безоплатній основі). Понад 60% із них (тобто понад 50% населення загалом) долучалися до благодійності протягом минулого місяця.

ЗАЛУЧЕНІСТЬ ДО БЛАГОДІЙНОСТІ:



ДИНАМІКА ІНДЕКСУ



Частка населення, що долучається до благодійності (86%), залишається на стабільно високому рівні із 2022 року після стрімкого зростання порівняно з 2019 та 2021 роками (плюс 26 та 19 відсоткових пунктів відповідно).

Однак у той час, коли українське суспільство говорить про те, що поширеність благодійності знизилась, кількісна залученість до неї залишається сталою. Це може бути пов'язано не так із фактичним зменшенням допомоги, як із більш критичним ставленням українського суспільства до її об'єму.

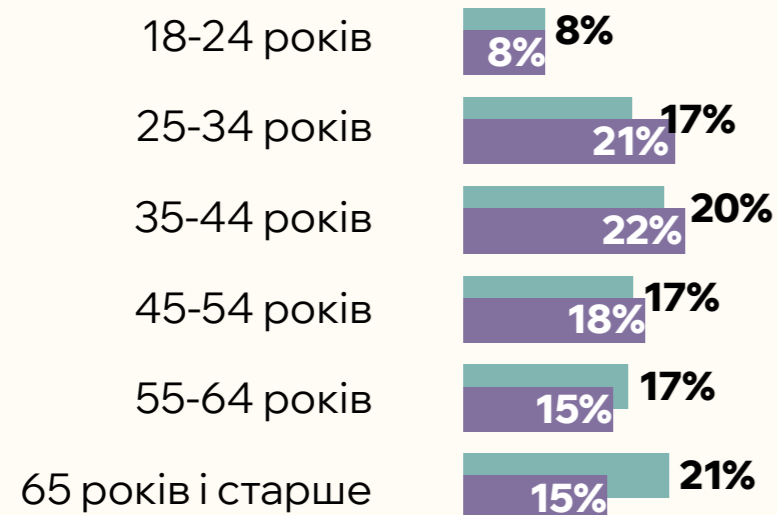
БЛАГОДІЙНИКИ: В ЦІЛОМУ



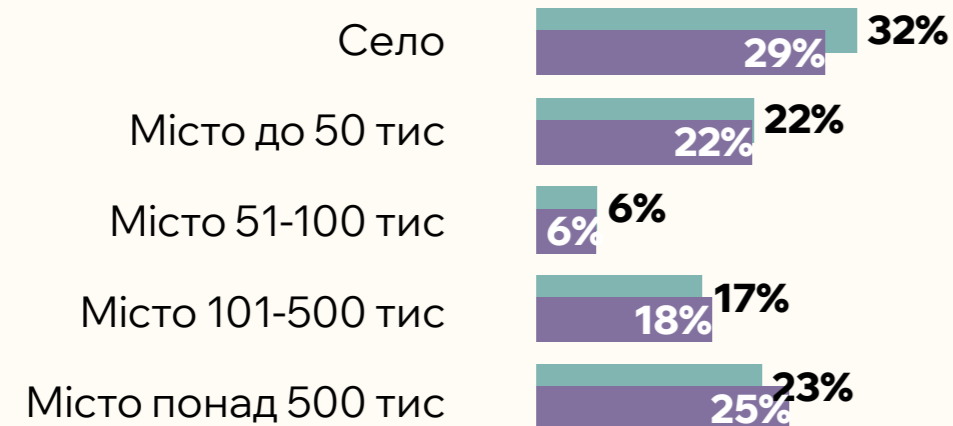
Стать



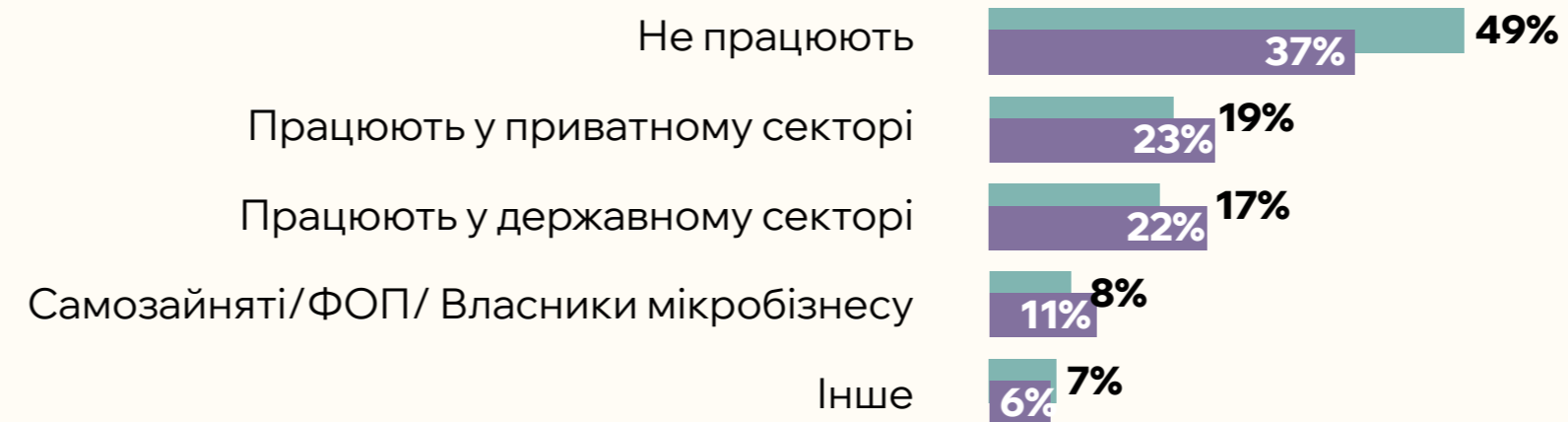
Вік



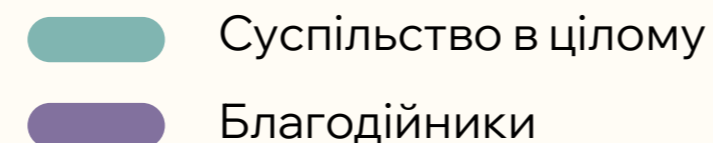
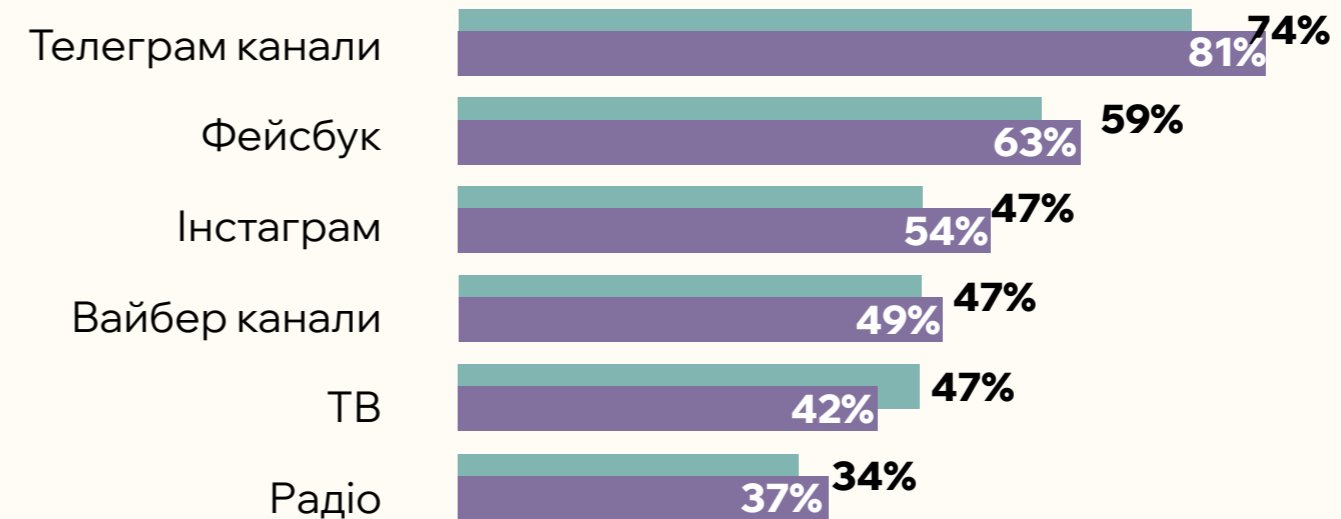
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



N=1267; Ті, хто долучився до благодійності за останній місяць

ПРИЧИНИ ДОЛУЧЕННЯ ДО БЛАГОДІЙНОСТІ



Q3.3 Чому ви долучились до благодійної діяльності?



N=2061

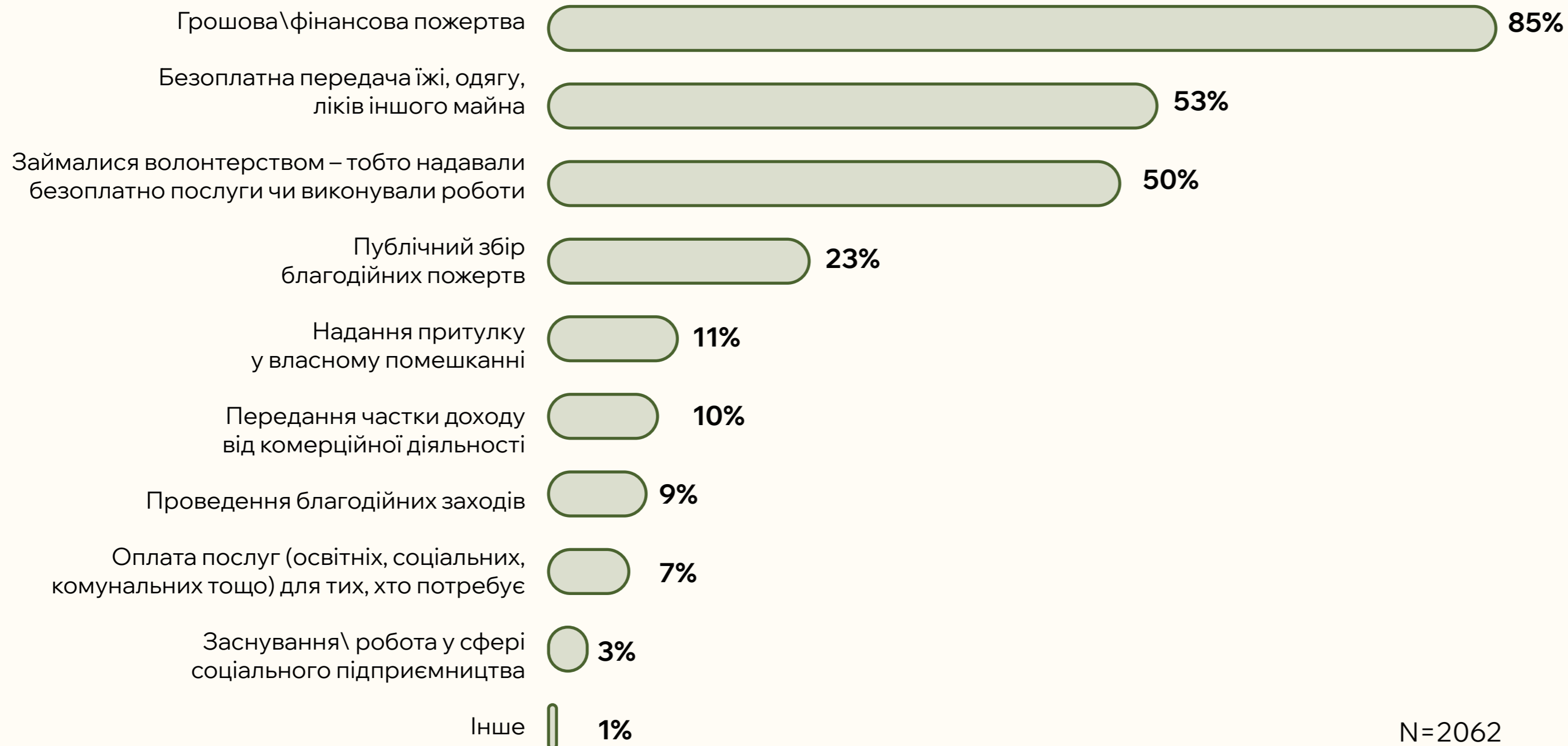
Найбільш поширена мотивація долучитись до благодійності – співчуття до людей, які потребують допомоги, про неї згадали 33% опитаних з-поміж тих, хто долучається до благодійності.

Значна частка опитаних (15-17%) назвали суспільно зумовлені причини, такі як почуття патріотизму, обов'язок перед суспільством, підтримка військових задля наближення Перемоги.

ВИДИ БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

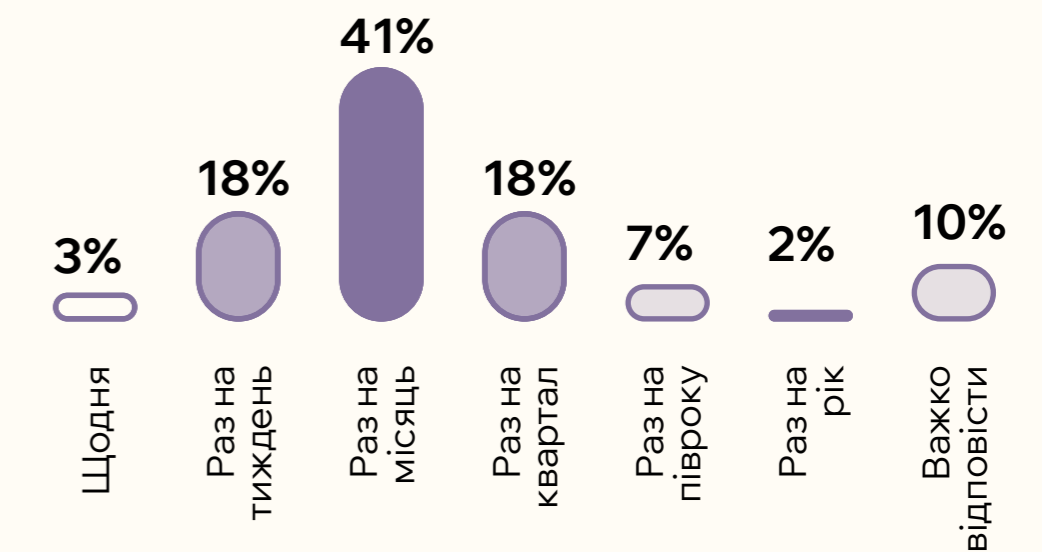


Q3.4 У якому вигляді ви здійснювали благодійну діяльність протягом останніх 12 місяців?



N=2062

Q4. Як часто Ви це робили?



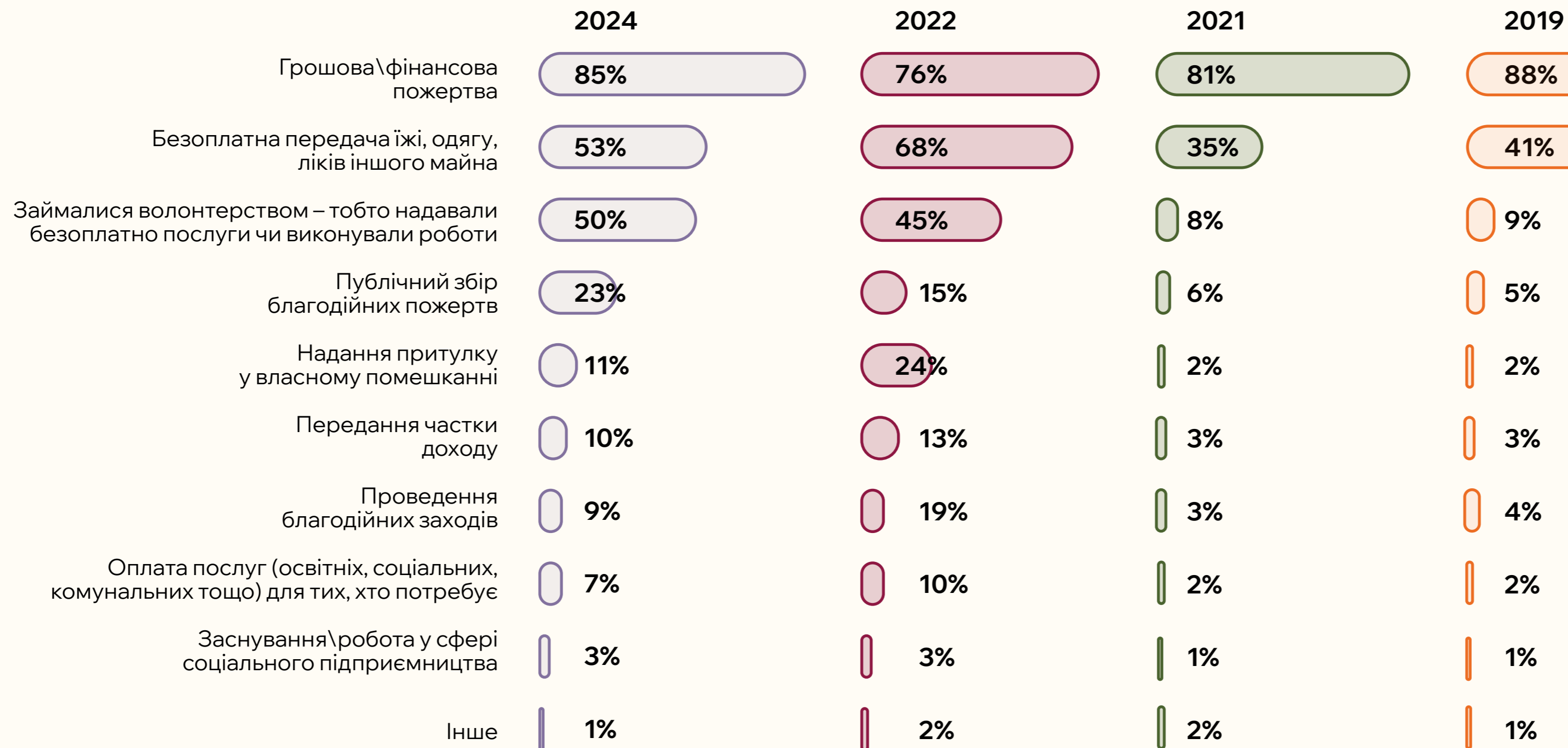
Грошові пожертви – найбільш розповсюджена форма благодійності, її практикують 85% із тих, хто займається благодійністю (або 73% від загальної вибірки).

Друге місце поділили негрошові форми участі – пожертви майна, одягу, ліків, продуктів харчування (53% із тих, хто займається благодійністю) та волонтерство (50% із тих, хто займається благодійністю, або 43% від загальної вибірки). Приблизно 60% благодійників долучаються не рідше, ніж один раз на місяць.

ВИДИ БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ДИНАМІКА



Q34. У якому вигляді ви здійснювали благодійну діяльність протягом останніх 12 місяців?

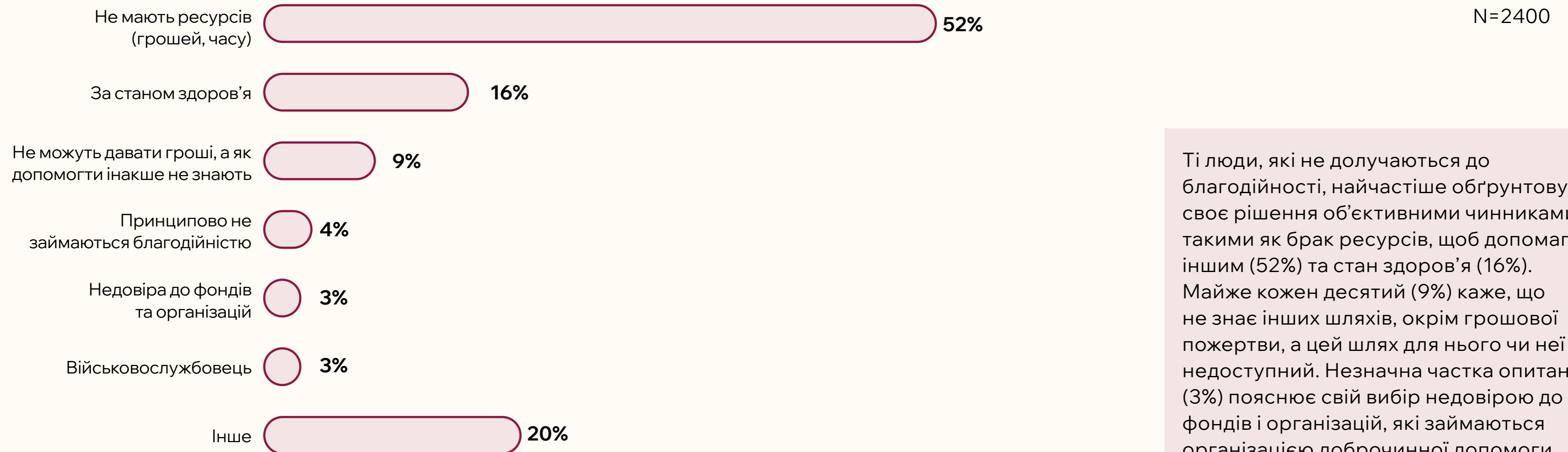


Структура благодійної участі незначно змінилася порівняно з 2022 роком: зросла частка грошових пожертв (із 76% до 85%) на тлі зменшення частки негрошових (із 68% до 53%). Також помітно (більше, ніж удвічі) знизилася частка благодійників, які надавали притулок у власному приміщенні (з 24% до 11%). Натомість зросла частка людей, які долучаються до публічного збору пожертв (із 15% до 24%).

ПРИЧИНИ ВІДМОВИ ВІД БЛАГОДІЙНОСТІ



Q3.2 Чому ви не долучалися до благодійної діяльності?



Ті люди, які не долучаються до благодійності, найчастіше обґрунтовують своє рішення об'єктивними чинниками, такими як брак ресурсів, щоб допомагати іншим (52%) та стан здоров'я (16%). Майже кожен десятий (9%) каже, що не знає інших шляхів, окрім грошової пожертви, а цей шлях для нього чи неї недоступний. Незначна частка опитаних (3%) пояснює свій вибір недовірою до фондів і організацій, які займаються організацією добровільної допомоги. Ще 4% (менше 1% загальної вибірки) не займаються благодійністю принципово.

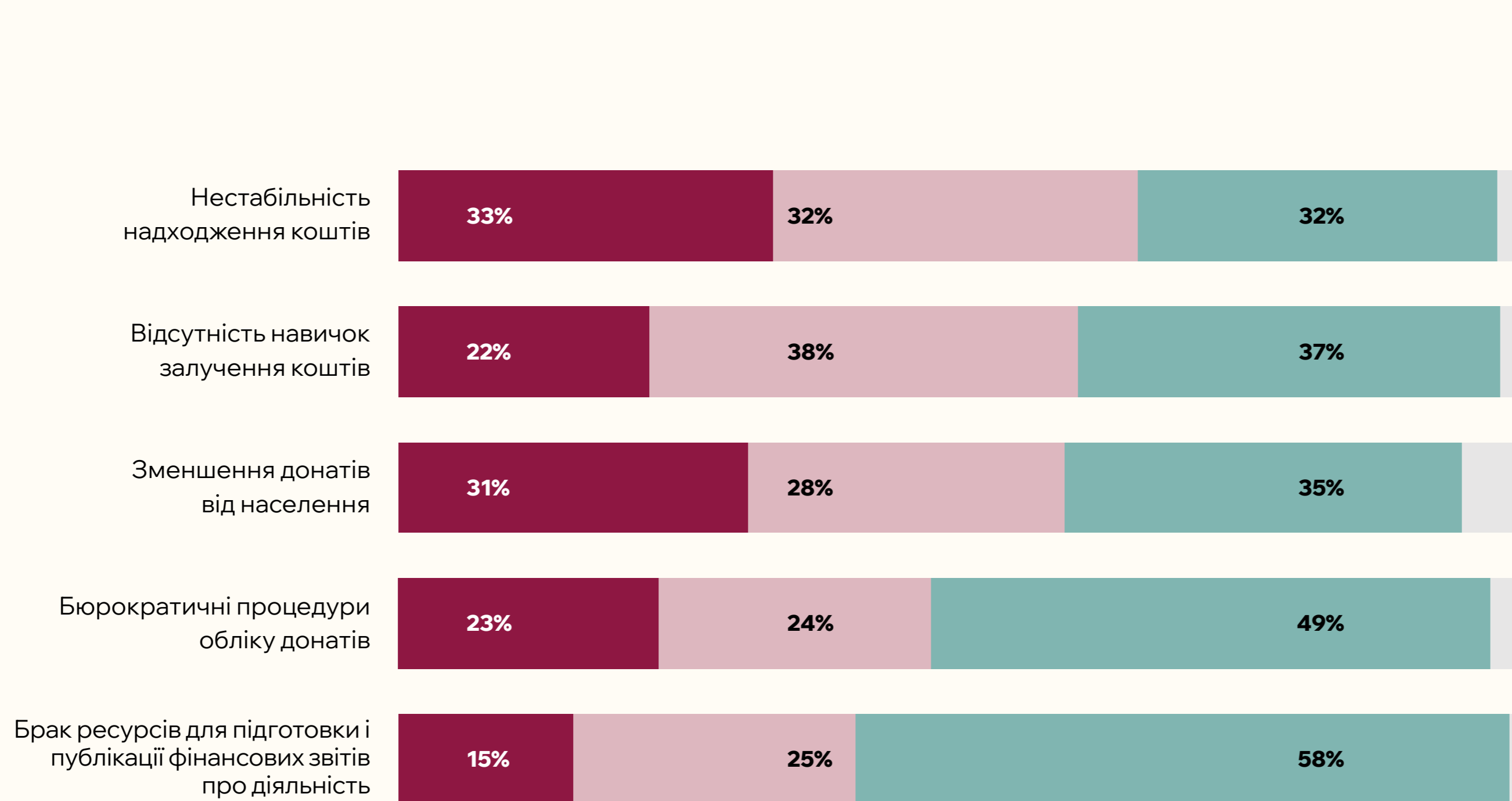
БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ



З ГРОМАДОЮ І СУСПІЛЬСТВОМ

Q31. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з громадою і суспільством в Україні та/або за кордоном?

N=356

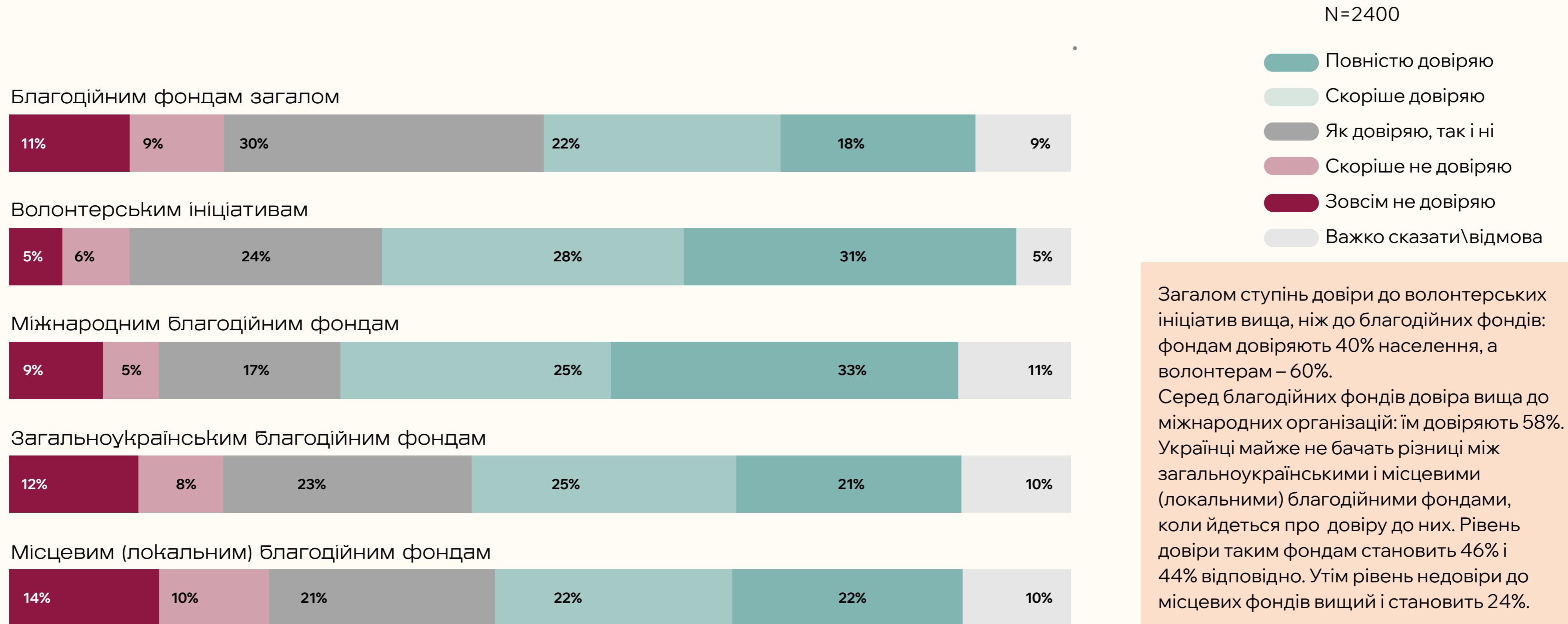


- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

Основні бар'єри, які виникають при взаємодії благодійних фондів і громадських організацій з громадою і суспільством, стосуються залучення коштів: нестабільність надходження (65% НУО кажуть, що такі проблеми виникають принаймні час від часу), відсутність навичок залучення коштів (60%) і зменшення донатів від населення (59%). При цьому проблема нестабільності та зменшення надходження коштів виникають регулярно. Процедури обліку донатів і неспроможність НУО готувати фінансові звіти є відносно меншими проблемами, хоча з ними також стикається значна частина НУО (47% і 40% відповідно)

Довіра до громадського сектору

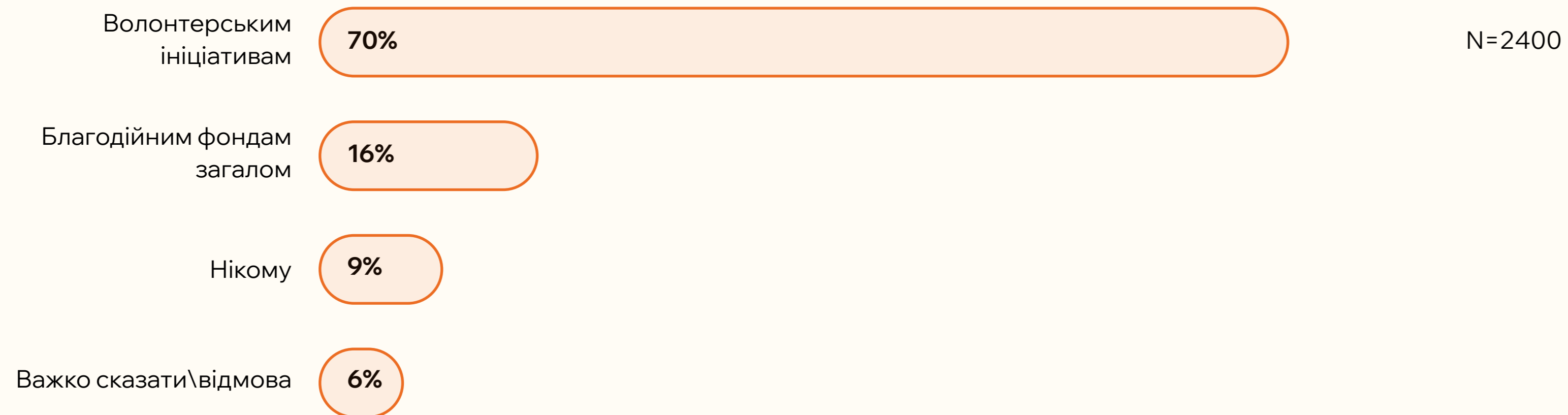
РІВЕНЬ ДОВІРИ



ГОТОВНІСТЬ ДОПОМАГАТИ



Q19. Кому ви б радше допомогли коштами чи волонтерством:
благодійним фондам чи персональним ініціативам?

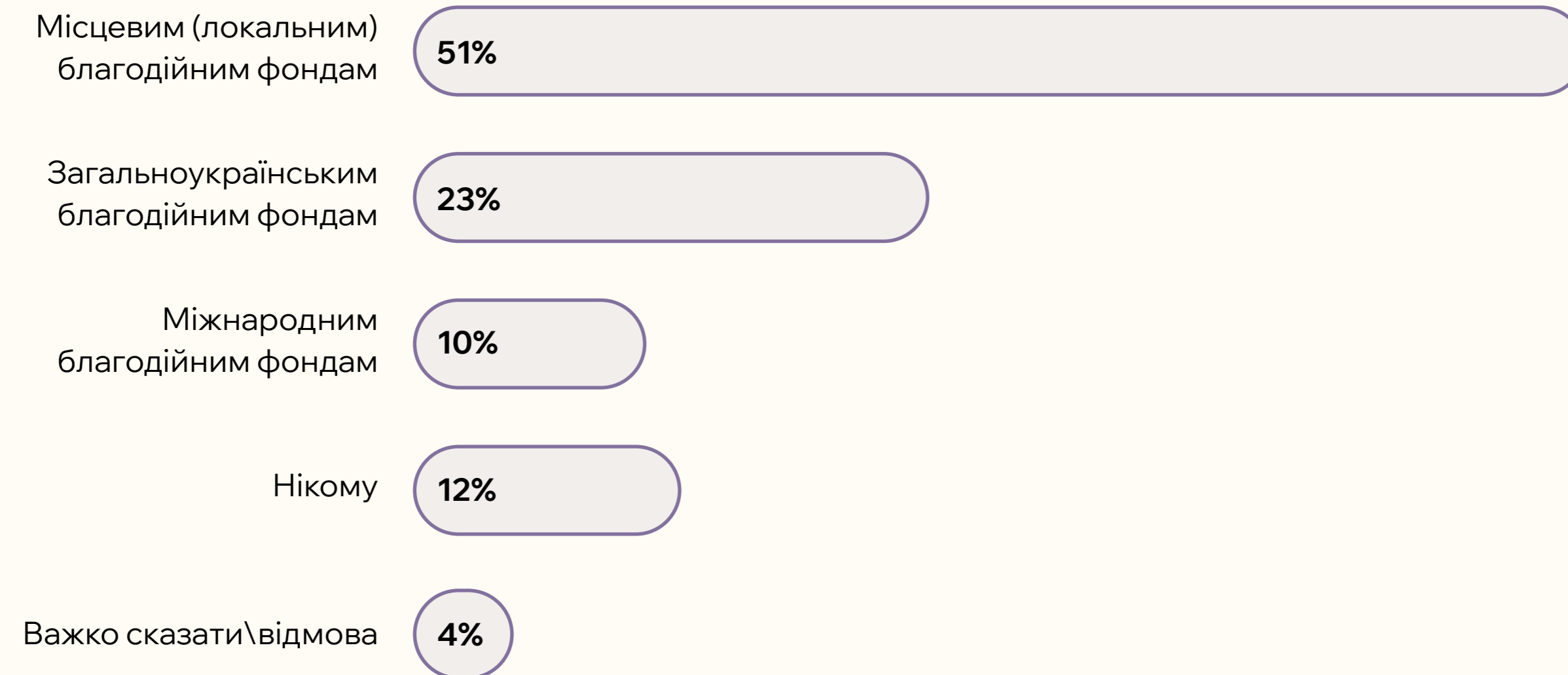


Лише 15% населення сказали, що не готові допомагати нікому або відмовилися від відповіді. Утім більшість з тих, хто готовий допомагати, воліють надавати підтримку саме волонтерським ініціативам (70%).

ГОТОВНІСТЬ ДОПОМАГАТИ БЛАГОДІЙНИМ ФОНДАМ



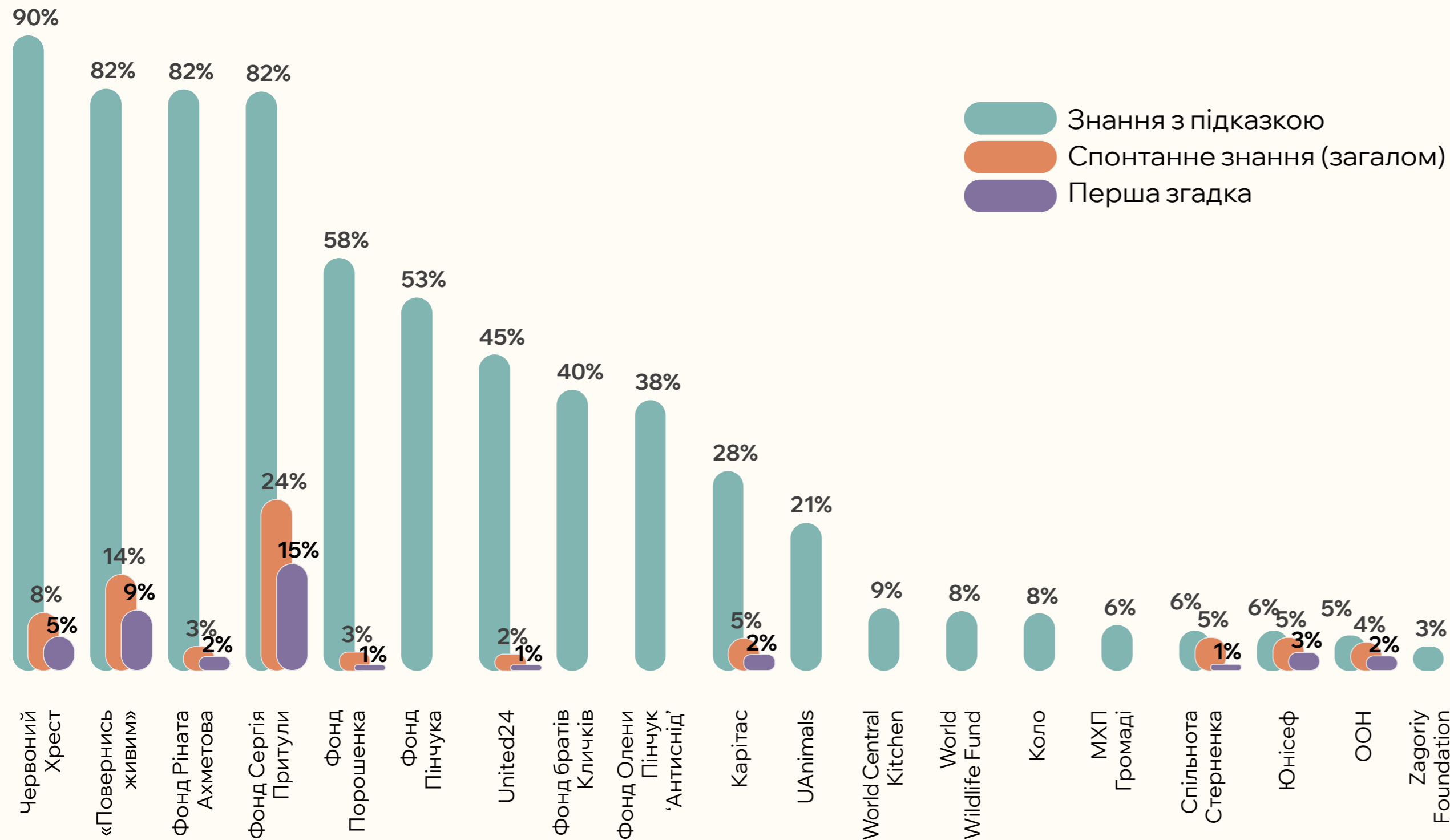
Q20. Кому ви б радше допомогли коштами чи волонтерством: міжнародним, всеукраїнським чи місцевим фондам?



N=2400

Частка населення, яка сказала, що не готова допомагати благодійним фондам або відмовилася від відповіді, становить 16%. Більшість із тих, хто готовий допомагати благодійним фондам, радше допомогли коштами чи волонтерством місцевим фондам (51%). Готовність надавати підтримку міжнародним благодійним фондам декларують лише 10% населення. Такий контрінтуїтивний результат (попри вищу довіру до міжнародних фондів) може пояснюватися тим, що міжнародні фонди сприймаються як такі, що мають надавати підтримку українцям, а не потребувати її від них.

РІВЕНЬ ЗНАННЯ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ



Спонтанне знання благодійних фондів обмежується найбільш медійними фондами, таким як Фонд Сергія Притули (24%), «Повернись живим» (14%) та Червоний Хрест (8%). Для інших фондів рівень спонтанних згадок або нульовий, або не перевищує 5%. 43% опитаних не змогли згадати назву жодного благодійного фонду без підказки.

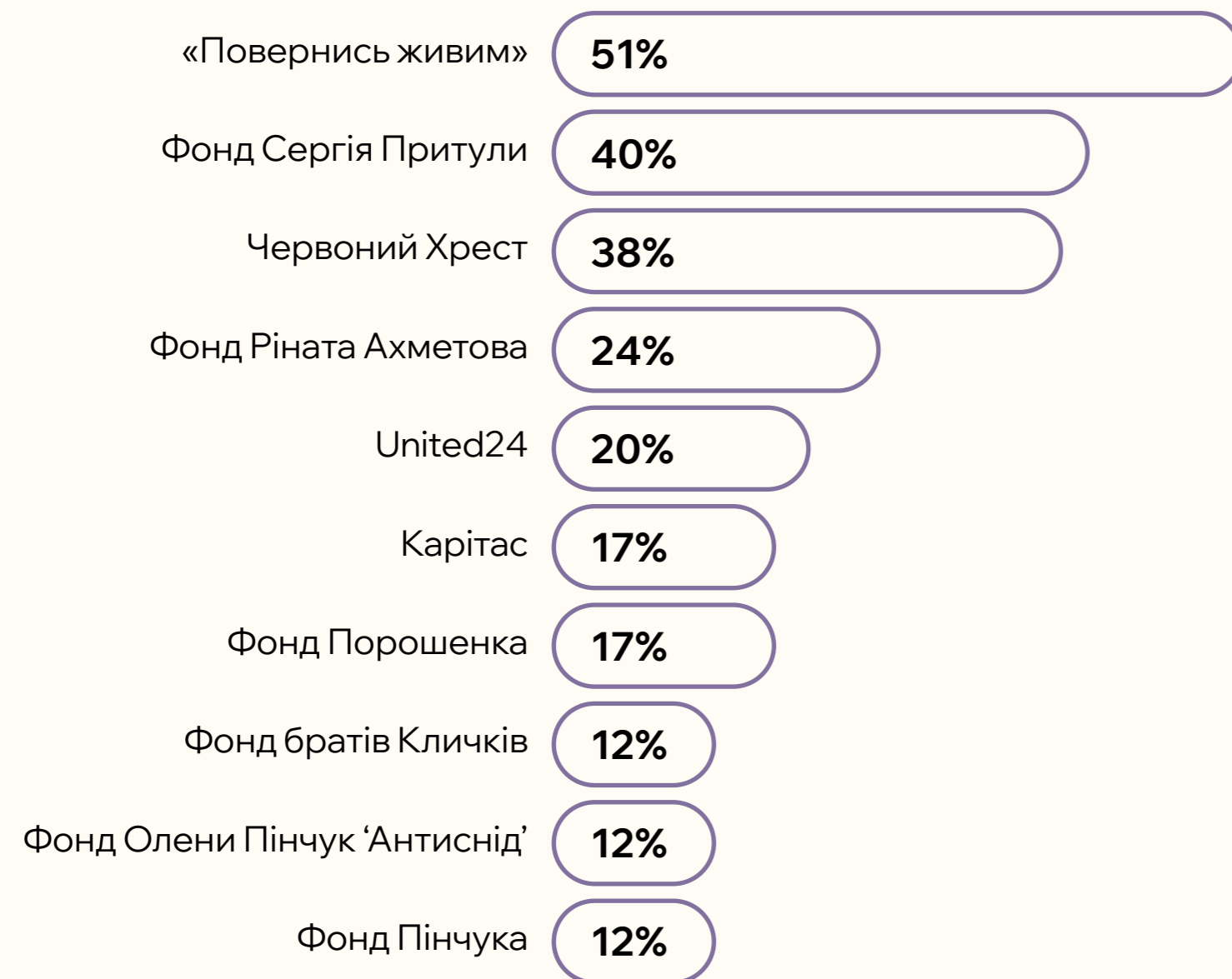
Знання з підказкою набагато (інколи – буквально на порядок) вище. До уже згаданих фондів-лідерів за показником «спонтанне знання» доєднався також Фонд Ріната Ахметова, показники знання з підказкою цих фондів становлять понад 80%.

Цікавим є прикладом Спільноти Стерненка, знання якої є на рівні маловпізнаваних фондів. Проте майже 80% людей, що знають цю організацію, назвали її без підказки, що свідчить про лояльну аудиторію.

ДОВІРА І ГОТОВНІСТЬ ДОЛУЧАТИСЯ ДО ДОПОМОГИ



Q23. Яким із перелічених фондів ви довіряєте? (ТОП 10, >10%)



Q24. Яким із перелічених фондів ви надсилали чи плануєте надсилати кошти?(ТОП 10, >2%)

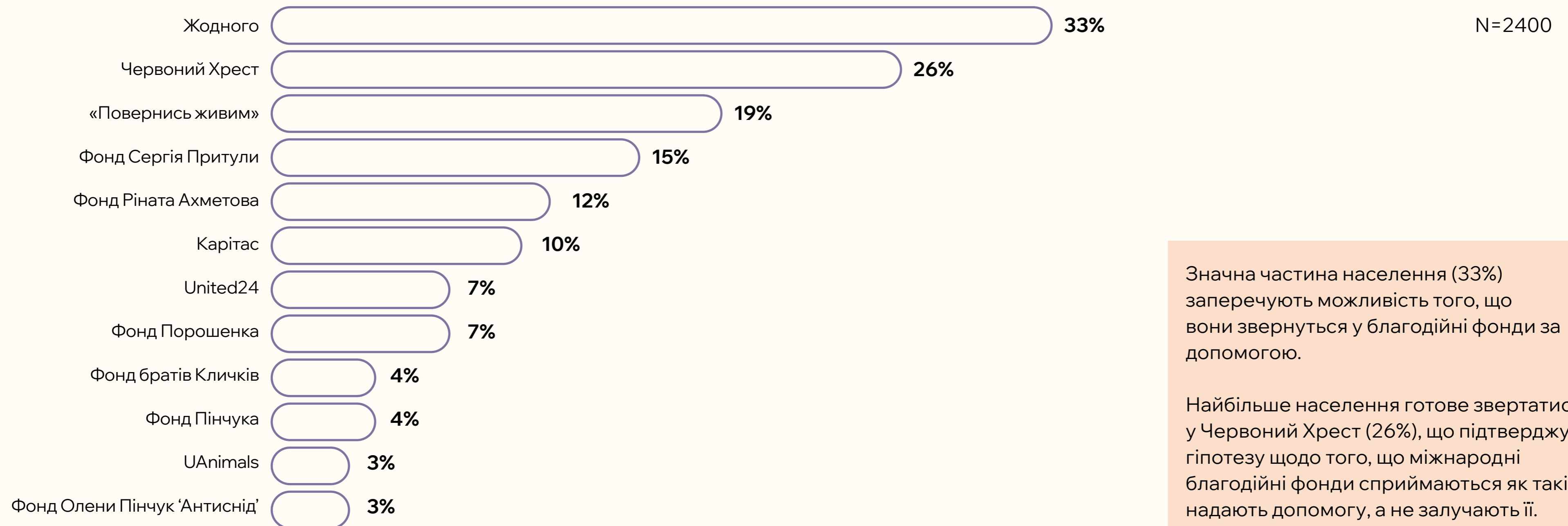


Лідери рейтингу знання («Повернись живим», Фонд Сергія Притули та Червоний Хрест) також є лідерами рейтингу довіри. Таких, які варті довіри, назвали 51%, 40% і 38% населення відповідно. Ці три фонди також є лідерами за декларованою населенням готовністю їм допомагати. Фонду «Повернись живим» допомагали або планують допомагати 33%, Фонду Сергія Притули – 29% і Червоному Хресту – 12%. Утім майже половина населення (44%) заявила, що не надсилали й не планують надсилати кошти в жоден із благодійних фондів.

ГОТОВНІСТЬ ЗВЕРТАТИСЯ ПО ДОПОМОГУ



Q25. У випадку потреби, до якого із перелічених фондів ви самі звернетесь за допомогою? (ТОП 11, показник >2%)



Значна частина населення (33%) заперечують можливість того, що вони звернуться у благодійні фонди за допомогою.

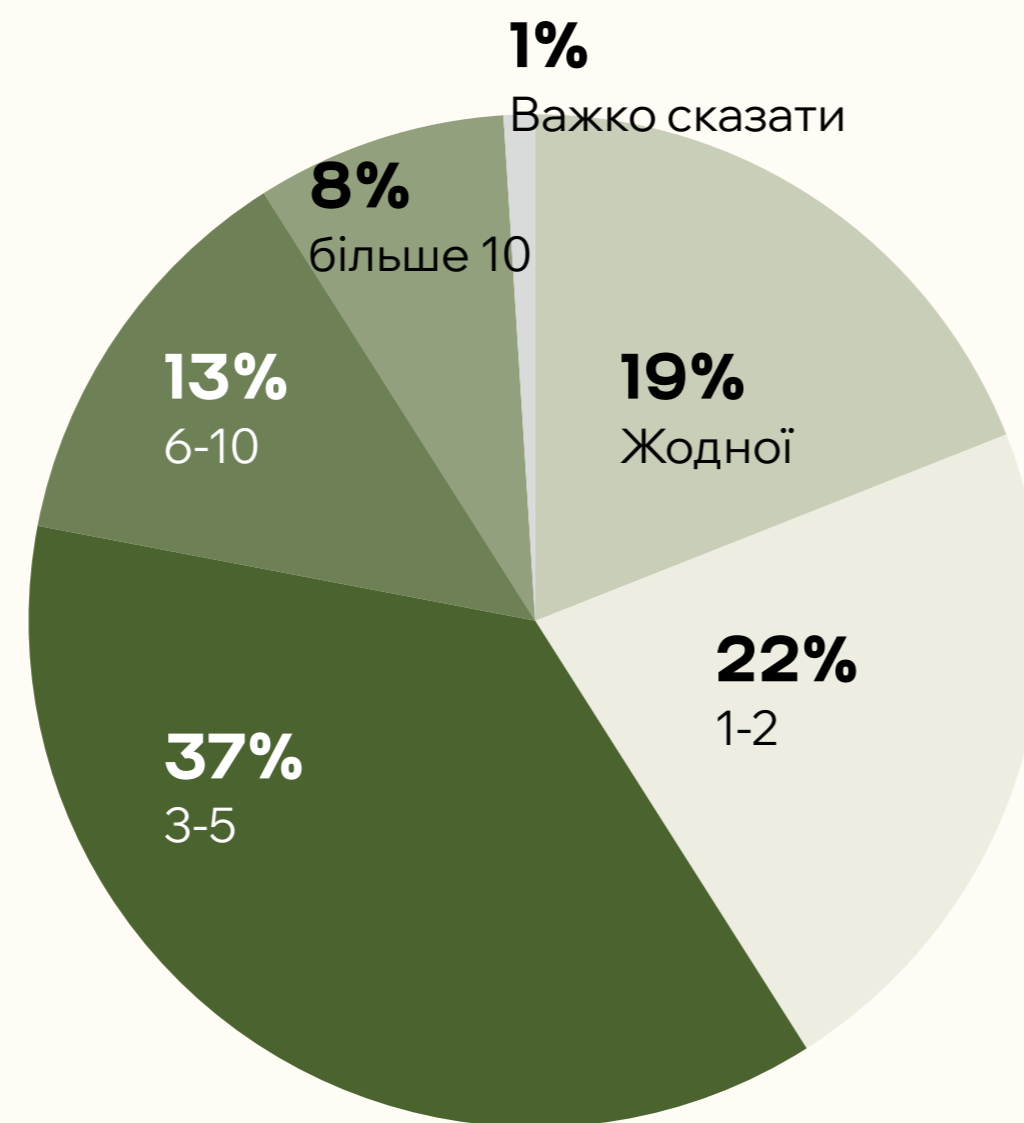
Найбільше населення готове звертатися у Червоний Хрест (26%), що підтверджує гіпотезу щодо того, що міжнародні благодійні фонди сприймаються як такі, що надають допомогу, а не залучають її.

Громадський сектор

ВЗАЄМОДІЯ З ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ



Q25. Згадайте, будь ласка, зі скількома громадськими чи благодійними організаціями ви реалізовували проєкти або в процесі реалізації у 2024 році?



N=335

85% опитаних НУО сказали, що вони регулярно або час від часу взаємодіють з іншими громадськими організаціями. Утім, навіть серед цих респондентів 19% у 2024 не мали спільних проєктів із іншими організаціями.

Майже 60% НУО обмежуються співпрацею з невеликою кількістю організацій, до 5.

Ще 21% співпрацюють з більшою кількістю організацій.

ВЗАЄМОДІЯ З ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ



ЗА СЕКТОРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Q25. Зі скількома громадськими чи благодійними організаціями ви реалізовували проєкти або в процесі реалізації у 2024 році?



N=335

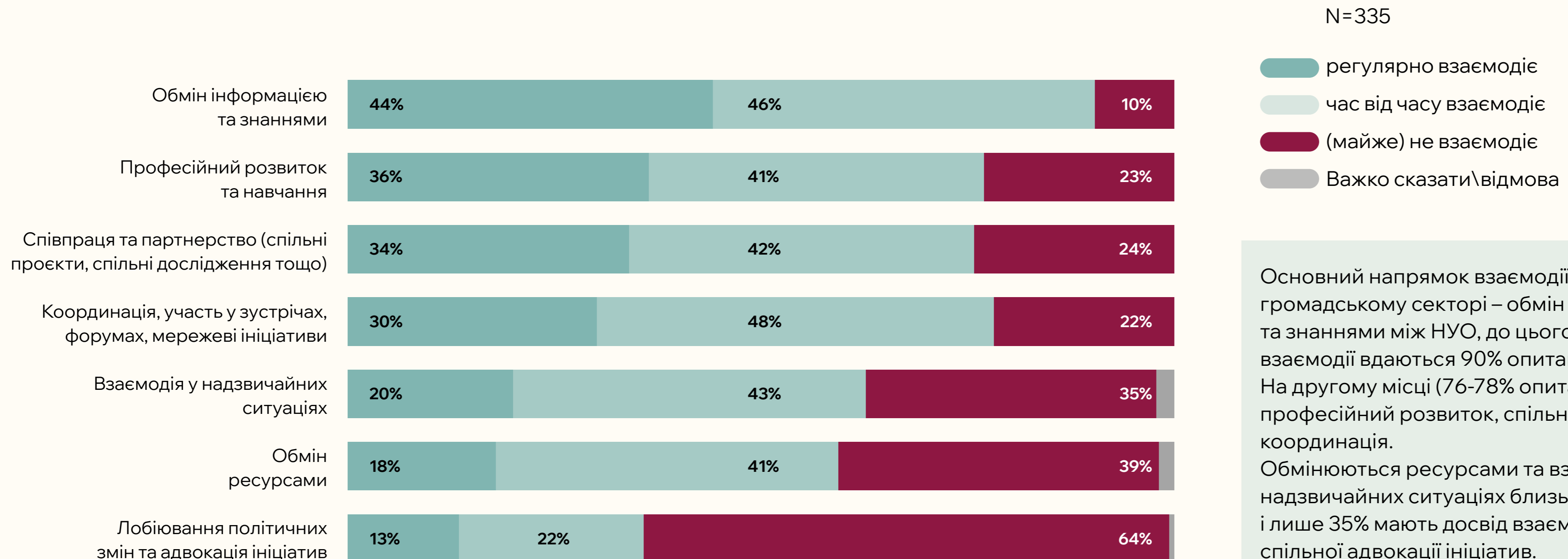
НУО, які працюють у сфері культури, менше за інших схильні до співробітництва з іншими громадськими або благодійними організаціями. 3-5 партнерських організацій є найбільш частотним вибором для всіх НУО, незалежно від сфери діяльності. Але найчастіше цей варіант відповіді обирають НУО, які працюють у сфері Захисту та Допомоги Силам оборони України (42% і 47% відповідно). Частка НУО, які співпрацюють більше ніж з 6 організаціями, становить 27-32% для НУО всіх сфер, крім Культури, де вона становить лише 10%.

НАПРЯМКИ ВЗАЄМОДІЇ У ГРОМАДСЬКОМУ СЕКТОРІ



ЗА СЕКТОРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Q23. Ви вказали, що взаємодієте з українськими громадськими організаціями. Уточніть, будь ласка, яких напрямків стосується така взаємодія?

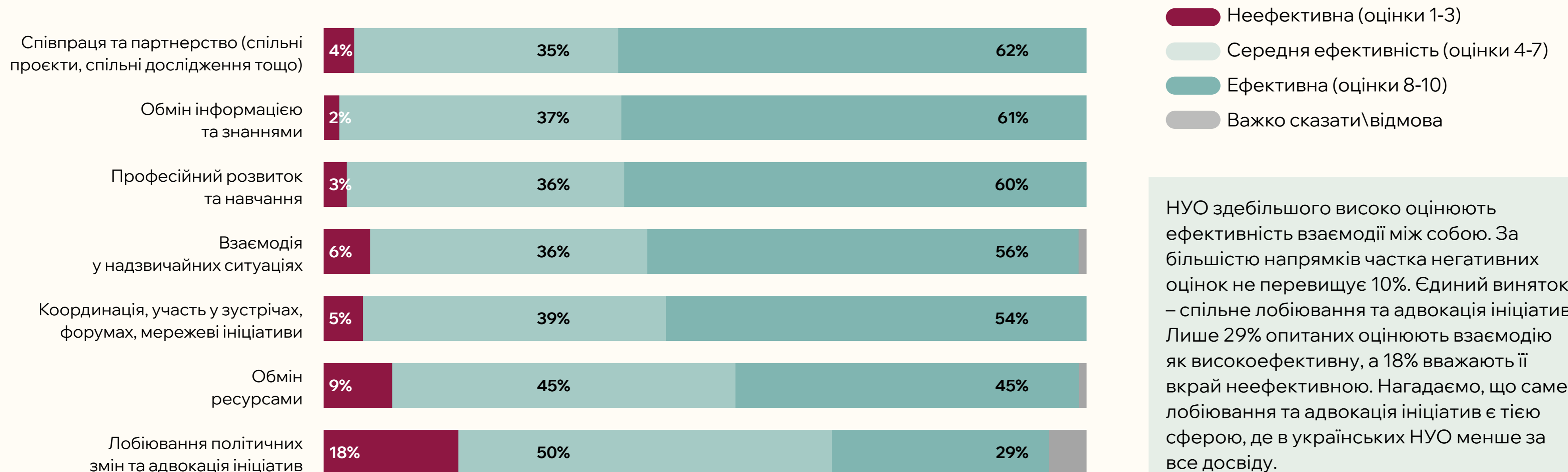


Основний напрямок взаємодії у громадському секторі – обмін інформацією та знаннями між НУО, до цього типу взаємодії вдаються 90% опитаних. На другому місці (76-78% опитаних) професійний розвиток, спільні проекти та координація. Обмінюються ресурсами та взаємодіють у надзвичайних ситуаціях близько 60% НУО і лише 35% мають досвід взаємодії у сфері спільної адвокації ініціатив.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВЗАЄМОДІЇ ЗА НАПРЯМКАМИ



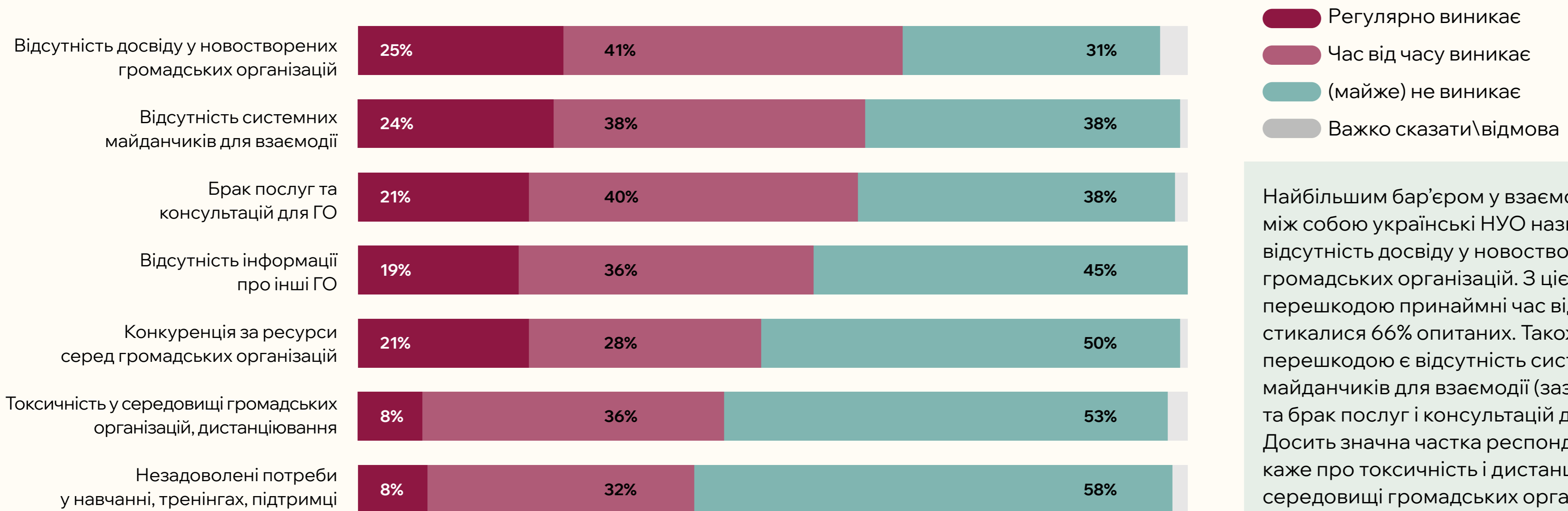
Q24. Оцініть, будь ласка, ефективність такої взаємодії за різними напрямками.



БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З УКРАЇНСЬКИМИ НУО



Q27. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з українськими громадськими організаціями?

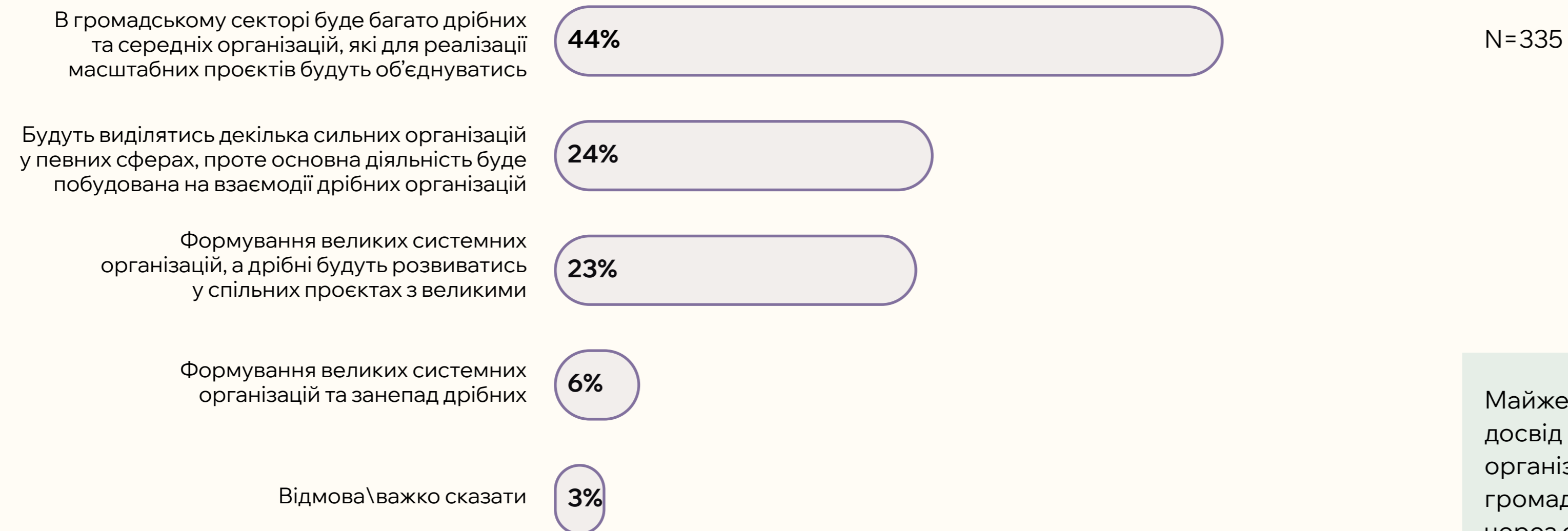


Найбільшим бар'єром у взаємодії між собою українські НУО називають відсутність досвіду у новостворених громадських організацій. З цією перешкодою принаймні час від часу стикалися 66% опитаних. Також суттєвою перешкодою є відсутність системних майданчиків для взаємодії (зазначили 62%) та брак послуг і консультацій для ГО (61%). Досить значна частка респондентів (44%) каже про токсичність і дистанціювання у середовищі громадських організацій.

ВЗАЄМОДІЯ З ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ



Q26. Розвиток громадського сектору може здійснюватися через формування великих системних організацій або через розбудову маленьких організацій із розвиненими взаємозв'язками. Як ви вважаєте, яким є шлях розвитку громадського сектору в Україні?



Майже половина опитаних НУО, які мають досвід взаємодії з іншими громадськими організаціями (44%), вважають, що громадський сектор буде розвиватися через співпрацю дрібних і середніх організацій. Про занепад дрібних НУО на тлі розвитку великих кажуть лише 6%.

РОЗВИТОК ГРОМАДСЬКОГО СЕКТОРУ:



ЗА СЕКТОРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Q26. Як ви вважаєте, яким є шлях розвитку громадського сектору в Україні



Бачення шляху розвитку громадського сектору в Україні дуже схоже у НУО, які працюють у різних сферах. Більшою мірою сценарій розбудови дрібних і середніх НУО поділяють організації, що працюють у сферах освіти, забезпечення харчуванням, допомоги Силам оборони та культури. Про виокремлення сильних організацій частіше кажуть НУО, які працюють у сфері охорони здоров'я і культури.

ВЗАЄМОДІЯ З ІНШИМИ НУО



Позитивні тенденції:

- Мілітарні та гуманітарні НУО і такі, що опікуються правами постраждалих під час війни, вказують на **посилення взаємодії між НУО**, створення **формалізованих та неформальних коаліцій**.
- Рівень співпраці **зріс у кілька разів** і розширився регіонально.
- Є **успішні адвокаційні кампанії** та багато історій успіху.
- Більше виникло ініціатив з обміну досвідом, спільних навчань.
- Є **онлайн платформи та форуми**, де НУО обмінюються досвідом.
- На початку повномасштабного вторгнення військові та гуманітарні НУО **активно обмінювалися ресурсами**, але через посилення регулювання це стало важко робити.
- Усі опитані НУО назвали від **декількох до десятків партнерів**, в середньому близько 10 НУО.
- Опитані НУО приблизно, але невичерпно орієнтуються, з ким працюють їхні партнери – **спільний простір і «всі одне одного знають»**.



Негативні тенденції:

- Немілітарні НУО і такі, що не працюють із постраждалим населенням, вказують на **послаблення взаємодії між НУО** і в цілому **нижчу активність**.
- Серед новостворених організацій є певна частина **нефахових або недоброчесних НУО**, є негативний досвід співпраці, що погано впливає на репутацію сектору.
- Серед НУО, що працюють в одному напрямку, нерідко **відносини є конкурентними** та подекуди токсичними, відсутня підтримка, натомість **є критика та знецінення**.
- Серед іншого конкуренція виникає через **брак ресурсів та скорочення зборів**.
- Обмежені можливості офлайн заходів.



Співпраця і стратегії допомоги ЦА:

- Обговорення в мережах з іншими НУО.
- Зустрічі організують заклади, які отримують допомогу, чи місцева влада, куди й запрошують різні НУО.
- Неформальні зустрічі з НУО, що допомагають закладам/ЦА.
- Створення координаційних гуманітарних штабів
- Донори сприяють комунікації НУО щодо потреб ЦА.



Перешкоди та складнощі співпраці:

- НУО має унікальну сферу діяльності, тому може не мати потенційних партнерів.
- Проектної діяльності й задач багато, не вистачає/недостатньо часу на кооперацію.
- Нестача ресурсів, зокрема фінансів, на кооперацію.
- Конкуренція між НУО, потенційними партнерами.
- Нефаховість і недоброчесність НУО.
- Перенасиченість активностями за певними напрямками і ЦА.



«Ми ретельно вибираємо партнерів. Після 22-го року всі максимально згуртовані. Десь можуть відрізнятись внутрішні політики. Якщо ми все це проговорили, якщо ми пропрацювали форми, де ми зустрічаємося, де ми проговорюємо, що нам наразі треба закрити, складнощів немає».

(Схід, мілітарний БФ)

ЦИТАТИ



«...Ми радімося, як донести, бо, в першу чергу, це організація «Veterans HUB». Ми розуміємо, що зараз деякі ветеранські спільноти стають дуже впливовими. Фактично це створення нових спільнот. Це формування громадянського суспільства. Тому ми радімося, як взаємодіяти з цими спільнотами.»

(Південь, антикорупційна ГО)



«Після початку повномасштабного вторгнення співпраця громадських організацій значно активізувалася. Спільні проєкти та обмін ресурсами відбуваються набагато частіше, ніж до війни, включаючи логістику, евакуацію та допомогу переселенцям. Адвокація та лобювання політичних змін також зросло через збільшення кількості питань та зусиль. Професійний розвиток та навчання активно проводяться як на міжнародному, так і на локальному рівнях.»

(Схід, БФ, гуманітарна сфера)



«Була створена організація координаційно-гуманітарний центр, який серед іншого збирав усі потреби і постійно їх оновлював. ... постійно оперативно вирішується питання і без такої координації дуже складно працювати. Тому у нас була постійно з ними взаємодія.»

(Схід, мілітарний БФ)



«20-30% нових фондів, створених після вторгнення, розчарували через відсутність досвіду та випадки зловживань, що дискредитували благодійність. Це викликало сумніви у міжнародних донорів і вплинуло на довіру до українських благодійних ініціатив.»

(Захід, БФ, соціальна сфера)



«Таблеточки», «Крила надії», «Запорука», «Добрий фонд», «Вікінг», благодійний фонд «Відродження». Це такі, з якими постійно ми на зв'язку. Все решта – це допомога внутрішньо переміщеним особам. В цьому списку біля 100 фондів.»

(Захід, БФ, соціальна сфера)



«У нас репутація з 2014 року. Я розумію, що зараз є прекрасні невеликі фонди, створені після 22 лютого, які роблять хороші речі, працюють чесно і прозоро, але можуть стикатися з проблемами отримання якогось міжнародного партнерства через те, що загалом фльор репутаційних проблем в НГО-секторі є.»

(Схід, мілітарний БФ)

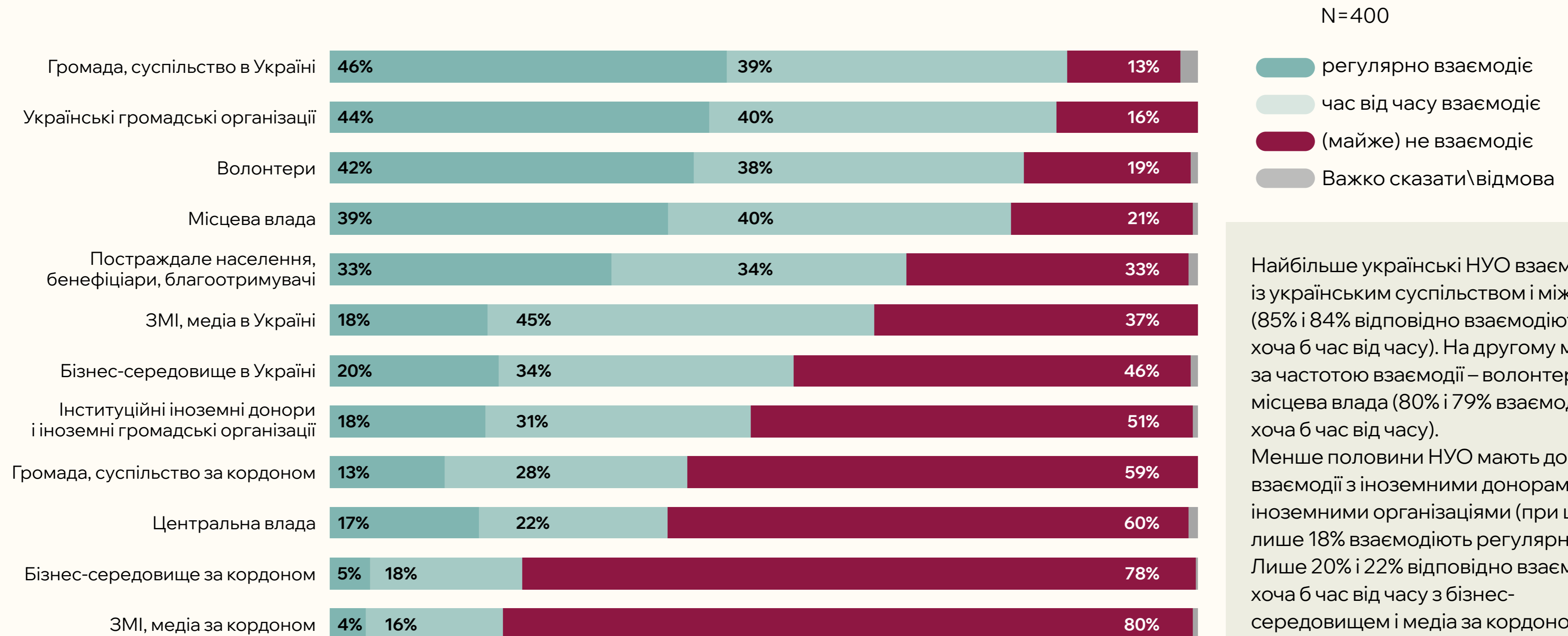


Сфери взаємодії

З КИМ ВЗАЄМОДІЮТЬ НУО



Q17. Чи ваша організація взаємодіє з такими сферами...



Найбільше українські НУО взаємодіють із українським суспільством і між собою (85% і 84% відповідно взаємодіють хоча б час від часу). На другому місці за частотою взаємодії – волонтери та місцева влада (80% і 79% взаємодіють хоча б час від часу). Менше половини НУО мають досвід взаємодії з іноземними донорами та іноземними організаціями (при цьому лише 18% взаємодіють регулярно). Лише 20% і 22% відповідно взаємодіють хоча б час від часу з бізнес-середовищем і медіа за кордоном.

З КИМ ВЗАЄМОДІЮТЬ НУО



ЗА СЕКТОРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Регулярна взаємодія, за сферами:

	Освіта	Забезпечення харчуванням та засобами для існування	Охорона здоров'я	Захист	Допомога Силам оборони України	Культура
Волонтери	43%	70%	56%	60%	67%	42%
Громада, суспільство в Україні	51%	54%	54%	55%	58%	56%
Українські громадські організації	48%	48%	45%	57%	54%	47%
Постраждале населення, бенефіціари, благоотримувачі	31%	65%	51%	61%	47%	30%
Місцева влада	46%	54%	44%	48%	46%	34%
Інституційні іноземні донори і іноземні ГО	25%	31%	29%	40%	20%	19%
Бізнес-середовище в Україні	21%	30%	20%	17%	31%	17%
ЗМІ, медіа в Україні	16%	22%	16%	23%	19%	24%
Центральна влада	14%	15%	16%	23%	14%	9%
Громада, суспільство за кордоном	12%	11%	14%	16%	22%	13%
Бізнес-середовище за кордоном	2%	9%	4%	8%	10%	1%
ЗМІ, медіа за кордоном	6%	2%	3%	3%	6%	6%

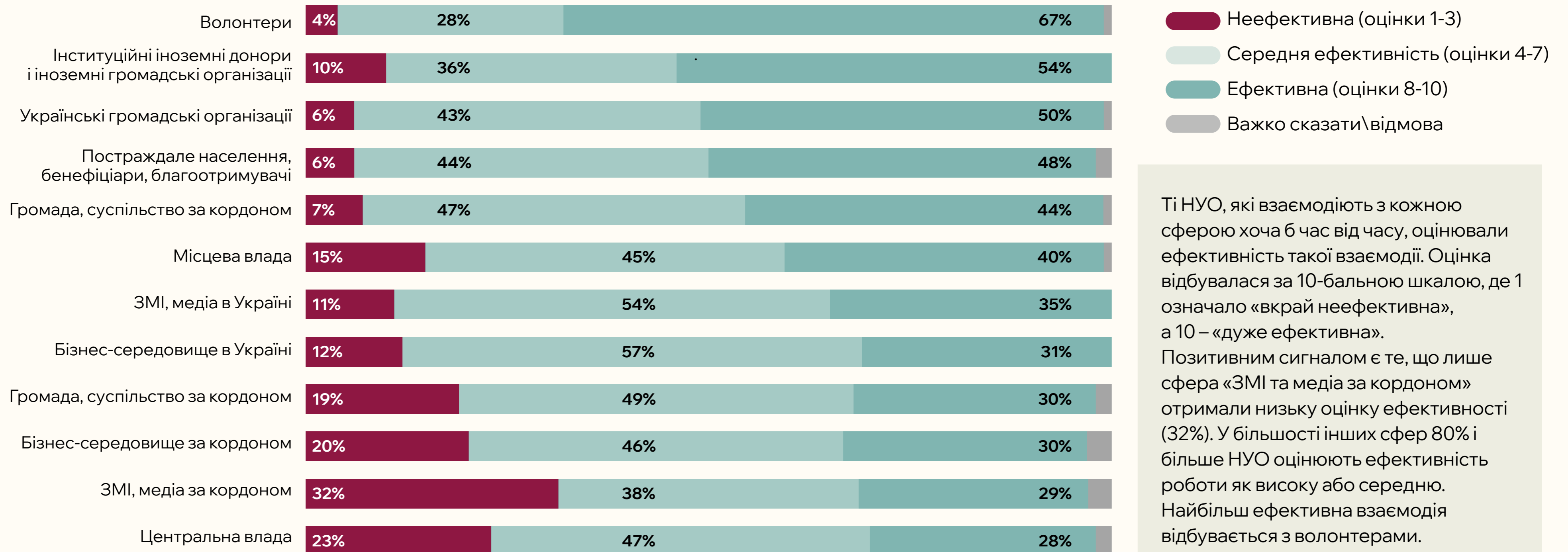
Сфери взаємодії дещо різняться залежно від того, в якому секторі працює та чи інша НУО. Наприклад, НУО, які працюють у сфері забезпечення харчуванням та засобами для існування більшою мірою, ніж інші, взаємодіють із волонтерами, а також постраждалим населенням. З іноземними донорами та міжнародними ГО більшою мірою взаємодіють НУО, які працюють у секторі Захисту (цей сектор охоплює захист дітей, протидію насильству за гендерною ознакою та протимінну діяльність). НУО, які займаються допомогою Силам оборони України, більше ніж інші взаємодіють із громадами за кордоном.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВЗАЄМОДІЇ



Q19. Оцініть, будь ласка, ефективність такої взаємодії з представниками різних сфер.

N=400

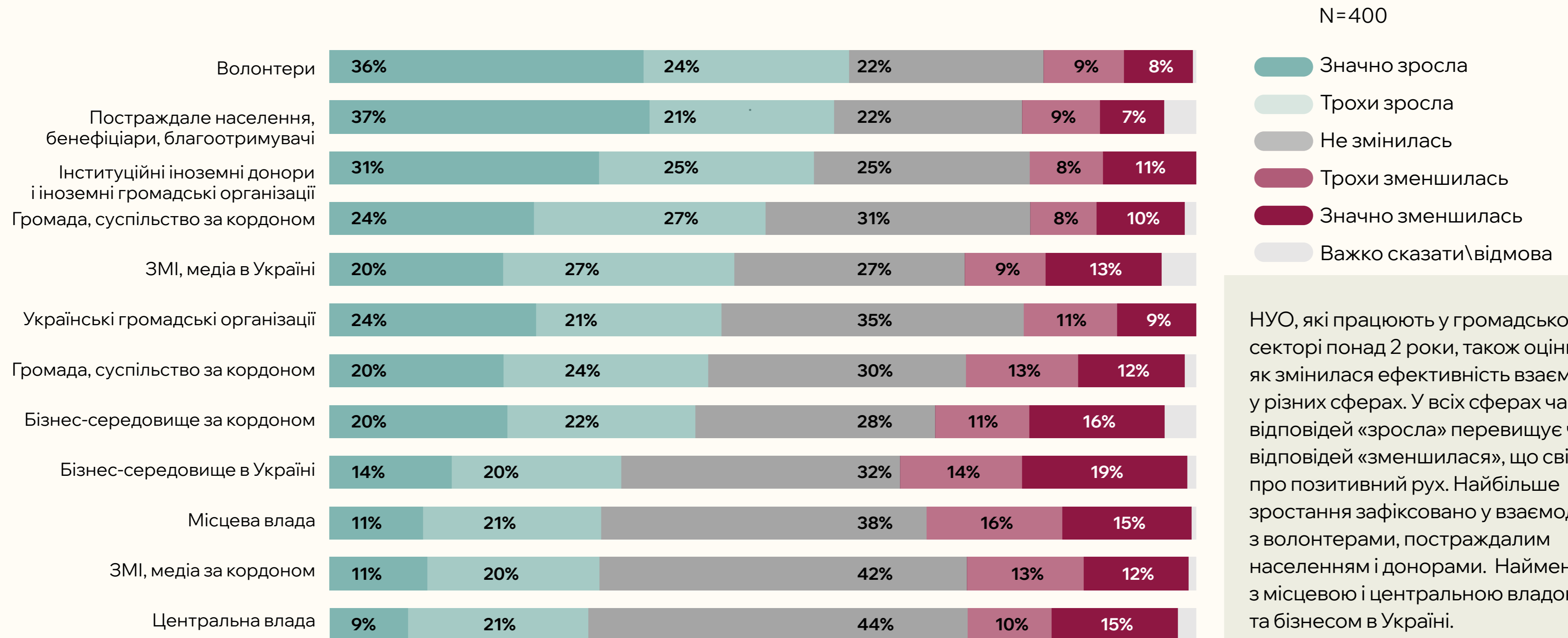


Ті НУО, які взаємодіють з кожною сферою хоча б час від часу, оцінювали ефективність такої взаємодії. Оцінка відбувалася за 10-бальною шкалою, де 1 означало «вкрай неефективна», а 10 – «дуже ефективна». Позитивним сигналом є те, що лише сфера «ЗМІ та медіа за кордоном» отримали низьку оцінку ефективності (32%). У більшості інших сфер 80% і більше НУО оцінюють ефективність роботи як високу або середню. Найбільш ефективна взаємодія відбувається з волонтерами.

ДИНАМІКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВЗАЄМОДІЇ



Q20. Як змінилася ефективність взаємодії у цих сферах загалом за останні 2 роки (з 2022 року)?



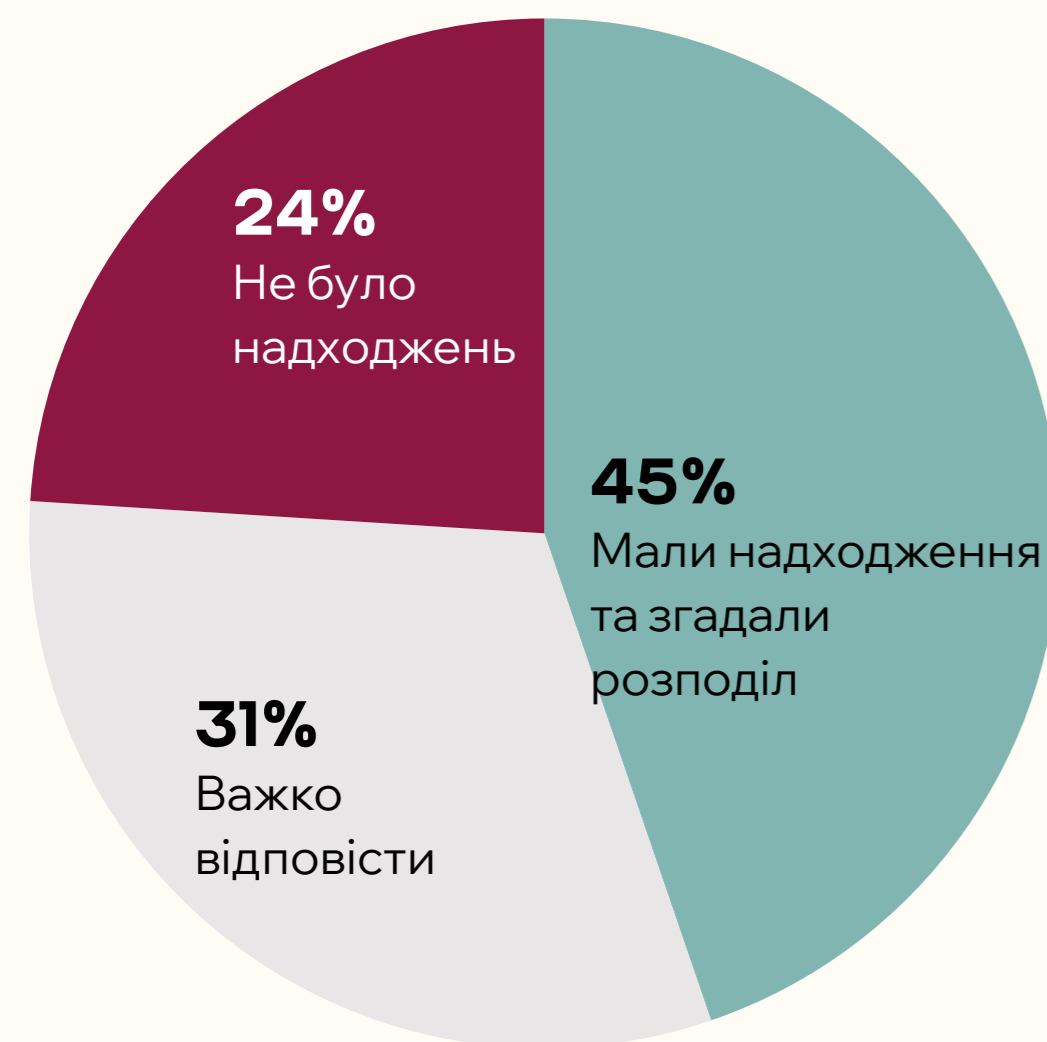
НУО, які працюють у громадському секторі понад 2 роки, також оцінювали, як змінилася ефективність взаємодії у різних сферах. У всіх сферах частка відповідей «зросла» перевищує частку відповідей «зменшилась», що свідчить про позитивний рух. Найбільше зростання зафіксовано у взаємодії з волонтерами, постраждалим населенням і донорами. Найменше — з місцевою і центральною владою, ЗМІ та бізнесом в Україні.

ДОНОРИ І ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ НУО



Q21. Згадайте, будь ласка, всі надходження вашої організації за останній місяць. Оцініть орієнтовний відсоток надходжень від певних джерел фінансування



N=400



N=181

Лише 45% опитаних НУО змогли надати приблизний розподіл надходжень до організації за останній місяць. Майже кожна четверта НУО повідомила, що за минулий місяць організація не мала надходжень, ще 31% не змогли надати інформацію про розподіл надходжень.

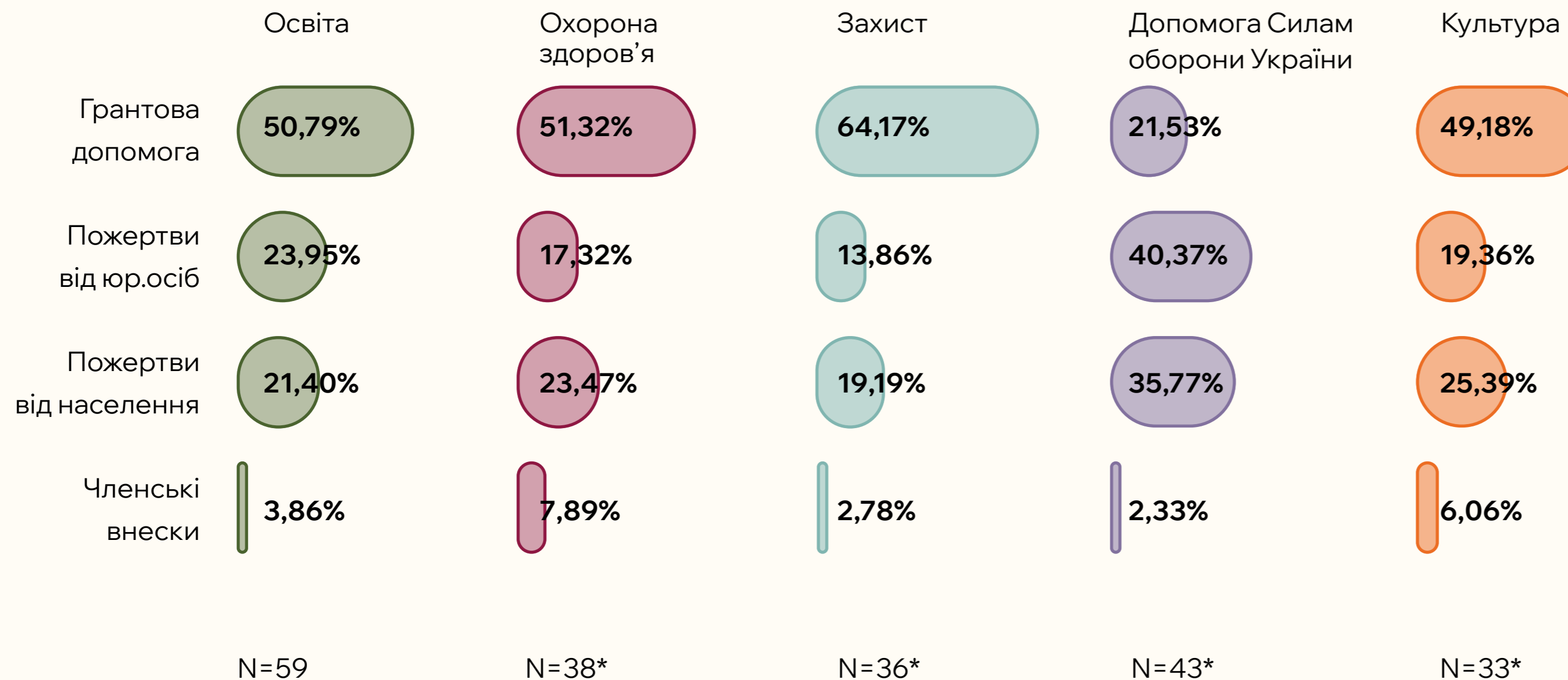
39% надходжень НУО становить грантова допомога від закордонних або українських донорів. Кошти від населення складають 31%, а кошти від юросіб – 25%.

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ НУО



ВІДМІННОСТІ ЗА НАПРЯМКОМ ДІЯЛЬНОСТІ

Q21. Згадайте, будь ласка, всі надходження вашої організації за останній місяць. Оцініть орієнтовний відсоток надходжень від певних джерел фінансування



*Кількість вибірки замало для аналізу, розподіл продемонстрований для відстеження трендів

Грантова допомога є критично важливою для НУО з будь-якою сферою діяльності, окрім тих, хто займається допомогою Силам оборони України, де важливим джерелом фінансування є пожертви від юридичних осіб та від населення.

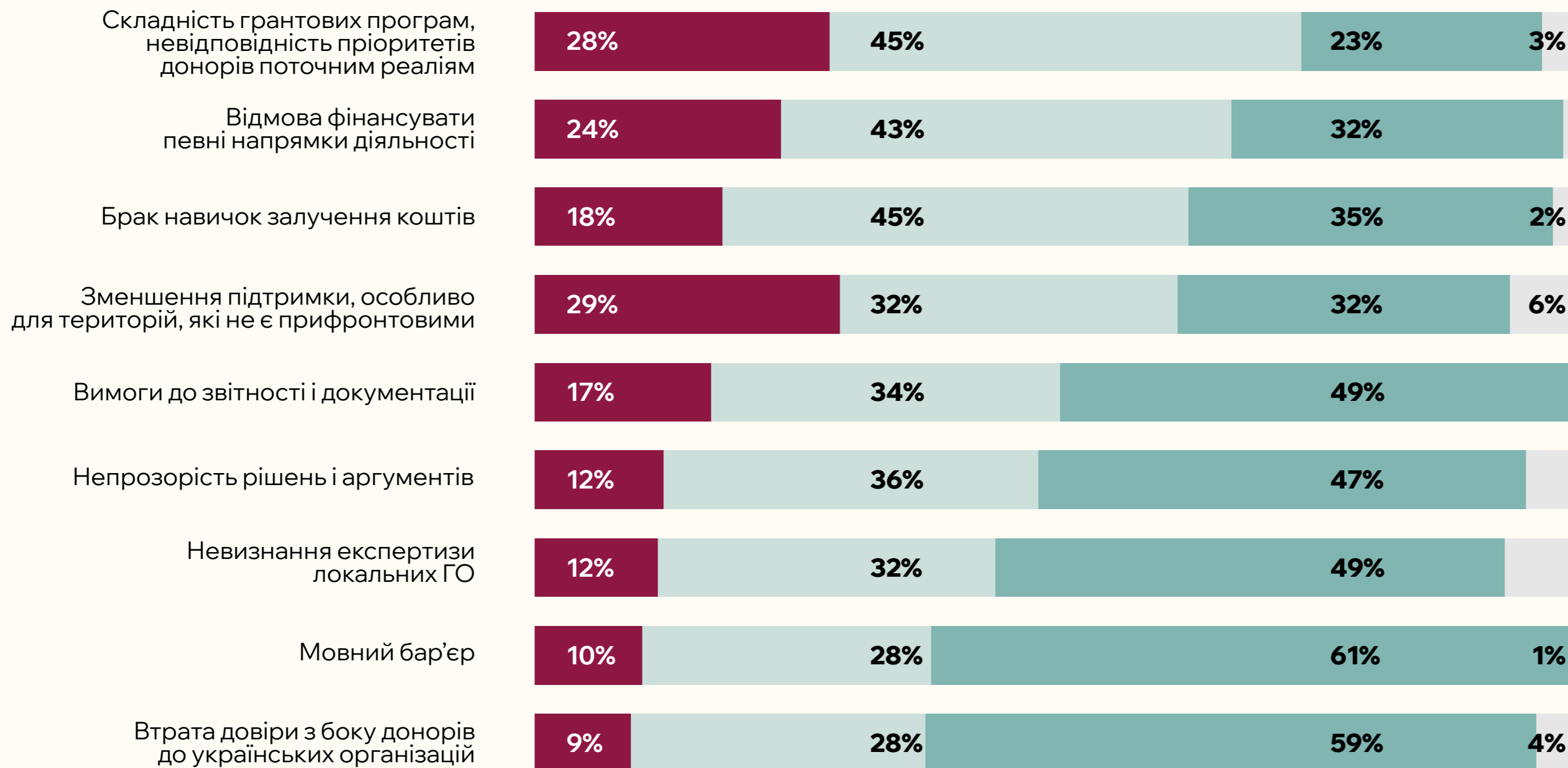
БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ



З ДОНОРАМИ ТА ІНОЗЕМНИМИ ГО

Q29. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з донорами та іноземними громадськими організаціями?

N=194



- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

Серед основних бар'єрів на шляху залучення коштів від іноземних донорів і громадських організацій всі три пов'язані між собою. Це складність грантових програм, а також, відповідно, відсутність навичок залучення коштів в українських НУО. Невідповідність пріоритетів донорів поточним реаліям спричиняє відмову донорів фінансувати певні напрями діяльності, а також зменшення підтримки (особливо для «тилових» регіонів). Про кожен із цих чинників говорять понад 50% НУО, які мають досвід взаємодії з донорами і міжнародними ГО.

СПІВПРАЦЯ З ДОНОРАМИ ТА ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ

Фактори, що сприяють отриманню грантових коштів:

- Близько половини НУО використовують **грантові кошти**.
- Частина НУО вважає себе **фінансово стійкими**, оскільки **мають кілька довгострокових проєктів** і фінансуються кількома різними донорами.
- Частина НУО, хоча й мають фінансування від донорів, не вважають себе фінансово стійкими, оскільки **мають сумніви щодо продовження фінансування і загалом роботи донорів в Україні**.
- Отже, **меншість НУО вважають себе фінансово стійкими**.
- **Сталі адміністративні витрати та зарплати** можуть дозволити собі НУО, що отримують грантові кошти. Деякі НУО вказували, що працюють без офісів.
- Кілька НУО, окрім грантів, отримують кошти від фандрейзингу, зокрема від бізнесу, що робить їх більш фінансово стійкими.
- Кілька НУО основним фінансуванням мають кошти від фандрейзингу й одна НУО – від місцевої влади.
- Кілька НУО **мають досвід державного фінансування**, проте більшість уникає цього, побоюючись посиленних перевірок.
- Частина НУО **не мають на разі сталого фінансування**, через війну їхні напрямки діяльності стали менш пріоритетними (екологія, культура тощо).
- Одна НУО планує розвивати співпрацю з бізнесом і одна НУО планує відкрити соціальне підприємство.
- Деякі НУО **подавали заявки на отримання грантових коштів**, але не отримали їх.

Фактори, що перешкоджають отриманню грантових коштів:

- Недостатність досвіду та експертності в темі
- Локальність НУО
- Неактуальність напрямку роботи, невідповідність донорських політик
- Відсутність досвіду залучення грантових коштів, комунікації і співпраці з донорами
- Недостатній рівень англійської мови
- Відсутність сталої команди
- Скорочення грантових можливостей особливо для віддалених від лінії фронту областей
- Велика конкуренція між НУО

Фактори, що сприяють отриманню грантових коштів:

- Репутація НУО
- Позитивні рекомендації від донорів
- Національний статус
- Достатній досвід роботи в темі, експертність
- Якісна комунікація НУО в соціальних мережах та інтернеті
- Робота у відповідних кластерах ООН
- Актуальність напрямку роботи, відповідність донорським політикам
- Досвід подачі заявок і отримання грантових коштів, реалізації проєктів
- Сильна команда, що складається з експертів
- Досвід співпраці та комунікації з міжнародними фондами
- Досвід неформальної комунікації з представниками міжнародних фондів
- Співпраця з іноземними посольствами та бізнес-асоціаціями

Найважливіші фактори, на думку респондентів, – це репутація, досвід, рекомендації та комунікація, зокрема й матеріали англійською мовою.

Для розвитку довготривалих відносин з донорами НУО необхідно:

- Демонструвати результати роботи
- Висувати пропозиції
- Надсилати листи подяки та підписувати меморандуми
- Постійно комунікувати і розвивати партнерство
- Надавати регулярну та якісну звітність
- Бути публічними та співпрацювати зі ЗМІ
- Мати успішні адвокаційні кампанії
- Брати участь у міжнародних заходах і конференціях

Питання прозорості є важливим, НУО використовують такі інструменти:

- Детальні фото- та відеозвіти
- Подання необхідних форм звітності
- Опитування бенефіціарів
- Відкрита звітність у соціальних мережах
- Постдистрибуційні моніторинги (гуманітарні НУО)
- Фінансові річні аудити
- Надання донорам фінансової та іншої документації

ЦИТАТИ



«За рахунок репутації це легше. Загальна тенденція, що грошей не більше і донорів менше, це стало складніше. Якщо ми не працюємо з кластерами, не звітуємо їм, не в порядку денному, то отримувати кошти стає складніше»

(Схід, гуманітарний БФ)



«Від донорів немає фідбеку... вони кажуть «вибачайте, але у нас там мільярд заявок», і ми можемо вам тільки сказати, що ви прийшли або не прийшли, а про причини ми повідомляти вам не будемо. Тому, звичайно, наявність фідбеку – це найкраще.»

(Захід, гуманітарна ГО)



«Формально ми не відповідали вимогам. Ми багато чого робили, але це було те, на що не дають гранти. Зараз трошечки все змінюється з точки зору грантодавців. Тому такі організації, як наші, хоча б мають можливість податися. Ми подалися.» У нинішніх умовах глобальні грантодавці розуміють, що громадський сектор фактично підміняє державу у деяких сферах, оскільки основні ресурси країни спрямовані на безпеку та оборону через війну.»

(Центр, БФ, соціальна сфера)



«З донорами, Слава Богу, все більш-менш нормально. Взаємодіємо, подаємо. Десь дають, десь не дають, як і всім. У нас така просто специфіка роботи нашої організації, що... Нам дають, бо ми робимо роботу, яку дуже мало хто робить.»

(Схід, правозахисна ГО)



«Гендерна рівність - пріоритет. І ось на цю гендерну рівність подавайтеся. Тут треба допомагати людям якось вижити. А в них гендерна рівність. Я зараз утрирую. Перше, що в голову прийшло. Ніяких у мене немає претензій до гендерної рівності. Але я просто наводжу приклад.»

(Центр, молодіжна ГО)



«Навесні ми подали десятки грантів і десятки пропозицій, всі вони нам відмовили. Тобто взаємодії ніякої. Проблеми з грантовими конкурсами, де часто виграють одні й ті самі організації, що мають сильних грантових менеджерів та багато проєктів.»

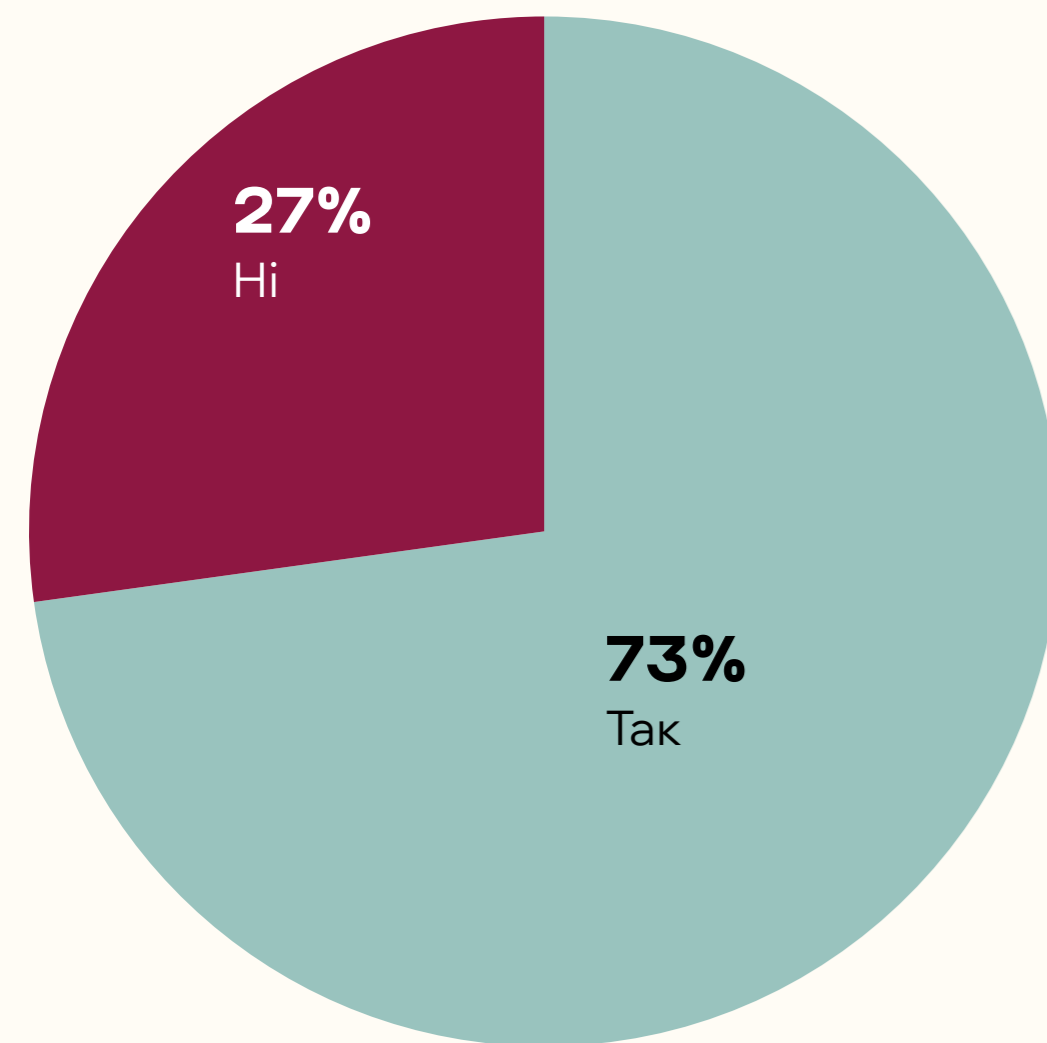
(Південь, екологічна ГО)



ЧАСТКА ДОНАТОРІВ СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ

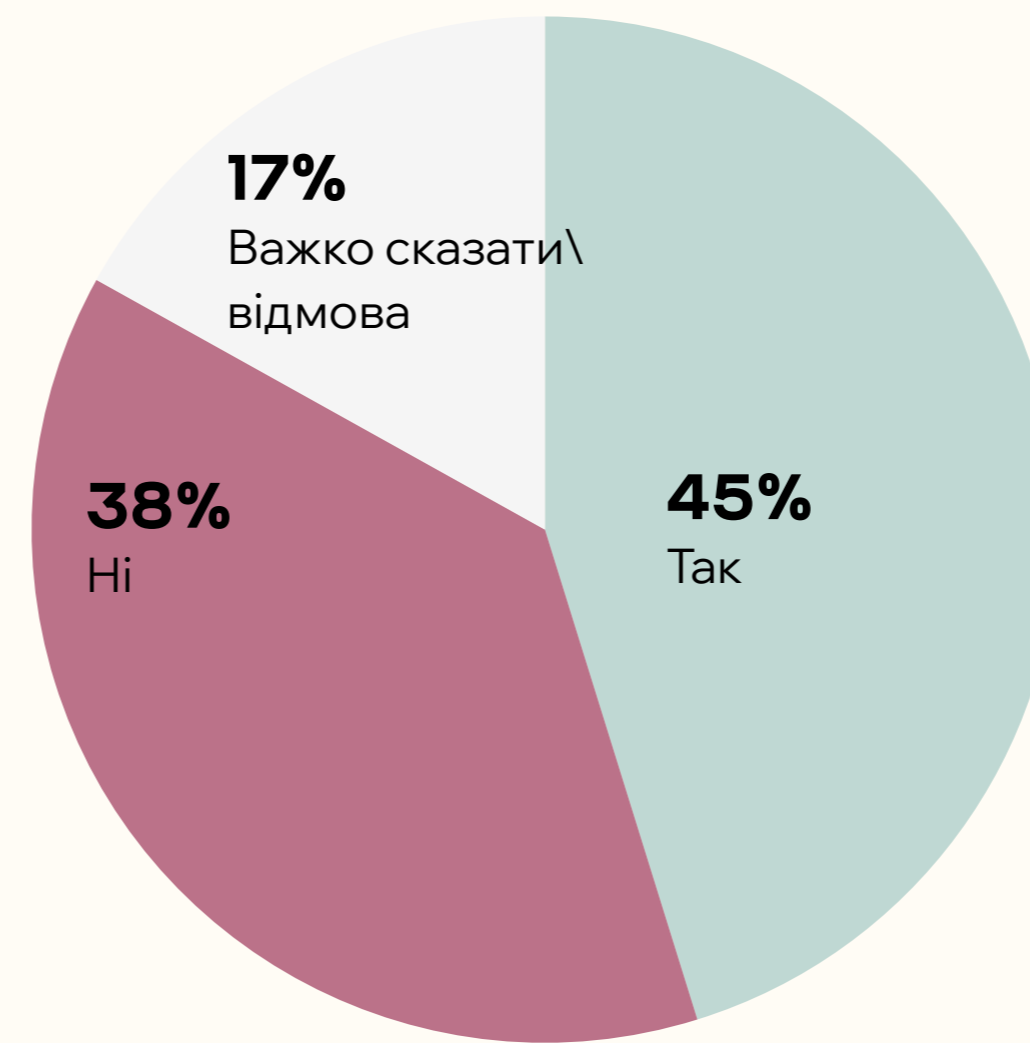


Q6. Уточніть, Будь ласка, чи надавали Ви комусь фінансову допомогу (надсилали кошти) протягом останніх 12 місяців?



N=2400

Q6.1. А чи надсилали ви кошти протягом останнього місяця?

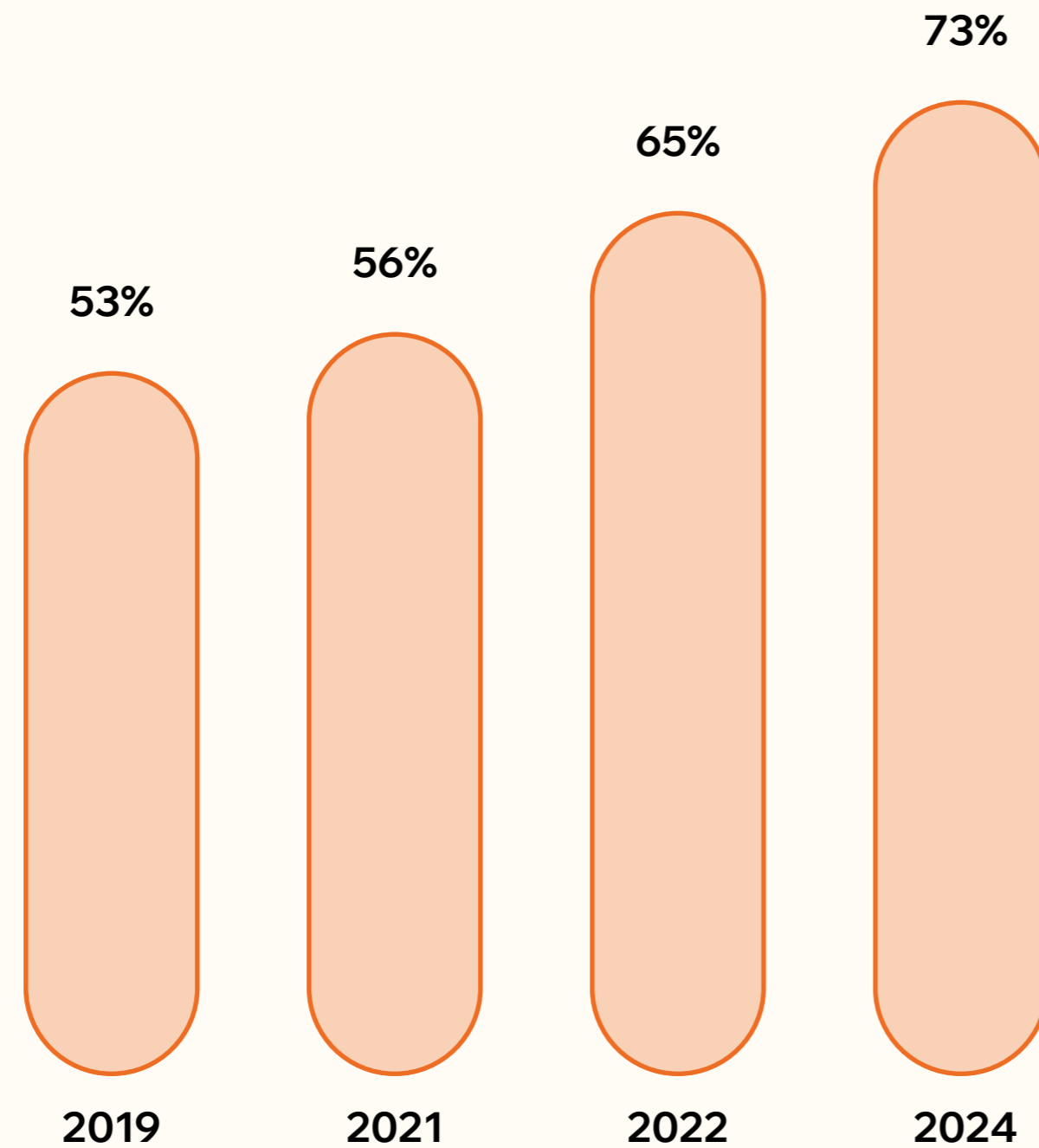


N=1743

Серед тих, хто надсилав кошти протягом 12 місяців

Серед населення загалом частка донаторів (тих, хто надсилав комусь кошти як фінансову допомогу протягом останніх 12 місяців), становить 73%. 45% із них надсилали кошти протягом минулого місяця (це приблизно третина від населення загалом).

ЧАСТКА ДОНАТОРІВ У СУСПІЛЬСТВІ: ДИНАМІКА



Частка населення, що надсилає кошти на потреби благодійності, невинно зростає з 2019 року.

Проте не всі кошти, що передаються на благодійність ідуть до благодійних фондів та організацій.

СЕРЕДНІ ПОЖЕРТВИ УКРАЇНЦІВ



Яку приблизно суму ви пожертвували на благодійність...



Протягом останніх 3 місяців

4991,64 грн

N=2400

9776,71 грн

N=1225

-  Суспільство в цілому
-  Благодійники

Протягом останнього місяця

840,08 грн

N=2400

2907,79 грн

N=693

В цілому один українець жертвує майже 5000 гривень на квартал або 840 гривень за місяць. Серед тих, хто вказав, що залучався до благодійності, середнє значення вище. Так, благодійники в середньому пожертвували за квартал близько 9780 грн, а протягом останнього місяця - 2,9 тисяч грн.

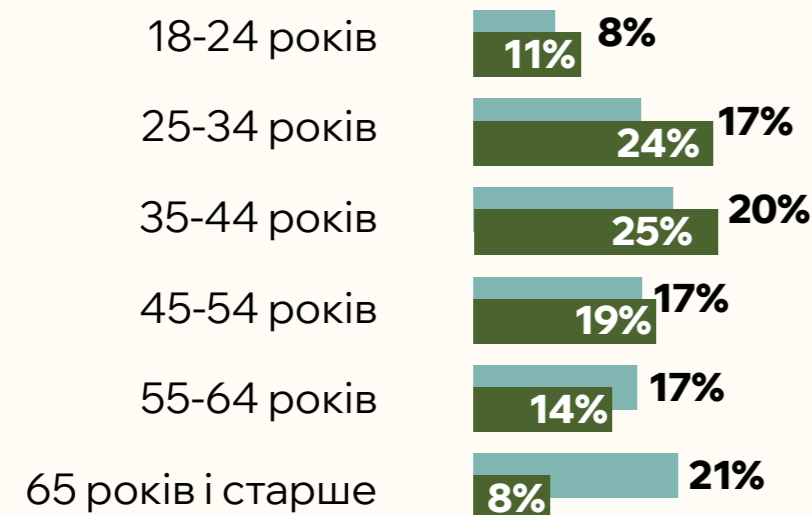
АКТИВНІ ДОНАТОРИ: В ЦІЛОМУ



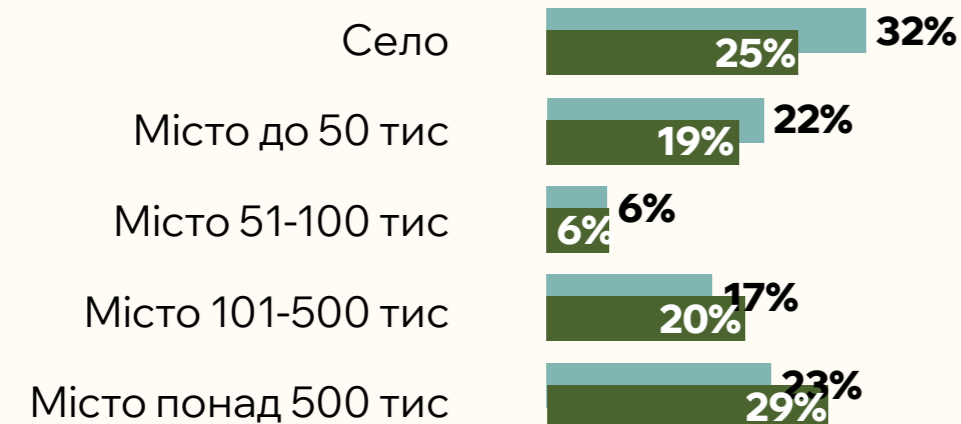
Стать



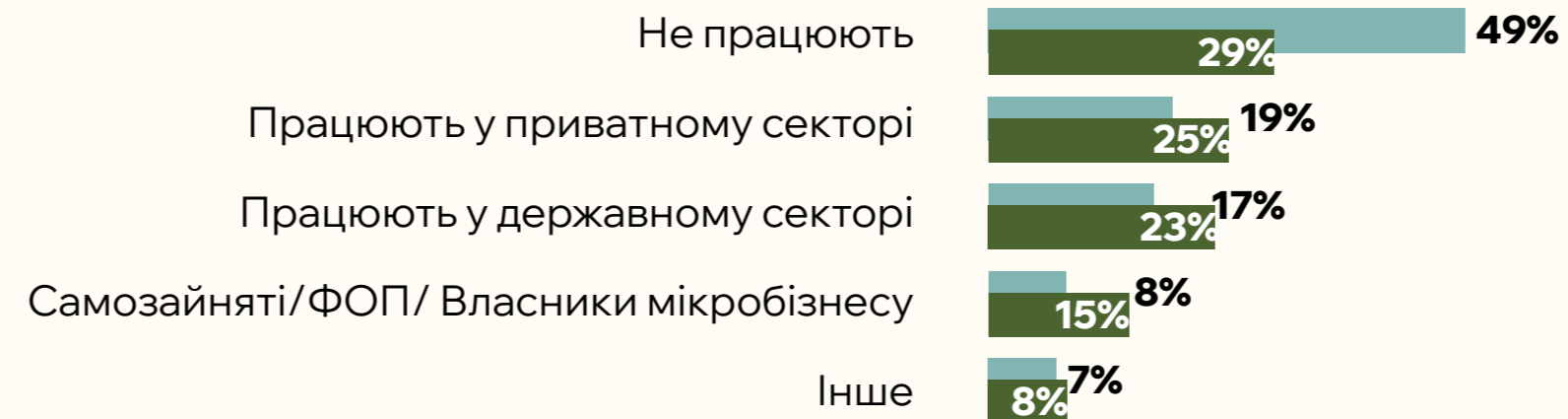
Вік



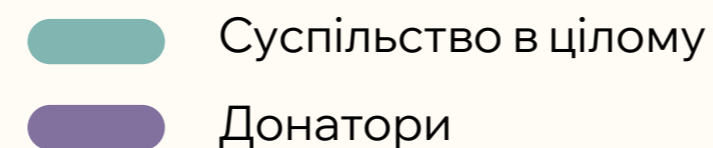
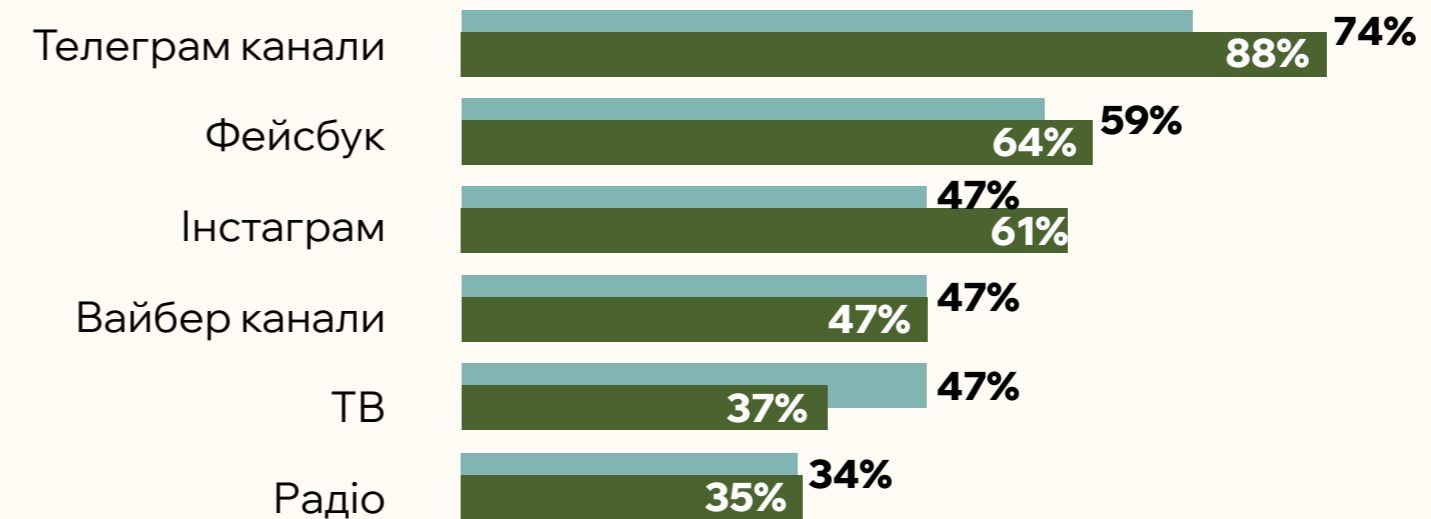
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



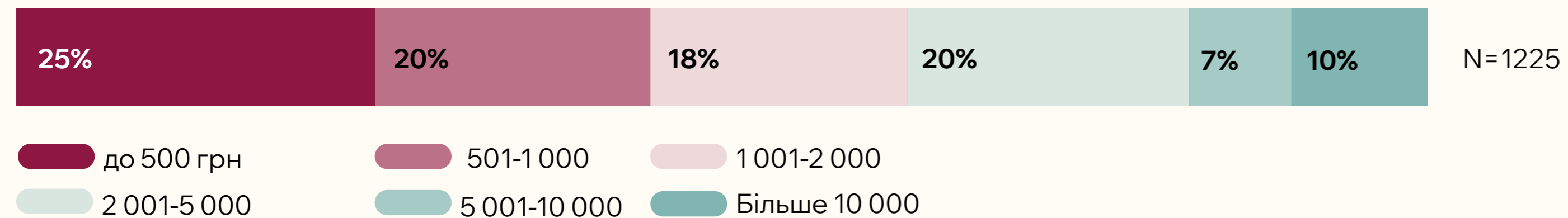
N=788; Ті, хто жертвував кошти останній місяць

СУМИ, ЯКІ ЖЕРТВУЮТЬ УКРАЇНЦІ



Яку приблизно суму ви пожертвували на благодійність...

Протягом останніх 3 місяців



Протягом останнього місяця



63% благодійників жертвують менше ніж 2000 грн за квартал. І 67% благодійників жертвують менше ніж 1000 грн на місяць. Понад 10 000 грн жертвують 10% благодійників.

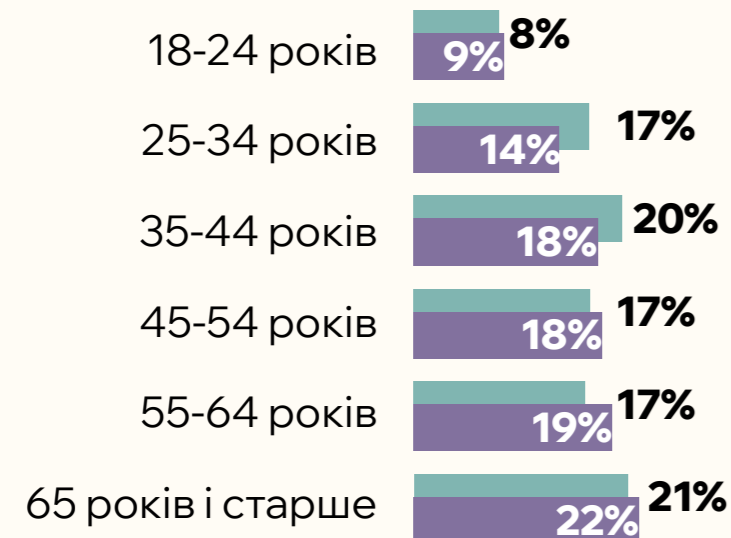
ДОНАТОРИ: ДО 500 ГРН



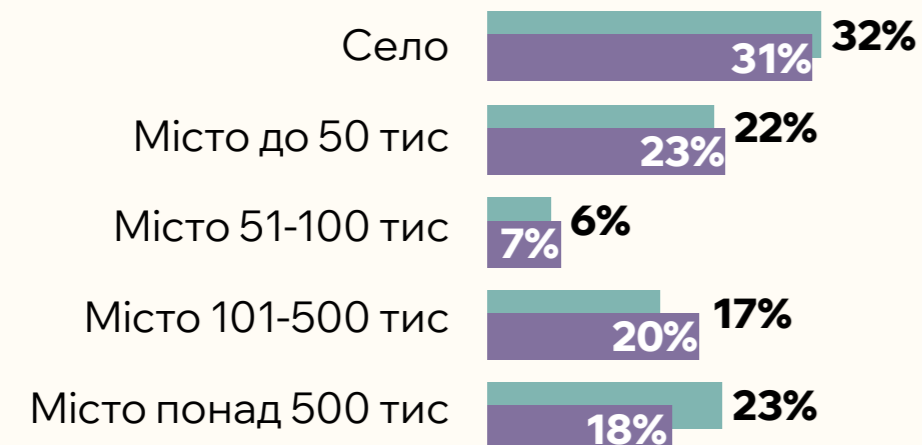
Стать



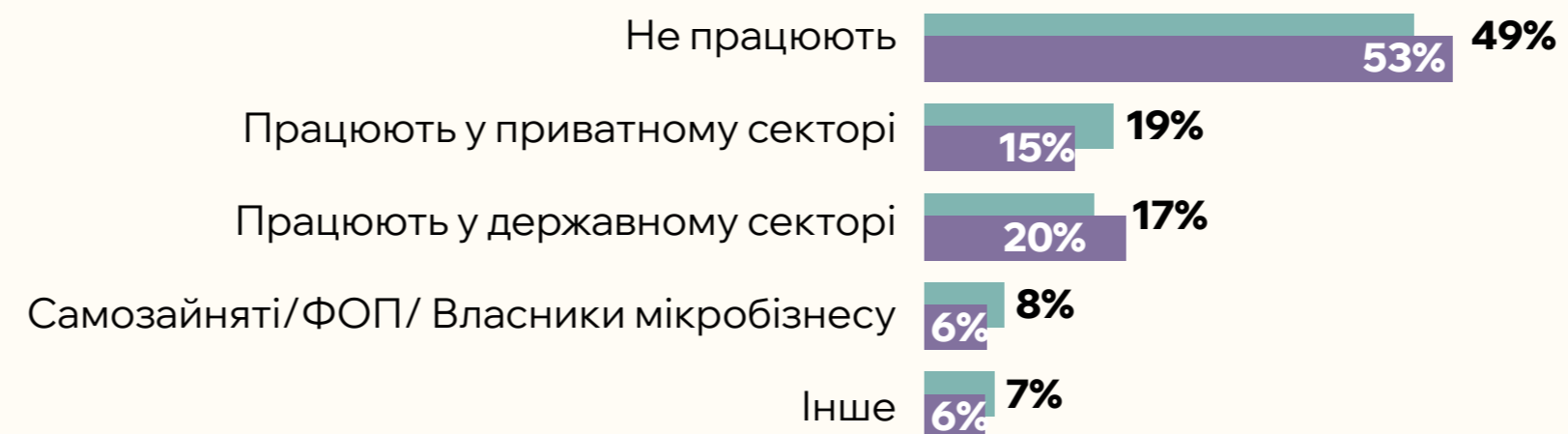
Вік



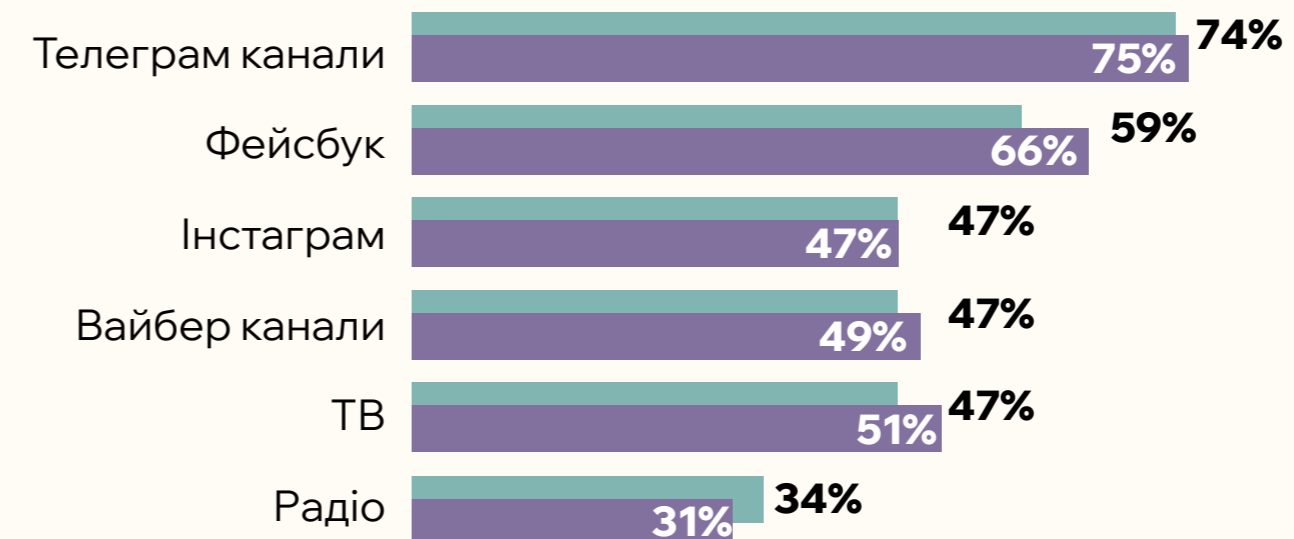
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



Суспільство в цілому
Донатори до 500 грн

N=311; Ті, хто пожертвував
500 грн і менше за квартал

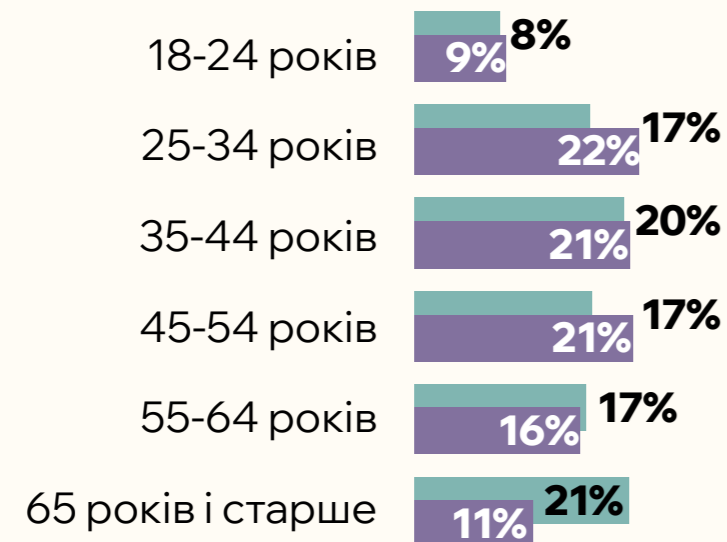
ДОНАТОРИ: ВІД 500 ДО 1 000 ГРН



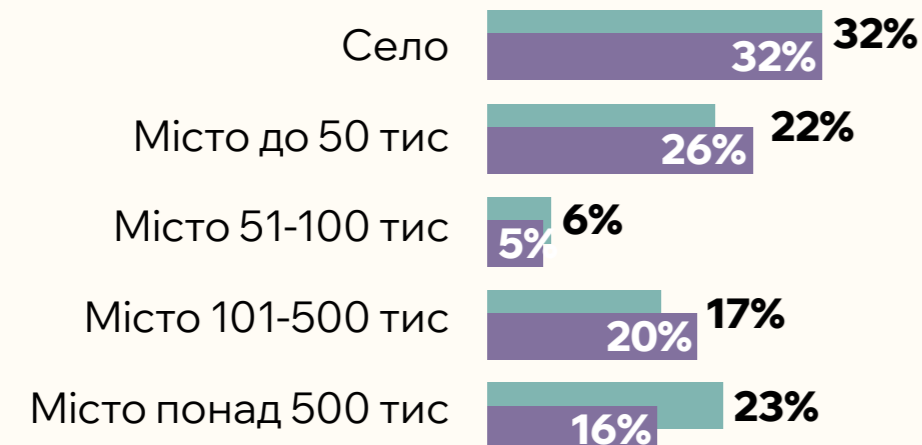
Стать



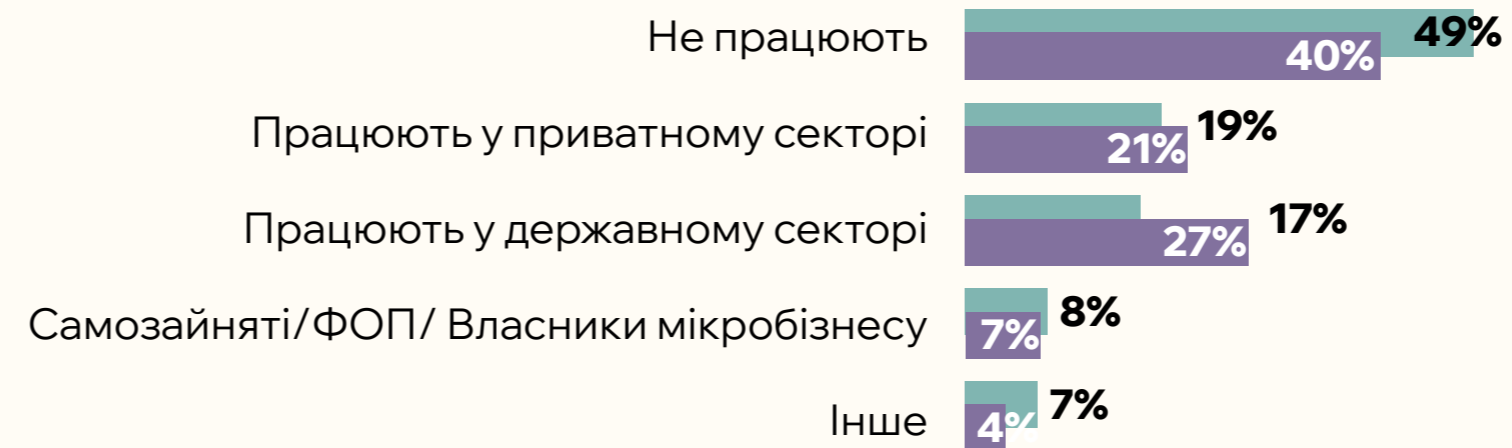
Вік



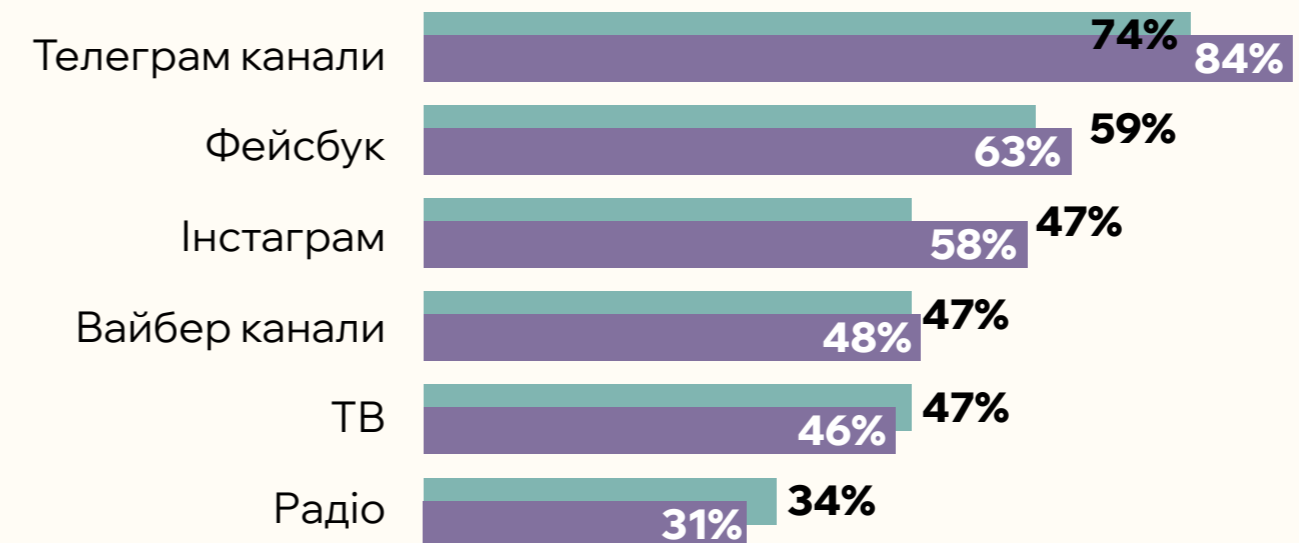
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



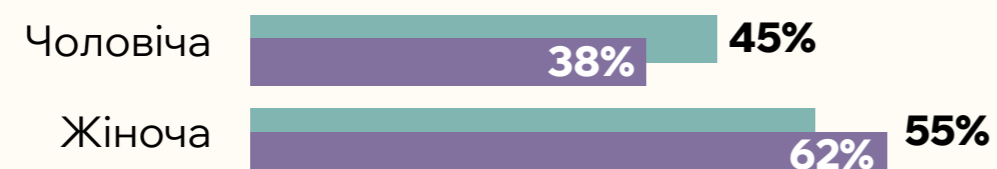
Суспільство в цілому
Донатори від 500 до 1000 грн

N=239; Ті, хто пожертвував від 501 до 1000 грн за квартал

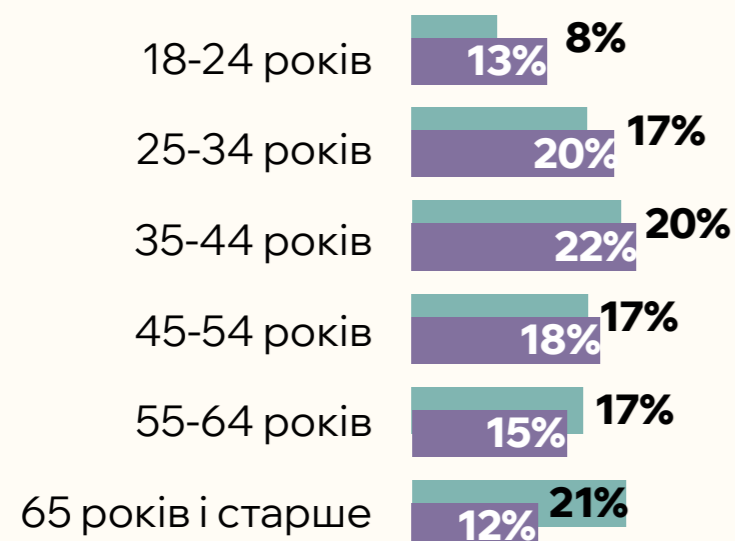
ДОНАТОРИ: ВІД 1 000 ДО 2000 ГРН



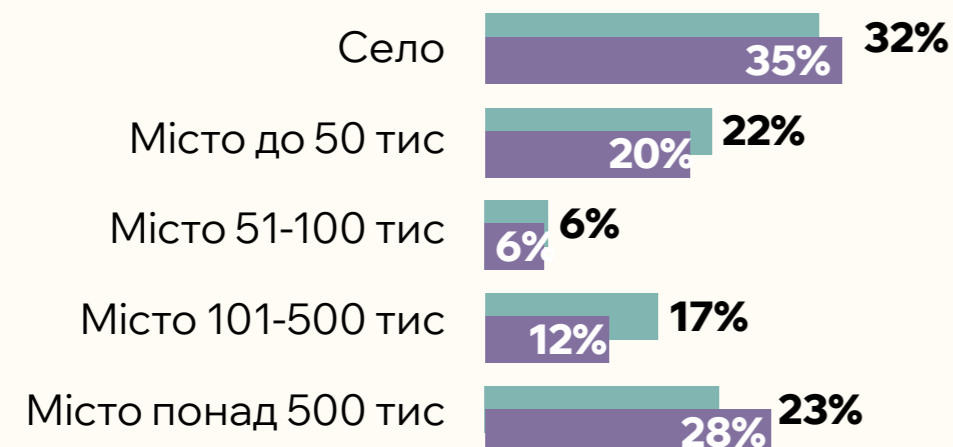
Стать



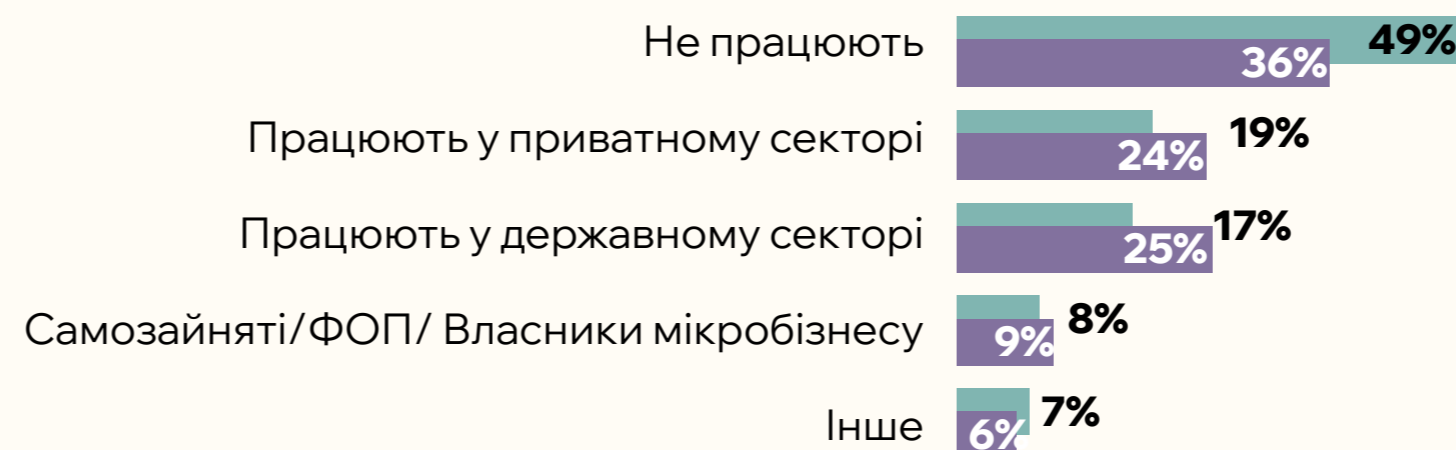
Вік



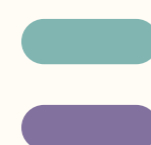
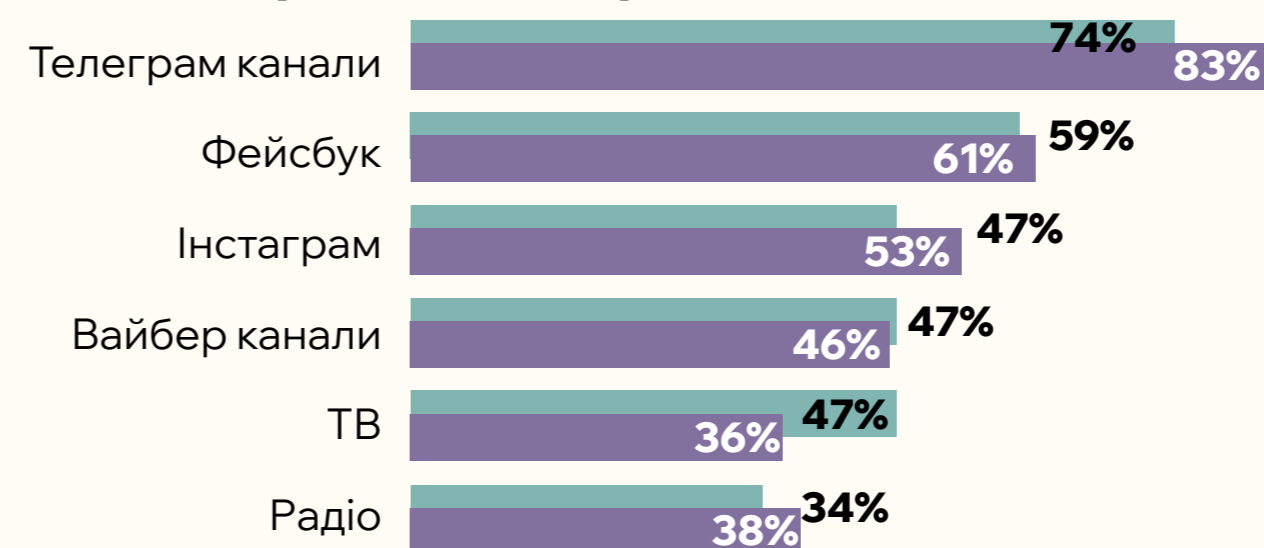
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



Суспільство в цілому

Донатори від 1000 до 2000 грн

N=223; Ті, хто пожертвував

від 1 001 до 2 000 грн за квартал

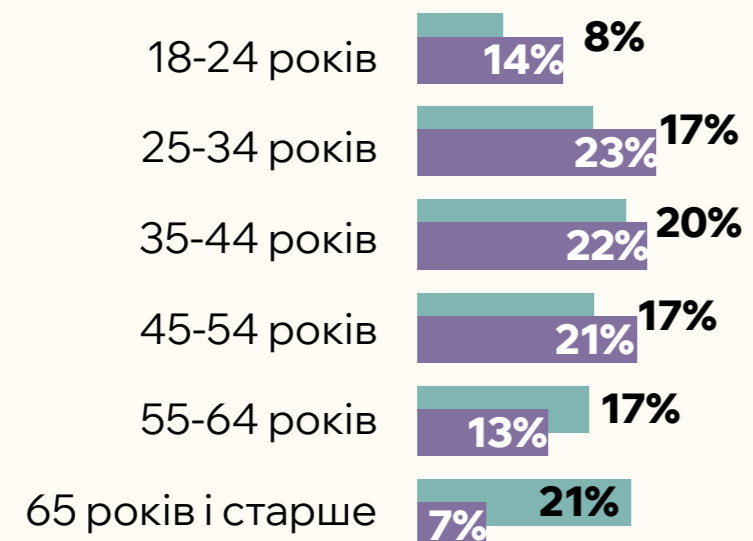
ДОНАТОРИ: ВІД 2 000 ДО 5 000 ГРН



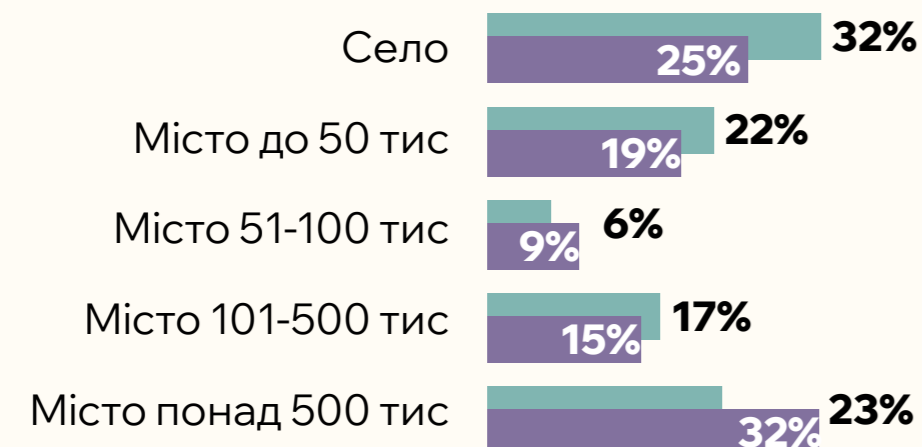
Стать



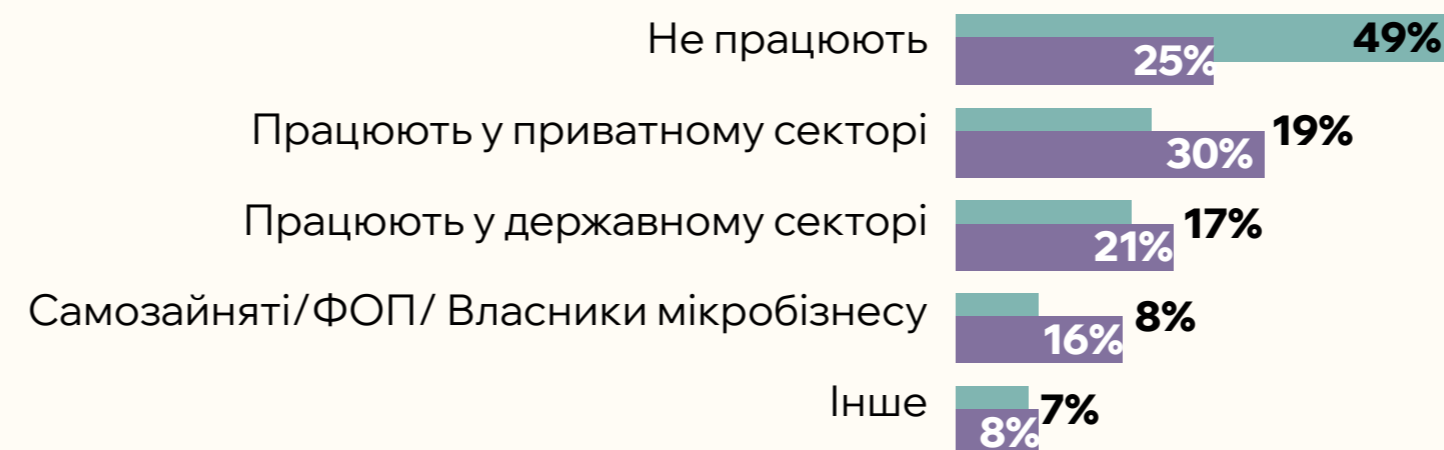
Вік



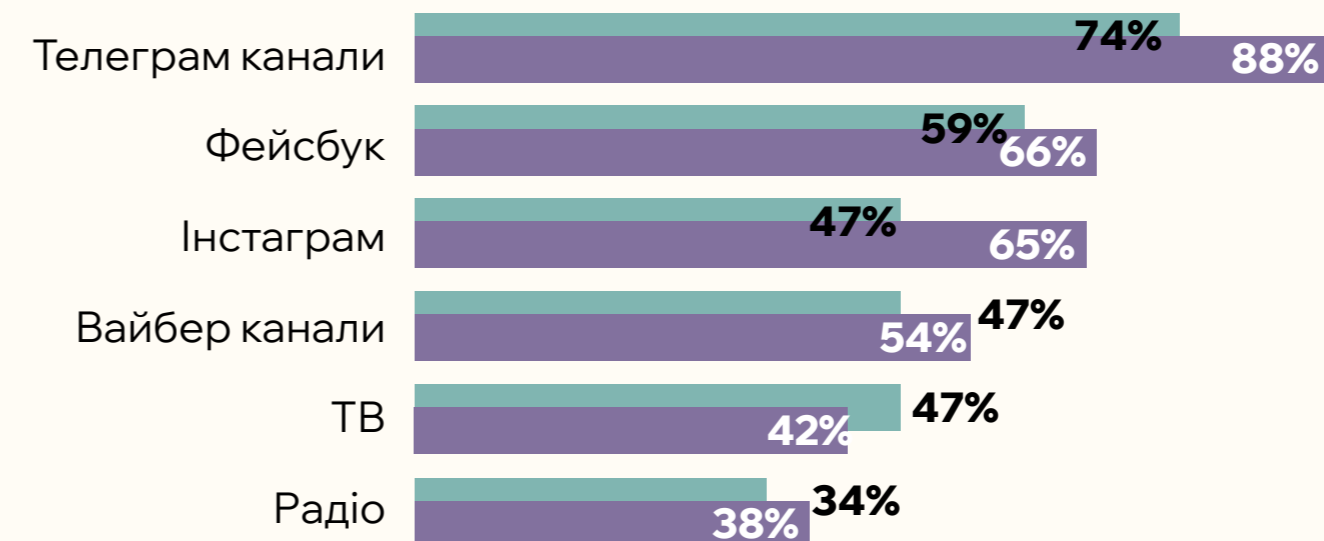
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



Суспільство в цілому

Донатори від 2000 до 5000 грн

N=245; Ті, хто пожертвував

від 2 001 до 5 000 грн за квартал

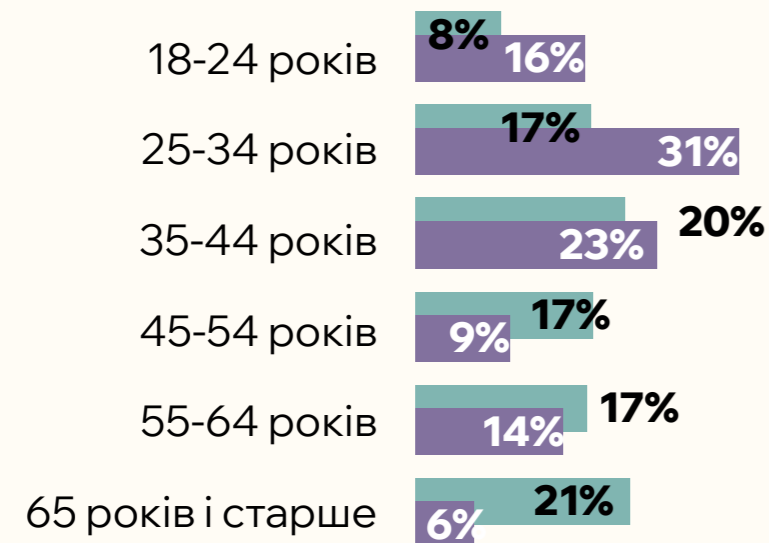
ДОНАТОРИ: ВІД 5 000 ДО 10 000 ГРН



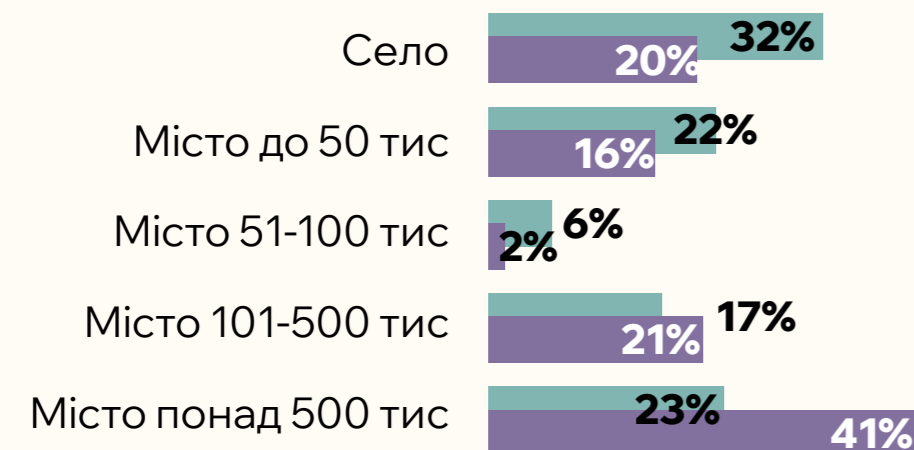
Стать



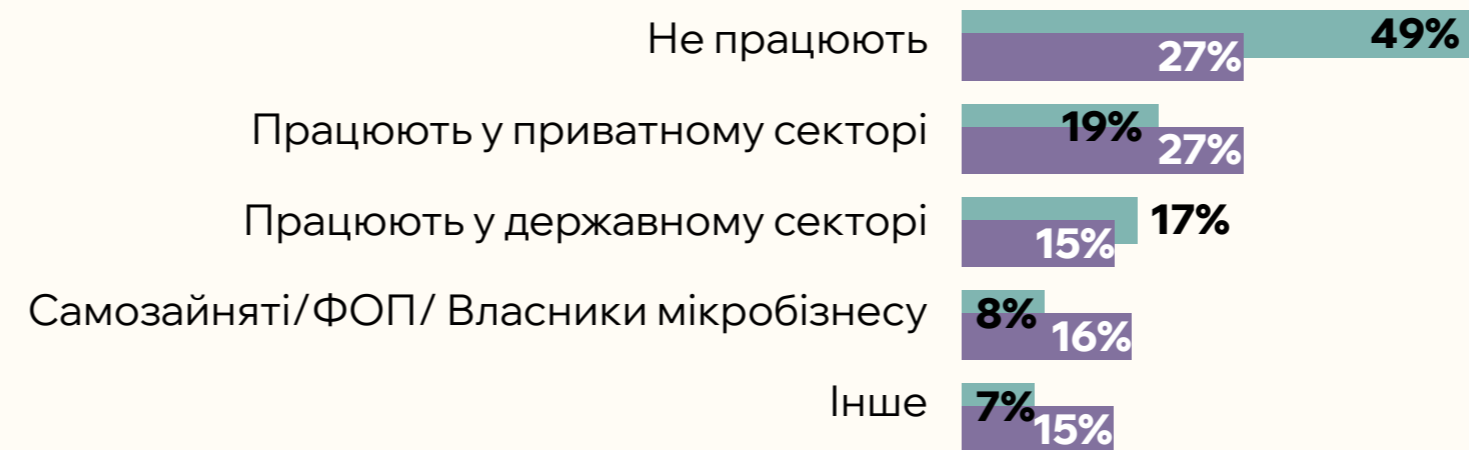
Вік



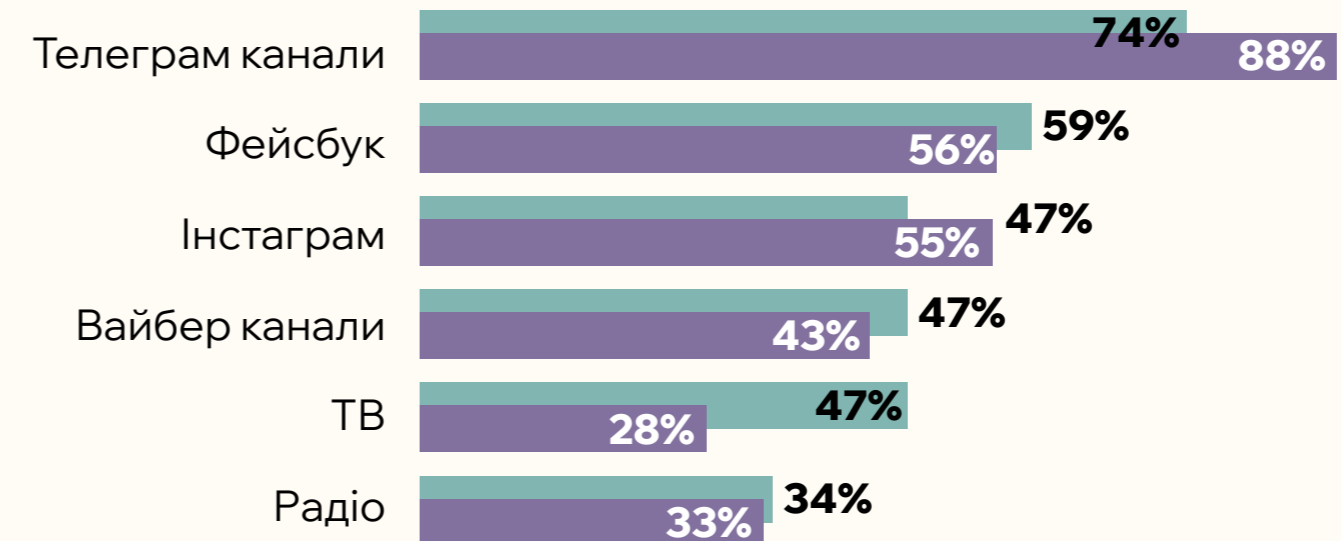
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



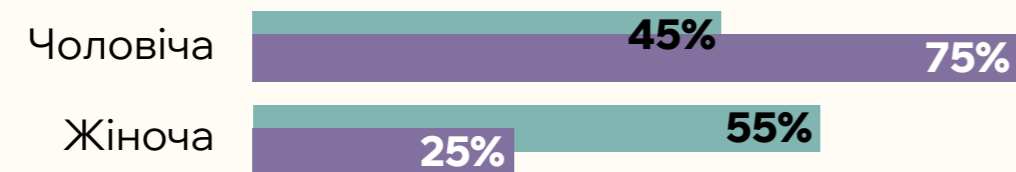
Суспільство в цілому
Донатори від 5 000 до 10 000 грн

N=245; Ті, хто пожертвував від 5 001 до 10 000 грн за квартал

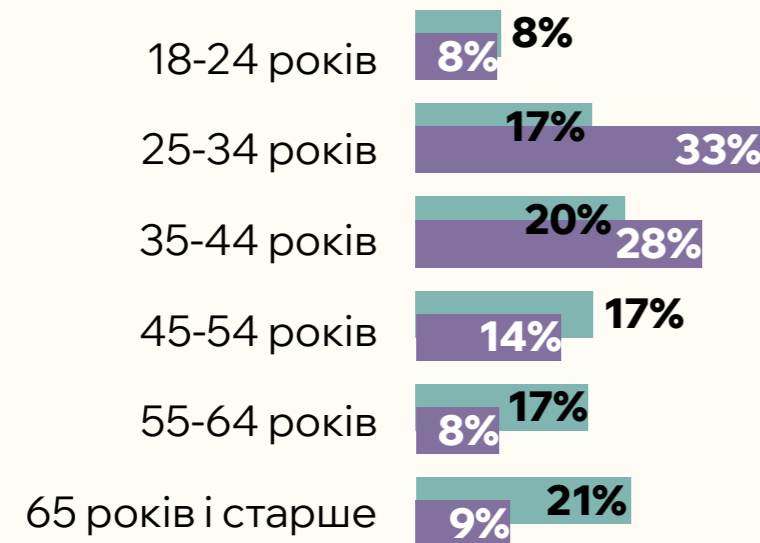
ДОНАТОРИ: ВІД 10 000 ГРН



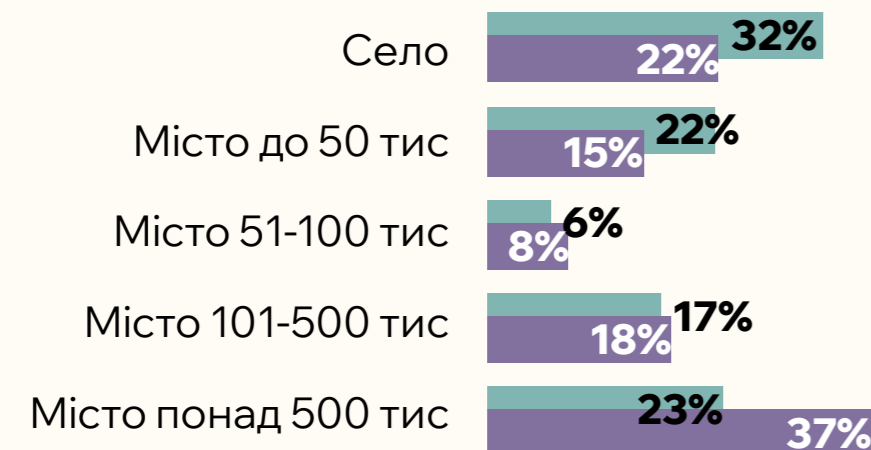
Стать



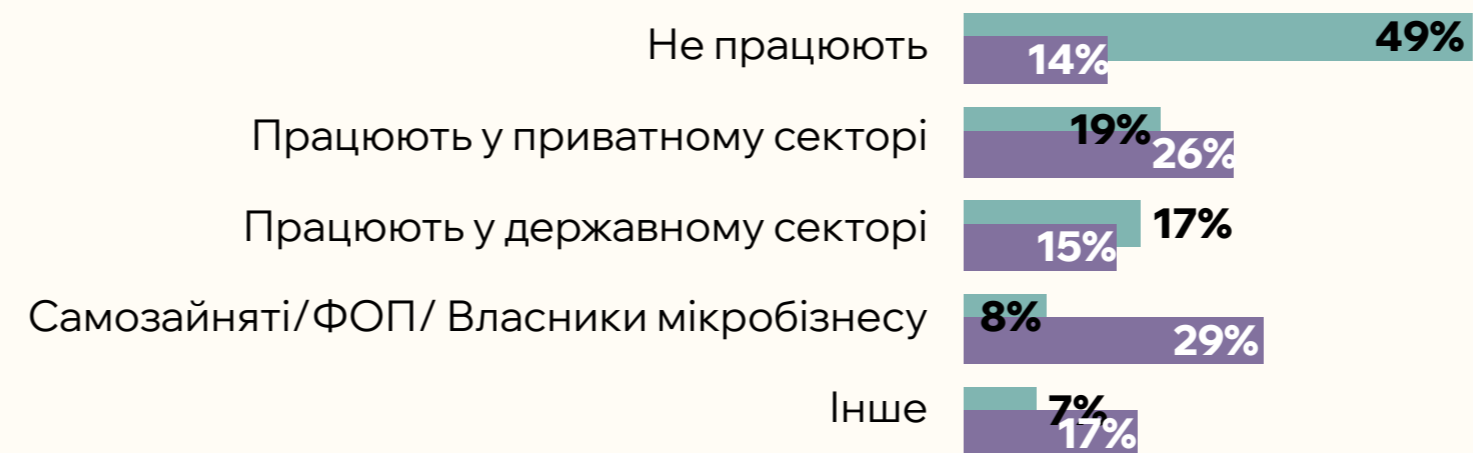
Вік



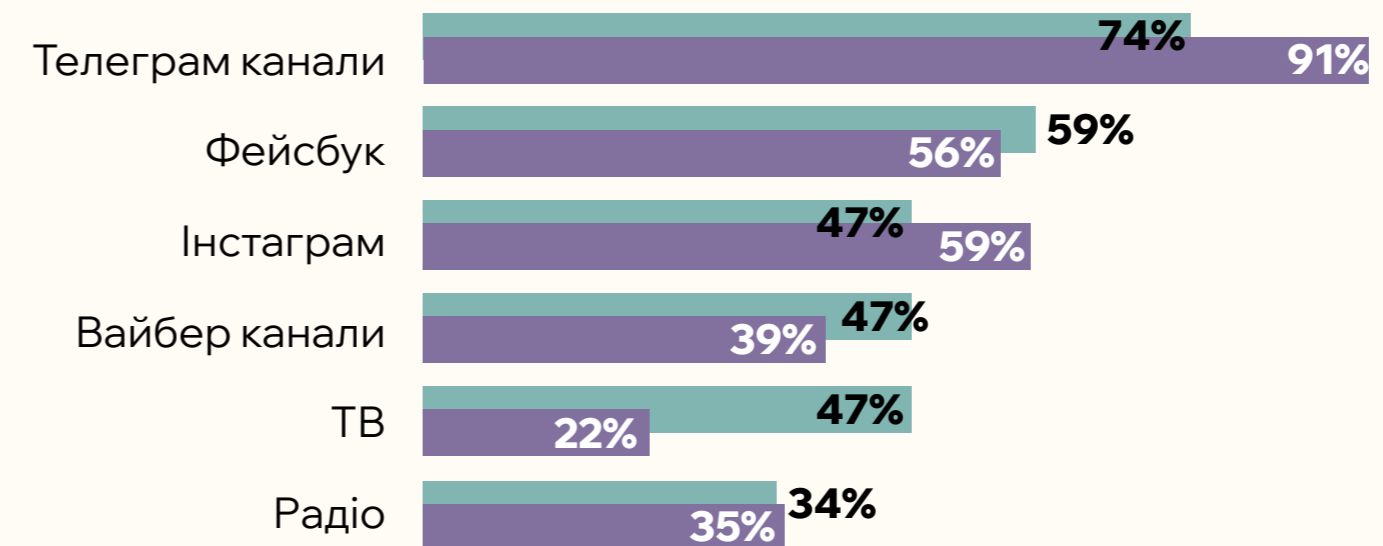
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)



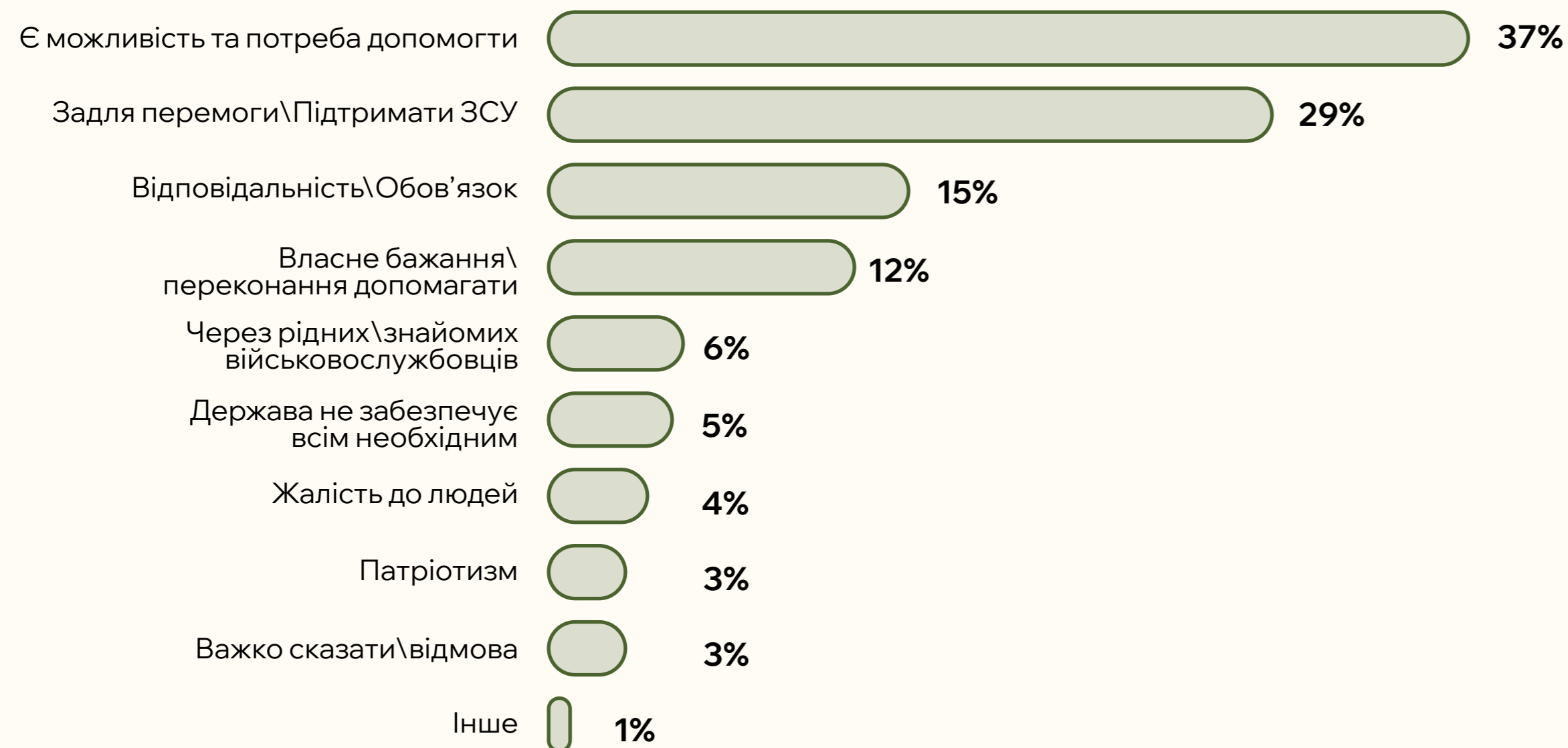
■ Суспільство в цілому
■ Донатори від 10 000 грн

N=245; Ті, хто пожертвував
 від 10 001 грн за квартал

ПРИЧИНИ НАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ



Q36. Чому ви в цілому надаєте допомогу?



N=1742; Ті, хто надавав фінансову допомогу за останній рік

Основний мотив надання фінансової допомоги: наявність можливостей і потреба надати допомогу. Ці причини назвали 37% опитаних.

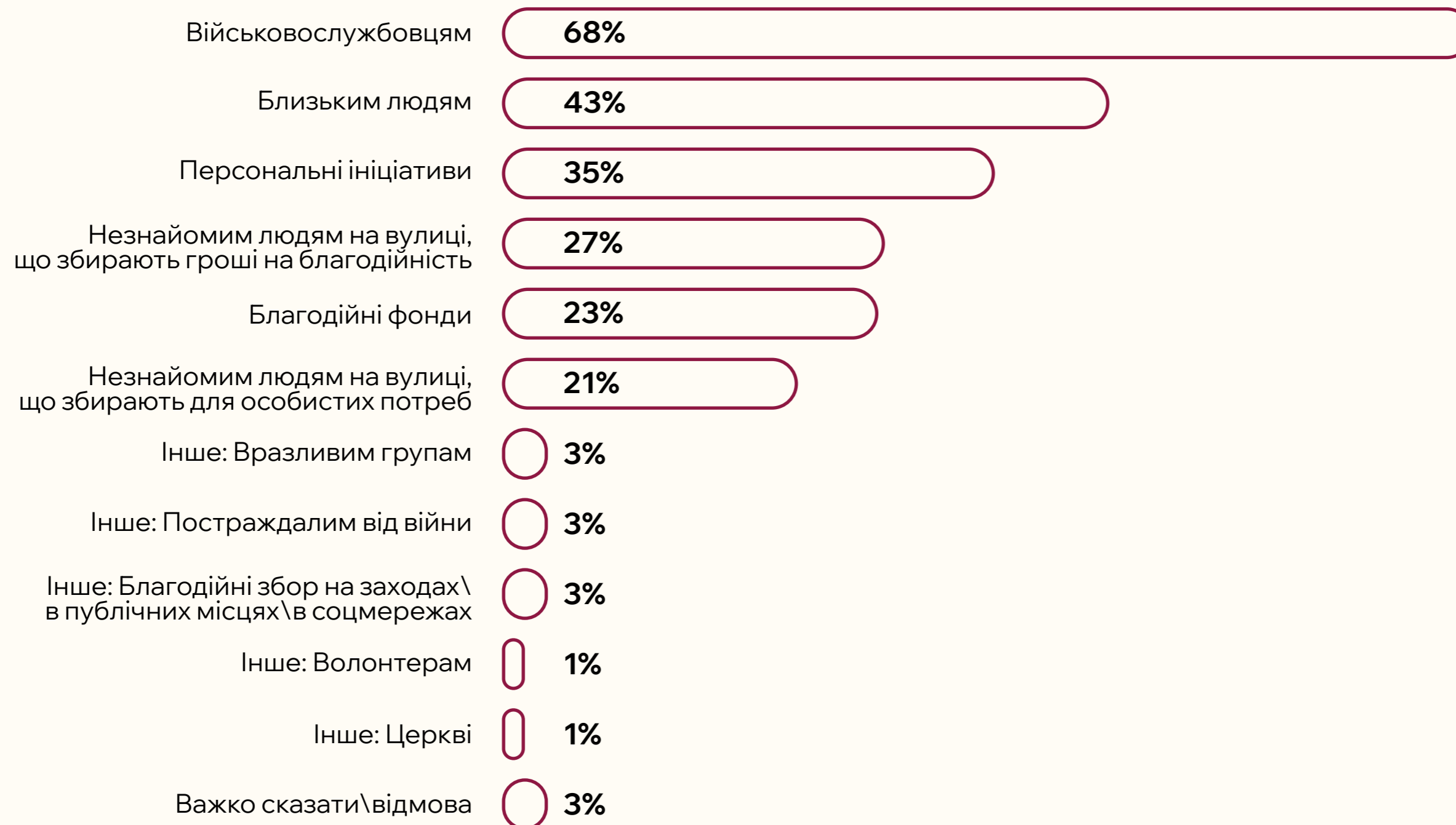
29% опитаних роблять це задля підтримки ЗСУ, ще 15% відчувають потребу допомагати як обов'язок.

«Об'єктивні» причини, такі як незадовільне забезпечення з боку держави, значно поступаються емоційним чинникам, їх згадують лише 5% респондентів.

АДРЕСАТИ ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ



Q35. Ви казали, що протягом останніх 12 місяців надавали комусь фінансову допомогу, згадайте, будь ласка, кому саме надавали фінансову допомогу?



N=1742; Ті, хто надавав фінансову допомогу за останній рік

Серед адресатів фінансової допомоги переважають особисті контакти (знайомі або знайомі знайомих): конкретні військовослужбовці, близькі люди або інші персональні ініціативи – загалом до таких практик вдаються 88% усіх донаторів.

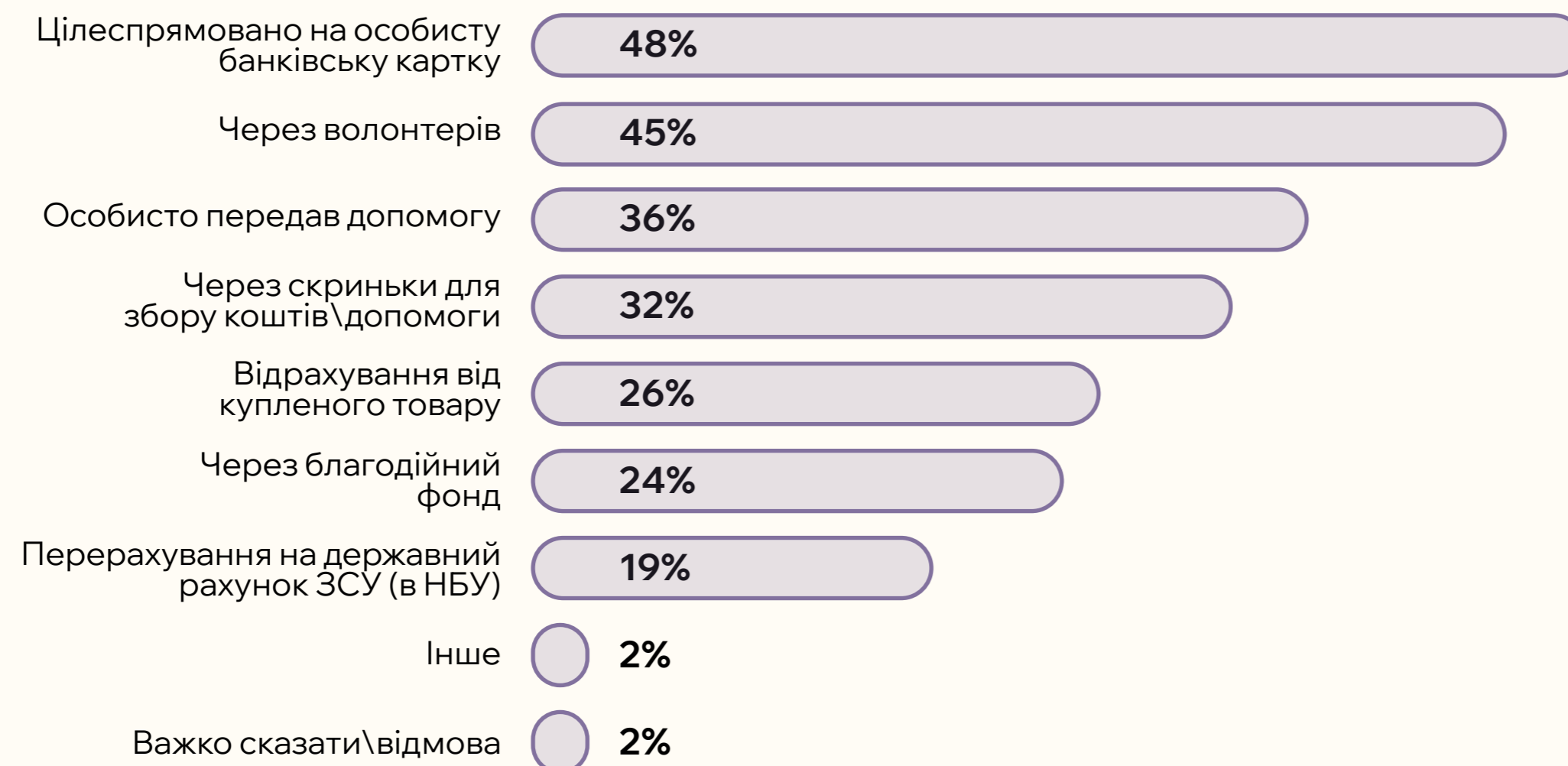
Благодійним фондам жертвують лише 26% донаторів.

Це менше, ніж загальна спорадична допомога незнайомцям на вулицях (загалом незнайомцям, які збирають на благодійність або особисті потреби, жертвують 35% опитаних)

ДОПОМОГА ДЛЯ СИЛ ОБОРОНИ УКРАЇНИ



Q35.1. Згадайте про допомогу, яку ви надавали для Сил оборони України, як саме Ви надавали допомогу?



N=447; Ті, хто надавав допомогу через благодійні фонди

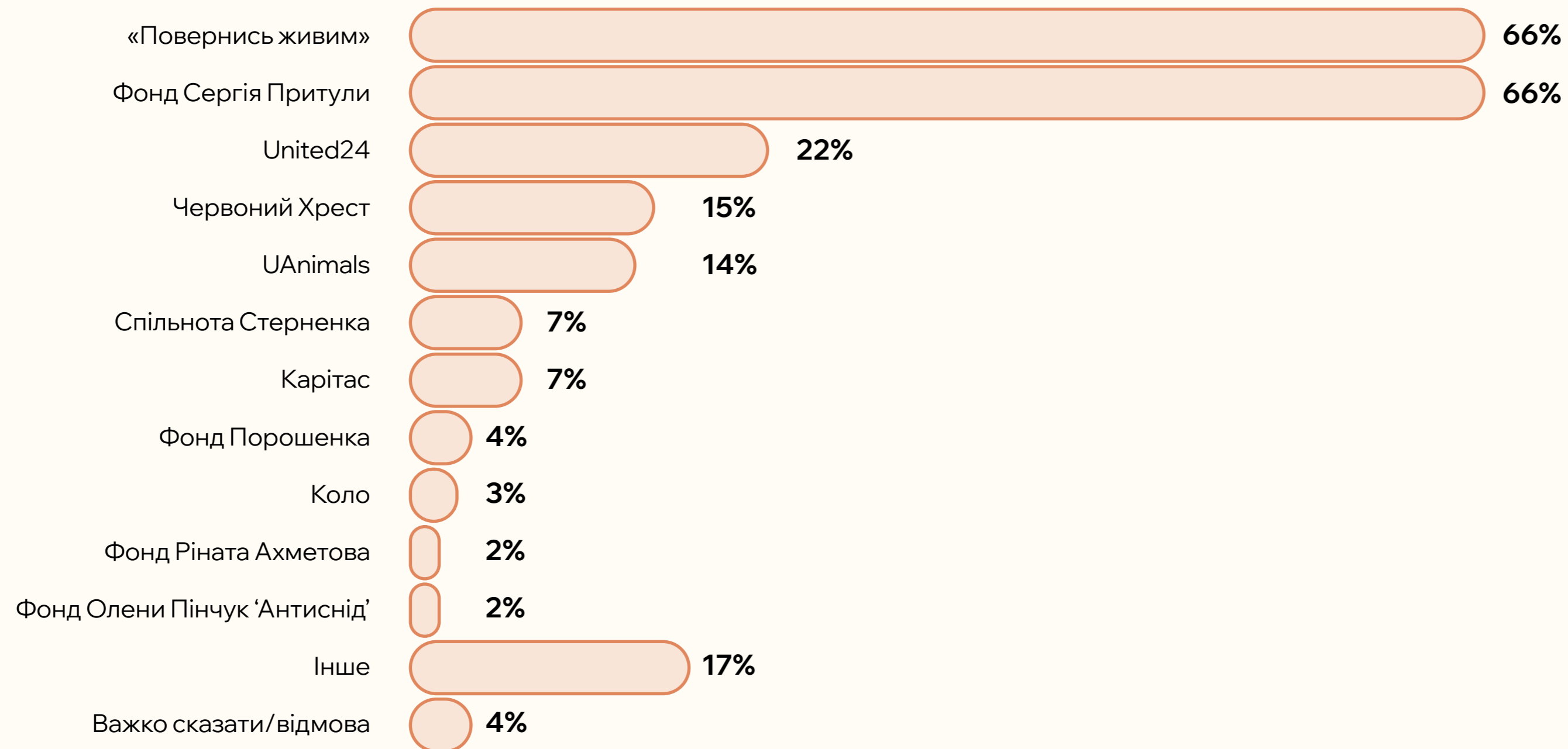
Тенденція жертвування коштів адресатам особисто (максимум – через волонтерів) зберігається й у разі підтримки Сил оборони України. До такого способу підтримки вдавалися 82% із тих, хто надавав фінансову допомогу за останній рік.

Частка донаторів, які діють через благодійні фонди, приблизно така ж, як і загалом – 24%.

ДОПОМОГА ЧЕРЕЗ БЛАГОДІЙНІ ФОНДИ



Q37. Кому з благодійних фондів ви надавали фінансову допомогу? (ТОП відповідей, >1% згадок)



N=1742; Ті, хто надавав фінансову допомогу за останній рік

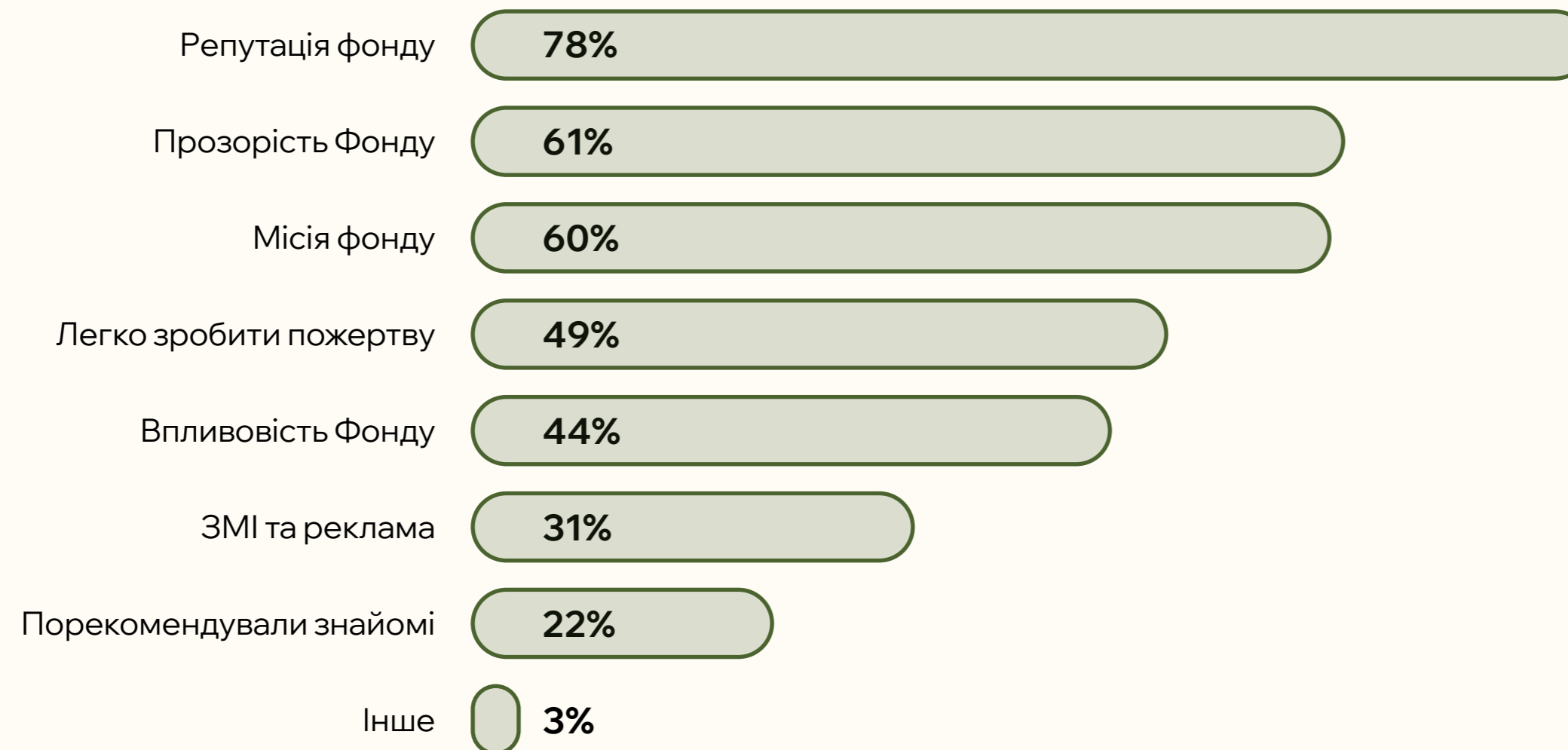
Нагадаємо, що Фонд Сергія Притули та «Повернись живим» є серед лідерів за показником знання, тож не дивно що 84% з тих, що надавали допомогу через благодійні фонди, взаємодіяли з одним із цих фондів (по 2/3 респондентів з кожним із цих двох фондів).

Два інших лідери рейтингу знання, Червоний Хрест і Фонд Ріната Ахметова, вочевидь, побудували свою впізнаваність на наданні допомоги, а не її залученні: Червоному Хресту жертвували 15%, а Фонду Ахметова – лише 2% опитаних.

ПРИЧИНА ВИБОРУ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ



Q38. Чому ви вибрали саме ці фонди?



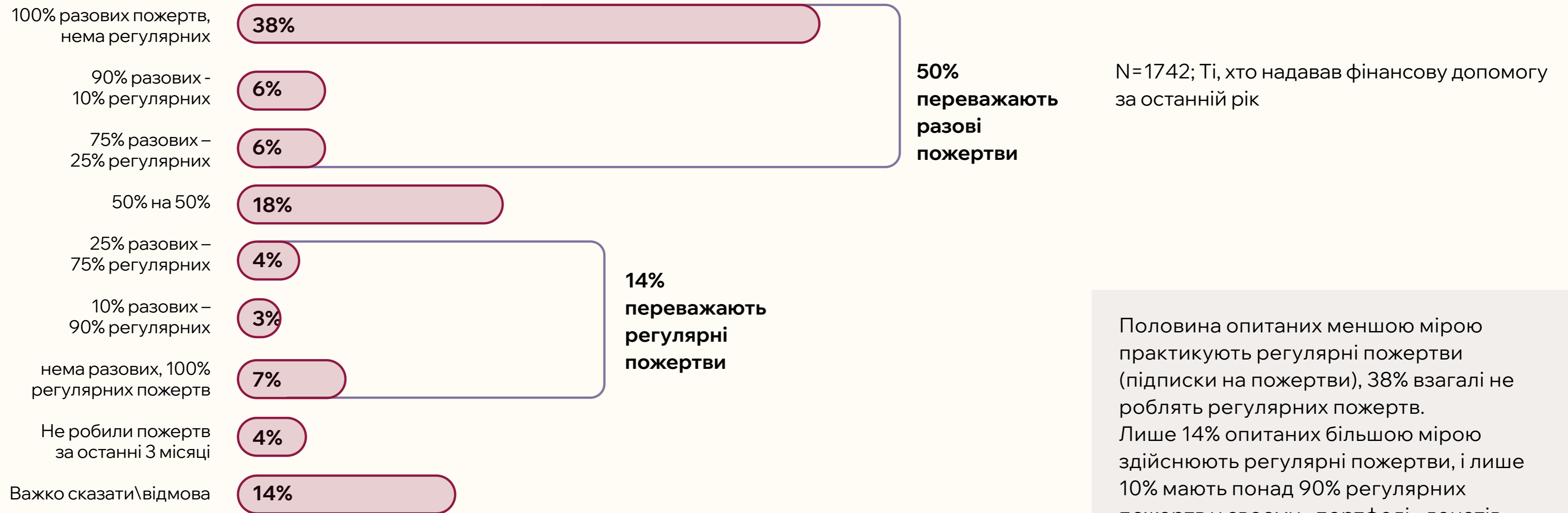
N=430; Ті, хто надавали допомогу через благодійні фонди і змогли їх назвати

Репутаційні чинники є основним фактором вибору того чи іншого фонду. Напрямую про репутацію кажуть 78% респондентів, ще близько 60% згадують такі чинники як «прозорість» і «місію», що також є факторами репутації.

РЕГУЛЯРНІСТЬ ПОЖЕРТВ



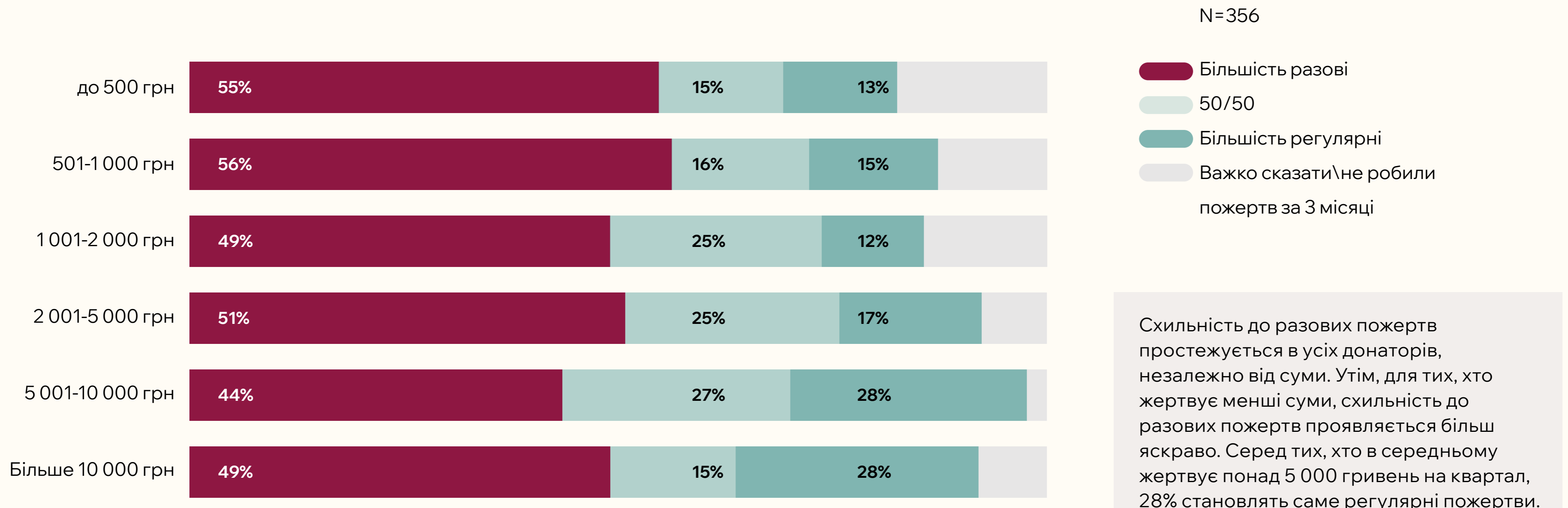
Q39. Згадайте всі пожертви, що ви робили за останні 3 місяці. Як їх у відсотковому розподілі поділити на регулярні та разові пожертви? Яким буде співвідношення?



ТИПИ ПОЖЕРТВ ЗАЛЕЖНО ВІД СУМИ



Q39. Згадайте всі пожертви, що ви робили за останні 3 місяці. Як їх у відсотковому розподілі поділити на регулярні та разові пожертви? Яким буде співвідношення?



КОШТИ ДЛЯ НЕМІЛІТАРНИХ ПРОЄКТІВ



Q22. Як ви вважаєте, у порівнянні з 2022 роком, збирати кошти від населення для немілітарних проєктів стало простіше чи складніше?



N=254

Майже 70% НУО повідомляють, що збирати кошти від населення на немілітарні проєкти порівняно з 2022 роком стало важче.

КОШТИ ДЛЯ НЕМІЛІТАРНИХ ПРОЄКТІВ



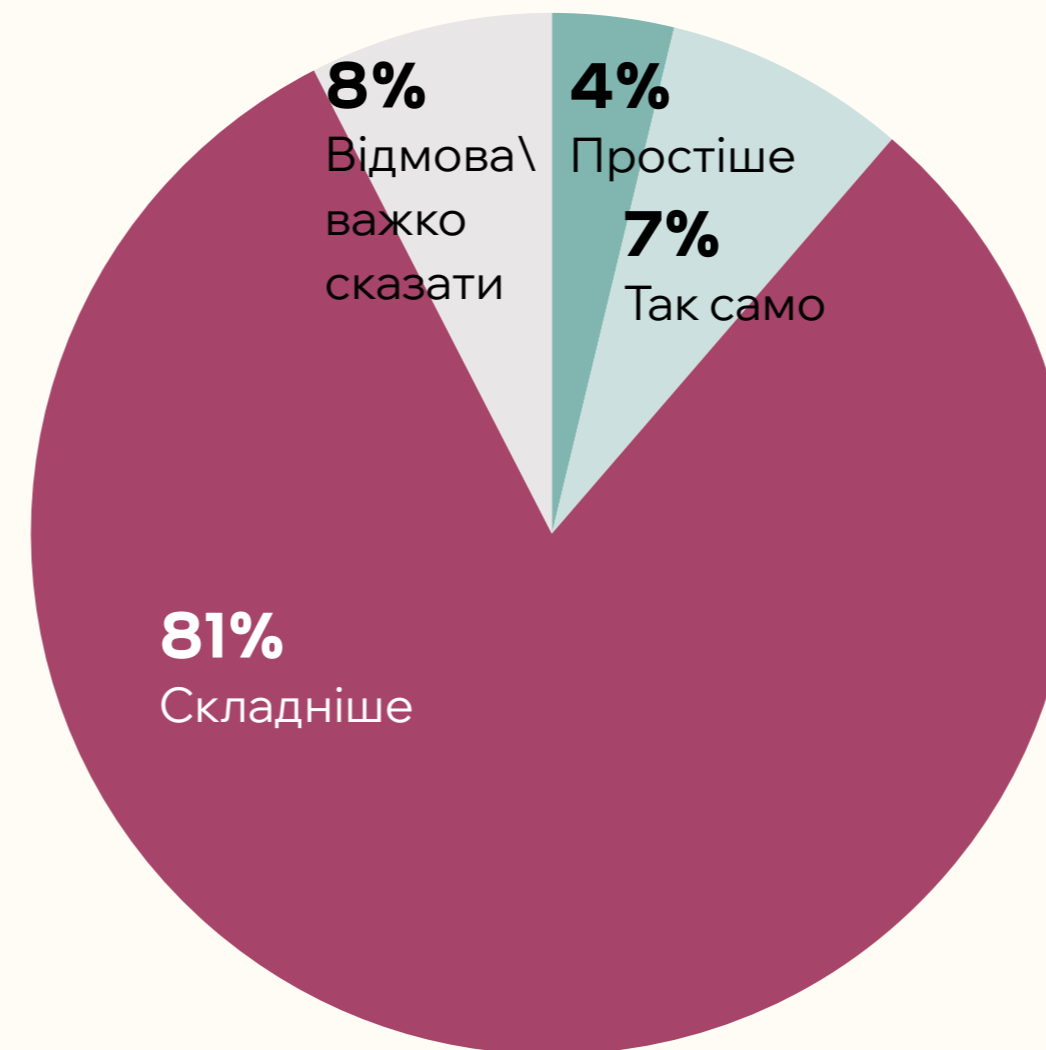
ДУМКИ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗА НАПРЯМКАМИ

Q22. Як ви вважаєте, у порівнянні з 2022 роком, збирати кошти від населення для немілітарних проєктів стало простіше чи складніше?

Організації, чий напрям діяльності НЕ є допомога Силам оборони України



Організації, чий напрям діяльності є допомога Силам оборони України



81% «мілітарних» організацій декларують, що збирати кошти на немілітарні проєкти стало важче порівняно з 2022 роком. Серед немілітарних організацій частка тих, хто вважає, що збирати кошти на немілітарні проєкти простіше, є вищою, ніж серед мілітарних

N=254



Фактори, що сприяють отриманню грантових коштів:

- Меншість організацій мають фахівців з фандрейзингу і стратегію краудфандингу.
- Частина організацій намагаються розвивати краудфандинг і співпрацю з бізнесом.
- НУО нерідко вважають, що ці напрямки важко розвивати під час війни для немілітарних і негуманітарних організацій.
- Лише деякі НУО називали окремі бізнеси, що їх підтримують: «Грамарлі», «Олейна», «Віват», група компаній «Фактор», «Нова пошта», локальні компанії.
- Чи допомагають компанії іншим НУО респонденти не знають.
- Підприємці можуть робити донати анонімно.
- Поодинокі організації активно й успішно залучають кошти через краудфандинг і співпрацю з бізнесом, але успішні кейси є.

Активності та стратегії краудфандингу:

- Навчання і побудова стратегії
- Використання краудфандингових платформ, зокрема й міжнародних («Dobro.ua»)
- Залучення фахівців

Позитивний досвід співпраці з бізнесом:

- Зустрічі з бізнесом
- Спроба знайти взаємовигідний формат співпраці
- Залучення бізнесу через особисті контакти
- Стала налагоджена підтримка від (кількох) локальних бізнесів

Негативний досвід співпраці з бізнесом:

- Відмови у співпраці
- Незацікавленість представників бізнесу
- Донати на рівні пересічних жертводавців
- Під час війни бізнес не має зайвих коштів



«...Особливих планів поки що немає, тому що, по-перше, бізнеси скорочені в Україні. З якими бізнесами можна вести мову про благодійність? Якщо, переважно, бізнеси, які ще жевріють в Україні, донатять на ЗСУ, а ми там не можемо конкурувати.»

(Південь, ГО у сфері культури)



«...ми забрали, оці, що я сказала, 23,5 мільйони - це все від бізнесів і від людей. Це не від грантів. Гранти тут не враховані. Тобто у нас є... Є, наприклад, м'ясокомбінат, вони там скинули якусь суму грошей. Є там підприємство, ну не підприємство, це установа більше - «Житомиробленерго». Тобто мається на увазі комунальне підприємство. Є там установа охорони здоров'я - центр профілактики хвороб. Раніше це санстанція була, вони збирають кошти. 2 мільйони вони зібрали. Є підприємці, які фінансують по-різному.»

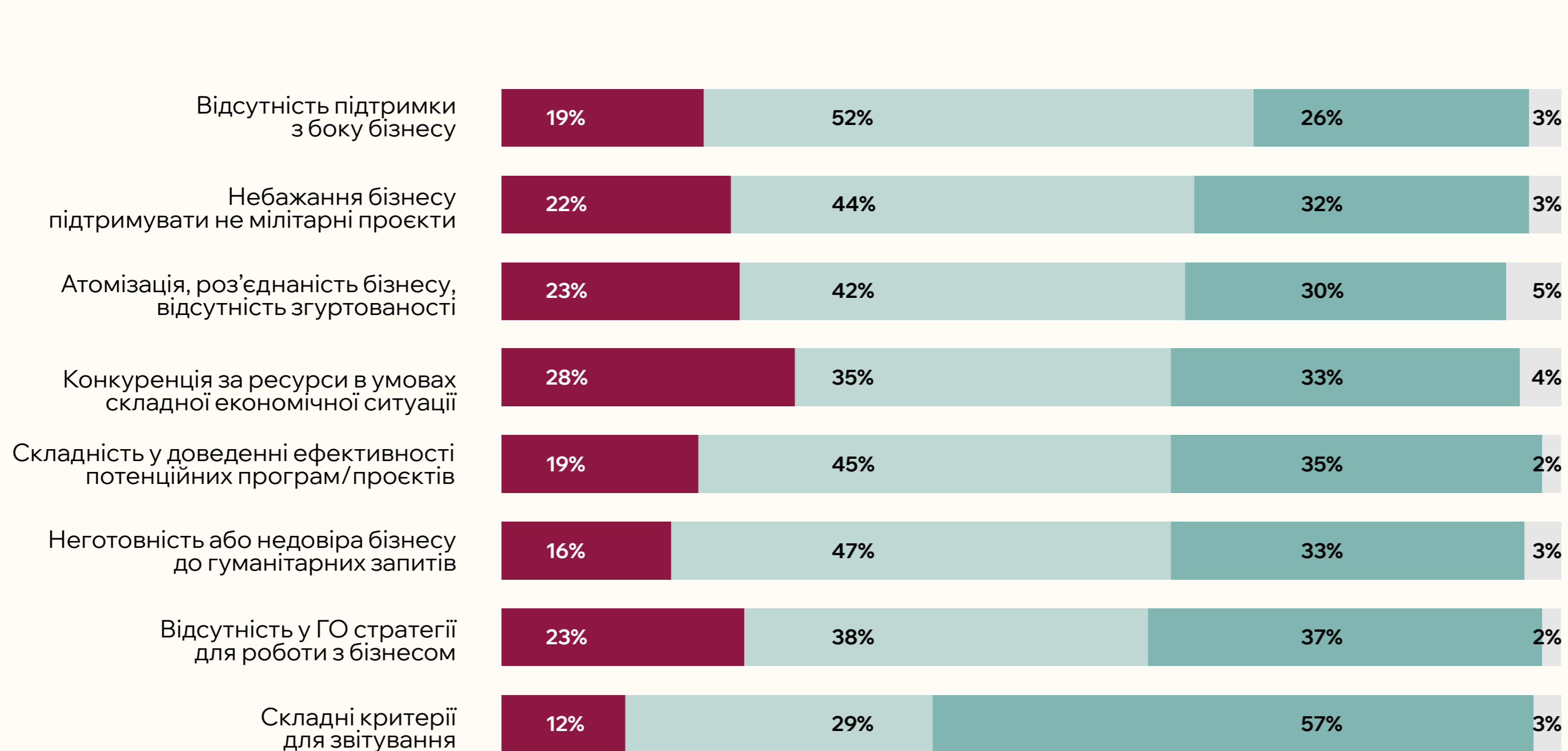
(Центр, молодіжна ГО)

БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ



ІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕМ

Q41. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з бізнес-середовищем в Україні та/або за кордоном?



- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

Громадський сектор не отримує підтримку з боку бізнес-середовища, про це кажуть 71% НУО, які взаємодіють із бізнесом. Причиною є як небажання бізнесу підтримувати гуманітарні проекти, так і конкуренція з бізнесом за ресурси. Так, як і у випадку з медіа, ГО часто не мають стратегії для роботи з бізнесом.



«До METRO зверталися, METRO взагалі нам не відповіло. Ми потім їздили до них, то вони нам сказали: "Пишіть на пошту!" Ми написали, та нам так і не відповіли. Ми більше ї не зверталися. Взаємодіяли, але ми нічого не отримали. Якщо це можна називати взаємодією, то так.»

(Південь, гуманітарний БФ)



«Ми працюємо з бізнесами, щоб бізнесам бути корисними. Натомість розраховуємо, що бізнес буде підтримувати нашу ініціативу. У нас є певні бачення, над якими зараз працюємо. Ось я сказала вам на початку, що ми зараз завершуємо наше таке турне зустрічей із бізнесом у громадах. Ці заходи підкреслюють, що бізнес зацікавлений у взаємодіях. Важливо те, що пропонується для бізнесу, щоб підприємцям було цікаво. Тобто ми не використовуємо метод просіння, а ми використовуємо метод співпраці у вигляді партнерства».

(Центр, молодіжна ГО)



«Було б добре, якщо б співпраця з бізнесами. Тут, мені здається, треба почекати, коли закінчиться війна. Зараз це дуже важко і бізнесу, і треба розширювати тоді склад нашого фонду. Тому що, я да ми з тобою 2-3 людини, це такий фонд..»

(Південь, мілітарний БФ)

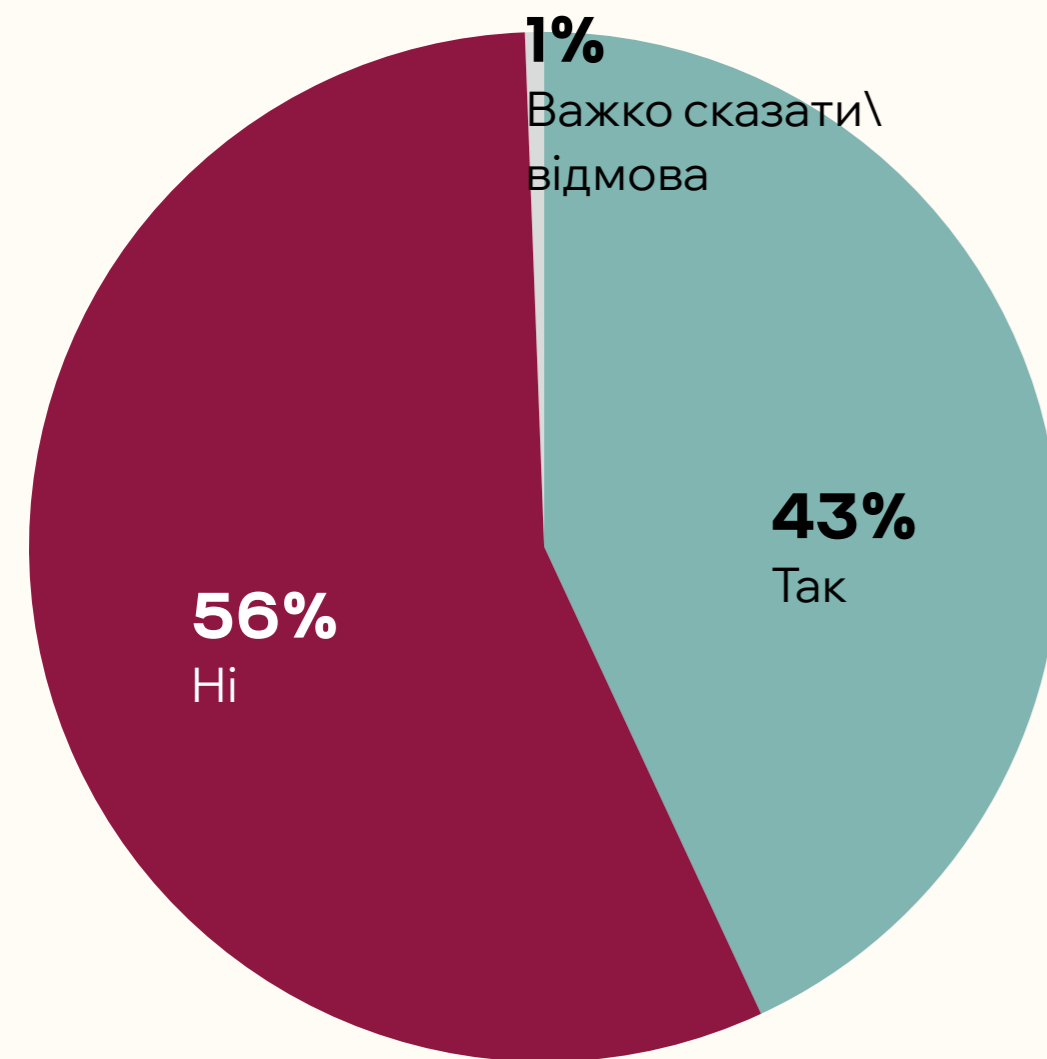


ВОЛОНТЕРИ

ЧАСТКА ВОЛОНТЕРІВ СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ

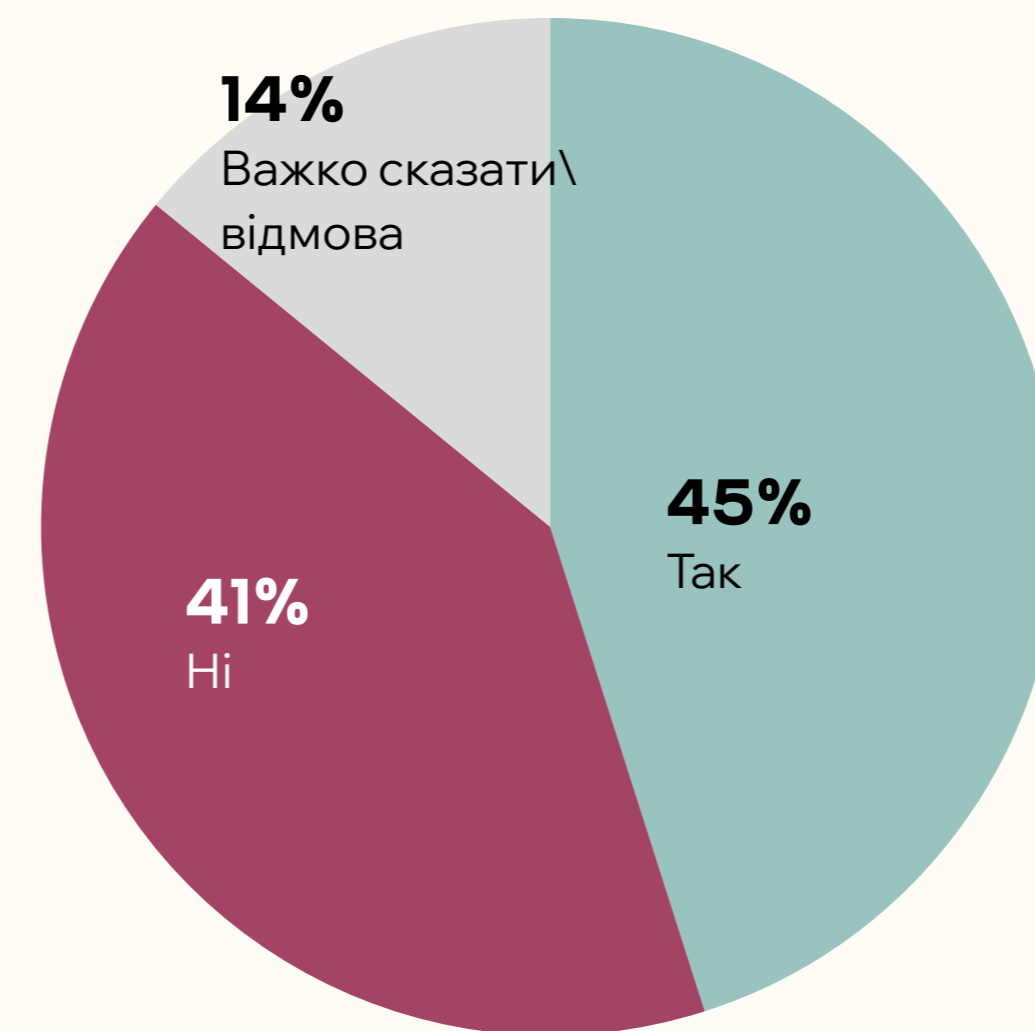


Q5. Уточніть, будь ласка, чи надавали ви безоплатні послуги, чи виконували якісь роботи на безоплатній основі протягом 12 місяців?



N=2400

Q5.1. А чи робили ви це протягом останнього місяця?

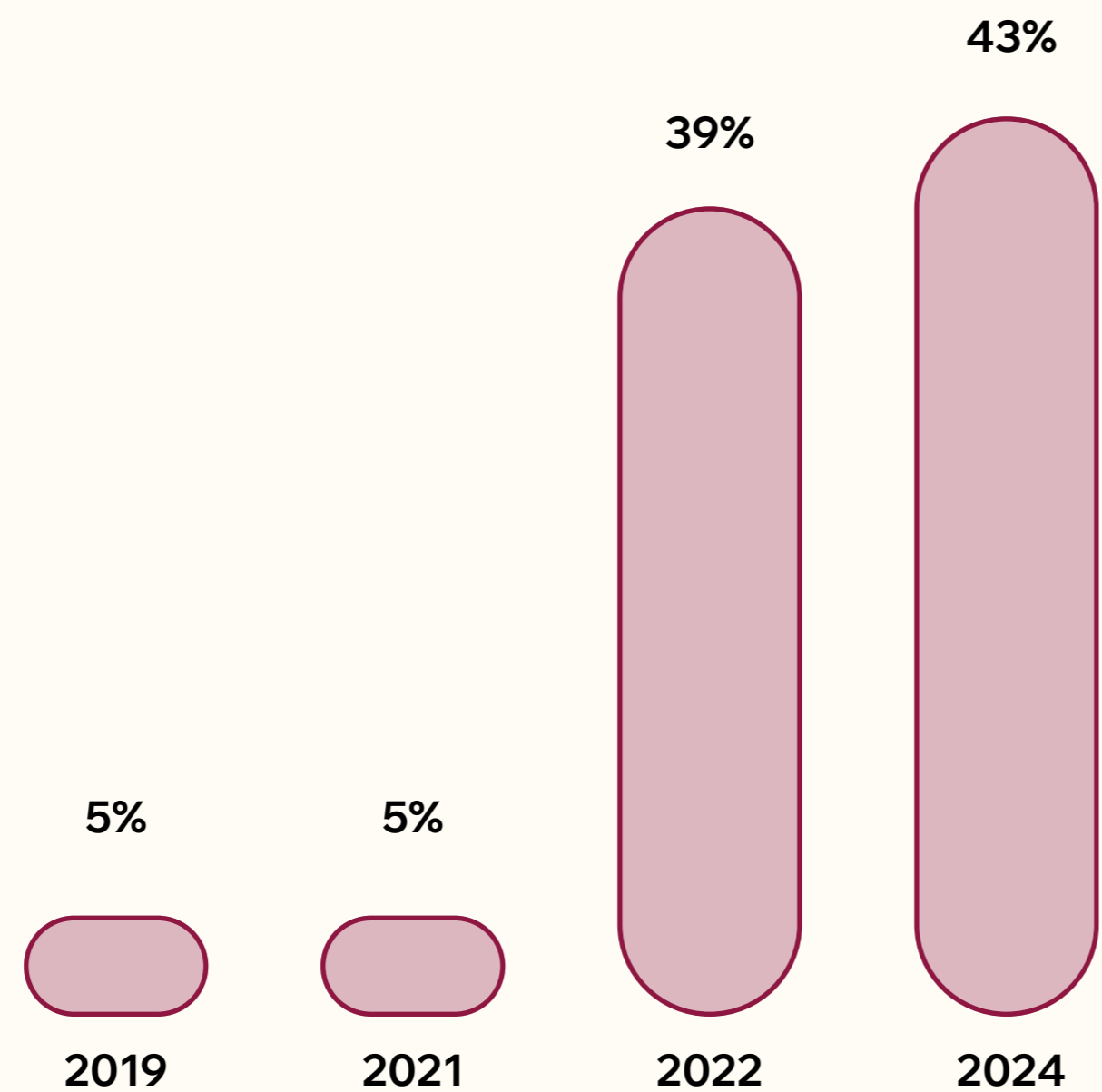


N=1034

Серед тих, хто допомагав протягом 12 місяців

Серед населення загалом частка волонтерів (тих, що надавали безоплатні послуги або виконували якісь роботи на безоплатній основі протягом останніх 12 місяців), становить 43%. 45% із них долучалися до волонтерства протягом минулого місяця (це приблизно 19% від населення загалом).

ЧАСТКА ВОЛОНТЕРІВ У СУСПІЛЬСТВІ: ДИНАМІКА



Частка населення, що долучається до волонтерської діяльності, стрімко зросла після початку повномасштабного вторгнення, і зберігає тренд до зростання у 2024 році.

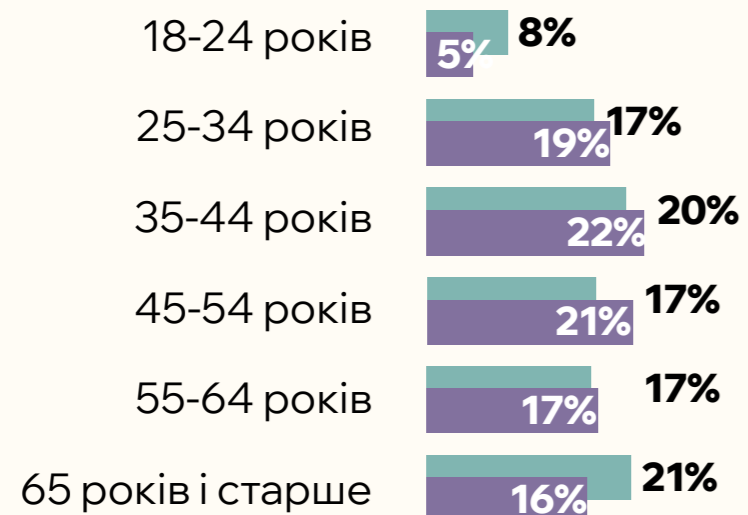
ВОЛОНТЕРИ: В ЦІЛОМУ



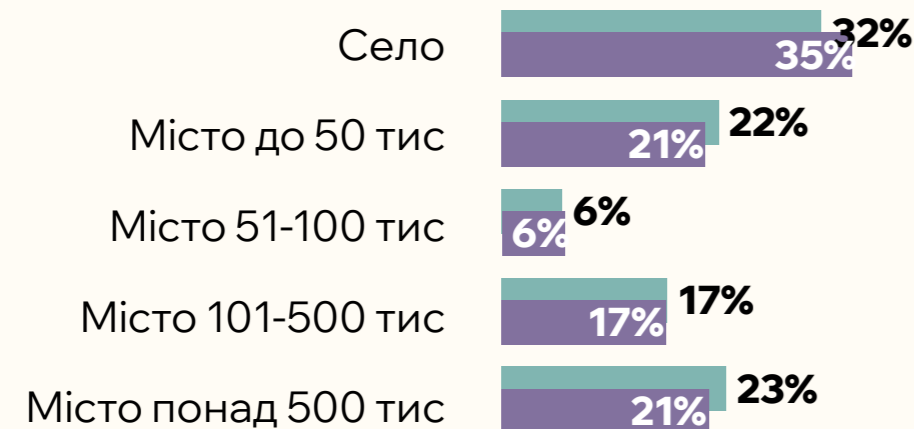
Стать



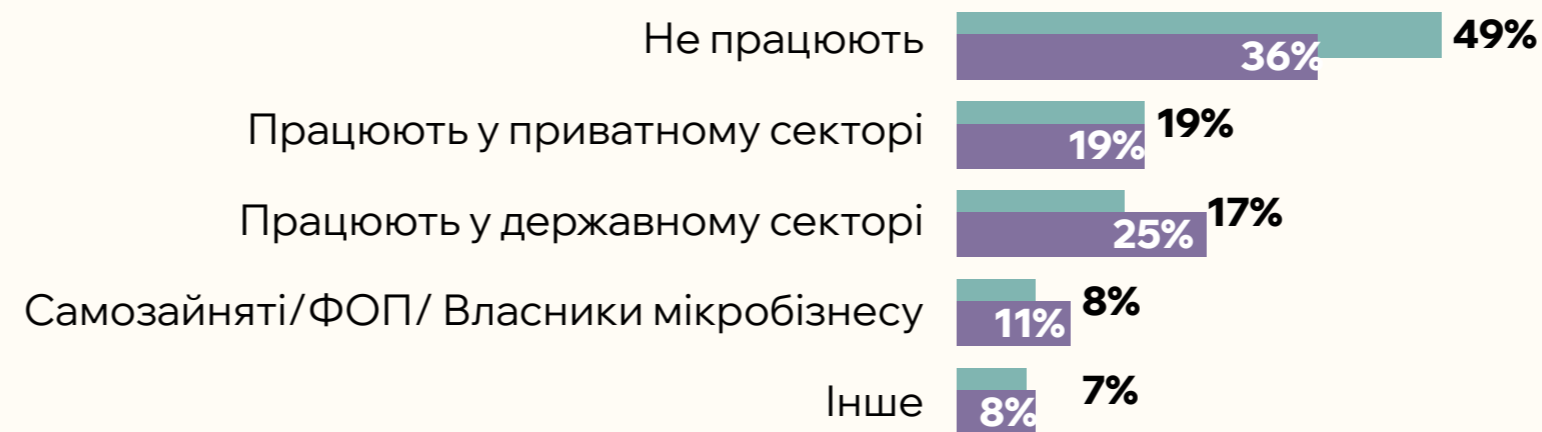
Вік



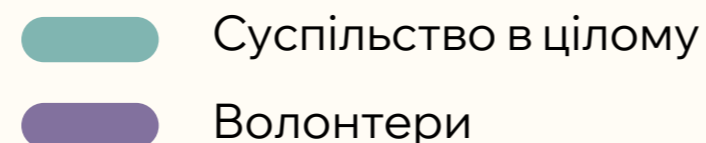
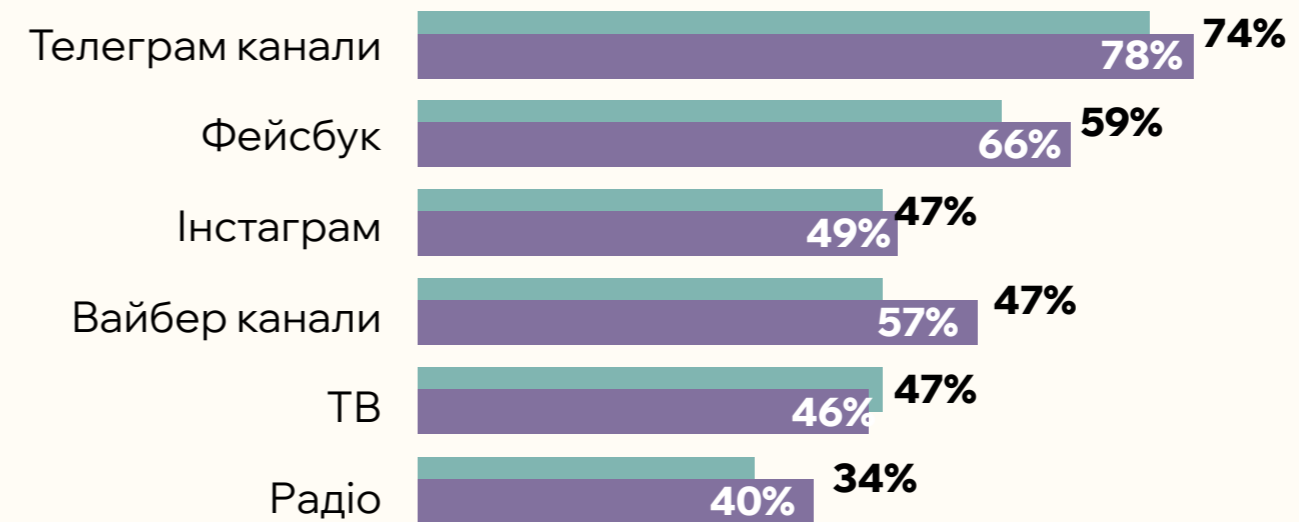
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)

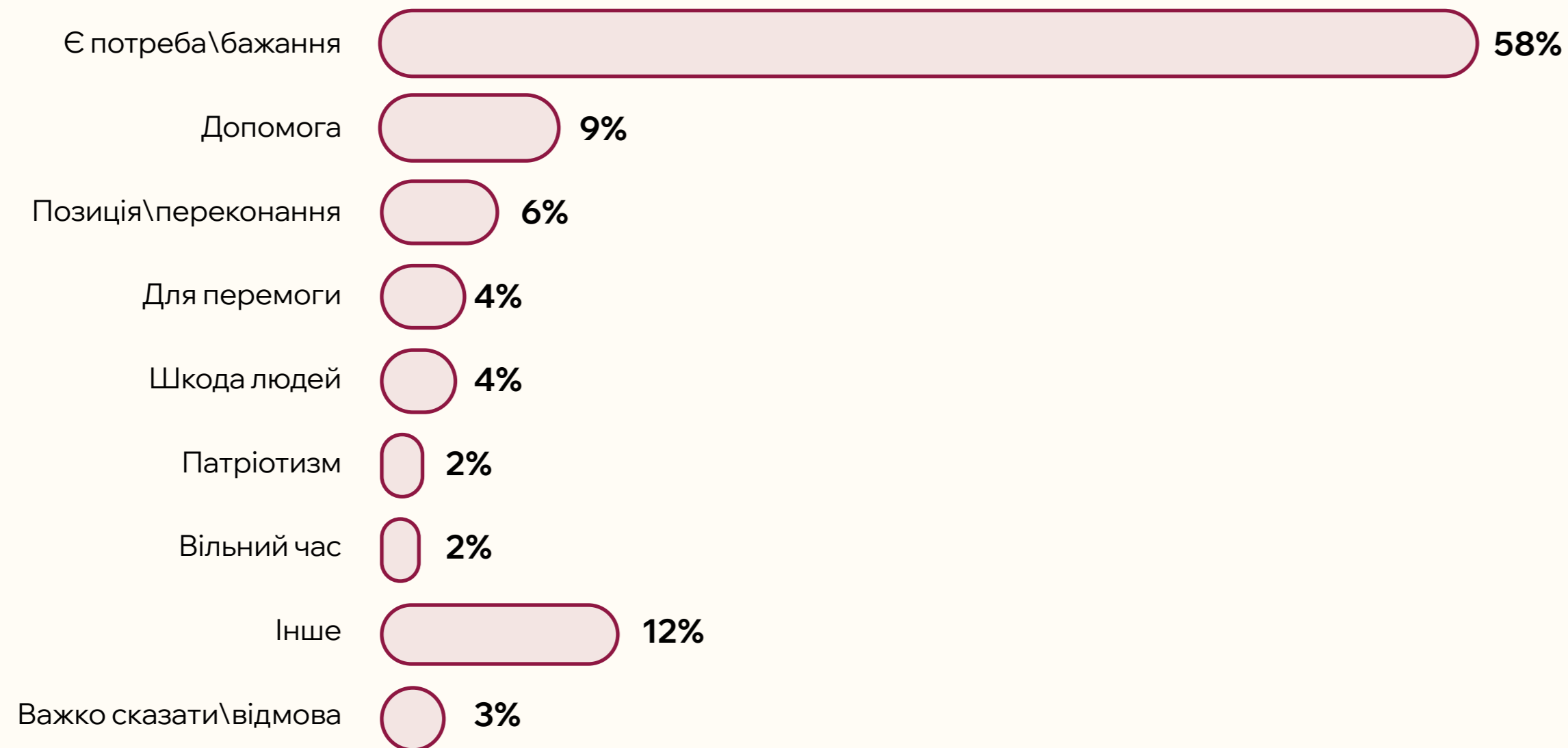


N=320; Ті, хто отримав благодійну допомогу від благодійних фондів, організацій за останній рік

ПРИЧИНИ ДОЛУЧЕННЯ ДО ВОЛОНТЕРСТВА



Q41. Чому саме ви вирішили долучитись до цієї роботи\ініціативи?



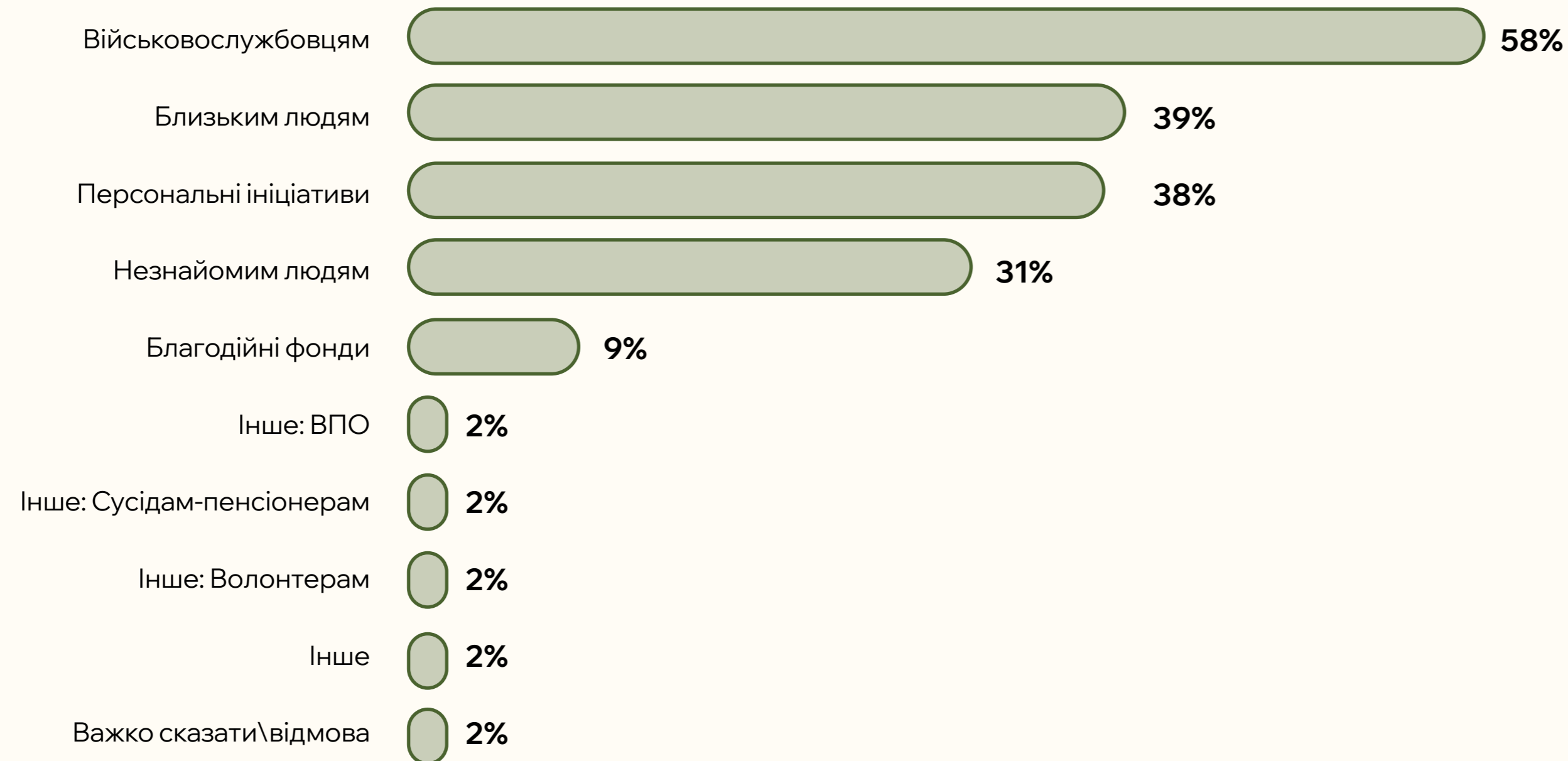
N=1034; Ті, що надавали безоплатні послуги або виконували якісь роботи на безоплатній основі протягом останніх 12 місяців

Волонтери не рефлексують про причини, які спонукали їх долучитися до безоплатної праці. Найбільш часта відповідь на питання про причини – «є потреба або бажання», цю причину назвали 58% опитаних.

БЕНЕФІЦІАРИ ВОЛОНТЕРСТВА



Q40. Ви казали, що протягом останніх 12 місяців надавали безоплатні послуги або виконували якісь роботи на безоплатній основі. Кому саме ви допомагали?



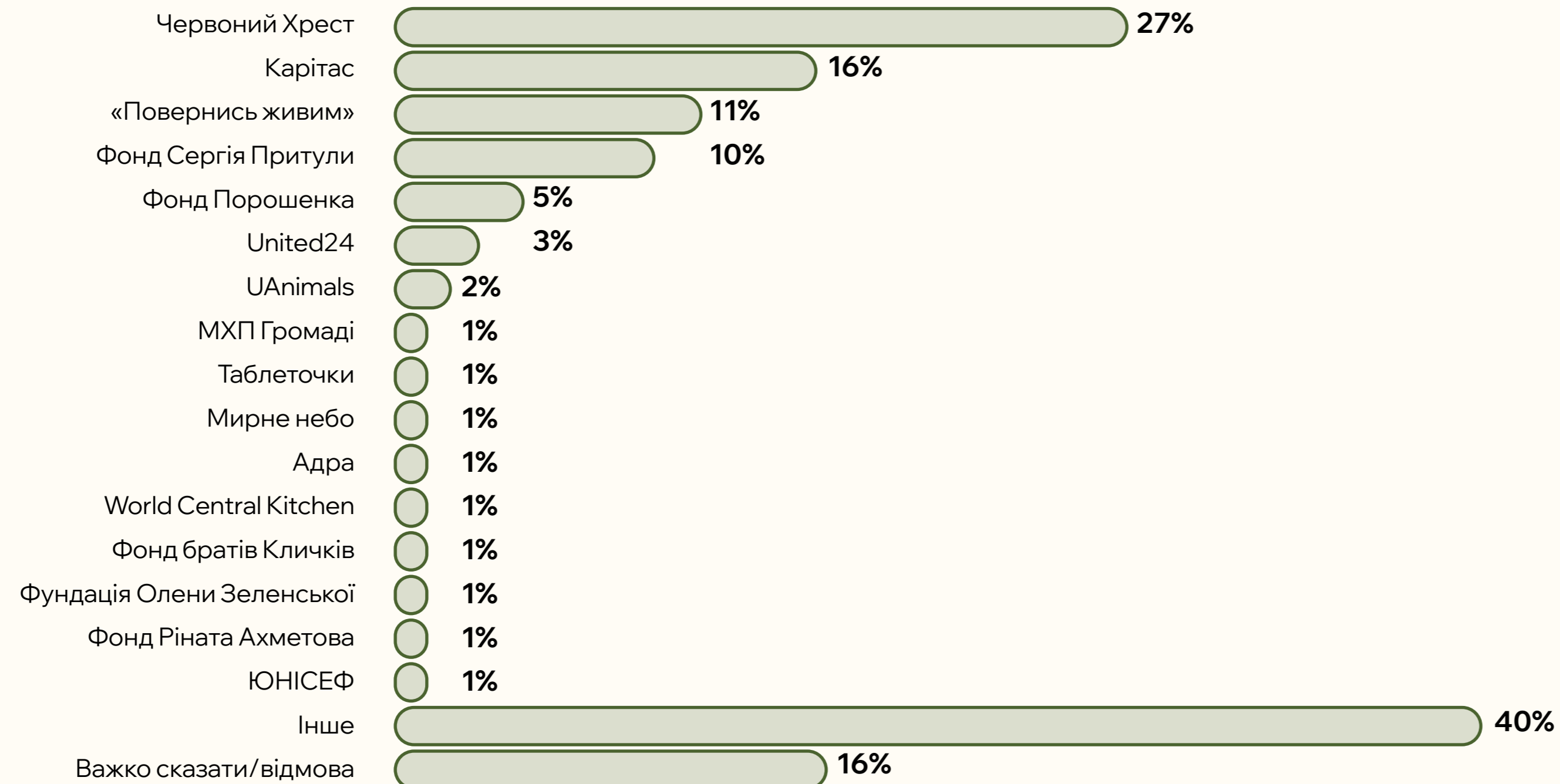
N=1034; Ті, що надавали безоплатні послуги або виконували якісь роботи на безоплатній основі протягом останніх 12 місяців

Респонденти, які мали досвід волонтерства за останні 12 місяців, здебільшого допомагали військовослужбовцям (58%). На другому місці – близькі люди, родичі (39%) і персональні ініціативи (38%). До діяльності благодійних фондів на волонтерських засадах було залучено лише 9% населення. Таким чином, волонтерство в Україні має стихійний характер і ще не набуло рис інституційності.

ВОЛОНТЕРСТВО ДЛЯ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ



Q42. Яким із благодійних фондів ви допомагали, долучившись на безоплатній основі?



N=95; Ті, хтото долучалися до допомоги благодійним фондам

Лише 9% із тих, хто займається волонтерством, допомагали благодійним фондам (це 4% населення загалом). Серед фондів, яким надавалася така допомога, першість посідає Червоний Хрест (йому допомагали 27% із тих, хто долучався до допомоги благодійним фондам). На другому місці – Карітас (16%). Третє місце розділили “Повернись живим” і Фонд Сергія Притули (11% і 10% відповідно). Загалом, волонтерська допомога благодійним фондам від населення дуже нерівномірна. Значна частка людей (40%) допомагає місцевим, локальним фондам, чия частота згадування менша ніж 1%.

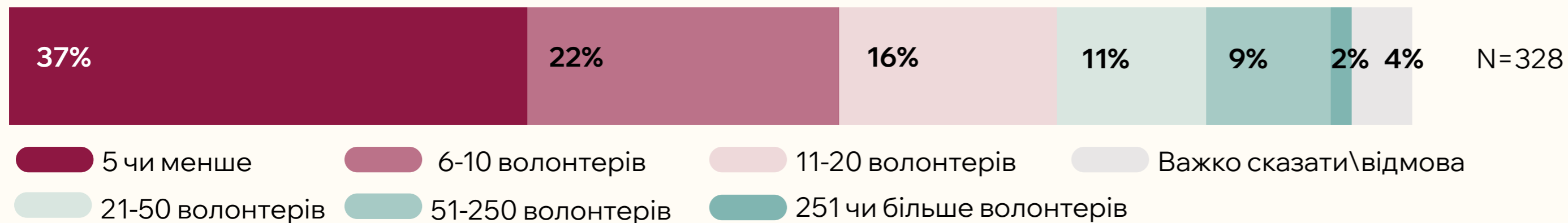
НУО: ЗАЛУЧЕННЯ ВОЛОНТЕРІВ



Q12. Чи залучаєте ви до реалізації ваших проєктів волонтерів (тобто людей, які працюють добровільно і безоплатно)?



Q13. Скільки волонтерів Ви залучили до реалізації проєктів у 2024 році?



82% опитаних ГО і БФ залучали до проєктів волонтерів. Оскільки ці НУО здебільшого мають невеликий штат, то їхні потреби у волонтерській допомозі також обмежуються невеликою кількістю волонтерів: майже 60% із тих, хто співпрацював із волонтерами, залучали до 10 добровільних помічників у 2024 році.

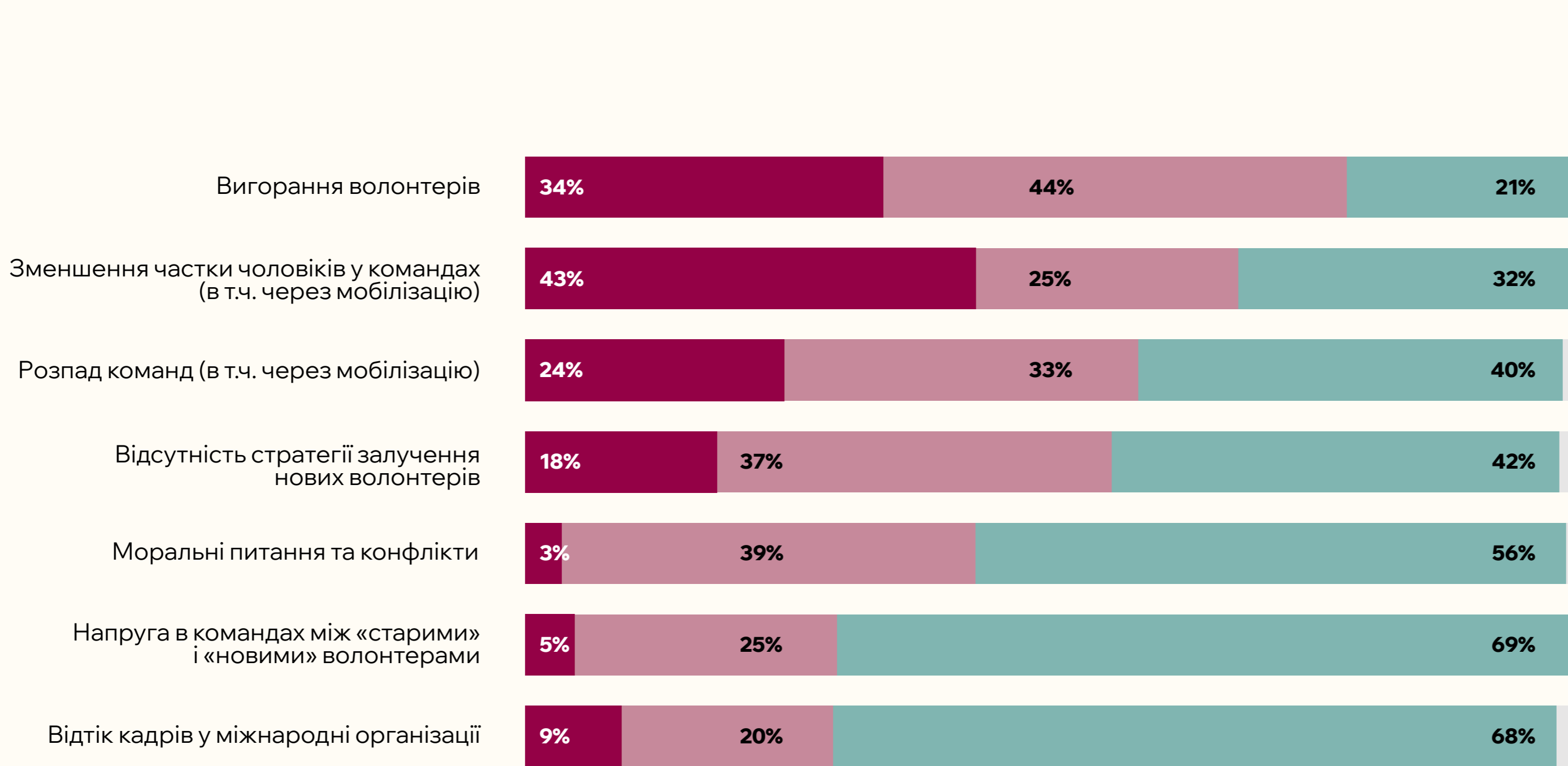
БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З ВОЛОНТЕРАМИ



ІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕМ

Q45. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з волонтерами?

N=320



- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

Нагадаємо, що з волонтерами взаємодіють 80% НУО. Серед найбільших проблем опитані називають вигорання волонтерів (майже 80% стикаються з цією проблемою час від часу, а 34% стикаються регулярно). Також суттєвою проблемою є зменшення частки чоловіків у командах і розпад команд (у тому числі через мобілізацію). Регулярно з цим стикаються 43% і 24% відповідно, а час від часу – 68% і 57%). Моральні та етичні питання в колективах є не дуже великою проблемою, як і відтік волонтерських кадрів у міжнародні організації.

ЗАЛУЧЕННЯ ВОЛОНТЕРІВ



Більшість НУО залучають волонтерів до своєї діяльності регулярно або ситуативно:

- Біля половини НУО регулярно і постійно працюють **із волонтерами**, частіше **з молоддю та студентами**.
- Волонтерів частіше **залучають на нефахову роботу**: на склади, на розвантаження, плетіння сіток та видачу допомоги тощо.
- Рідше в якості волонтерів **залучають фахівців**, зокрема й міжнародних, деколи студентів-практикантів певного фаху.
- Деякі НУО **залучаються на волонтерських засадах** до проектів інших НУО.
- Деякі НУО **працюють на волонтерських засадах** і не мають або майже не мають найманих працівників.
- Одиниці НУО не мають досвіду і не планують **залучати волонтерів**.
- Для окремих НУО **волонтери є ключовими**, для деяких – важливими.
- В частині НУО волонтери не відіграють великої ролі.
- НУО здебільшого не планують змін у залученні волонтерів.
- Одна НУО вказала, що планує системно навчати волонтерів.

Канали і способи залучення волонтерів:

- Соціальні сторінки
- Сторінки громад
- «Сарафанне радіо» – потенційні волонтери самостійно звертаються до організації за доступними контактами
- Амбасадори НУО активно залучають волонтерів

Мотивація волонтерів:

- Бажання допомогти та альтруїзм
- Спілкування
- Новий досвід, розвиток, поїздки
- Приналежність до ЦА або близького кола НУО
- Фахова практика
- Почуття провини (що не на фронті)
- Посвідчення волонтера і певні переваги
- Волонтер може стати амбасадором НУО і/або почати працювати в НУО

НУО проводять для волонтерів:

- Тренінги та навчання
- Цікаві заходи
- Невеликі подаруночки
- Нагороди
- Спільний відпочинок
- Поїздки, серед іншого й міжнародні
- Поцінування і висвітлення вкладу волонтерів
- Пропонують використовувати простір організації для активностей волонтерів

Проблеми і виклики:

- Непостійність участі, несистемність залучення
- Необхідність мотивувати, гуртувати і комунікувати з волонтерами – це окремий напрямок роботи
- Не завжди якісна і відповідальна робота волонтерів
- Трапляються конфлікти і непорозуміння
- Недобросовісність, трапляються шахраї
- Наразі важче залучати волонтерів (мобілізація, економічні виклики тощо)



«Знаєте, волонтерів треба вирощувати. Як гарний урожай. Їх треба навчити, проінформувати, щоб вони розуміли стратегію своєї праці. Дечого вони не розуміють: чому я щось повинен робити, а я це хочу, а ти мені не даєш це робити. Інформованість. Отака школа волонтерів.» (Південь, мілітарний БФ)

ЦИТАТИ



«Звичайно. У нас близько ста волонтерів. На гуманітарному складі у нас постійно працює волонтер. Він запрошує молодших волонтерів, керує молодшими волонтерами. Є чат із волонтерами, ми постійно вітаємо їх із днем народження. Два рази на рік великі збори волонтерів. Це на день волонтера і влітку, до дня народження фонду.»

(Захід, БФ, соціальна сфера)



«Ми як велика сім'я. Ми не кожний по окремоті. Ми знаємо потреби інших. У кого дитина захворіла, у кого хворий батько. Я стараюсь долучати, щоб вони відчували себе як сім'я. Я думаю, це дуже важливо і часто ми так робимо. Допомога один одному. У кожного бувають такі складні часи, або коли хтось помирає, або хтось лежить у лікарні, або в госпіталі. Стараємося допомагати, стараємося і в горі, і в радості бути разом.»

(Південь, мілітарний БФ)



«Ми залучаємо їх у більш таку тривалу історію, вони на добровільній основі щось роблять і бачать через спілкування з бенефіціарами, вони розуміють, що вони теж є долученими до такої доброї справи, то вони потім стають носіями цієї благодійної культури, історії.»

(Схід, мілітарний БФ)



«Ми до волонтерів, до потенційних партнерів ставимось завжди з пошаною повагою і думаємо про якісь бонуси для них. Ці бонуси, вони рано чи пізно спрацьовують.»

(Південь, ГО в сфері культури)



«Альтруїзм, вони бачать, що це гарне діло, що це приносить добро, що це круто, коли ти допомагаєш. Іноді це ще, знаєте, прихильність до організації також.»

(Південь, мілітарний БФ)



«Ми постійно в пошуку всіх аудиторій і часом це радує, коли молоді люди зацікавлюються нами, людьми поважного віку. Щось знаходять у нас цікаве, йдуть на контакт. Часом навіть ми прищеплюємо якісь цінності.»

(Захід, БФ, екологічна ГО)

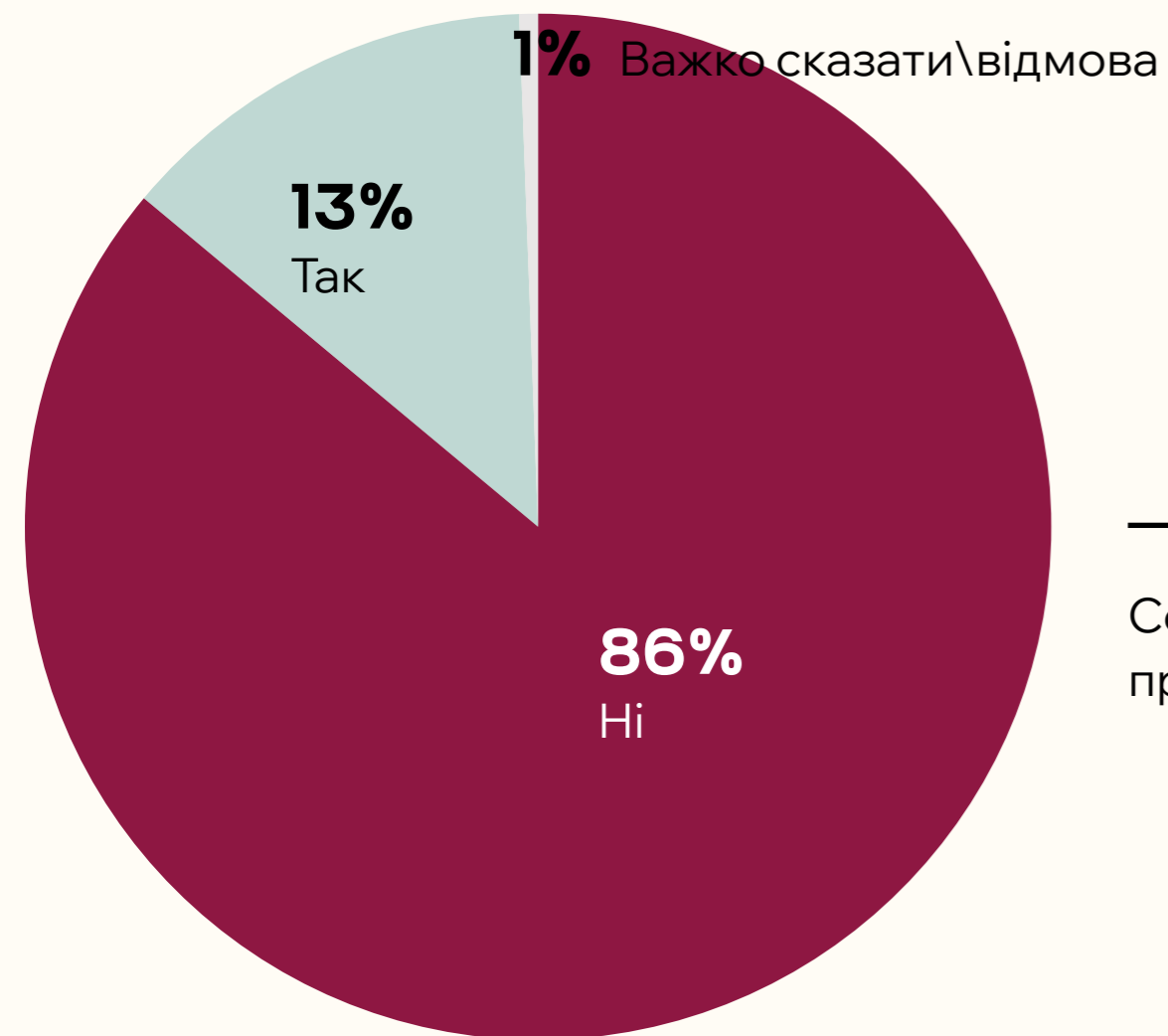


БЛАГООТРИМУВАЧІ

БЛАГООТРИМУВАЧІ

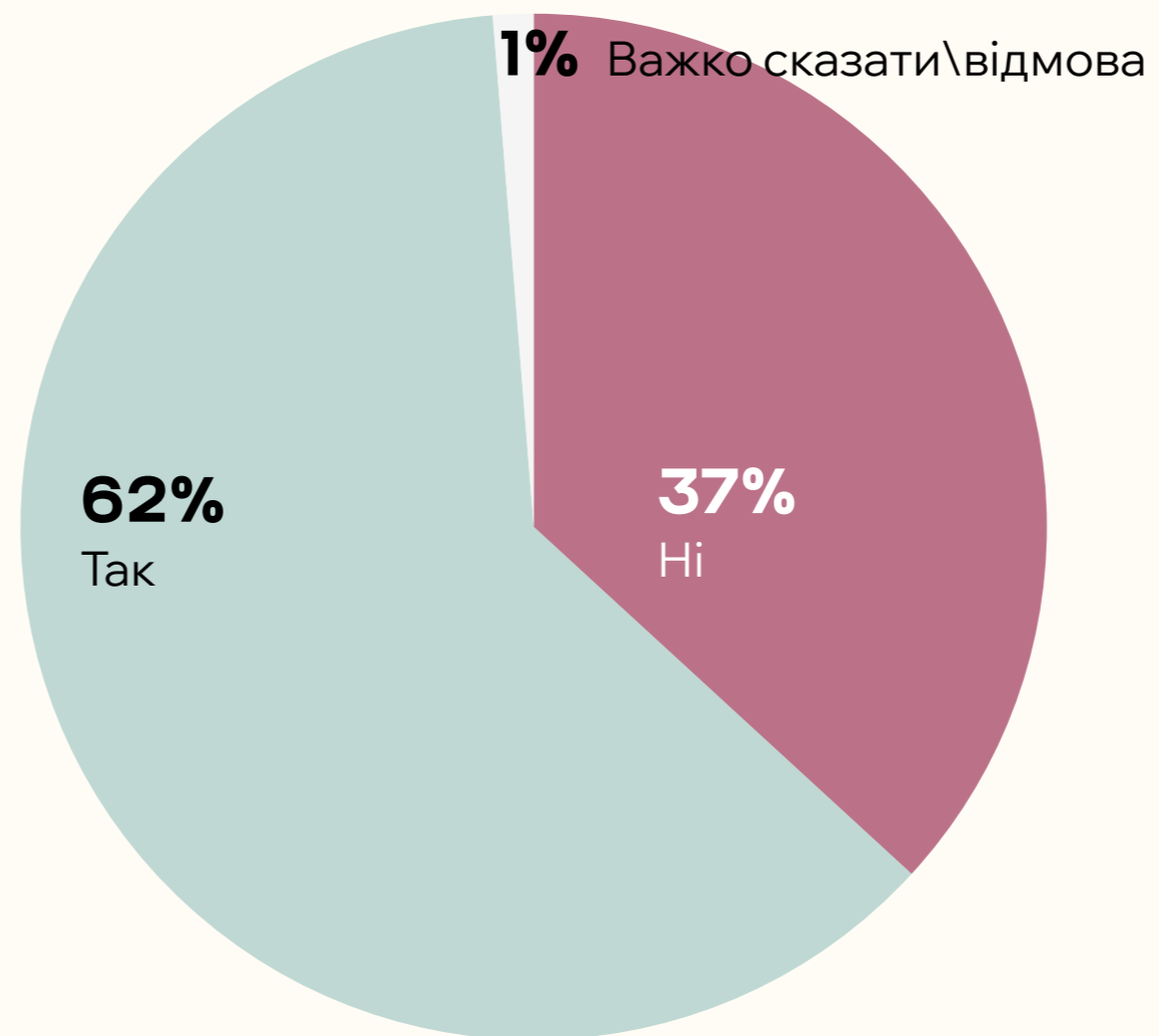


Q8. Чи отримували ви особисто протягом останніх 12 місяців благодійну допомогу від благодійних фондів, організацій? Не враховуйте, будь ласка, допомогу від держави.



N=2400

Q8.1. А за останній місяць?



N=320; Ті, хто отримував благодійну допомогу

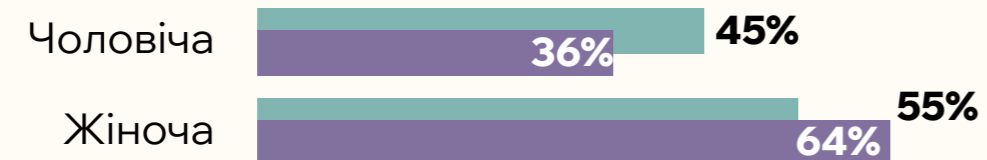
Серед тих, хто отримував протягом 12 місяців

Частка благоотримувачів серед респондентів опитування складає 13%. 62% з них (тобто 8% від загальної вибірки) отримували благодійну допомогу протягом минулого місяця.

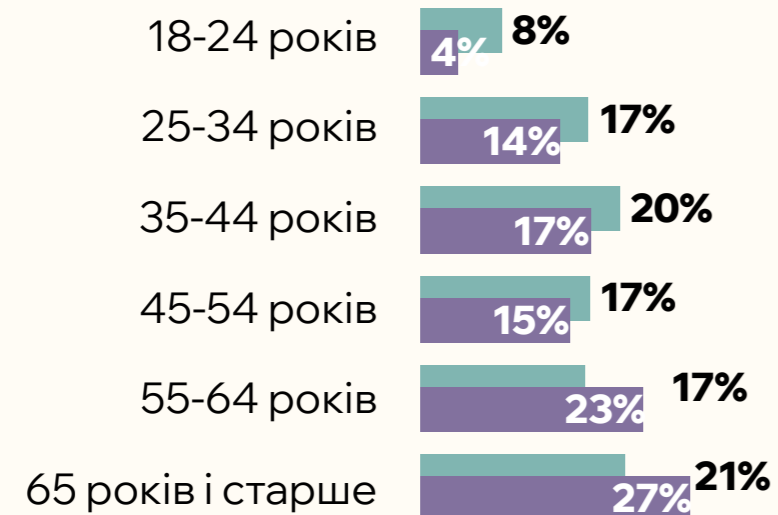
БЛАГООТРИМУВАЧІ



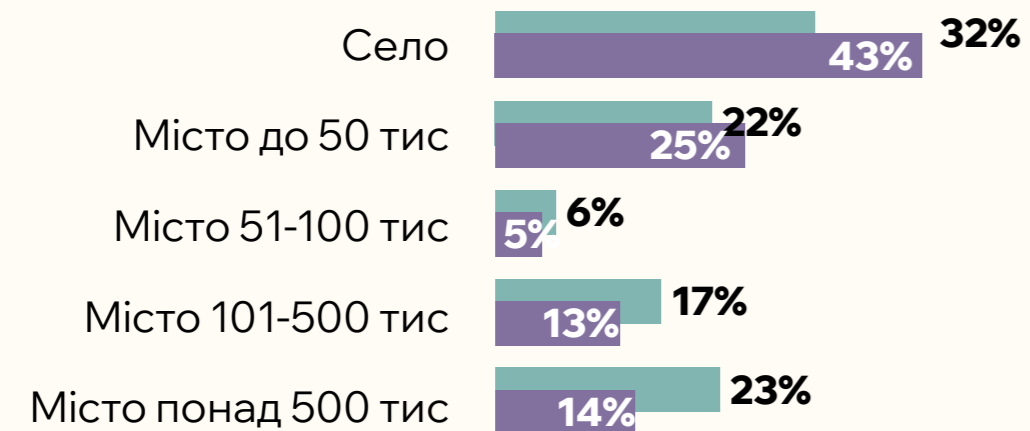
Стать



Вік



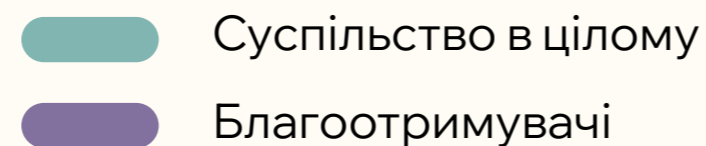
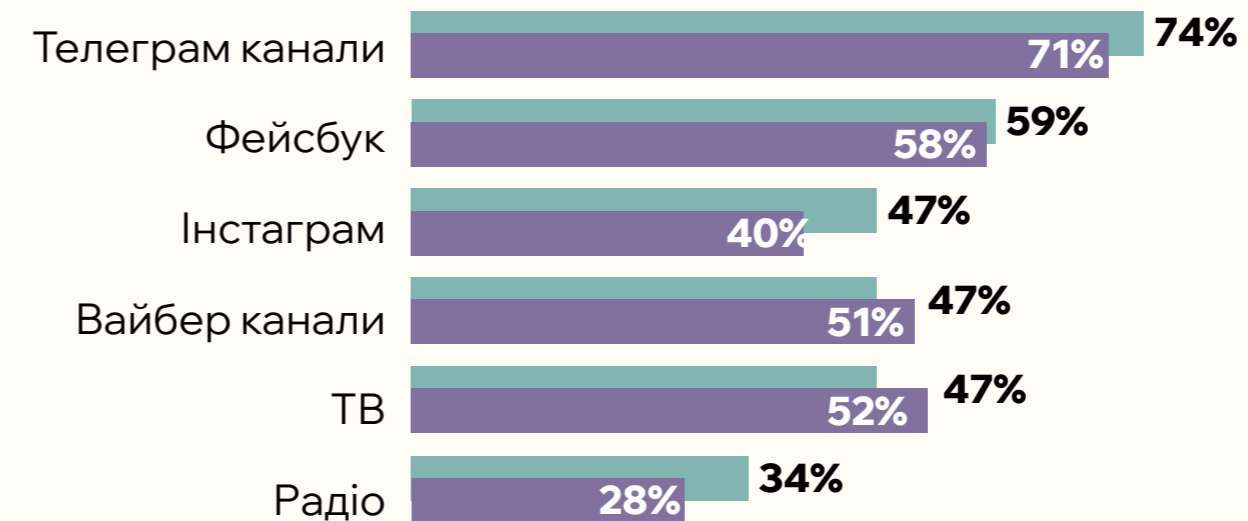
Місце проживання



Статус зайнятості



Медіаспоживання (тижневе)

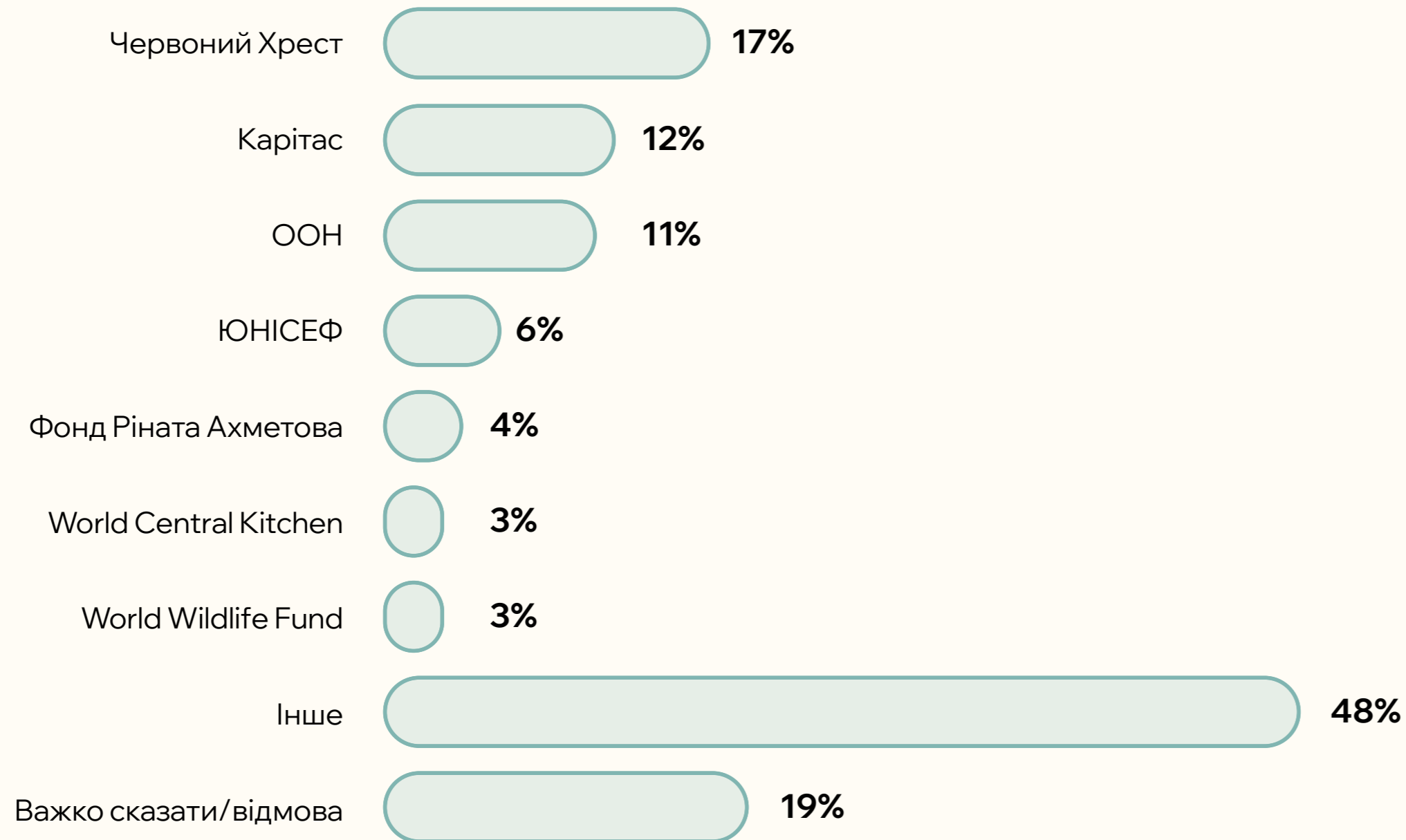


N= 320; Ті, хто отримав благодійну допомогу від благодійних фондів, організацій за останній рік

НАДАВАЧІ ДОПОМОГИ



Q43. Ви казали, що протягом останніх 12 місяців отримали допомогу від благодійних фондів чи організацій. Від якого фонду ви отримали допомогу? (топ відповідей, >1%)



N=320; Ті, хто отримував благодійну допомогу

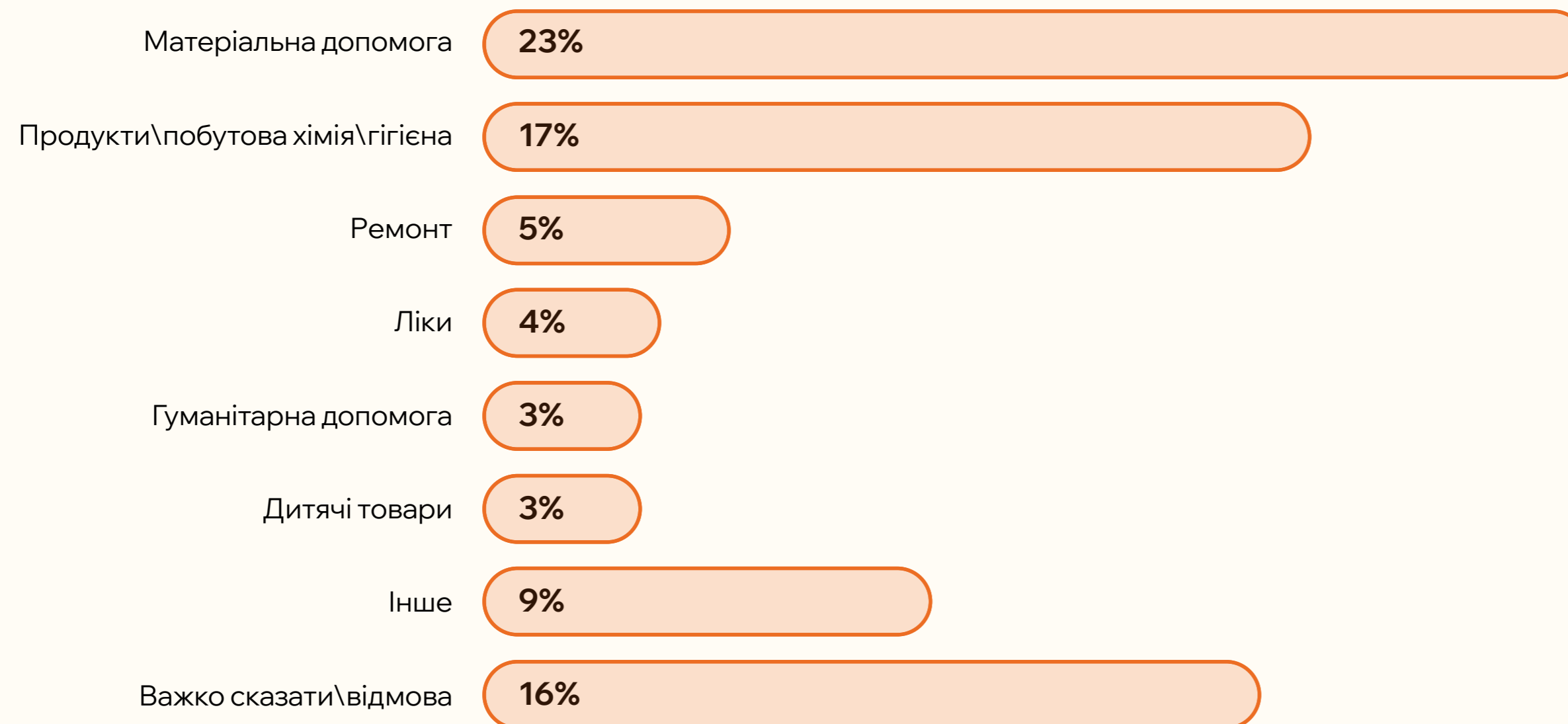
Серед надавачів благодійної допомоги лідером є Червоний Хрест (17%). Друге місце поділяють Карітас і ООН (12% і 11% відповідно), на третьому місці ЮНІСЕФ (6%).

Майже половина опитаних отримували допомогу від більш дрібних благодійних фондів і організацій, частка кожного з яких менше ніж 1%.

ТИПИ ДОПОМОГИ



Q45. За якою допомогою ви звертались?



N=320; Ті, хто отримував благодійну допомогу

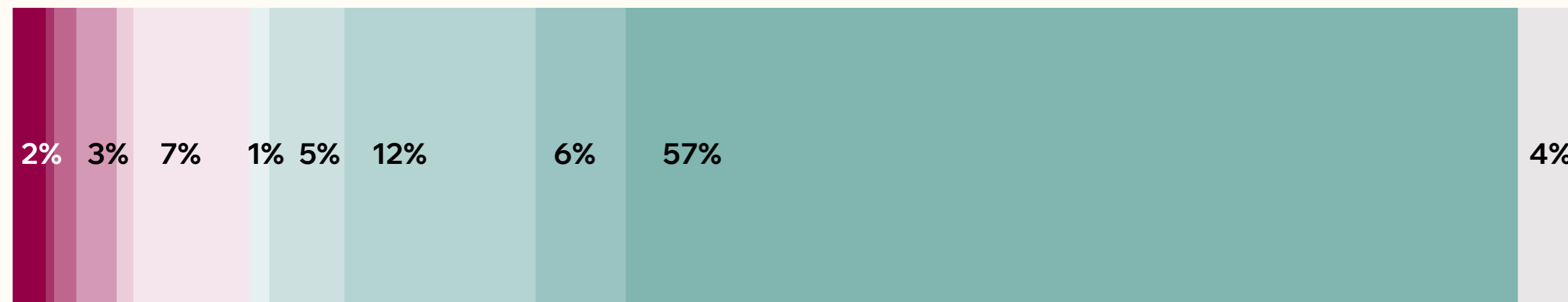
Матеріальна допомога (у грошовій формі) є найбільш популярним запитом – по неї зверталися 23% респондентів із тих, хто отримував благодійну допомогу. На другому місці – допомога у натуральній формі (продукти, побутова хімія, засоби особистої гігієни) – по неї зверталися 17% респондентів.

ЯКІСТЬ ДОПОМОГИ



Q46. Як ви оцінюєте якість допомоги, що була вам надана?

Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 – вам зовсім не допомогли, 10 – вам надали всеосяжну допомогу:



N=320; Ті, хто отримував благодійну допомогу

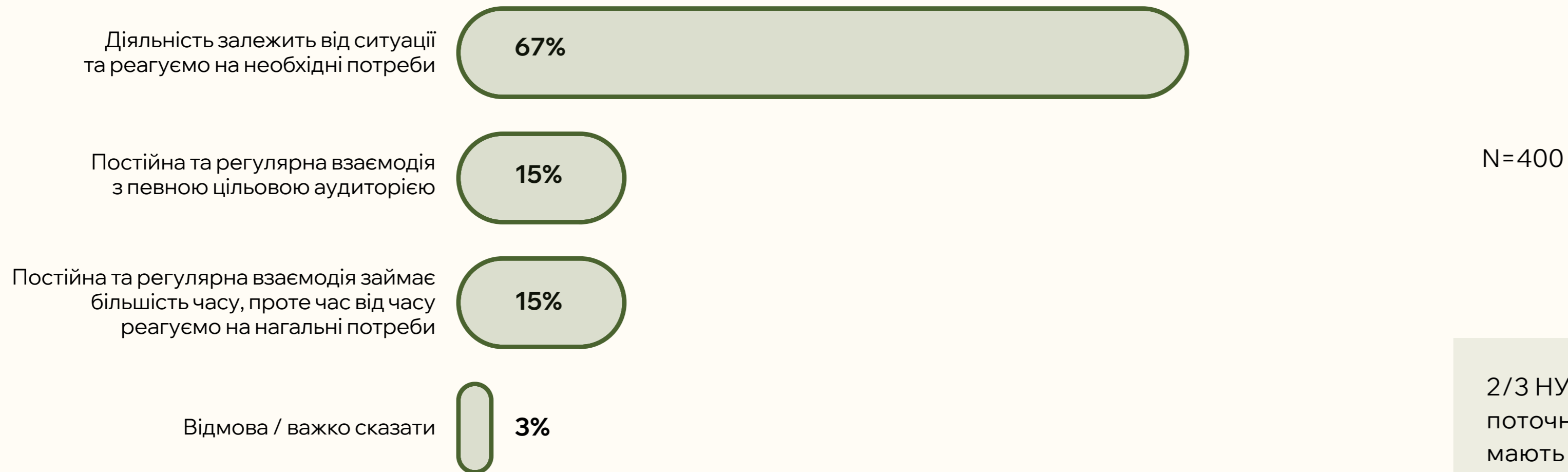


Більш ніж половина опитаних (57%) повідомили, що їм надали всеосяжну допомогу (тобто поставили оцінку 10 за шкалою від 0 до 10). Загалом 75% опитаних поставили оцінки від 8 до 10 за цією шкалою. Частка оцінок від 0 до 3 становить 7%, з них 2% повідомили, що їм зовсім не допомогли.

ВРАХУВАННЯ ПОТРЕБ БЕНЕФІЦІАРІВ



Q35. Ваша діяльність або взаємодія з бенефіціарами більше регулярна, чи ви реагуєте відповідно до потреб?

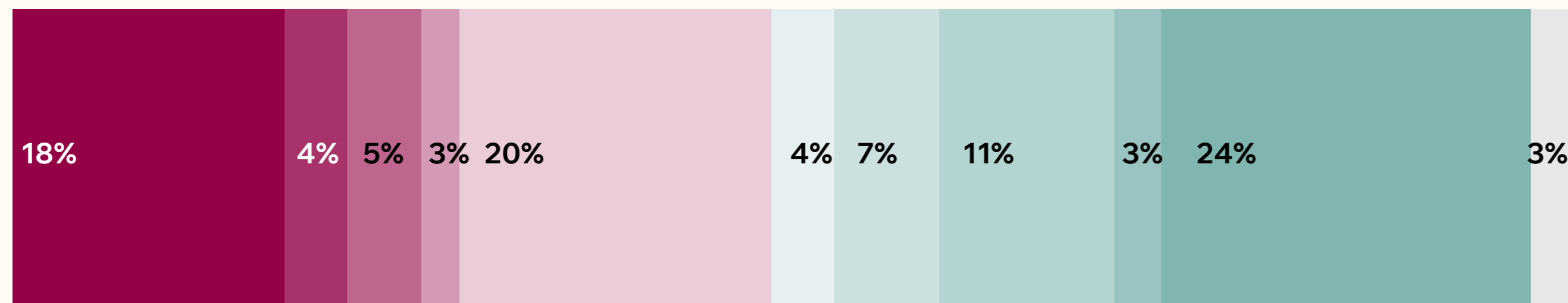


2/3 НУО у своїй роботі керуються поточними потребами бенефіціарів і не мають постійної та регулярної взаємодії з цільовою аудиторією благоотримувачів. 30% НУО взаємодіють зі своїми цільовими аудиторіями постійно і регулярно, проте половина з них також час від часу реагує на нагальні потреби.

ВДЯЧНІСТЬ ВІД БЛАГООТРИМУВАЧІВ / БЕНЕФІЦІАРІВ



Q36. Наскільки для вас важливо вираження вдячності від благоотримувачів або бенефіціарів?



N=400



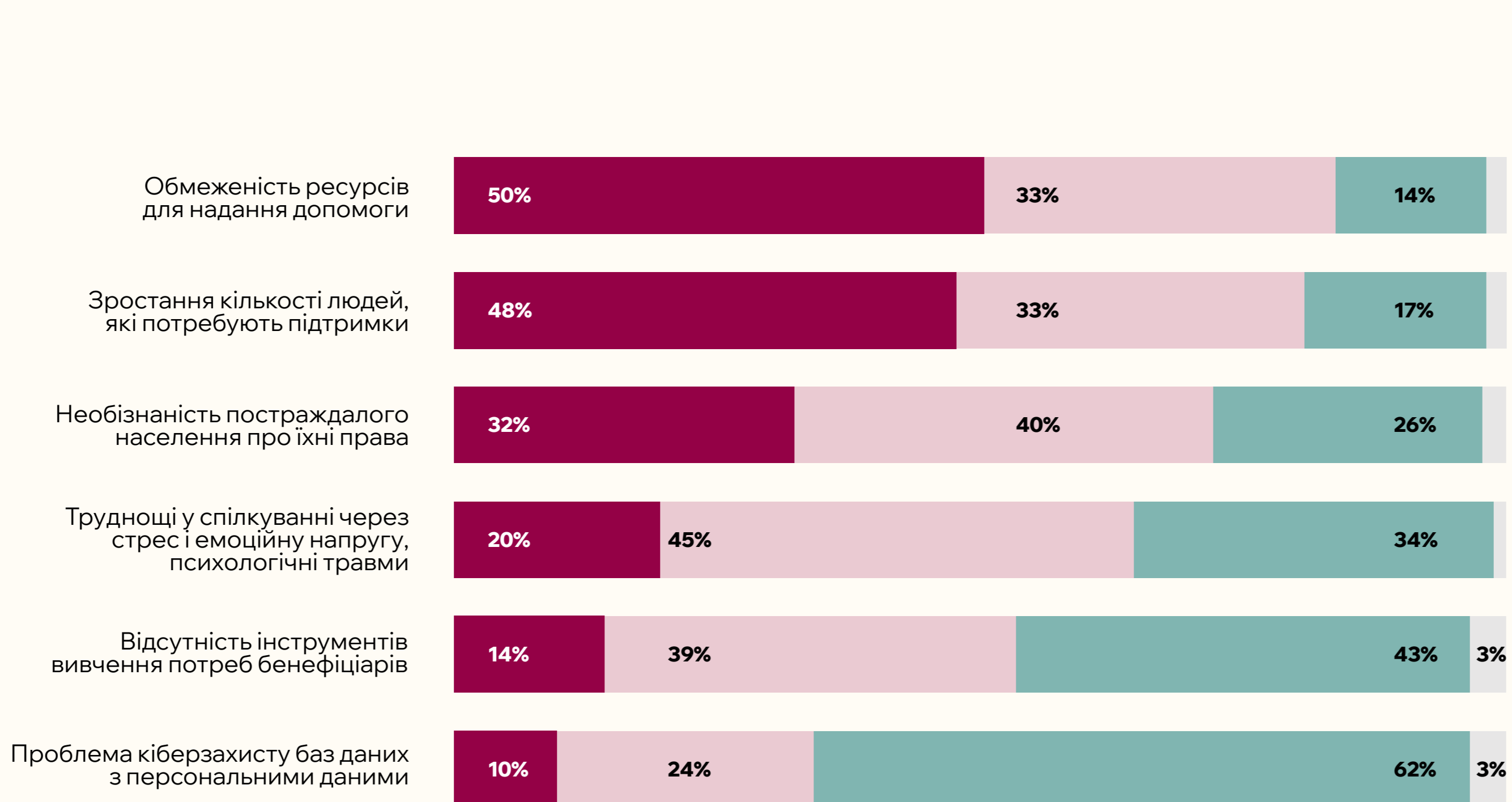
Прояви вдячності від благоотримувачів або бенефіціарів досить важливі для НУО: 38% опитаних поставили оцінки 8-10 за 10-бальною шкалою, де 0 означає «зовсім неважливо», а 10 – «дуже важливо». Утім, частка тих, для кого вираження вдячності не є важливим, також досить суттєва – оцінки 1-3 поставили 26% опитаних.

БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З БЕНЕФІЦІАРАМИ



Q33. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з постраждалим населенням, бенефіціарами?

N=266



- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

Основна перешкода при взаємодії НУО з постраждалим населенням як бенефіціаром полягає в обмеженості ресурсів для підтримки. Це стосується як обмеженості ресурсів самих організацій, так і постійного зростання запиту на таку підтримку. Про регулярне виникнення таких перешкод каже половина опитаних, а про те, що вони виникають принаймні час від часу, згадують понад 80% НУО. Варто також підкреслити таку перешкоду у спілкуванні, як емоційне перевантаження та стрес, про неї згадують 2/3 опитаних НУО.

ВЗАЄМОДІЯ З БЛАГООТРИМУВАЧАМИ



Основні тенденції:

- **Кількість благоотримувачів** зросла подекуди у кілька разів, значною мірою це ВПО, але не тільки.
- Наразі активно виїждять люди з Покровська, для них **актуальна базова гуманітарна допомога** та інформування щодо прав ВПО.
- **Нові ЦА:** люди, що постраждали внаслідок війни, такі як родини полонених, загиблих і зниклих безвісти.
- Ситуація і потреби ЦА, зокрема ВПО, під час війни швидко змінюються – шелтери можуть бути непотрібними певний час, а потім знову виникає потреба у них.
- Є ЦА, кількість яких не змінилася, наприклад, діти чи дорослі з інвалідністю в окремих громадах, потреби зростають через матеріальні складнощі.
- Зросла потреба у захисті культурної спадщини та екології в громадах через військові дії й подекуди через корупцію.

Потреби та проблеми благоотримувачів:

ЦА, що постраждали внаслідок війни:

- Втрата здоров'я, втрата кінцівок, потреба у реабілітації та медичній допомозі.
- Погіршення матеріального стану, втрата житла, потреба у грошовій допомозі, житлі, працевлаштуванні.
- Поганий психологічний стан, зростає потреба у психологічній допомозі.
- На початку для ВПО були потрібні речі першої необхідності, посуд, теплі речі, наразі потреби актуальні для новоприбулих ВПО.
- Прифронтові громади: одяг, предмети особистої гігієни, їжа, вода, ліки потрібні постійно.
- Військові мають постійні потреби у машинах, дронах; раніше була потреба в усьому – їжа, одяг тощо.
- Екологічні потреби і проблеми громад не змінилися.
- Не вистачає коштів і люди більше звертаються за допомогою – знеболювальне, ліки, підгузки.
- Укриття у прифронтових громадах.

Розподіл ресурсів та вирішення конфліктів інтересів забезпечують **політику та критерії вразливості:** оскільки ресурси обмежені, допомогу першочергово отримують більш вразливі ЦА/родини.

Складнощі та проблеми

- **Нестача ресурсів** для задоволення запитів ЦА, завершення проєктів і фінансування.
- Люди звикають отримувати допомогу і **беруть непотрібне їм.**
- **Конфлікти і претензії**, знецінення роботи отримувачами допомоги.
- **Потрібна більш глибока робота** з ЦА, щоб оцінити реальні потреби і пояснити обмеження в наданні допомоги.
- Вигорання працівників.
- Складні психологічні стани ЦА, нестача допомоги.
- **Благоотримувачі не отримують зворотного зв'язку від НУО**, хоча подають запити й заповнюють форми, втрачається довіра.

Способи подолання проблем, ефективність:

- У роботі з ЦА важливі **компетенції працівників** – стресостійкість, комунікабельність тощо.
- **Зворотний зв'язок** і повага до ЦА, індивідуальний підхід.
- Канали інформування, Telegram, особисті дзвінки.
- У випадку допомоги військовими – **забезпечити потребу, безпечно доїхати і повернутися.**
- Проведення моніторингів, фокус-груп, анкетувань.
- **Співпраця з громадами** та іншими сторонами для оцінки потреб ЦА.
- **Пошук ресурсів** і прийняття неможливості задоволення усіх потреб.

Задля довготривалих стосунків із благоотримувачами потрібні:

- Тривалі проєкти
- Системна комунікація – соціальні мережі, чати тощо
- Спілкування з людьми.
- Індивідуальний підхід
- Безпечні простори і події
- Оцінка і розуміння потреб
- Механізми зворотного зв'язку

Не завжди НУО мають спроможність забезпечити вказане.

ЦИТАТИ



«Великі об'єми, що не завжди вистачає людського ресурсу, щоб опрацювати. Потребують вони здебільшого, звичайно, грошової допомоги, бо всі у скрутному становищі. Від людей, які втратили житло повністю, частково зруйноване до осіб рідних, які знаходяться або в колонії, або зникли безвісти»

(Схід, правозахисна ГО)



«Ми вимірюємо коефіцієнт задоволеності і рекомендацій: чи рекомендував би та чому? У нас дуже високі показники - біля 92-х відсотків коефіцієнт задоволеності»

(Схід, ГО, соціальна сфера)



«Кількісний запит на цю потребу до держави, до благодійного сектору, до громадських організацій настільки зріс, що підключається там велика кількість людей і все ще ми не можемо покрити цей запит»

(Схід, гуманітарний БФ)



«Мені здається, комунікація. Просто з людьми говорити. Наш досвід, що навіть якщо відмовляєш, але ти комунікуєш, розмовляєш з людьми - для них це дуже важливо. Я б поставила це на перше місце»

(Північ, гуманітарний БФ)



«Зворотний зв'язок. Не виганяти людей, коли вони приходять. Інформувати важливо. Просто, коли немає інформації і відсутні комунікації, це може сіяти паніку і так далі.»

(Центр, молодіжна ГО)



«Є абсолютно чіткі маркери того, що наша допомога є ефективною. Перше - що людина забрана з небезпеки. Вона тимчасово розміщена там, де можна оцінити її потреби: медична потреба - якщо в неї негаразди зі здоров'ям, юридична потреба - якщо в неї втрачені документи, психологічна підтримка - якщо вона її потребує.»

(Схід, гуманітарний БФ)



«Корупція, нераціональні витрати бюджету на благоустрій замість військових потреб, підриває довіру громадян до влади. Це поглиблює кризу недовіри, особливо на місцевому рівні, де люди вимушені спостерігати за бездіяльністю та корупцією, зокрема щодо осіб, пов'язаних із владою»

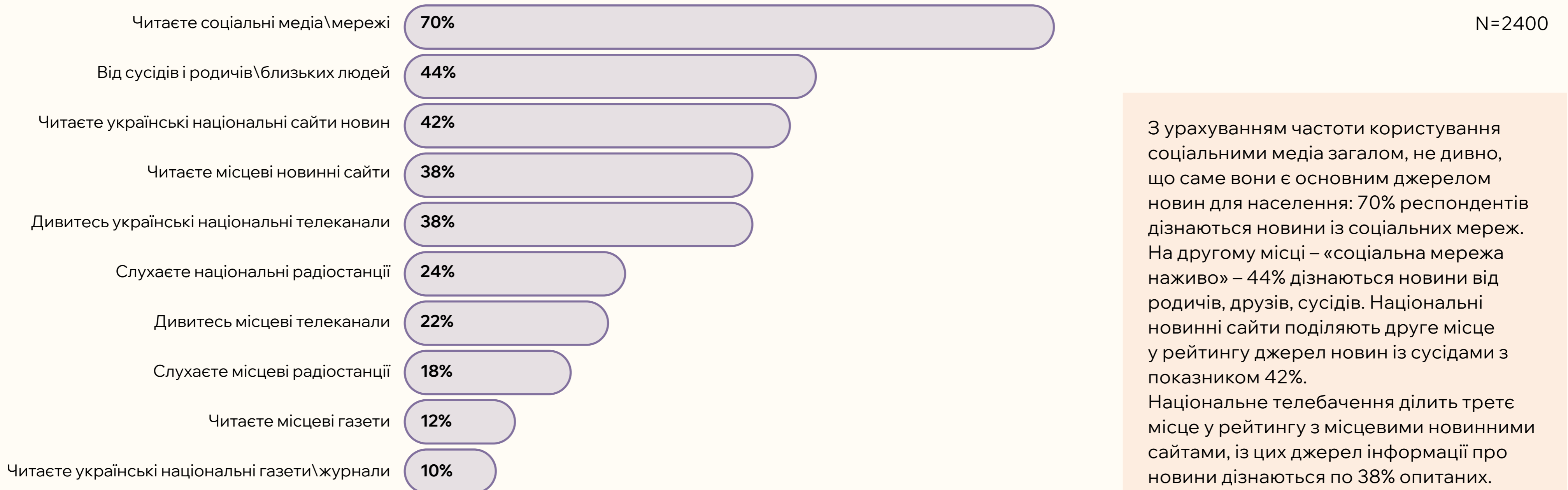
(Південь, екологічна ГО)

МЕДІА ТА ДЕРЖАВА

ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО НОВИНИ



Q31. Де ви читаете, звідки дізнаєтесь про новини?



З урахуванням частоти користування соціальними медіа загалом, не дивно, що саме вони є основним джерелом новин для населення: 70% респондентів дізнаються новини із соціальних мереж. На другому місці – «соціальна мережа наживо» – 44% дізнаються новини від родичів, друзів, сусідів. Національні новинні сайти поділяють друге місце у рейтингу джерел новин із сусідами з показником 42%.

Національне телебачення ділить третє місце у рейтингу з місцевими новинними сайтами, із цих джерел інформації про новини дізнаються по 38% опитаних.

МЕДІАСПОЖИВАННЯ



Q30. Як часто ви дивитесь, слухаєте, читаєте...

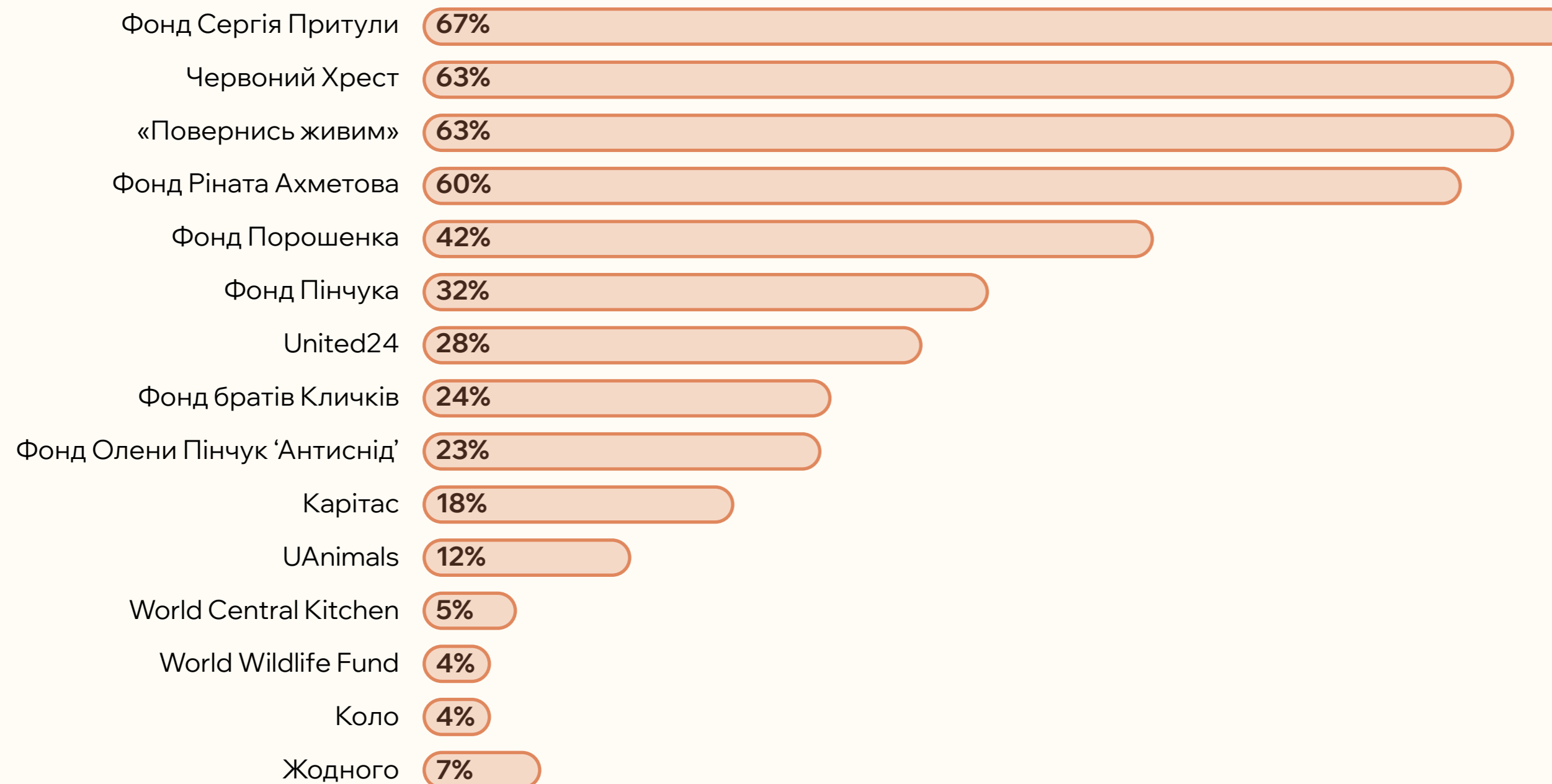


Основним каналом медіаспоживання населення є Telegram: 60% читають Telegram-канали щодня, а 74% — щонайменше раз на тиждень. Facebook посідає друге місце з часткою “тижневих” користувачів 59%, а Viber та Instagram ділять третє місце з часткою “тижневих” користувачів 47%. 47% населення кажуть, що дивляться телебачення щонайменше раз на тиждень, утім за часткою «щоденних користувачів» ТБ поступається цифровим каналам. Радіо — у кінці рейтингу з показником «тижневих слухачів» 34%.

МЕДІЙНА ПРИСУТНІСТЬ БЛАГОДІЙНИХ ФОНДІВ У ЗМІ



Q29. Про діяльність яких фондів ви чули або бачили в ЗМІ? (ТОП 15)



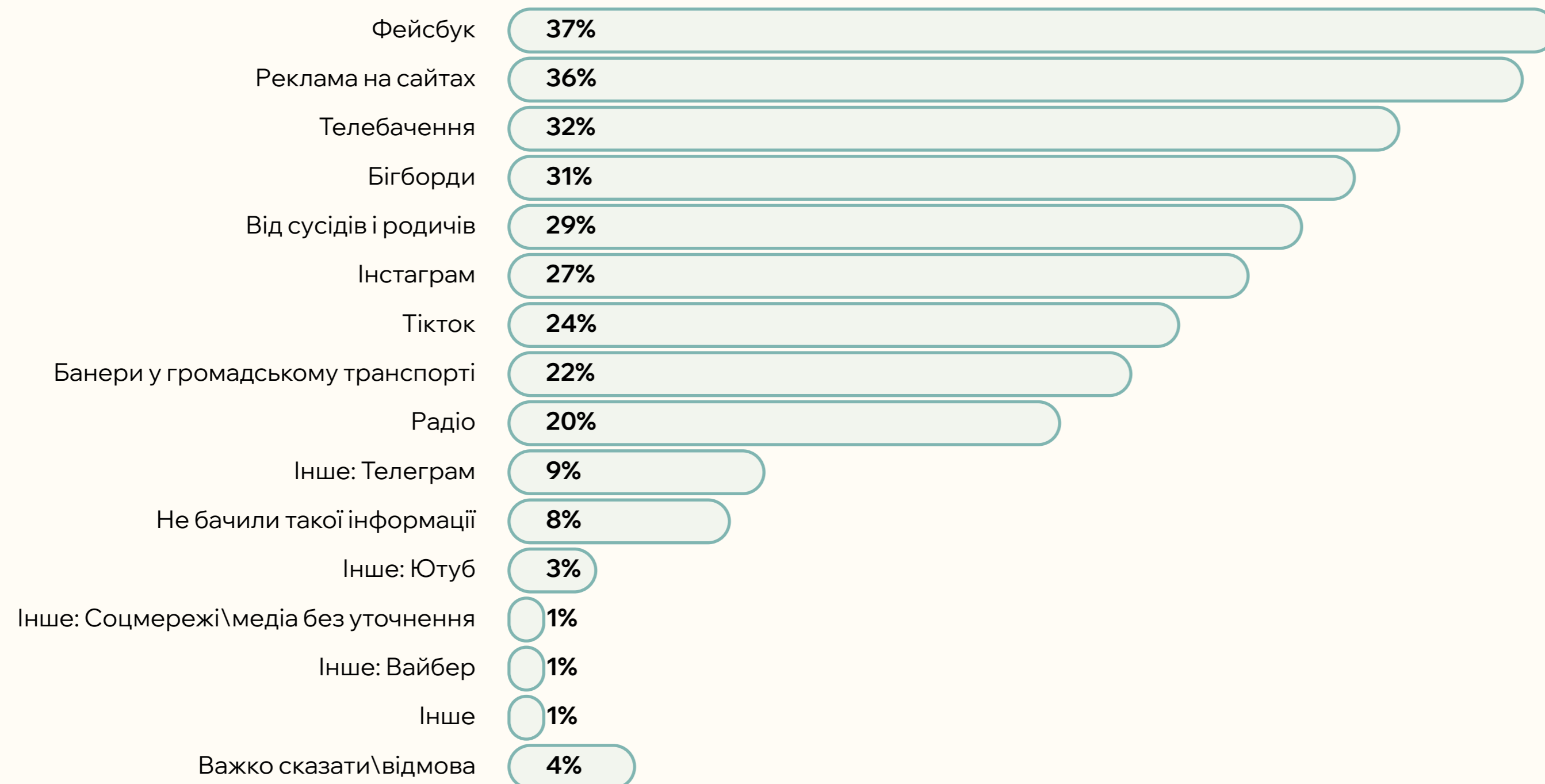
N=2400

Показники медійної присутності благодійних фондів у медіа корелює з показниками обізнаності населення про ці фонди. Лідерами є ті самі: Фонд Сергія Притули, Червоний Хрест, «Повернись живим» і Фонд Ріната Ахметова – щодо кожного з них понад 60% опитаних заявили, що бачили або чули про ці фонди у ЗМІ.

ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО БЛАГОДІЙНІ ФОНДИ



Q32. У публічному просторі з'являється інформація про благодійні фонди\організації.
Чи бачили ви її за останні пів року, і якщо так, то де саме?



N=2400

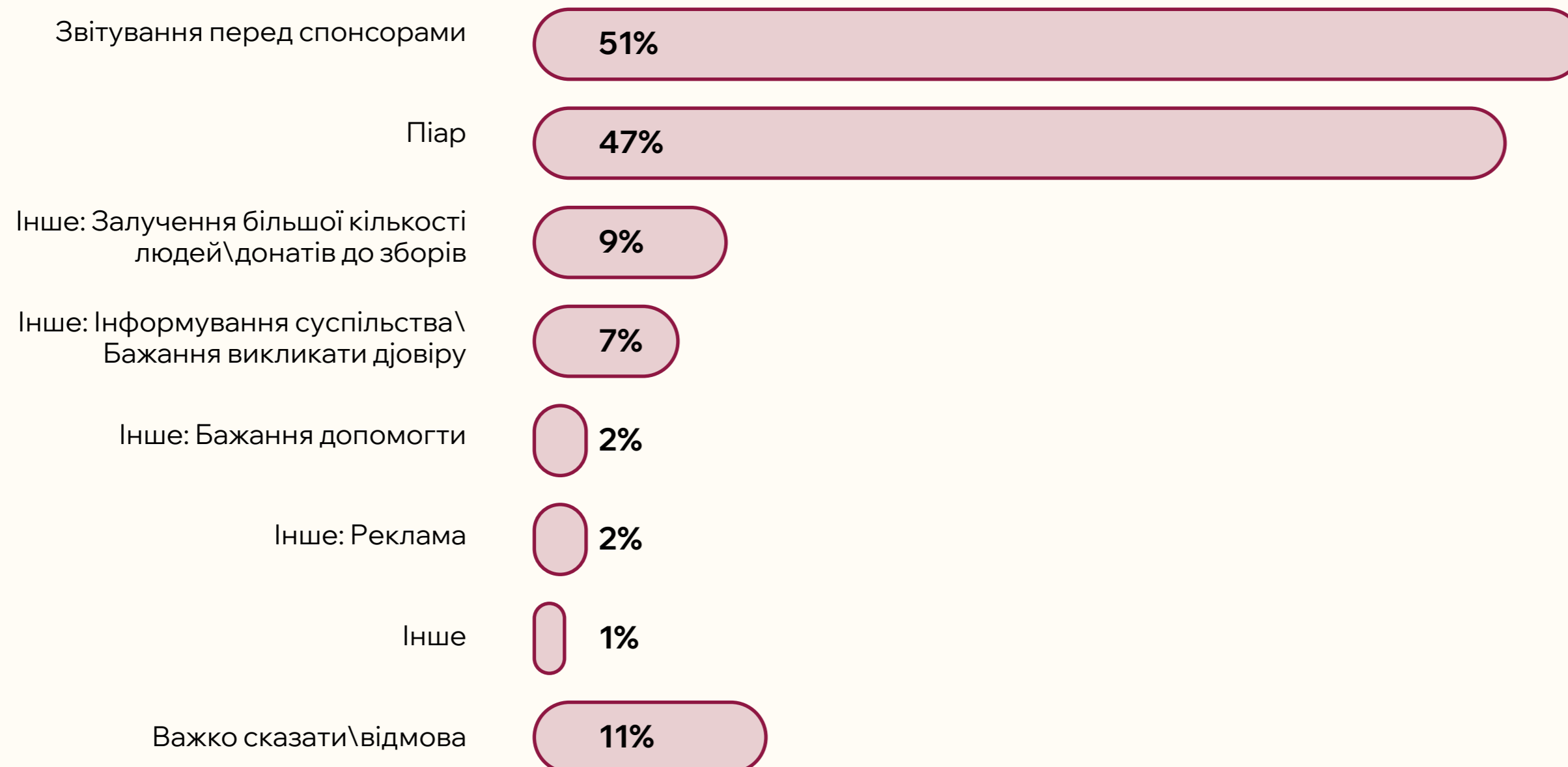
Джерела інформації про благодійні фонди відрізняються від джерел інформації про новини: перше місце посідають Facebook і реклама на сайтах (їх назвали 37% і 36% респондентів відповідно). Друге місце відійшло телебаченню, сусідам і родичам. Із цих джерел про благодійні фонди дізнаються 32% і 31% опитаних відповідно.

ПРИЧИНИ ПРИСУТНОСТІ БФ У МЕДІЙНОМУ ПОЛІ



Q33. Як ви вважаєте, яка причина фондів публікувати інформацію про свою діяльність?

N=2400



Респондентам було запропоновано обрати одну з двох причин присутності благодійних фондів у медійному полі (звітування перед спонсорами чи PR). Думки респондентів розділились майже порівну (51% і 47% відповідно). Утім, певна частка опитаних також назвала інші причини: залучення населення до участі у зборах, інформування суспільства про свою діяльність тощо). Цікаво, що варіант «звітування перед спонсорами» частіше обирають люди, які самі долучаються до благодійності (56%).

НЕОБХІДНІСТЬ ПРИСУТНОСТІ БФ У МЕДІЙНОМУ ПОЛІ



Q34. Як ви вважаєте, Благодійні фонди мають публікувати інформацію про свою діяльність чи «мовчки робити свою справу»?

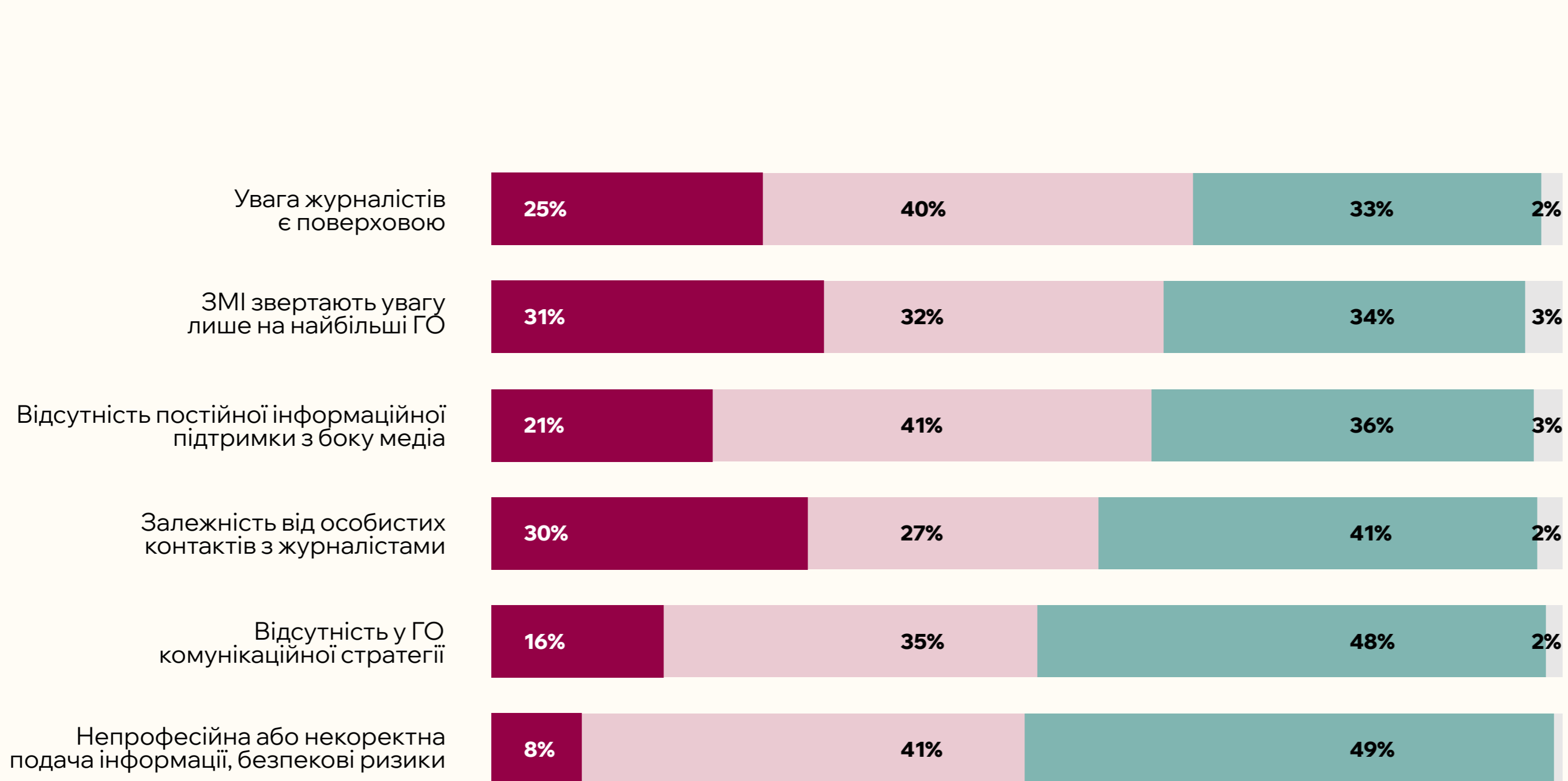


Більшість опитаних схильється до того, що благодійні фонди мають публікувати інформацію про свою діяльність (78%).

БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З МЕДІА



Q43. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з медіа в Україні та/або за кордоном?



- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

НУО стикаються з певними перешкодами у взаємодії з медіа. Найчастіше вони пов'язані з відсутністю уваги медіа до діяльності благодійних фондів: НУО кажуть, що увага журналістів є поверховою і спрямованою лише на найбільші ГО і БФ. Тож НУО не відчувають інформаційну підтримку з боку медіа і не вміють вибудовувати власні комунікаційні стратегії. Значна частка НУО вважає, що якість медійної підтримки залежить від наявності особистих контактів із журналістами.

ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НУО У МЕДІА



Частина НУО вказала, що активно висвітлює власну діяльність:

- Співпраця із журналістами сприяє **популяризації організацій** та діяльності, **допомагає збирати донати**.
- **Діяльність НУО цікава для ЗМІ**, є активна співпраця.
- Частина НУО комунікують діяльність частіше через соціальні мережі.
- Важливо мати особисті контакти із журналістами.

Канали інформування:

- Співпраця з українськими та міжнародними ЗМІ, зокрема ТБ
- Інтернет, сайт НУО
- YouTube
- Telegram
- TikTok
- Instagram
- Facebook
- Реклама
- Оголошення в державних закладах



«... якщо до нас раніше за інтерв'ю звертались два-три зовнішніх ЗМІ. Тепер у нас по 15-20 інтерв'ю або коментарів на місяць. Тобто ми стали більш видимими»

(Схід, ГО , соціальна сфера)

Частина НУО мають проблеми у висвітленні діяльності:

- **Не мають ресурсів і фахівців** для активної комунікації своєї діяльності, зокрема для роботи на виїздах.
- У громадах і малих містах **може не бути місцевих медіа**.
- З початку повномасштабної війни **кількість медіа помітно зменшилася й у великих містах**.
- Відсутність особистих контактів із журналістами.
- Вихід матеріалів про НУО у медіа можливий тільки на платній основі.
- Діяльність/тематика НУО не привертає увагу медіа
- Викривлення представниками медіа інформації про НУО.
- Порушення медіа безпекових правил.



«...до нас приїжджали ICTV і про нас був репортаж на телемарафоні «Єдині новини». Це було дуже важливо, дуже круто. Я знаю, що дуже багато організацій закладають у бюджет таку промоцію. Є деякий відсоток організацій, які платять - це як реклама, висвітлення діяльності. Але ми просто зацікавлюємо нашою діяльністю, нашими пресрелізами, ми поки не робили ніяких платних таких штук»

(Захід, гуманітарна ГО)



«У нас є свій сайт, акаунти в соціальних мережах, де постійно розповідаємо про свою роботу. Є масштабні проекти: Міжнародний фестиваль класичної музики. Ми висвітлюємо ці проекти завдяки співпраці з місцевими і не лише місцевими, з українськими ЗМІ»

(Схід, мілітарний БФ,)



«... найбільший сайт Житомира, головний редактор визначила політику: якщо громадська організація залучає гранти, то може заплатити за рекламу. Вони не висвітлюють діяльність, хоча це можуть бути соціально важливі проекти, тільки якщо міська рада партнер, бо у них договір з міською радою. Наші донори кажуть, що принципово громадські організації не повинні платити. Ми не заробляємо гроші. Ми робимо важливі справи для того, щоб змінювалося, щоб щось краще було. Ми відмовилися з ними співпрацювати»

(Центр, молодіжна ГО)



«Зі ЗМІ ми активно співпрацюємо, залучаємо журналістів іноді на виїзди в поля, щоб вони бачили на власні очі, що ми робимо. ЗМІ є одними з класних запорук репутації, запорук того, що про нас знають, зокрема, за кордоном, і бачать нашу діяльність. Це надважливо з ними співпрацювати»

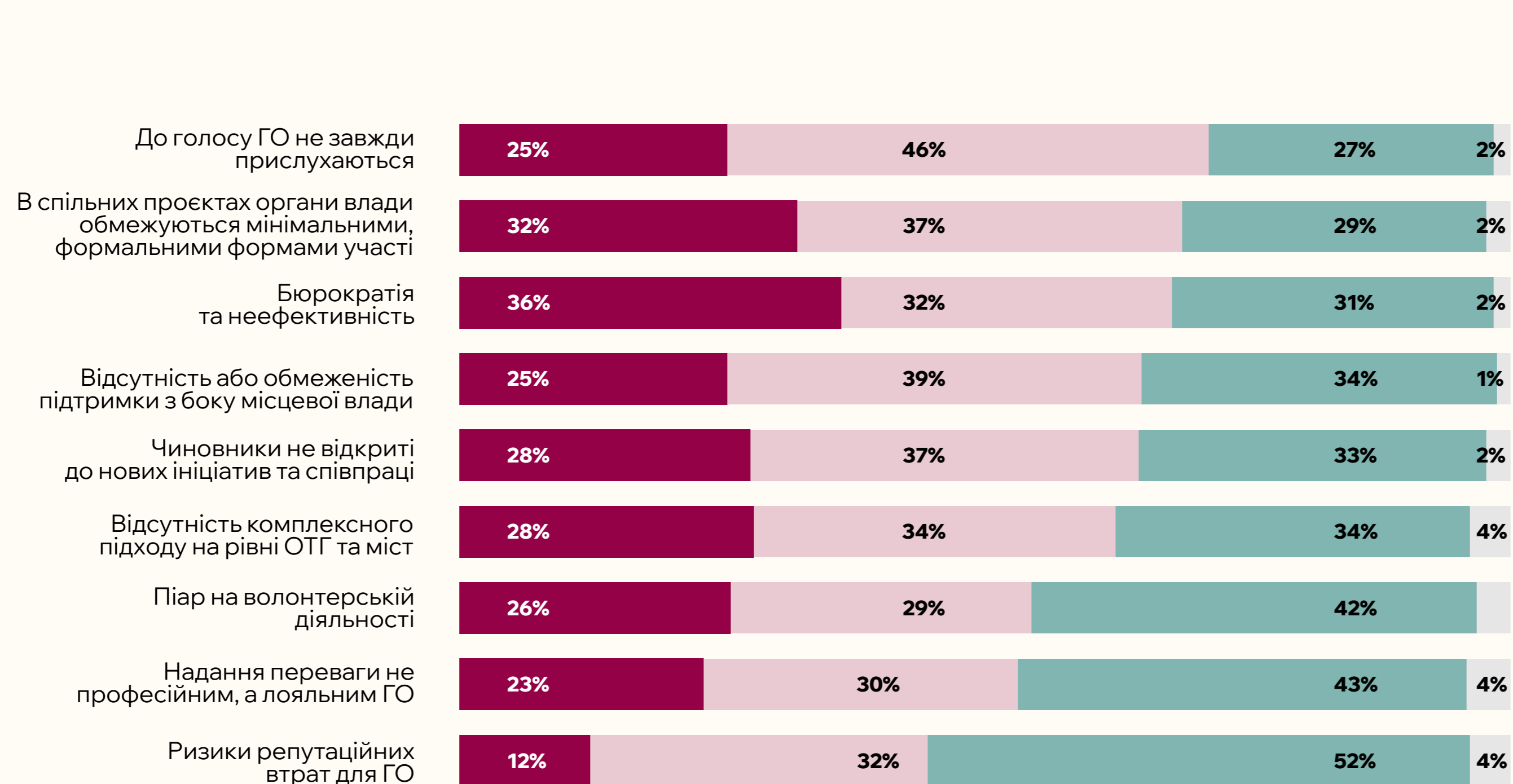
(Схід, БФ, гуманітарна сфера)



БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З МІСЦЕВОЮ ВЛАДОЮ



Q38. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з місцевою владою?



- Регулярно виникає
- Час від часу виникає
- (майже) не виникає
- Важко сказати\відмова

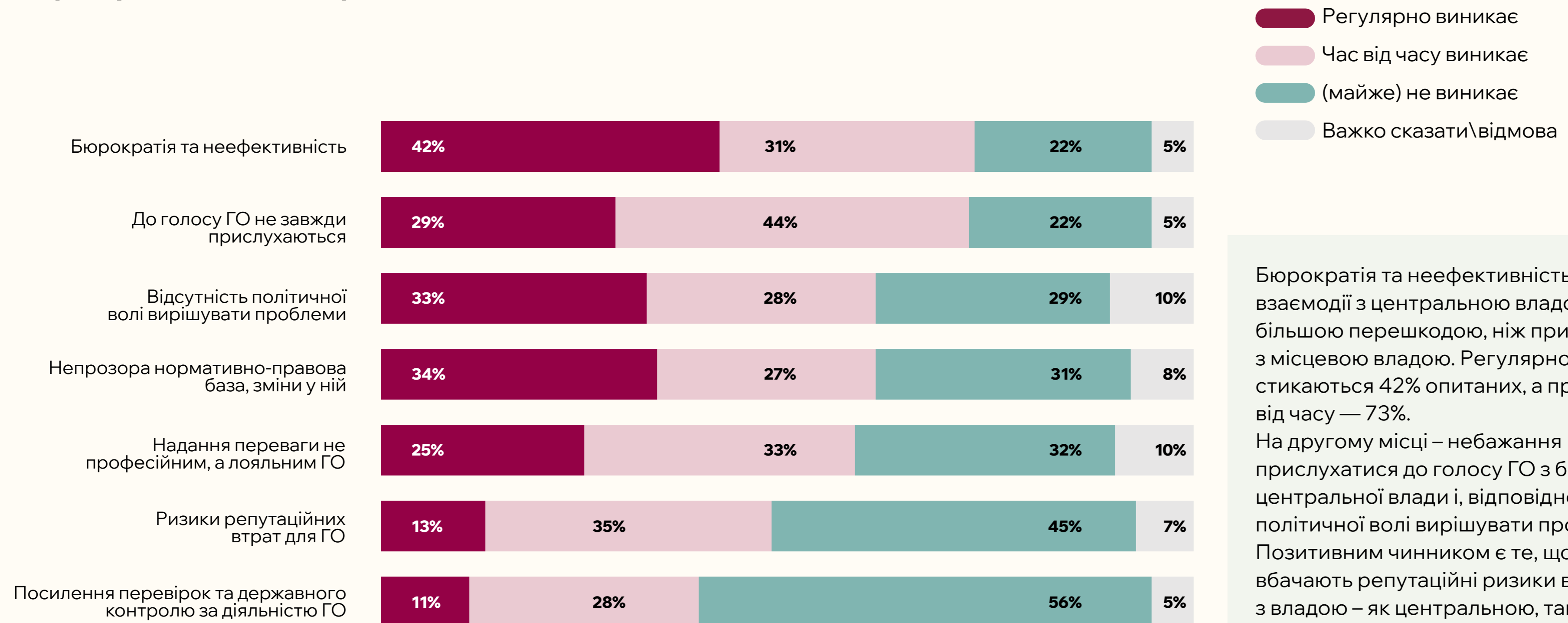
НУО стикаються з певними перешкодами у взаємодії з медіа. Найчастіше вони пов'язані з відсутністю уваги медіа до діяльності благодійних фондів: НУО кажуть, що увага журналістів є поверховою і спрямованою лише на найбільші ГО і БФ. Тож НУО не відчують інформаційну підтримку з боку медіа і не вміють вибудувувати власні комунікаційні стратегії. Значна частка НУО вважає, що якість медійної підтримки залежить від наявності особистих контактів із журналістами.

БАР'ЄРИ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ З ЦЕНТРАЛЬНОЮ ВЛАДОЮ



Q39. Які бар'єри, перешкоди виникають при взаємодії з центральною владою?

N=156



Бюрократія та неефективність при взаємодії з центральною владою є ще більшою перешкодою, ніж при взаємодії з місцевою владою. Регулярно з цим стикаються 42% опитаних, а принаймні час від часу — 73%.

На другому місці – небажання прислухатися до голосу ГО з боку центральної влади і, відповідно, відсутність політичної волі вирішувати проблеми. Позитивним чинником є те, що ГО рідко вбачають репутаційні ризики від взаємодії з владою – як центральною, так і місцевою.

СПІВПРАЦЯ З ЦЕНТРАЛЬНОЮ ТА МІСЦЕВОЮ ВЛАДОЮ

Фактори, що сприяють отриманню грантових коштів:

- **Нормативно-правова база**, що регулює діяльність і **вимоги до звітності** НУО та обліку та видачі гуманітарної допомоги, **змінюється**;
- Є багато нововведень щодо завезення гуманітарної допомоги та її оподаткування;
- Бухгалтери та юристи **відстежують зміни**;
- Фахівці відвідують навчання і консультуються між собою;
- НУО реєструються в базі Мінсоцполітики як надавачі гуманітарної допомоги;
- У органів влади на місцях і в Києві часто **немає чіткого і єдиного бачення**, якою має бути звітність і яка допомога оподатковується.
- У деяких НУО є **побоювання перевірок і штрафів**, інші НУО вказували, що адаптуються до вимог;
- Деякі НУО заспокоюють себе тим, що **не завжди законодавство працює “як написано”**;
- Деякі **НУО залучені до адвокації та комунікації** потреб організацій регуляційним органам влади.
- НУО намагаються надавати **рекомендації центральним органам виконавчої влади** щодо покращення регулювання, але це довгий та важкий процес;
- ГО мають більше обмежень ніж БФ, зокрема щодо видачі гуманітарної допомоги.

- Частина НУО мають **досвід успішної співпраці** з органами влади, частина – вказувала на виклики та проблеми;
- Певні **виклики має більшість НУО**, меншість НУО зовсім не мають скарг;
- Деякі НУО мають конфлікти з владою, зокрема через антикорупційну діяльність.

Успішна взаємодія з органами влади:

- Меморандуми про співпрацю з органами влади;
- Системна і багаторічна плідна співпраця з місцевою владою;
- Надання консультацій щодо потреб ЦА та НУО;
- Рекомендації щодо регулювання та законодавства;
- Регулярна участь у радах/дорадчих органах і робочих групах;
- Адвокаційні зустрічі та кампанії;
- Документація та розслідування воєнних злочинів.
- Спільні заходи і проекти: культурні заходи, освітні проекти, соціально-психологічна допомога;
- Співпраця із комунальними закладами освіти, медицини та іншими за підтримки місцевої влади;
- Допомога обладнанням та необхідними матеріалами.

Проблеми і виклики:

- Закритість влади/окремих інституцій;
- Відсутність/недостатність комунікації/діалогу та співпраці;
- Небажання влади чути критику від НУО, бажання в інформаційному полі створювати лише позитивну картинку;
- Нерівномірна ефективність співпраці з різними органами влади;
- Непрофесійність держслужбовців;
- Нереалізовані попри обіцянки проекти;
- Недостатність підтримки, в тому числі фінансової, з боку місцевої влади;
- Міська влада централізовано розподіляє гуманітарну допомогу і монополізує сферу, зокрема військову допомогу.
- Непартнерський формат співпраці на умовах представників влади, ігнорування потреб НУО;
- Одноосібне прийняття рішень, зокрема головами громад;
- Корупція в органах влади: НУО, що її викривають, зазнають переслідування; зростання корупції під час війни;
- Переслідування неблизьких до влади НУО – перевірки, розслідування, позови;
- Руїнування культурної та архітектурної спадщини міст близькими до влади забудовниками;
- Корупція в земельній сфері, зміна статусу ділянок, а саме: особливо цінних, природоохоронних, заповідників тощо.

Сторони:

- Місцева влада – міські та обласні ради, голови громад, ОВА;
- Релоковані громади;
- Центри зайнятості та Центри соціальних послуг;
- Комунальні служби (прифронтові міста);
- Парламент;
- Президент і Офіс Президента;
- Міністерства – соціальної політики, реінтеграції, юстиції, культури, освіти, охорони здоров'я.
- Посольства України в різних країнах;
- Офіс омбудсмена;
- Силі структури – поліція, СБУ, Офіс генерального прокурора;
- Державна служба з етнополітики та свободи совісті;
- Національна академія наук;
- Податкова Служба;
- Держпродспоживслужба.

ЦИТАТИ



«...Якщо через наш фонд проходить машина, це матеріальна цінність - треба ставити на баланс, тяганина з документацією є, і вона стала гіршою з січня. Юрист кожного місяця дзвонить до Києва і розповідає, що у них там у самих ще немає алгоритму правильної роботи. Вони самі ще не знають»

(Південь, мілітарний БФ)



«Придумали закон, а механізм виконання не придумали. ...про облік гуманітарної допомоги. Зараз гуманітарну допомогу ми розподіляємо через електронну базу. Але база з кожним звітом змінюється по 10 разів. Людина веде базу і має стрес. Вона заповнила, воно все помінялося і треба по-новому все додавати, нові кнопки з'являються і так далі»

(Центр, молодіжна ГО)



«...формалізму в процесі реєстрації, перереєстрації, зміни керівництва стало більше, ніж раніше. Декілька тижнів ти займаєшся лише редагуванням формальним, отримуєш масу зауважень, не принципів»

(Захід, правозахисна ГО)



«...В тому місті, де зареєстрований фонд, влада шкодить. Постійно перевірки: з податкової, з поліції, з Держпродспоживслужби. Голова - як єдиний волонтер: всі щось привозять, але тільки він передає у бригади. І як тільки щось починає працювати у нас, треба адвокат, бо є позов і слідство»

(Захід, мілітарний БФ)



«Іноді вони чують, частіше вони не чують. На це є об'єктивні причини, але є і суб'єктивні. У нас професійних держслужбовців дуже мало.»

(Центр, БФ соціальна сфера)



«Військова адміністрація більше виглядає як закрита структура, до якої так просто не попадеш. Якщо треба вирішити питання, то вирішуєш через особисті знайомства із заступниками, щоб вони розуміли, чим ти можеш бути їм корисним у плані співпраці.»

(Центр, молодіжна ГО)

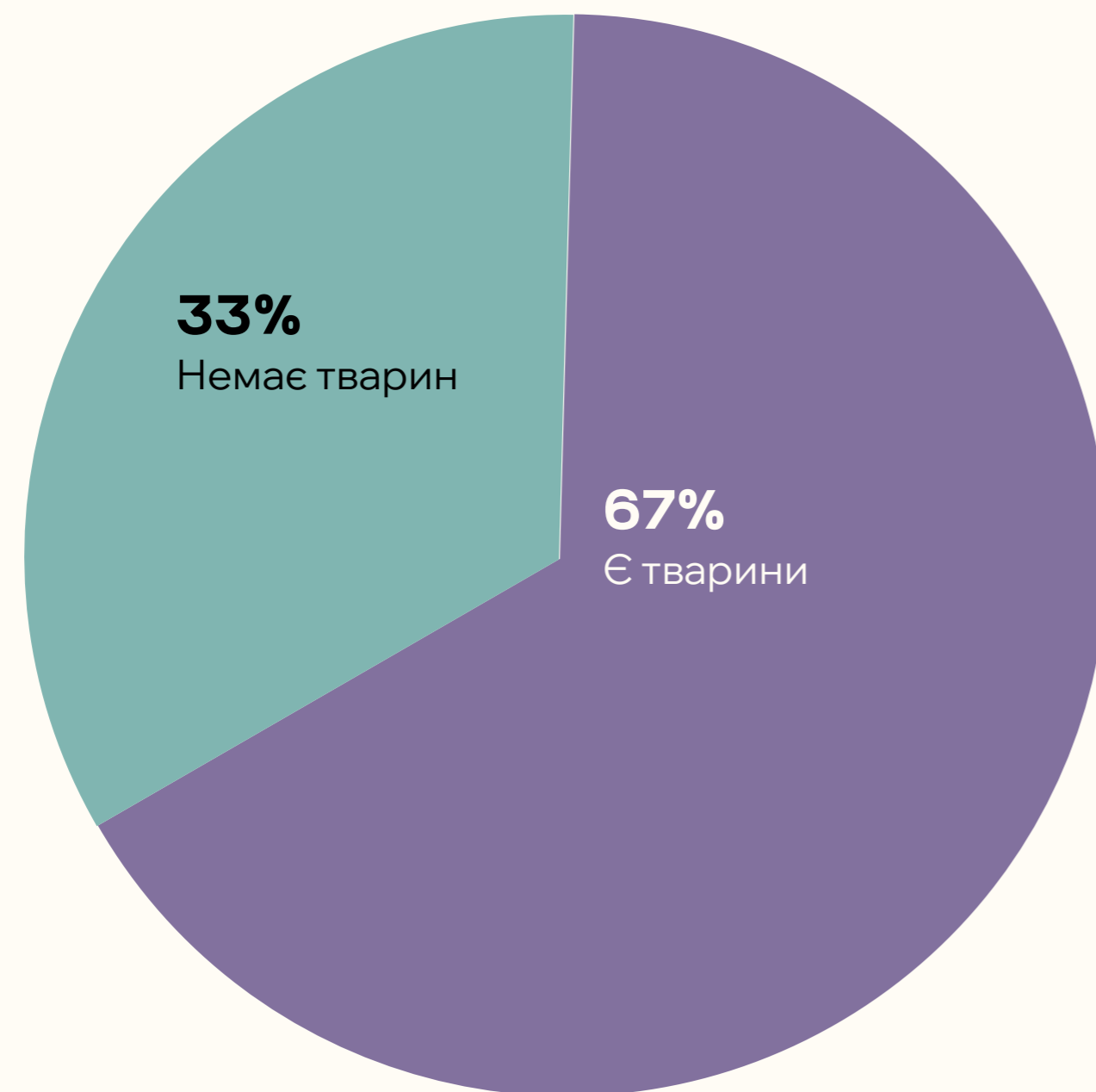


БЛАГОДІЙНІСТЬ ТА ВЛАСНИКИ ТВАРИН

НАЯВНІСТЬ ДОМАШНІХ УЛЮБЛЕНЦІВ



Q10. Чи є у Вас собаки чи коти?



2/3

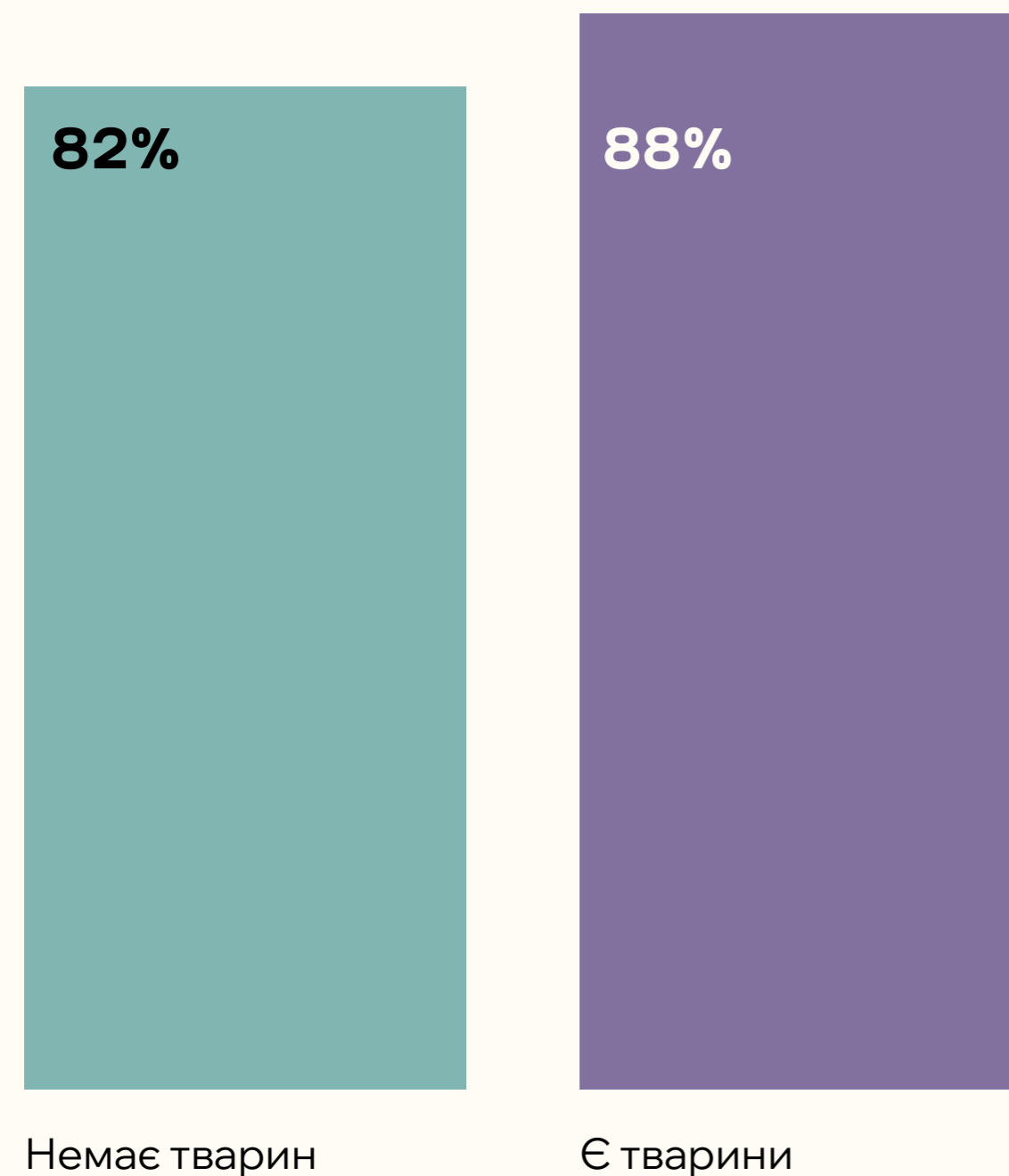
опитаних відповіли ствердно на питання, чи мають вони собак та/або котів

N=2400

ЗАЛУЧЕННЯ ДО БЛАГОДІЙНОСТІ



Q3. Чи долучались Ви особисто протягом останніх 12 місяців до благодійності \ допомагали комусь (фінансово чи вчинками)\ займались волонтерством?



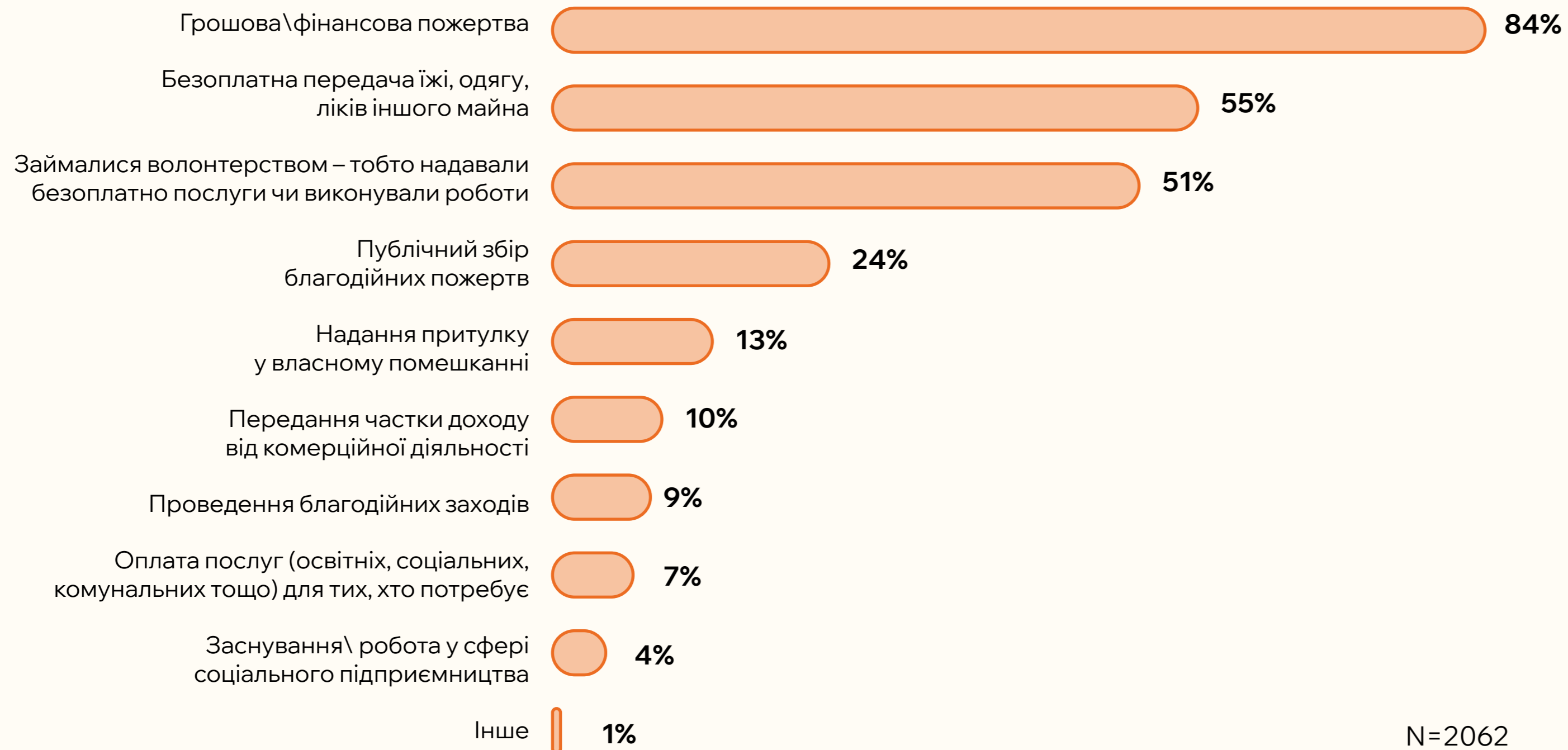
N=2400

До благодійності залучені 82% людей, які не мають домашніх тварин, і 88% тих, хто має собаку або кота. Ця цифра більша за відсоток у загальній вибірці, де долученість до благодійності становила 86%.

ВИДИ БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



Q3.4. У якому вигляді ви здійснювали благодійну діяльність протягом останніх 12 місяців?



N=2062

Порівняно із тими, хто не має домашніх улюбленців, власники собак та котів активніше долучаються до безоплатної передачі речей (55% проти 49%), надання притулку у власному помешканні (13% проти 7%), до публічного збору благодійних пожертв (24% проти 22%) та волонтерства (51% проти 48%).

СЕРЕДНЯ СУМА ПОЖЕРТВ:



ВЛАСНИКИ ТВАРИН / НЕ ВЛАСНИКИ ТВАРИН

Q7. Яку приблизно суму ви пожертвували на благодійність протягом останніх 3-х місяців



Власники домашніх тварин в середньому донатять на

16%

більше за квартал

N=2062

