



Посольство  
Великої Британії  
в Україні



# ЗВІТ ПРО ЗАЛУЧЕННЯ, ВЗАЄМОДІЮ ТА СТВОРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ





## ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

АР Крим	Автономна Республіка Крим
КМУ	Кабінет Міністрів України
ВПО	внутрішньо переміщена особа
КІ	ключовий інформатор
КМІС	Київський міжнародний інститут соціології
МОМ	Міжнародна організація з міграції
ПЗ	програмне забезпечення
ПРООН	Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй
ПТУ	професійно-технічне училище
ОФГ	обговорення у фокус-групах
ЮНІСЕФ	Дитячий фонд Організації Об'єднаних Націй (з англ. United Nations International Children's Emergency Fund, UNICEF)
PR	зв'язки з громадськістю (з англ. Public Relations)
ВООЗ	Всесвітня організація охорони здоров'я

Викладені в цьому звіті думки належать авторам і не обов'язково відображають погляди Міжнародної організації з міграції (МОМ) або Посольства Великої Британії в Києві.



## ЗМІСТ

<b>ВСТУП ТА МЕТОДОЛОГІЯ .....</b>	<b>4</b>
<b>ЧАСТИНА 1 ОПИТУВАННЯ МОЛОДІ .....</b>	<b>6</b>
1.1. ВИМІРЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗГУРТОВАНОСТІ .....	6
Цінності та соціально-економічні орієнтації молоді .....	7
Залучення до життя громади та ініціатив.....	7
Вплив на хід свого життя .....	9
Довіра vs. обережність: погляд молоді.....	9
Наполеглива праця vs. удача і зв'язки .....	9
1.2. МОЛОДІЖНІ ЦЕНТРИ: ВІДВІДУВАННЯ, ДОСТУПНІСТЬ, ПОСЛУГИ, ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	10
Доступність молодіжних просторів (центрів) .....	10
Чому молодь не відвідує молодіжні центри?.....	10
Важливість наявності молодіжних просторів (центрів) у громаді .....	11
Очікувані послуги молодіжних центрів .....	12
Джерела інформації про молодіжні центри .....	12
Соціальні мережі як джерела інформації про молодіжні центри .....	12
1.3. СИТУАЦІЯ НА РИНКУ ПРАЦІ ТА ДОСТУП ДО ПОСЛУГ .....	12
Безробіття: поширеність, причини.....	12
<b>РОЗДІЛ 2: ОПИТУВАННЯ МОЛОДІЖНИХ ПРОСТОРІВ (ЦЕНТРІВ).....</b>	<b>13</b>
Персонал молодіжних центрів.....	14
2.1 ПОСЛУГИ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ .....	15
Проекти та програми.....	15
Напрями роботи молодіжних центрів .....	15
2.2 ОЧІКУВАННЯ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ ВІД ДЕРЖАВИ.....	16
Яких нормативно-правових змін потребує діяльність молодіжних центрів? .....	16
Моніторинг потреб цільової аудиторії та механізм прийняття рішень на основі зворотного зв'язку.....	17
Канали поширення інформації про діяльність молодіжних центрів.....	17
2.3. ОСНАЩЕННЯ ТА ДОСТУПНІСТЬ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ (БЕЗБАР'ЄРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ) ..	17
Оснащення молодіжних центрів. ....	17
<b>Додаток 1 Огляд методології.....</b>	<b>18</b>
Опитування молоді.....	18
Опитування працівників молодіжних центрів .....	19
Обговорення у фокус групах (ОФГ).....	19
Етичні норми проведення дослідження та безпека даних .....	19
Правила поведінки під час епідемії коронавірусу .....	19

## ВСТУП ТА МЕТОДОЛОГІЯ

Громадська активність молоді, її готовність присвятити час самоосвіті, благодійності, волонтерству та турботі про довкілля позитивно впливає на місцеві громади, підвищує їхню стійкість та формує у молодих людей лідерські навички. Здатність молоді зайняти проактивну позицію у здійсненні позитивних змін у своїх громадах потребує створення платформи, яка б об'єднала молодь та інші зацікавлені сторони, що представляють державу, громадянський сектор, бізнес тощо. Для вирішення цієї проблеми пріоритетними питаннями в молодіжній політиці країни стали розвиток молодіжної інфраструктури та мережі молодіжних просторів, що діють на національному, регіональному та місцевому рівнях.

У жовтні-грудні 2021 року Міжнародна організація з міграції (МОМ) у партнерстві з Міністерством молоді та спорту України (ММСУ) провели комплексне дослідження в рамках проекту «Долучайся, взаємодій, створюй: активна молодь та місцева влада на захисті довкілля (BRIDGE)» за фінансування Посольства Великої Британії. Виконавцем дослідження став Київський міжнародний інститут соціології (КМІС).

З одного боку, дослідження оцінює роль молоді у соціальній єдності та стійкості у будівництві громад, рівень та способи її залучення до громадських ініціатив та інфраструктури молоді. З іншого боку, це дослідження спрямоване на профілювання спроможності молодіжних просторів (центрів), включаючи оцінку їхньої фізичної інфраструктури, людського та соціального капіталу, засобів зовнішнього спілкування, досвід забезпечення послуг вразливим категоріями населення та їхнє оснащення з точки зору забезпечення безбар'єрного доступу для молоді з інвалідністю та для маломобільної молоді.

Дане дослідження було проведено до військового наступу Російської Федерації, який розпочався

24 лютого 2022 року та призвів до повномасштабної війни в Україні. Це спричинило безпрецедентну гуманітарну кризу по всій країні, що значно вплинула на життя молодих людей та громад. Понад 7,1 мільйона людей стали внутрішньо переміщеними особами після вторгнення в Україну<sup>1</sup>, з них майже третина молодих людей віком 18-34 років. Ці молоді люди переїхали в інші регіони країни в пошуках безпеки та притулку, втративши майно, доступ до освіти та стандартні умови життя. Водночас інші залишилися у звичних місцях проживання з обмеженим доступом до засобів до існування та основних послуг. Що стосується молодіжної інфраструктури, то починаючи з лютого 2022 року молодіжні простори оперативно переорієнтували свою діяльність, використовуючи наявні спроможності. Ці елементи молодіжної інфраструктури сприяли розподілу гуманітарної допомоги населенню, що постраждало від війни в Україні. Вони стали координаційними центрами волонтерів, штабами допомоги переселенцям, збору гуманітарної допомоги, допомоги військовим та територіальній обороні<sup>2</sup>. Проте деякі молодіжні простори постраждали від війни. За словами Міністра молоді та спорту України, 17 молодіжних центрів в Україні були зруйновані чи окуповані<sup>3</sup>.

Дослідження поєднувало в собі два опитування: одне з яких орієнтоване на персонал молодіжних центрів, а інше – на молодь віком 14-35 років. Крім того, збір інформації у даному дослідженні відбувся за допомогою обговорень у фокус-групах, проведених з молоддю, персоналом молодіжних центрів, орієнтованими на молодь організаціями, місцевою владою та приватним сектором, щоб доповнити результати кількісного компонента дослідження. З метою збору даних до дослідження було залучено 24 регіональні команди інтерв'юерів загальною кількістю 155 осіб (із яких 139 жінки та 16 – чоловіки), а

<sup>1</sup> [https://ukraine.iom.int/sites/default/files/ukraine\\_internal\\_displacement\\_report\\_r2\\_apr\\_2022\\_eng.pdf](https://ukraine.iom.int/sites/default/files/ukraine_internal_displacement_report_r2_apr_2022_eng.pdf)

<sup>2</sup> [https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna\\_polityka/Molodijna%20polituka/molodizhnyy-tsentrid-chas-viyny-rekomendatsii.pdf](https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/Molodijna%20polituka/molodizhnyy-tsentrid-chas-viyny-rekomendatsii.pdf)

<sup>3</sup> Ministry of Youth and Sports of Ukraine. April 5, 2022. <https://mms.gov.ua/news/ministr-vadim-gutcajt-zaproponuvav-jevropejskim-kolegam-realni-kroki-dopomogi-ukrayinskij-molodi-molodizhnim-centram-ta-molodizhnim-pracivnikam-uzvyazku-z-rosijskoyu-agresiyeyu-v-ukrayini>



також 2 модератори фокус-груп. Нижче наведено короткий опис методології, а детальний опис – у додатку 1 до цього звіту.

Опитування молоді: Польовий етап загальнонаціонального опитування молоді тривав з кінця жовтня до кінця листопада 2021 року. Всього методом особистого інтерв'ю було опитано 2 432 респондентів у 24 областях України та місті Києві. Для проведення опитування молоді була розроблена стратифікована, чотириступенева вибірка, випадкова на кожному ступені.

Вибірка репрезентує населення віком 14-35 роки, яке постійно проживає на території України, не проходить військову службу і не перебуває у в'язницях або медичних закладах (лікарнях, медичних інтернатах). До вибірки не включалися території, які тимчасово не контролюються владою України, – АР Крим, окремі райони Донецької і Луганської областей.

Опитування працівників молодіжних центрів: Польовий етап опитування працівників молодіжних центрів тривав з 01 листопада по 10 грудня 2021 року. Всього був опитаний 201 респондент, із них 180 – методом особистих інтерв'ю та 21 – методом телефонних інтерв'ю. Всі опитані були працівниками молодіжних центрів. До участі запрошувалася один представник із молодіжного центру, що відповідав встановленим критеріям відбору (18 років або старше, володіє інформацією про усі аспекти роботи молодіжного центру).

Опитування проведено за переліком молодіжних центрів, сформованим Міністерством молоді та спорту України та переданим МОМ. Опитуванню підлягали усі молодіжні центри,

## ВИЗНАЧЕННЯ: МОЛОДЬ

Особи віком від 14 до 35 років, які є громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах — згідно із Законом України «Про основні засади молодіжної політики» .

що увійшли до переліку. У зв'язку із пандемією COVID-19, команда дослідників зіштовхнулася із проблемою встановлення першого контакту із молодіжними центрами. Відповідно до інструкції, перший контакт (перед відвідуванням) мав бути встановлений у телефонному режимі, що дозволило мінімізувати кількість нерезультативних поїздки. Встановлення першого контакту займало досить багато часу, а у окремих випадках контакт так і не вдалося встановити (через відсутність актуальних контактів). Для мінімізації таких випадків команда слідувала чіткому протоколу, що включав такі рекомендації (але не обмежувався ними): здійснювати пошук будь-яких контактів за допомогою відкритих джерел, телефонних дзвінок щонайменше три рази у різні робочі дні та різні робочі години. Крім того, контакт встановлювали за допомогою електронної пошти або месенджера, комунікації з сільським або міськими радами тощо.

Обговорення у фокус-групах. Окрім того, протягом листопада-грудня було проведено 15 онлайн фокус-групових обговорень, серед яких 8 дискусій із молоддю 14-35 років (включаючи молодь з інвалідністю),

3 дискусії з ключовими інформантами, 2 дискусії із працівниками молодіжних центрів та 2 дискусії із відвідувачами молодіжних центрів. Серед учасників були представлені жителі міських та сільських населених пунктів. Всього у дискусіях взяло участь понад 105 учасників із Києва, Київської, Харківської, Львівської, Одеської, Дніпропетровської, Донецької, Луганської та Херсонської областей.

Звіт складається з двох частин, перша висвітлює результати опитування молоді, а друга – результати опитування працівників молодіжних центрів.

## ВИЗНАЧЕННЯ: МОЛОДІЖНИЙ ПРОСТІР (ЦЕНТР)

Молодіжний центр – установа, підприємство, організація, що здійснює молодіжну роботу. Метою діяльності центру є сприяння соціалізації та самореалізації молоді; інтелектуальному, моральному, духовному розвитку молоді, реалізації її творчого потенціалу; національно-патріотичному вихованню молоді; популяризації здорового способу життя молоді; працевлаштуванню молоді та зайнятості у вільний час, молодіжному підприємництву; забезпеченню громадянської освіти молоді та розвитку волонтерства; підвищенню рівня мобільності молоді.

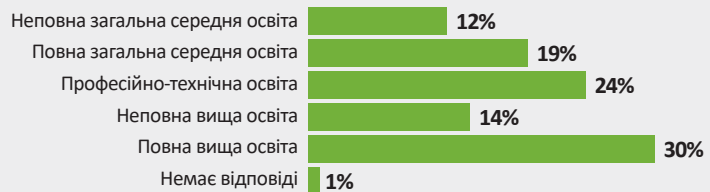
## ЧАСТИНА 1 ОПИТУВАННЯ МОЛОДІ

### ДЕМОГРАФІЯ

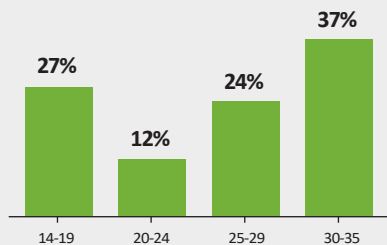
#### Стать



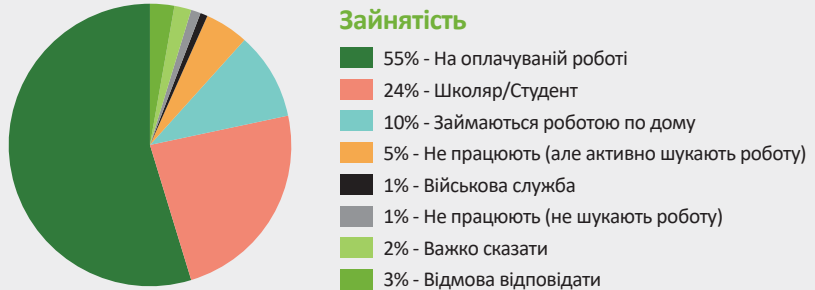
#### Рівень освіти



#### Вікова група



#### Зайнятість

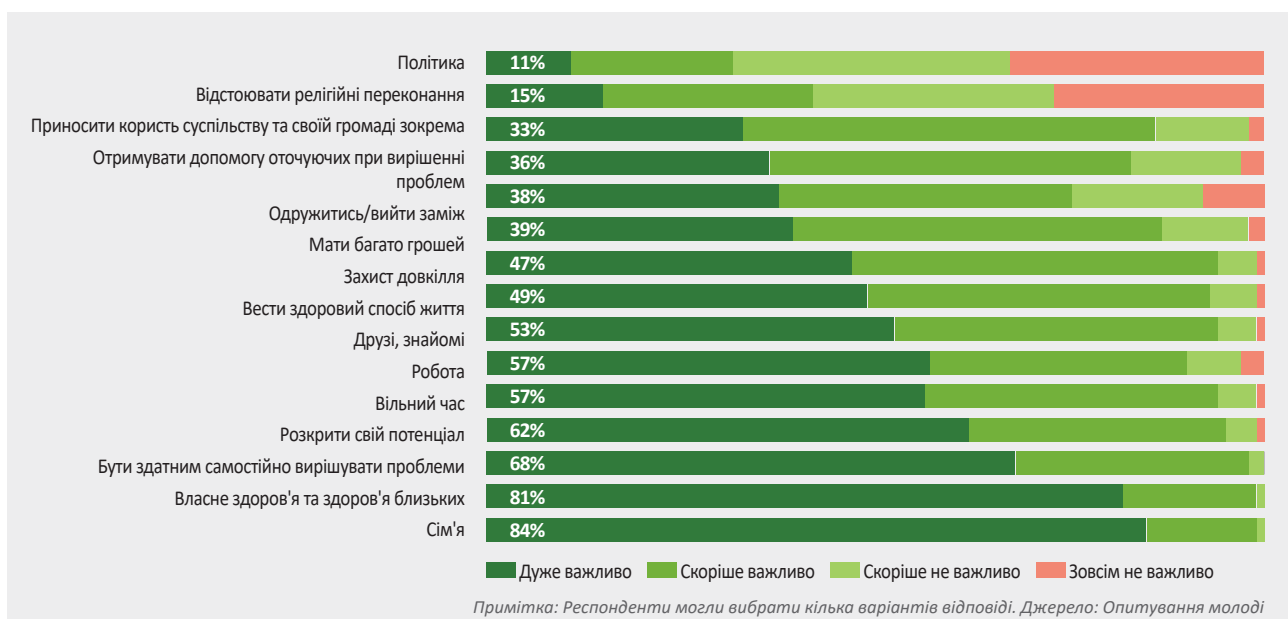


Серед опитаних молодих людей – три відсотки безробітних, два відсотки молоді з інвалідністю, один відсоток ветеранів бойових дій на сході України та такі ж частки внутрішньо переміщених осіб та молоді, позбавленої батьківського піклування (по 1%).

Приблизно один відсоток опитаних сукупно належить до таких категорій, як біженці, іноземці, особи без громадянства та до інших категорій населення, зокрема до молоді з багатодітних або малозабезпечених сімей чи багатодітної молоді.

## 1.1 ВИМІРЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗГУРТОВАНOSTІ

### Діаграма 1. Цінності, важливі для молоді





## Цінності та соціально-економічні орієнтації молоді

У першій трійці важливих цінностей для молоді – власне здоров’я та здоров’я близьких, сім’я та здатність самостійно вирішувати проблеми. Примітно, що для молодих людей важливо бути незалежним при вирішенні проблем і питань.

## Залучення до життя громади та ініціатив

Під час кризи особливо важливо створювати умови для зміцнення відчуття приналежності молодих людей до спільнот і їхньої згуртованості. Учасники фокус-груп пов’язували виникнення відчуття приналежності до громади з залученням до діяльності, яка спрямована на досягнення спільної мети, включаючи розв’язання проблем або організацію дозвілля. Респонденти згадували, що відчуття приналежності виникає, коли вони відчують, що результати їхньої діяльності будуть оцінені іншими жителями громади. З одного боку, це проявлялось як формування образу в очах інших.

Наприклад, молоді люди, які займаються спортом, згадували, що для них є важливим, щоб інші сприймали їх як успішних гравців у спортивних змаганнях. З іншого боку, значущим для опитаних було те, щоб результати їхньої діяльності були визнані та винагороджені. Наприклад, учень, який сумлінно навчається, має отримати стипендію. Інші говорили, що відчуття приналежності виникає, коли вони відчують турботу з боку інших людей.

Дві третини опитаних молодих людей (68%) сказали, що відчують себе частиною громади, у якій вони проживають. Одна четверта опитаних (25%) не мають такого відчуття і 7% не відповіли на це запитання.

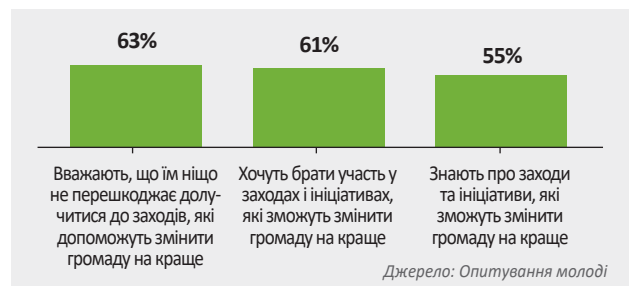
Молодь віком від 25 до 35 років більшою мірою відчуває себе частиною громади, ніж молодші покоління опитаних. Так, 70% цієї молоді повідомили, що відчують свою приналежність до громади по-

*У моєму місті молодь насправді втілює багато ефективних змін: і з екологічного напрямку, і з розважального, і створення молодіжного центру. Проте, ці заходи вона може здійснювати, коли не потребує певної фінансової підтримки. Якщо заходи потребують певної фінансової підтримки, тут вже часто включається політика, яка може нести певні і позитивні, і нега-тивні фактори. Наприклад, в нас є такий бюджет громадської участі, куди молодь може подати на фінансування певний свій проект до міської ради. На жаль, тут вже включається і політика теж.*  
**Чоловік, голова скаутської ГО, м. Дрогобич**

рівняно з 66% молодих людей віком від 14 до 19 років та 61% тих, кому виповнилося від 20 до 24 років. Сільська молодь частіше відчуває приналежність до місцевої громади, ніж міська (75% опитаних у сільській місцевості порівняно з 65% опитаних у містах). Спостерігається і зв’язок між належністю до домогосподарств з особами з інвалідністю та відчуттям себе як частини громади: молодь, що належить до таких домогосподарств, відчуває себе частиною громади рідше (59% опитаних), ніж решта респондентів та респонденток (69%).

Молоді люди у сільській місцевості частіше мають бажання взяти участь у заходах та ініціативах, які б змінили громаду на краще (67% порівняно з 58% молоді у містах) та більш впевнені у відсутності перешкод для долучення до таких заходів (70% порівняно

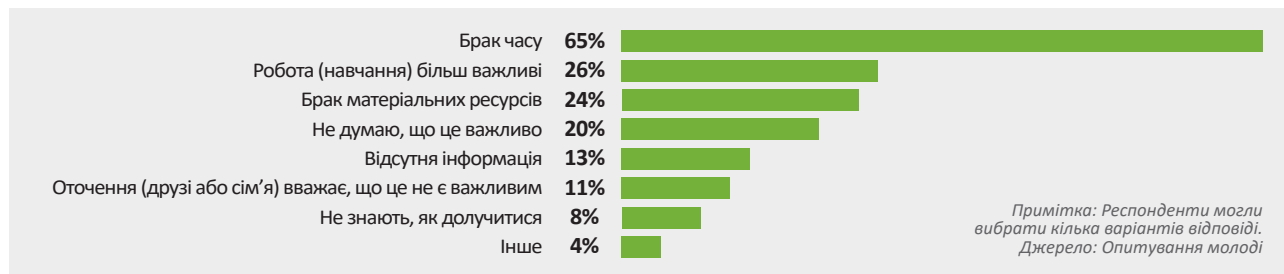
**Діаграма 2. Поінформованість про заходи та ініціативи та бажання долучитися до них**



**Діаграма 3. Види громадської діяльності за останні 12 місяців**



### Діаграма 4. Причини відсутності благодійності, волонтерства та представництва інтересів



з 59% молоді у містах). Але їхній рівень поінформованості про ці заходи нижчий і ближчий до рівня поінформованості міської молоді: про них знають 57% респондентів та респонденток у сільській місцевості та 53% у містах. До того ж, молодь, яка належить до домогосподарств, де є люди з інвалідністю, частіше вважає, що їй ніщо не перешкоджає долучитися до ініціатив на благо громади (25%), ніж молодь, що не належить до таких домогосподарств (21%).

Найчастіше опитані молоді люди допомагали пенсіонерам та людям з інвалідністю (81%), заступались за скривджених людей (79%) та допомагали у навчанні або роботі стороннім людям, які не були їхніми родичами та друзями (79%). Причинами браку залучення до благодійності, волонтерства, представництва інтересів та просвітницької діяльності найчастіше називають брак часу (65%), вищий пріоритет роботи або навчання (26%) та брак матеріальних ресурсів для такої діяльності (24%).

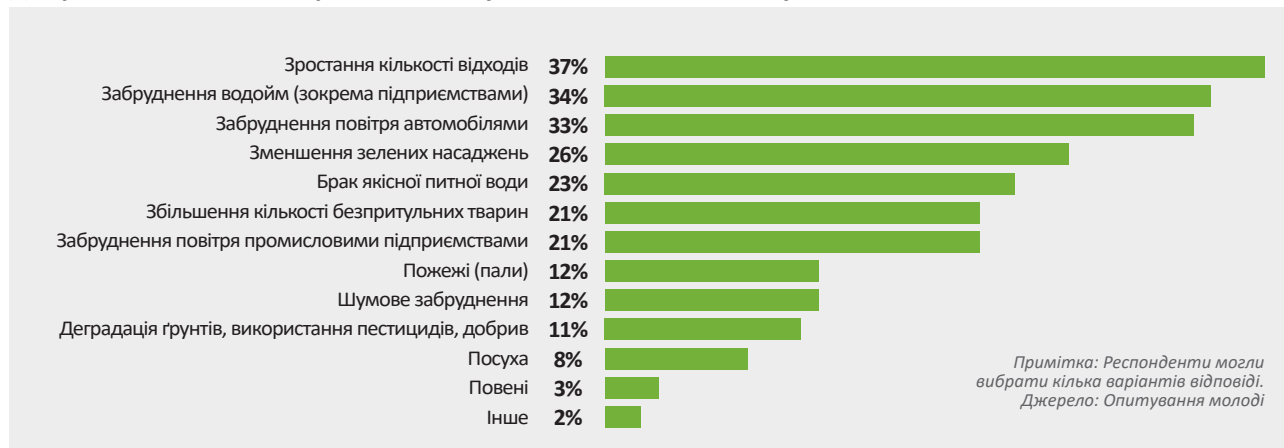
Відсутність інтересу, бажання та байдужість (27%), а також брак часу (16%) найчастіше заважають мо-

лоді ініціювати зміни у своїх громадах. Серед різних видів громадської діяльності найвища частка молоді (23%) повідомила, що вони підписували петиції.

Більше половини опитаної молоді (53%) не знає про заходи та ініціативи, спрямовані на захист довкілля та поліпшення екологічної ситуації, які проводять у їхніх громадах. Вісімнадцять відсотків респондентів сказали, що у них не проводять такі заходи та відсутні такі ініціативи і що їм відомо про такі заходи та ініціативи, але вони до них не долучаються. Лише 6% респондентів та респонденток сказали, що у їхніх громадах є такі заходи та ініціативи і що вони долучалися до них. Ще 5% опитаних не відповіли на запитання про те, чи їм відомо про екологічні ініціативи у їхній громаді.

Більшість молоді (85%) сказали, що питання захисту довкілля важливе для них особисто. Серед найгостріших екологічних проблем, актуальних для їхнього населеного пункту, опитана молодь найчастіше називає зростання кількості відходів, забруднення водойм, зокрема, підприємствами, та забруднення повітря автомобілями.

### Діаграма 5. Екологічні проблеми, актуальні для населених пунктів молоді







## Вплив на хід свого життя

Учасникам та учасницям цього опитування було запропоновано вказати, наскільки, на їхню думку, вони впливають на хід свого життя. Вони оцінили власний вплив на своє життя за 10-бальною шкалою, де 1 бал означає «Зовсім не маю впливу», а 10 балів – «Маю великий вплив». Опитана молодь переважно вважає, що має досить великий вплив на своє життя. Сорок відсотків респондентів та респонденток поставили 7 або 8 балів на цій шкалі, що означає, що вони вважають, що великою мірою управляють своїм життям. Двадцять вісім відсотків опитаних поставили 9 або 10 балів на цій шкалі, що показує ще більшу впевненість у контролі над своїм життям. Мінімально (на один або два бали оцінки на цій шкалі) свій вплив на життя оцінили два відсотки опитаних.

Середня оцінка впливу на своє життя серед усіх респондентів та респонденток становить 7,3 бала. При цьому опитані віком від 20 до 29 років відчувають більшу впевненість у контролі над своїм життям, ніж молодші та старші респонденти та респондентки. Вони в середньому оцінили ступінь свого впливу на власне життя на 7,5 бала, тоді як опитані віком від 30 до 34 років – на 7,3 бала, а ті, яким виповнилось від 14 до 19 років – на 7,1 бала. 3-поміж представників різних макрорегіонів найбільшу впевненість у тому, що вони впливають на своє життя, мають опитані із Заходу країни: для них відповідна оцінка становить в середньому 7,7 бала, тоді як для молоді з інших макрорегіонів – від 7,1 до 7,3 бала.

## Довіра vs. обережність: погляд молоді

Подібно до цього, респондентам та респонденткам було запропоновано вказати, що, на їхню думку, важливіше: довіряти людям чи бути обережними. На цій шкалі 0 балів означали «Потрібно бути обережним», а 10 балів – «Більшості людей можна довіряти». Найчастіше опитані ставили 5 балів на цій шкалі – тобто посередині між довірою та обережністю. При цьому більше опитаних поставили 0 або 1 бал – варіанти, що відповідають цінності обережності (10%), ніж 9 або 10 балів, що означають цінність довіри (4%). Середня оцінка усіх респондентів та респонденток за цим запитанням становить 4,7 бала. Спостерігається певна різниця в оцінках того, що важливіше – довіра чи обережність – серед опитаних з різних макрорегіонів. Представники Східно-

го та Західного макрорегіонів найбільш схильні довіряти іншим (їхні середні оцінки дорівнюють 5 та 4,9 бала відповідно), в той час як молодь з Південного макрорегіону – найменше (середня оцінка для них склала 4 бали). Варто також відмітити відмінності між молоддю з домогосподарств, де є люди з інвалідністю, та тією, де таких осіб немає. Молоді люди з домогосподарств, де хтось має інвалідність, ставлять в середньому 4,2 бала за цією шкалою, що показує нижчий рівень довіри до оточуючих, ніж для опитаних з домогосподарств без осіб з інвалідністю, де така оцінка становить в середньому 4,8 бала.

## Наполеглива праця vs. удача і зв'язки

Що важливіше для успіху: наполегливо працювати чи мати вдачу та корисні зв'язки? Опитана молодь відповіла на це запитання за допомогою 10-бальної шкали, де 1 бал означає «Наполеглива праця з часом забезпечує гарне життя», а 10 балів – «Наполеглива робота не приводить до успіху, скоріше до успіху приводять удача і зв'язки». Учасники та учасниці опитування більш схильні пояснювати успіх наполегливою працею: 65% з них поставили на цій шкалі оцінки від 1 до 5 балів, що ближче до першого «полюсу» («Наполеглива праця»). Ця частка включає 32% опитаних, які поставили 1 або 2 бали, тобто найбільше впевнені у важливості праці для успіху. Оцінки від 6 до 10 балів, які відповідають важливості удачі і зв'язків на противагу наполегливій праці, поставили 35% опитаних, у тому числі 10% тих, хто поставив оцінки 9 та 10, тобто найбільшою мірою схильні розраховувати на удачу та зв'язки.

Середня оцінка усіх опитаних за цією шкалою дорівнює 4,5 бала, що ближче до важливості наполегливої праці, але все ж наближається до середини між цими двома «полюсами». Істотна різниця у тому, що саме – наполегливу працю чи удачу і зв'язки – опитані вважають запорукою успіху, спостерігається залежно від типу їхнього населеного пункту, а також від макрорегіону, де вони мешкають. Так, респонденти та респондентки у сільській місцевості схильні надавати більшого значення наполегливій праці, ніж удачі та зв'язкам (їхня середня оцінка у цьому питанні склала 4 бали порівняно з 4,7 бала серед тих, хто мешкає у містах). Молодь Західного макрорегіону також вище цінує наполегливу працю (відповідна оцінка тут становить в середньому 3,7 бала), ніж у решті макрорегіонів, де ця оцінка дещо ближча до «полюсу» удачі і зв'язків (від 4,6 до 4,8 бала).

## 1.2. МОЛОДІЖНІ ЦЕНТРИ: ВІДВІДУВАННЯ, ДОСТУПНІСТЬ, ПОСЛУГИ, ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Доступність молодіжних просторів (центрів)

Особливо важливо створити умови для зміцнення у молоді почуття приналежності та згуртованості, включно з платформою, як-от молодіжні простори, де молодь може взаємодіяти, спілкуватися та ставати активними агентами позитивних змін у громадах. Більшість опитаних (78%) сказали, що молодіжний центр доступний для всіх категорій молоді, тоді як 14% – що він доступний не для всієї молоді. Ще вісім відсотків опитаних не відповіли на це запитання.

Приблизно кожен п'ятий опитаний віком від 30 до 35 років вважає, що молодіжні центри не є доступними для всіх категорій молоді. Це більше, ніж у молодших вікових групах, у кожній з яких від 5% до 13% опитаних вважають молодіжні центри доступними не для всіх.

Молоді люди з сільської місцевості частіше від тих, що мешкають у містах, говорять, що молодіжні центри доступні для різних категорій молоді (82% порівняно з 75% міської молоді). Натомість міська молодь не називала частіше ці центри не доступними для всіх (відповідні частки майже однакові для обох груп молоді: 13% сільської та 15% міської), а частіше не змогла відповісти на це запитання (не дали відповіді 10% опитаних з міст порівняно з 5% з сільської місцевості).

Молодь з домогосподарств, членами яких є люди з інвалідністю, частіше говорить, що молодіжні центри не є доступними для усіх категорій молоді (23% по-

рівняно з 13% опитаних, у домогосподарствах яких немає людей з інвалідністю). Крім цього, респонденти та респондентки, що мешкають у домогосподарствах з людьми з інвалідністю, частіше від решти опитаних повідомляли, що не знають, чи їхній місцевий молодіжний центр доступний для усіх категорій молоді (13% порівняно з 8% молоді, яка не належить до домогосподарств з людьми з інвалідністю).

Майже половина молодих людей, які не знають, чи у їхній громаді або населеному пункті діє молодіжний центр (47%), сказали, що хотіли б отримати інформацію про такий центр та напрями його діяльності. Сорок відсотків не хотіли б отримати цієї інформації і 13% не відповіли на запитання про те, чи цікава їм інформація про молодіжні центри.

### Чому молодь не відвідує молодіжні центри?

Респонденти та респондентки, які сказали, що ніколи не відвідували молодіжних центрів і не планують їх відвідувати, назвали причини, через які вони не мають наміру відвідувати такі центри. Найпоширеніші причини – це брак часу та інтересу. Через брак часу молодіжні центри не відвідують 73% опитаних, а через те, що не зацікавлені, – 44%. Інші причини називають значно рідше. Це, зокрема, уникнення місць скупчення через страх захворіти на коронавірус (8%), брак інформації про напрями діяльності молодіжних центрів (5%) та те, що молодіжні центри розташовані далеко від місця проживання опитаних (4%).

Діаграма 6. Причини небажання відвідувати молодіжний простір/молодіжний центр





**Діаграма 7. Очікувані послуги від молодіжного центру/простору**



## Важливість наявності молодіжних просторів (центрів) у громаді

Для 63% респондентів та респонденток важливо, щоб у їхній громаді працював молодіжний центр або простір. Разом з цим, 22% опитаних сказали, що для них особисто це не важливо, а 16% не відповіли на запитання про те, чи для них особисто важливо, щоб у громаді функціонував молодіжний центр.

Функціонування молодіжного центру у громаді більш важливе для жінок (так сказали 68% з них порівняно з 58% чоловіків), для сільської молоді

(69% порівняно з 60% міської молоді) та для молоді із Західного та Східного макрорегіонів (70% опитаних у Західному та 67% у Східному макрорегіонах порівняно з 59% у Південному та 55% у Центральному макрорегіонах).

Проте майже половина респондентів (46%) не знають, чи є в їхній громаді чи населеному пункті молодіжний центр чи простір. Більшість опитаних молодих людей, які знали, що в їхньому населеному пункті чи громаді є молодіжні центри, сказали, що вони відвідують, відвідували колись або планують їх відвідати. Більшість респондентів (78%) зазначили, що молодіжний центр у їхній громаді чи населеному пункті доступний для

**Діаграма 8. Джерела інформації про молодіжні центри**



всіх категорій молоді. Сімдесят три відсотки респондентів не відвідують молодіжні центри через брак часу, а 44% – через відсутність інтересу.

## Очікувані послуги молодіжних центрів

Більше половини опитаних (58%) вважають, що молодіжні центри повинні проводити спортивні заходи, 47% – розважальні заходи, а 46% – що молодіжні центри мають надавати культурно-мистецькі послуги. На думку опитаних молодих людей, соціальні мережі є для них найпопулярнішим джерелом інформації про молодіжні центри.

## Джерела інформації про молодіжні центри

Соціальні мережі – це найпопулярніше джерело інформації про молодіжні центри для опитаної молоді. З них про молодіжні центри дізнається 43% респондентів та респонденток. На другому місці се-

ред джерел інформації – інші онлайн-публікації за виключенням контенту у соціальних мережах: 31% опитаних користується ними як джерелом інформації про молодіжні центри. Серед важливих джерел інформації – особисте спілкування, через яке про молодіжні центри дізнаються 26% опитаних.

## Соціальні мережі як джерела інформації про молодіжні центри

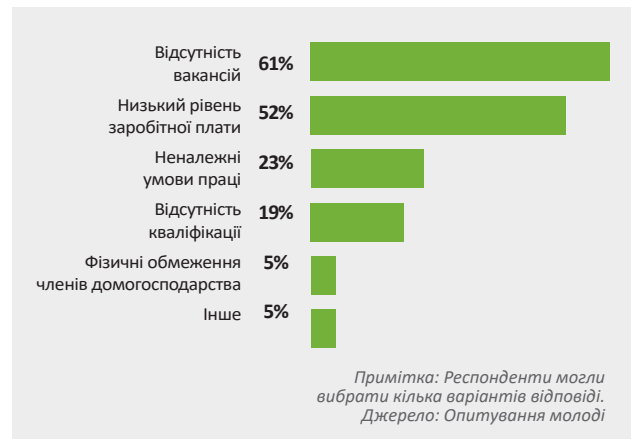
Facebook – найбільш широко вживана соціальна мережа для української молоді з точки зору отримання інформації про молодіжні центри. Її назвали 69% опитаних серед опитаних, які назвали хоч одну соціальну мережу як джерело інформації про молодіжні центри. На другому місці – мережа Instagram, яку використовує для цих цілей 53% опитаних. Дещо менше поширені такі соціальні мережі та сервіси, як YouTube (28%) і Telegram (20%), і найменш поширені – TikTok (8%), Twitter (3%), WhatsApp (3%) та LinkedIn (1%).

## 1.3. СИТУАЦІЯ НА РИНКУ ПРАЦІ ТА ДОСТУП ДО ПОСЛУГ

### Безробіття: поширеність, причини

Безробіття досить поширене у домогосподарствах опитаної молоді: 29% респондентів та респонденток повідомили, що протягом останніх 12 місяців були такі випадки, коли члени їхнього домогосподарства не могли влаштуватись на роботу та були безробітними. Відсутність вакансій та низький рівень заробітної плати – основні причини того, чому учасники та учасниці опитування або члени їхніх домогосподарств не могли влаштуватися на роботу. Серед опитаної молоді переважають позитивні ставлення до роботи за кордоном. Майже половина опитаних (48%) сказали, що ставляться до цього позитивно і самі готові розглянути такий варіант.

Діаграма 9. Причини безробіття





## РОЗДІЛ 2: ОПИТУВАННЯ МОЛОДІЖНИХ ПРОСТОРІВ (ЦЕНТРІВ)

### ПРОФІЛЬ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ

#### Number of staff



У середньому, в одному опитаному молодіжному центрі працює дев'ять осіб, з яких шість жінок і троє чоловіків. Шестеро співробітників такого центру віком до 35 років включно, тоді як троє – віком від 36 років і старші. П'ятеро співробітників такого середнього молодіжного центру – волонтери, а четверо офіційно працевлаштовані і отримують зарплатню.

#### Організаційно-правовий статус опитуваних молодіжних центрів



#### Профіль персоналу молодіжних просторів



66% жінок



34% чоловіків

Середній вік опитаних –  
**34 роки**

70% молодші за 35 років



30% старші від 36 років

Більше половини (64%) молодіжних центрів, охоплених цим опитуванням, фінансуються за рахунок бюджетних коштів (місцевого або державного бюджету). Важливим джерелом фінансування молодіжних центрів є благодійні внески – їх отримують 36% опитаних центрів. Дещо менша частка – 35% – фінансуються коштами міжнародних програм або благодійних організацій. За рахунок платних послуг, які надають молодіжні центри, – 10%. А от шість відсотків опитаних центрів повідомили про відсутність фінансування.

Опитані молодіжні центри вказали, на яку адміністративно-територіальну одиницю поширюється їхня діяльність. Майже половина молодіжних центрів (48%) працює на території міських територіальних громад. Приблизно кожен п'ятий центр (19%) працює у сільських територіальних громадах, а кожен десятий (10%) – у селищних територіальних громадах. В обласних центрах працюють 15% мо-

лодіжних центрів, 3% – в адміністративних центрах укрупнених районів і 2% – у Києві.

#### Діаграма 10. Персонал, якого не вистачає молодіжним центрам



Примітка: Респонденти могли вибрати кілька варіантів відповіді  
Джерело: Опитування молоді

## Персонал молодіжних центрів

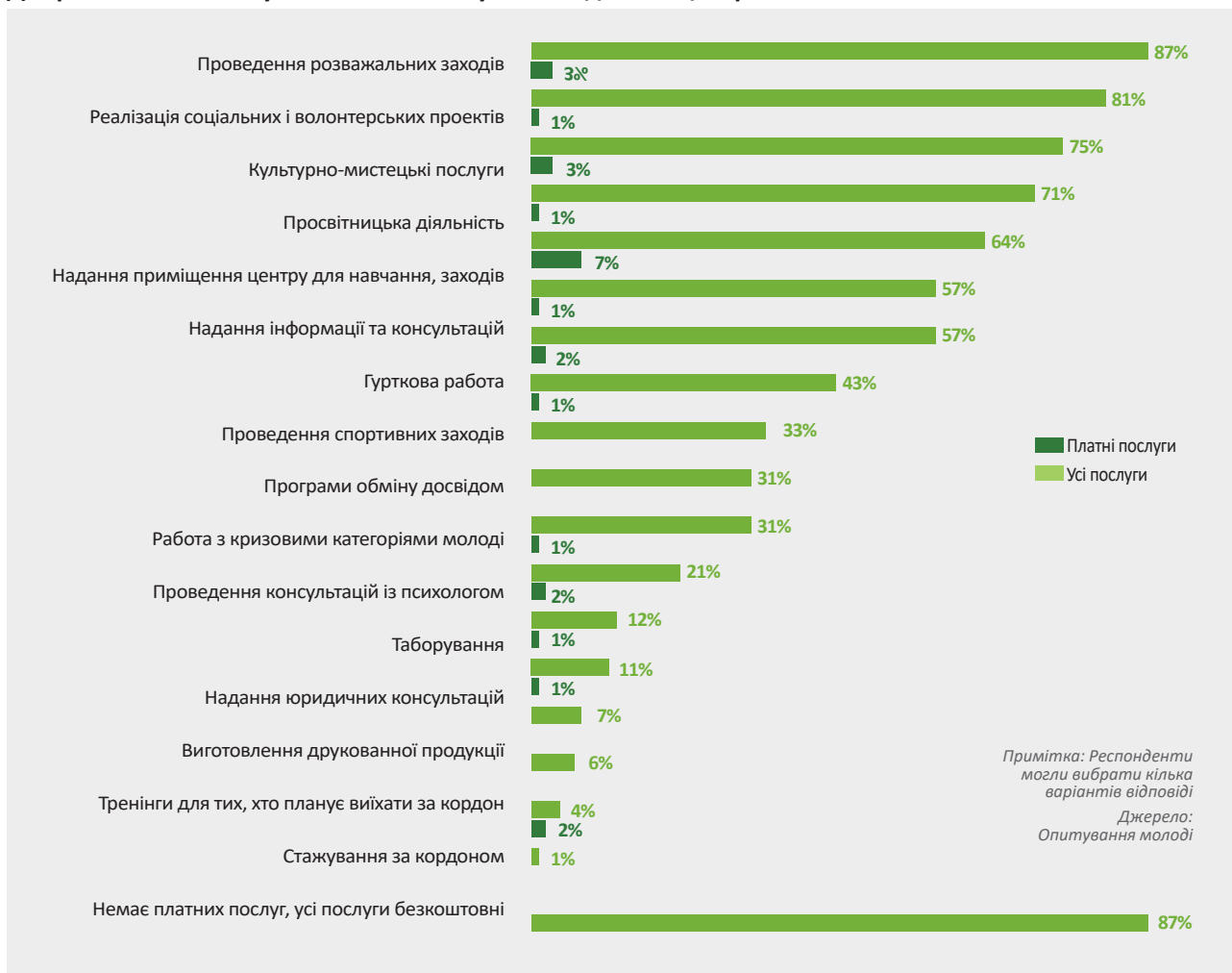
В опитаних молодіжних центрах різна ситуація з укомплектованістю штату. В той час як близько третини центрів (35%) повідомили, що їхній штат повністю укомплектовано і є необхідна кількість фахівців, майже такі ж частки опитаних сказали, що їхній штат укомплектований, але є потреби в розширенні (32%), або що ще не укомплектований (31%). Ще один відсоток опитаних не відповіли на це запитання або назвали інші варіанти, зокрема, що у їхньому молодіжному центрі працюють лише волонтери.

Як правило, у молодіжних центрах працюють фахівці з молодіжної роботи, у тому числі ті, які пройшли короткотермінові профільні курси. Про це повідомили 79% опитаних центрів. У 20% моло-

діжних центрів таких фахівців немає, а 1% центрів не надав інформації щодо наявності фахівців з молодіжної роботи.

Молодіжні центри, які повідомили, що їхній штат неукомплектований або потребує розширення, вказали, яких саме працівників їм не вистачає. Це переважно координатори заходів та проєктів – таких фахівців не вистачає 57% центрів. Приблизно третина молодіжних центрів, які шукають працівників, мають потребу у допоміжному персоналі, наприклад, в офіс-менеджерах або асистентах (35%). Фахівці з маркетингу, зв'язків з громадськістю (PR) та таргетування реклами потрібні 31% молодіжних центрів. Досить поширені й вакансії адміністративного або управлінського персоналу (25%), фінансових менеджерів та бухгалтерів (22%), а також системних адміністраторів (19%).

Діаграма 11. Усі послуги та платні послуги молодіжних центрів





## 2.1 ПОСЛУГИ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ

Молодіжні центри вказали, які послуги вони надають та які з цих послуг надаються на платній основі. Найпоширеніші з них – це розважальні заходи, які проводить 87% опитаних центрів, і соціальні та волонтерські проекти, які імплементує 81% центрів. Серед найбільш типових послуг – культурно-мистецькі, які надають 75% молодіжних центрів, де було проведено опитування. З іншого боку, є такі послуги, якими молодь цікавиться більшою мірою, а молодіжні центри їх надають порівняно нечасто. Це, зокрема, проведення спортивних заходів, надання юридичних консультацій, стажування за кордоном та тренінги для тих, хто планує виїхати за кордон. Такі розриви між попитом та пропозицією послуг молодіжних центрів можуть свідчити про те, що молодіжним центрам варто адаптувати свої послуги ближче до потреб цільової аудиторії та інформувати молодь про можливість отримати такі послуги у цих центрах.

### Проекти та програми

Серед названих молодіжними центрами програм і активностей – тренінги та навчання на теми демократії та управління, медіаграмотності, ментального здоров'я, сексуальної освіти, поведінки у надзвичайних ситуаціях, англійської мови, ораторського мистецтва, програмування, робототехніки, надання першої домедичної допомоги, а також навчання фінансової грамотності у тренінговій та ігровій формі і розвиток лідерських навичок молоді.

Молодіжні центри пропагують захист довкілля, проводять благодійні акції та ярмарки і дні кар'єри,

втілюють волонтерські проекти, навчають осіб, які працюють з молоддю, та організують екскурсії, походи і наметові табори. Істотною частиною проектів, які молодіжні центри навели як приклади своєї діяльності, стосуються творчості, розваг та спорту.

### Напрями роботи молодіжних центрів

Найпоширеніші напрями роботи опитаних молодіжних центрів – це інтелектуальний, моральний, духовний розвиток молоді та реалізація її творчого потенціалу (такий напрям є у 83% молодіжних центрів), соціалізація та самореалізація молоді (79%) та популяризація здорового способу життя молоді (76%). Також поширеними є такі напрями роботи, як забезпечення громадянської освіти молоді та розвитку волонтерства (72%), підтримка ініціатив молоді (70%) та національно-патріотичне виховання молоді (68%).

Ті послуги, які є найбільш поширеними для молодіжних центрів, вони найчастіше називають найбільш успішними. Зокрема, 43% молодіжних центрів назвали інтелектуальний, моральний, духовний розвиток молоді та реалізація її творчого потенціалу серед найуспішніших напрямів роботи, а 41% – соціалізацію та самореалізацію молоді. На третьому місці серед найуспішніших, за оцінками молодіжних центрів, напрямів роботи – національно-патріотичне виховання молоді: його назвали одним з найуспішніших напрямів роботи 33% молодіжних центрів, які здійснюють роботу у цьому напрямку.

Молодіжним центрам найчастіше не вистачає такого напрямку роботи, як сприяння працевлаштуванню

**Діаграма 12. Очікувані кроки від держави для сприяння молодіжним центрам**



молоді, її зайнятості у вільний час та молодіжному підприємництву. Про потребу у цьому напрямі сказали 39% опитаних центрів. Серед тих напрямів, яких не вистачає, значно рідше називали підвищення

рівня мобільності молоді (14%), підтримку ініціатив молоді (13%) та інші напрями. Крім цього, 32% молодіжних центрів не назвали жодного напрямку роботи, якого їм не вистачає.

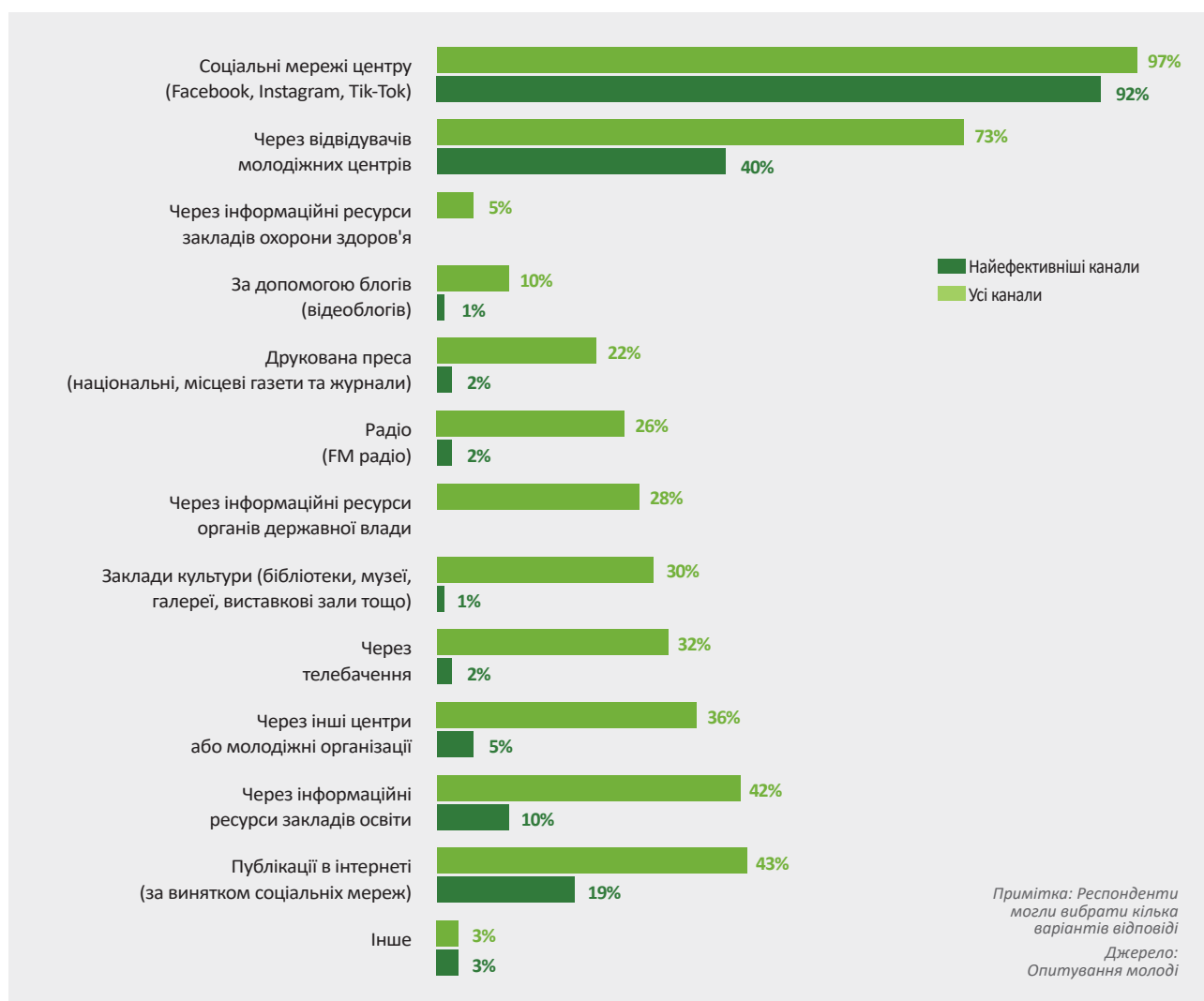
## 2.2. ОЧІКУВАННЯ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ ВІД ДЕРЖАВИ

Опитаним молодіжним центрам було запропоновано сказати, яких першочергових кроків, на їхню думку, має вжити держава для сприяння діяльності молодіжних центрів. Найбільш очікувані заходи з боку держави для опитаних центрів – це покращення технічного оснащення молодіжних центрів та підвищення заробітної плати їхнім працівникам.

### Яких нормативно-правових змін потребує діяльність молодіжних центрів?

Незважаючи на те, що Кабінет Міністрів України (КМУ) затвердив типові положення про молодіжні центри 20 грудня 2017 року, опитані висловили потребу у розробці типового положення про молодіжний центр та впровадженні стандартів діяльності центрів, що свід-

Діаграма 13. Канали поширення інформації про діяльність центрів та найефективніші канали







чить про низьку обізнаність молодіжних центрів з нормативно-правовою базою, що існує на сьогодні.

Молодіжні центри вважають необхідними й такі кроки, як затвердження програм розвитку молодіжних центрів, що передбачають їхнє матеріальне забезпечення, законодавче врегулювання діяльності приватних або комерційних молодіжних центрів і розробку механізму для самофінансування молодіжних центрів, що дозволить їм надавати платні послуги та створювати фонди.

### Моніторинг потреб цільової аудиторії та механізм прийняття рішень на основі зворотного зв'язку.

Більшість молодіжних центрів здійснюють моніторинг потреб у курсах, програмах чи заходах серед своїх відвідувачів та відвідувачок. Як правило, вони здійснюють такий моніторинг за допомогою опитувань (34%) або форм зворотно-

го зв'язку на сайтах або у соціальних мережах (33%), рідше – шляхом онлайн-анкетувань (15%). Два відсотки опитаних центрів назвали й інші способи моніторингу потреб цільової аудиторії, які вони використовують, – це, як правило, усне особисте спілкування з відвідувачами та відвідувачками центру. Чотирнадцять відсотків опитаних центрів повідомили, що не проводять моніторингу потреб молоді, а один відсоток центрів не відповів на це запитання.

### Канали поширення інформації про діяльність молодіжних центрів.

Соціальні мережі Facebook та Instagram – найпоширеніші онлайн-ресурси молодіжних центрів. Свої сторінки у цих соціальних мережах ведуть 92% (Facebook) та 72% (Instagram) опитаних центрів. Власні вебсайти є у приблизно кожного п'ятого молодіжного центру (21%). Сторінки у мережі Tik-Tok ще менше поширені: вони є у 9% опитаних молодіжних центрів.

## 2.3. ОСНАЩЕННЯ ТА ДОСТУПНІСТЬ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ (БЕЗБАР'ЄРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ)

### Оснащення молодіжних центрів

Майже половина (46%) молодіжних центрів користуються своїми приміщеннями на безоплатній основі, 32% молодіжних центрів орендують приміщення.

Із бізнесом молодіжні центри співпрацюють рідше: про це повідомили 37% опитаних центрів. Молодіжні центри переважно говорять про те, що отримують від бізнесу фінансування та спонсорську допомогу. Крім цього, приватні підприємства надають молодіжним центрам приміщення, транспорт та матеріали, а також інформацію про вакансії, якою може скористатися молодь, що відвідує молодіжні центри.

За самооцінкою працівниками молодіжних центрів, лише 12% опитаних молодіжних центрів повідомили, що їхні приміщення повністю пристосовані для осіб з інвалідністю або маломобільних груп населення. У 40% молодіжних центрів приміщення пристосовані частково, а у майже половини (45%) – не пристосовані. Два відсотки молодіжних центрів не вказали, чи їхні приміщення пристосовані до потреб людей з інвалідністю та маломобільних людей.

Діаграма 14. Наявність приміщень різного призначення



Говорячи про те, що заважає їм бути інклюзивними, тобто доступними та пристосованими для осіб з інвалідністю або маломобільних груп населення, молодіжні центри найчастіше пояснюють це тим,



що їм не вистачає коштів на переобладнання приміщення (75%). Найпоширенішим засобом для забезпечення безбар'єрного доступу у молодіжних центрах є пандуси: їх мають 42% опитаних молодіжних центрів. Зокрема, менше 10% опитаних центрів мають кнопку виклику персоналу на вході, ліфти або спеціальні підйомники, тактильну плитку на підлозі, системи звукопідсилення чи інформацію, нанесену шрифтом Брайля.

*Щодо осіб з інвалідності, на жаль, ми не маємо статистики, скільки саме молодих людей в нашій громаді мають якусь інвалідність. Однак можу так сказати, що наша громада не пристосована, не інклюзивна до людей з інвалідністю. Тому, дійсно, складніше таким людям навіть вийти з власного будинку. Я не кажу про те, щоб потрапити на якусь подію чи ще щось.*

**Жінка, працівниця ГО**

## ДОДАТОК 1 ОГЛЯД МЕТОДОЛОГІЇ

У жовтні-грудні 2021 року Представництвом Міжнародної організації з міграції (МОМ) в Україні, Агентства ООН з питань міграції, у партнерстві з Міністерством молоді та спорту України та Київським міжнародним інститутом соціології було проведено комплексне дослідження, спрямоване на створення бази даних щодо шляхів посилення ролі молоді у побудові згуртованості та стійкості своїх громад шляхом участі в громадських ініціативах, включаючи молодіжну інфраструктуру та молодіжні центри. Географія дослідження: 24 області України та місто Київ.

Дослідження поєднувало кілька компонентів: вибіркове опитування персоналу молодіжних центрів у 24 областях та у м. Києві, національне репрезентативне вибіркове опитування молоді віком 14-35 років, що проживає в 24 областях та місті Києві, обговорення у фокус-групах (ОФГ) з молоддю та ключовими інформантами. Для збору даних у цьому дослідженні було залучено 24 регіональні команди інтерв'юєрів у загальній кількості 155 осіб (із яких 139 жінки та 16 – чоловіки), а також 2 модераторки фокус-груп.

### Опитування молоді

Польовий етап загальнонаціонального опитування молоді тривав з кінця жовтня по кінець листопада 2021 року, включаючи проведення претесту опитувальника. Всього методом особистого інтерв'ю було опитано 2 432 респондентів. Для проведення опитування молоді була розроблена стратифікована, чотириступенева вибірка, випадкова на кожному ступені.

Вибірка репрезентує населення віком 15-35 років, яке постійно проживає на території України, не проходить військову службу і не перебуває у в'язницях або ме-

дичних закладах (лікарнях, медичних інтернатах). До вибірки не було включено території, які тимчасово не контролюються владою України, – АР Крим, окремі райони Донецької і Луганської областей. Спочатку населення областей було стратифіковано на міське (міста і селища міського типу) і сільське населення (за винятком м. Києва, де населення суцільно міське). Для кожної страти пропорційно до чисельності населення було визначено, скільки інтерв'ю в ній має бути проведено, а також скільки населених пунктів, де буде проводитися опитування, має припадати на неї. У випадку Донецької і Луганської областей для стратифікації використовувалася чисельність населення лише тих територій, які зараз контролюються владою України. На першому етапі відбиралися територіальні одиниці вибірки (далі – ТО). У загальному випадку ТО відповідає частині адміністративно-територіальній одиниці державного устрою України – адміністративним районам областей, містам обласного підпорядкування та адміністративним районам міста (де релевантно). Відбір ТО проводився випадково із застосування методу PPS, а саме пропорційно до чисельності ЦА відповідно до наявної офіційної статистики. На другому етапі у ТО відбиралися виборчі дільниці за методом простого випадкового відбору (SRS). Основою для вибірки була база виборчих дільниць, сформованих для останніх Парламентських виборів 2019 року. У міських населених пунктах – це частина населеного пункту, для сільською місцевості виборча дільниця, в основному, відповідає селу або групі з двох-трьох сіл, для сіл та селищ із великою чисельністю населення це може бути частина населеного пункту. На третьому етапі у кожній вибраній виборчій дільниці зі списку всіх адрес випадковим чином була визначена початкова адреса – вулиця, номер будинку та, у випадку багатопверхових будинків, номер квартири, починаючи з якої інтерв'юєр, використовуючи



фіксований крок відбору, послідовно проходив необхідну кількість адрес, щоб відібрати та опитати задану кількість респондентів. На четвертому етапі за кожною адресою інтерв'юер складав список осіб віком 14–35 років, які там проживають, та випадковим чином обирав одного респондента для опитування.

Для проведення аналізу на загальноціональному рівні, на рівні макрорегіону, статі чи вікових груп були побудовані статистичні ваги, які приводять співвідношення відповідних груп у вибірці у відповідність до наявної статистики (дані державної служби статистики щодо розподілу населення за статтю, віком, типом населеного пункту та областями на 01.01.2021).

## Опитування працівників молодіжних центрів

Польовий етап опитування працівників молодіжних центрів тривав з 01 листопада до 10 грудня 2021 року. До участі запрошувався один представник із молодіжного центру, що відповідав встановленим критеріям відбору (18 років або старше, володіє інформацією про усі аспекти роботи молодіжного центру). Всього було опитано 201 респондента, із них 180 – методом особистих інтерв'ю та 21 – методом телефонних інтерв'ю. Всі опитані були працівниками молодіжних центрів.

Опитування проведено за переліком молодіжних центрів, сформованим Міністерством молоді та спорту України та переданим МОМ. Опитуванню підлягали усі молодіжні центри, що увійшли до переліку. У зв'язку із пандемією COVID-19, команда дослідників зіштовхнулася із проблемою встановлення першого контакту із молодіжними центрами. Відповідно до інструкції, перший контакт (перед відвідуванням) мав бути встановлений у телефонному режимі, що дозволило мінімізувати кількість нерезультативних поїздок. Встановлення першого контакту займало досить багато часу, а у окремих випадках контакт так і не вдалося встановити (через відсутність актуальних контактів). Для мінімізації таких випадків команда слідувала чіткому протоколу, що включав такі рекомендації (але не обмежувався ними): здійснювати пошук будь-яких контактів за допомогою відкритих джерел, телефонних дзвінок щонайменше три рази у різні робочі дні та різні робочі години. Крім того, контакт встановлювали за допомогою електронної пошти або месенджера, комунікації з сільським або міськими радами тощо.

## Обговорення у фокус групах (ОФГ)

Окрім того, протягом листопада-грудня було проведено 15 онлайн фокус-групових обговорень, серед яких 8 дискусій із молоддю 14-35 років (включаючи молодь з інвалідністю), 3 дискусії з ключовими інформантами, 2 дискусії із працівниками молодіжних центрів та 2 дискусії із відвідувачами молодіжних центрів. Серед учасників були представлені жителі міських та сільських населених пунктів. Всього у дискусіях взяло участь понад 105 учасників із Києва, Київської, Харківської, Львівської, Одеської, Дніпропетровської, Донецької, Луганської та Херсонської областей.

## Етичні норми проведення дослідження та безпека даних

Збір, зберігання та аналіз отриманих даних здійснювалися відповідно до етичних стандартів і захисту прав учасників дослідження, забезпечуючи добровільність, анонімність та конфіденційність.

Для усіх респондентів 18 років та старше було отримано усну інформовану форму згоди на участь у дослідженні. Для респондентів віком 14-17 років включно, окрім усної згоди від них самих, було отримано згоду на участь від їхніх батьків або законних опікунів шляхом підписання інформованої згоди. Форма згоди включала інформацію щодо теми та мети опитування, конфіденційності, добровільної участі, права не відповідати на деякі запитання, а також – відмовитися від участі у будь-який момент інтерв'ю.

Уся інформація зібрана під час дослідження, включаючи масив даних, зберігається в електронному вигляді. Доступ до даних мають тільки члени дослідницької команди. Доступ сторонніх осіб до даних виключений. Дані зберігаються на захищеному сервері, доступ до яких мають тільки представники дослідницької команди.

## Правила поведінки під час пандемії коронавірусу

На період пандемії COVID-19 у ході імплементації польового етапу дослідження методом з особистих інтерв'ю (face-to-face), інтерв'юери дотримувались вимог, встановлених внутрішнім протоколом Київського міжнародного інституту соціології щодо виконання досліджень під час пандемії, складеним відповідно до Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВОЗ).

## КОHTAKТИ:

✉ [eceproject@iom.int](mailto:eceproject@iom.int)

✉ [mkippa@iom.int](mailto:mkippa@iom.int)

🔗 [ukraine.iom.int](http://ukraine.iom.int)

f [facebook.com/IOMUkraine](https://facebook.com/IOMUkraine)

📷 [instagram.com/iomukraine](https://instagram.com/iomukraine)

🐦 [twitter.com/IOMUkraine](https://twitter.com/IOMUkraine)

in [linkedin.com/company/international-organization-for-migration-iom-ukraine](https://linkedin.com/company/international-organization-for-migration-iom-ukraine)

