



ІНТЕРЕСИ ТА ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ МОЛОДІ УКРАЇНИ

звіт за результатами опитування



2024

ЗМІСТ

	Сторінки
Загальна інформація про дослідження	2
Розділ 1. СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПОРТРЕТ ОПИТАНИХ	4
Розділ 2. ДОЗВІЛЛЯ МОЛОДІ	8
Розділ 3. ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ	16
Розділ 4. ВЗАЄМОДІЯ З МІСЦЕВОЮ ВЛАДОЮ	22
Розділ 5. ОСЕРЕДКИ МОЛОДІЖНОЇ РОБОТИ	28
Розділ 6. НЕФОРМАЛЬНІ МОЛОДІЖНІ РУХИ	35
Розділ 7. ФОРМАЛЬНІ МОЛОДІЖНІ РУХИ, НУМО	39
Розділ 8. ПРАЦЕВЛАШТОВАНІСТЬ МОЛОДІ	42
Розділ 9. УМІННЯ, БАЖАННЯ, МРІЇ, ПЛАНИ НА МАЙБУТНЄ	50
Головні висновки	58

Дослідження здійснене в рамках проєкту «Посилення повноважень і можливостей молоді на рівні місцевого самоврядування в Україні», що втілює Національне українське молодіжне об'єднання – НУМО за фінансової підтримки *terre des hommes*.

Автори: Ігор Даниленко, Світлана Щербань та Андрій Черноусов.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ

Об'єкт дослідження: молодь окремих областей України, юнаки та дівчата віком 18-26 років.

Обсяг реалізованої вибіркової сукупності: 763 респонденти.

Термін проведення: збір даних відбувся з 12 вересня по 3 жовтня 2024 року.

Географія: 6 областей України, зокрема це Київська (без м. Київ), Одеська, Рівненська, Сумська, Тернопільська та Харківська області. Області представляють різні українські регіони – Північ, Південь, Захід, Схід. Сумська і Харківська області на час проведення дослідження залишаються прифронтовими.

Методологія: Кількісне стандартизоване опитування жителів 6 окремих областей України у віці 18-26 років методом особистих інтерв'ю в техніці віч-на-віч (F2F) за допомогою планшетів за місцем проживання респондентів¹.

Дизайн вибірки: Обсяг генеральної сукупності дослідження за даними Державної служби статистики України за 2022 рік складає 903121 особа. Вибіркова сукупність непропорційно (приблизно порівну) розподілена на 6 страт (областей) по 125 осіб в кожній. В процесі аналізу зібраних даних розраховано ваговий коефіцієнт, який вирівнює географічні пропорції у відповідності до генеральної сукупності.

Таблиця 1. Стратифікація за областями

Область	Генеральна сукупність	Вибіркова сукупність	Вибіркова сукупність із застосуванням вагового коефіцієнта	
	кількість	кількість	кількість	%
Київська область	146462	126	124	16%
Одеська область	211947	126	179	24%
Рівненська область	121907	128	103	14%
Сумська область	85026	128	72	9%
Тернопільська область	101122	130	85	11%
Харківська область	236657	125	200	26%
Разом	903121	763	763	100%

¹ Варто відзначити екстремальні складнощі з пошуком респондентів, з якими зіштовхнулася дослідницька команда: в селах та невеличких містах через мобілізаційні заходи було вкрай складно. Наші інтерв'юери витратили вдвічі більше часу на таку кількість респондентів, ніж, наприклад, під час проведення інших досліджень.

Крім того вибіркова сукупність у кожній області пропорційно стратифікована за ознакою «тип населеного пункту» (обласний центр, інше місто, село).

Для кожної області розраховано статеві-вікові квоти – чоловіки / жінки у віці 18-20 / 21-23 / 24-26 років. Загальні квоти для кожної області розділено на окремі маршрутні завдання (90 завдань загалом). Застосований ваговий коефіцієнт, крім розподілу за територіальними ознаками, вирівнює також вибіркові пропорції за ознаками статі та віку в кожній окремій області відповідно до параметрів генеральної сукупності.

Таблиця 3. **Статеві-вікові квоти в окремих областях (%)**

Статеві-вікові квоти		Генеральна сукупність	Вибіркова сукупність	Вибіркова сукупність із застосуванням вагового коефіцієнта		
				кількість	кількість	кількість
18-20 років	Чоловіки	143083	117	121	31%	16%
	Жінки	135264	113	114		15%
21-23 років	Чоловіки	150391	126	127	32%	17%
	Жінки	139878	119	118		15%
24-26 років	Чоловіки	171318	147	145	37%	19%
	Жінки	163187	141	138		18%
Разом		903121	763	763	100%	

Дані цього звіту – розміри підвбірок, що порівнюються, та відсотки розподілів – представлено із застосуванням вагового коефіцієнту.

Таким чином вибірка коректно відображає генеральну сукупність – молодь вибраних для дослідження областей України у віці 18-26 років – за ознаками статі, віку та місця проживання. Помилка вибірових даних для одновимірних розподілів з імовірністю 0.95 не перевищує 3.6%².

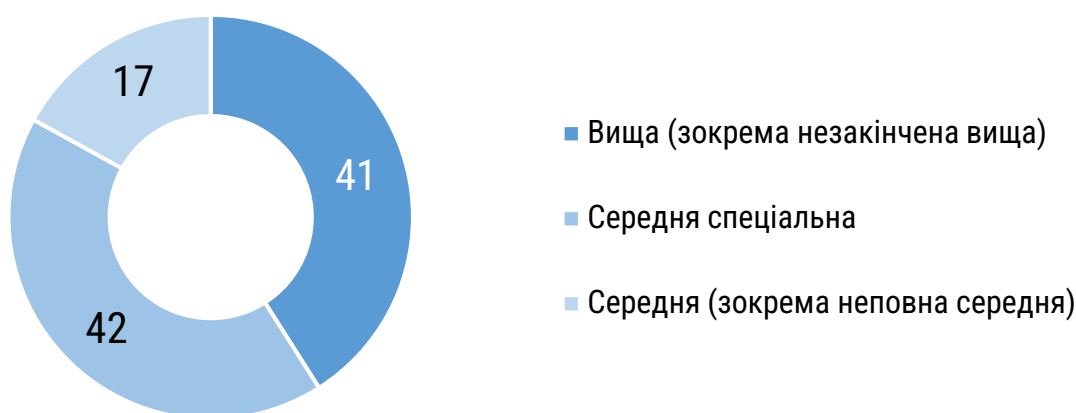
² Теоретична похибка без урахування вибіркового дизайн-ефекту.

Розділ 1. СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПОРТРЕТ ОПИТАНИХ

41% опитаних молодих людей мають вищу або незакінчену вищу освіту, 42% – середню спеціальну [Рисунок 1.1]. В Тернопільській та Харківській областях порівняно більше респондентів з вищою освітою (серед яких і студенти закладів вищої освіти, які здобувають вищу освіту зараз). В решті областей більшість опитаних мають середню спеціальну або загальну середню освіту [Таблиця 1.1].

Рисунок 1.1. Рівень освіти респондентів (%)

Q: «Яка у вас освіта?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 1.1. Рівень освіти респондентів (%)

Q: «Яка у вас освіта?»

	Тернопільська область	Харківська область	Київська область	Рівненська область	Сумська область	Одеська область
Вища (зокрема незакінчена вища)	55	51	46	39	32	25
Середня спеціальна	41	38	44	48	37	45
Середня (зокрема неповна середня)	4	11	10	13	31	30

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

За рівнем матеріального достатку респонденти розділились на п'ять груп, модою з яких є середня група – матеріальне становище, при якому коштів на життя вистачає, проте купувати товари тривалого користування (такі як телевізор, холодильник, меблі) вже складно («середній добробут»). Перші дві групи характеризуються нестачею грошей, отже, їх можна об'єднати разом у категорію «низький добробут». Респонденти останніх двох груп за описом характеризуються як забезпечені або багаті, отже, вони об'єднуються в категорію «високий добробут» [Рисунок 1.2]. Добробут молоді різних областей має суттєві розбіжності. Найбільш забезпеченими є молоді люди з Київської області, найменш забезпеченою – молодь Сумщини [Таблиця 1.2]. Зауважимо, що ці дані ґрунтуються на самооцінках респондентів, а, отже, рівень матеріального забезпечення можна розглядати загалом і порівнювати в різних групах лише як певну тенденцію.

Рисунок 1.1. Матеріальне становище респондентів (%)

Q: «Як би ви оцінили своє матеріальне становище?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 1.2. Рівень добробуту (матеріальне становище) респондентів (%)

Q: «Як би ви оцінили матеріальний стан вашої родини?»

	Київська область	Тернопільська область	Харківська область	Рівненська область	Одеська область	Сумська область
Низький	11	27	26	30	45	39
Середній	45	37	42	42	37	52
Високий	44	36	32	28	18	9

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 1.3. Приналежність до вразливих категорій населення (множинні відповіді, %)

Q: «Чи належите ви до таких категорій населення?»



Base: усі опитані – 763.

Серед учасників опитування 39% належать різним вразливим категоріям населення. Найбільше респондентів з родин військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб або молодих людей, які зростали у багатодітних родинах [Рисунок 1.3]. Молодих людей з родин військовослужбовців порівняно більше проживає у Київській і Харківській областях, респонденти є ВПО частіше на Харківщині, а багатодітні родини частіше зустрічаються в західних областях України – Рівненській та Тернопільській [Таблиця 1.3].

Таблиця 1.3. Приналежність до вразливих категорій населення в окремих областях (множинні відповіді, %)

Q: «Чи належите ви до таких категорій населення?»

	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
З родини військовослужбовця	22	11	11	5	8	15
ВПО	9	8	2	5	4	26
З багатодітної сім'ї	6	9	18	3	14	8
Людина з інвалідністю	2	6	2	1	8	2
З малозабезпеченої сім'ї	3	6	5	5	6	1
Дитина сирота	–	4	2	–	2	2
ЛГБТК+	–	–	–	–	3	2
Національні меншини	–	–	–	–	1	1
Нічого з вище перерахованого	62	55	59	80	58	54
Відмова відповідати	1	2	3	5	4	1

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Розділ 2. ДОЗВІЛЛЯ МОЛОДІ

Основними формами дозвілля молоді є прослуховування музики, зустрічі з друзями, спілкування і скролінг соціальних мереж. Крім того, абсолютна більшість молоді час від часу готує їжу, буває на природі, займається спортом, продивляється новини в Телеграмі або інтернет-джерелах, відвідує кафе, ходить в кіно, читає книжки. Але ці заняття в структурі дозвілля переважно не відбуваються часто або постійно. Молодіжні центри або простори відвідують 37% молоді, часто це роблять лише 13%, проте далеко не всім такий вид дозвілля є доступним [Рисунок 2.1].

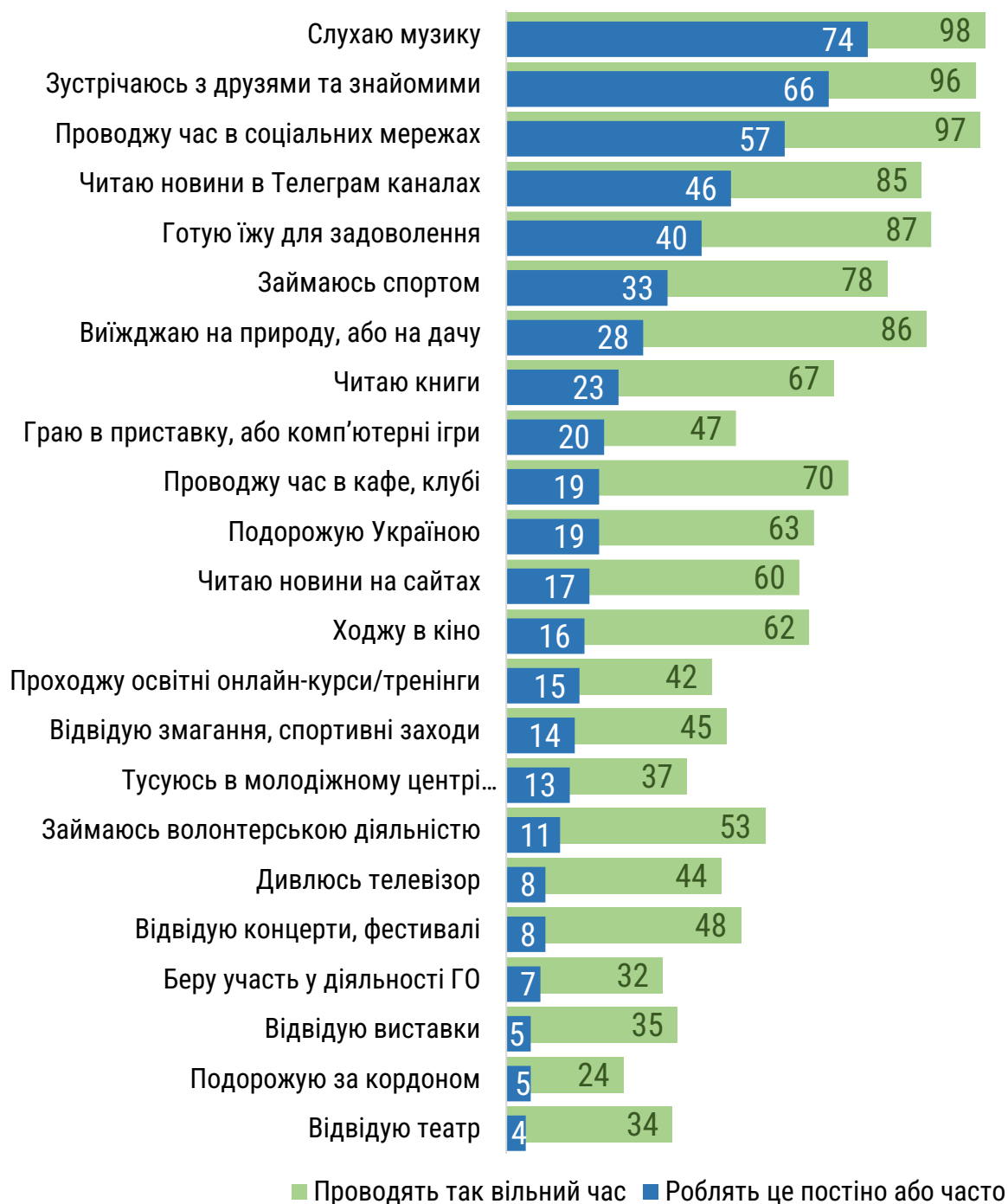
Структура дозвілевої діяльності молоді в окремих областях України є практично ідентичною. У кожній з шести областей пріоритетні заняття пов'язані з музикою, друзями та соціальними мережами. Дещо рідше молоді готує, займається спортом, буває на природі та читає книжки. Певні варіації в даних не змінюють перелік основних активностей молоді в кожній з областей, навіть прифронтових Харківській і Сумській [Таблиця 2.1].

На структуру дозвілевої діяльності певною мірою впливають соціально-демографічні характеристики респондентів, передусім стать і вік. Дівчата порівняно частіше готують, читають книжки і проводять час в соціальних мережах. Юнаки дещо частіше займаються спортом та відвідують спортивні змагання і заходи, грають в приставку або комп'ютерні ігри. Що старшими стають молоді люди, тим менше часу вони мають для дозвілля. Вони порівняно рідше зустрічаються з друзями, займаються спортом, відвідують заклади (кафе, клуби, молодіжні центри) і заходи (культурні, спортивні). Це пояснюється тим, що більшість молодих людей у віці 24-26 років вже закінчили навчання, працевлаштувались, одружились, отже, мають менше вільного часу [Таблиця 2.2]. Певною мірою на структуру дозвілля впливає освіта та матеріальне становище респондентів, але ці відмінності досить очевидні. Наприклад, молоді з вищою освітою частіше читає книжки, а порівняно високий дохід дозволяє більше подорожувати, відвідувати різні заходи, купувати книжки, неформально навчатись тощо.

Молодь і хотіла би більше подорожувати Україною та за кордон, але на це часто не вистачає коштів, що відзначає майже половина респондентів. Також брак коштів може певною мірою обмежувати заняття спортом, відвідування закладів або заходів, навіть зустрічі з друзями і знайомими, проте такі обмеження виникають значно рідше [Рисунок 2.2]. Незважаючи на певні варіації, така тенденція у відповідях відтворюється в кожній окремій області [Таблиця 2.3].

Рисунок 2.1. Дозвілля молоді (множинні відповіді, %)

Q: «Як ви зазвичай проводите вільний час?»



Base: усі опитані — 763.

* Інші заняття, запропоновані респондентами: творчі заняття (малювання, танці, гра на музичних інструментах, фотографування), рукоділля (вишивання, бісероплетіння), технічні хобі (майстрування, ремонт техніки тощо), навчання для задоволення (поза освітніми програмами), програмування, вивчення мов, велосипед, водіння авто, гра з дітьми / виховання дітей, спілкування з сім'єю, настільні ігри, шопінг, догляд за домашніми тваринами, риболовля, хатні справи / прибирання, скролінг в інтернеті / мобільному, просто відпочинок без певного зайняття / проводити час наодинці.

Таблиця 2.1. Дозвілля молоді в окремих областях (множинні відповіді, %)

Q: Сума відповідей «постійно» і «часто» на запитання «Як ви зазвичай проводите вільний час?»

	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Слухаю музику	79	70	75	75	71	73
Зустрічаюсь з друзями та знайомими	68	64	67	76	72	60
Проводжу час в соціальних мережах	57	59	62	70	60	44
Читаю новини в Телеграм каналах	55	41	40	58	38	50
Готую їжу для задоволення	46	41	39	33	45	36
Займаюсь спортом	47	31	26	29	32	32
Вийжджаю на природу, або на дачу	32	22	26	33	35	26
Читаю книги	27	19	19	26	22	25
Граю в приставку або комп'ютерні ігри	17	21	13	24	17	27
Проводжу час в кафе, клубі	22	17	18	32	23	12
Подорожую Україною	25	13	21	15	28	16
Читаю новини на сайтах	11	17	14	45	16	10
Ходжу в кіно	26	10	17	18	15	14
Проходжу освітні онлайн-курси/тренінги	20	9	13	11	9	19
Відвідую змагання, спортивні заходи	22	16	16	13	12	9
Тусуюсь в молодіжному центрі (просторі)	14	9	14	14	20	10
Займаюсь волонтерською діяльністю	24	6	12	12	10	10
Дивлюсь телевізор	2	6	12	16	6	10
Відвідую концерти, фестивалі	11	6	11	6	13	6
Беру участь у діяльності ГО	13	5	9	7	9	6
Відвідую виставки	10	5	5	1	3	4
Подорожую за кордоном	6	5	7	4	8	3
Відвідую театр	11	5	4	3	3	2

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Таблиця 2.2. Дозвілля молоді в залежності від статі і віку респондентів
(множинні відповіді, %)

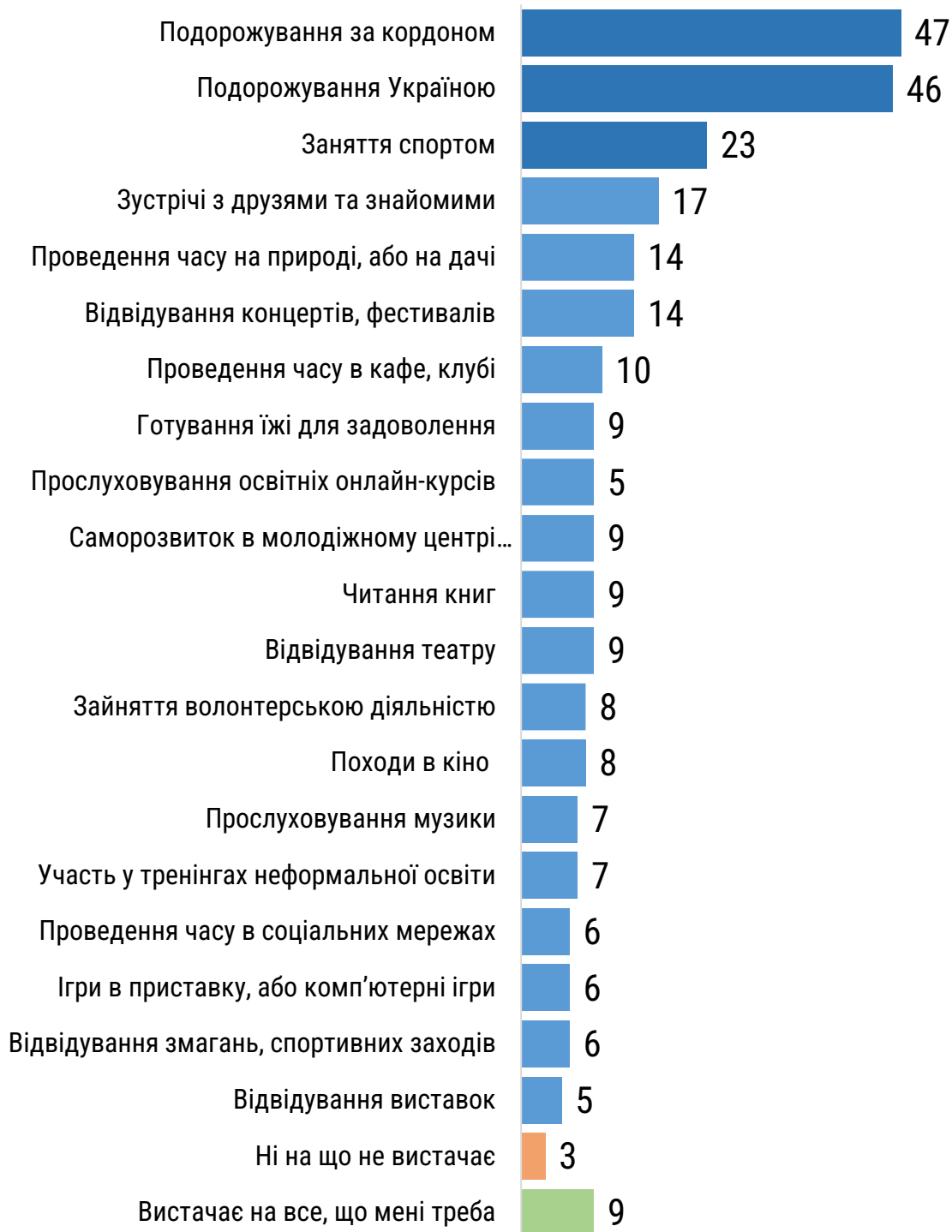
Q: Сума відповідей «постійно» і «часто» на запитання «Як ви зазвичай проводите вільний час?»

	СТАТЬ		ВІК		
	Чоло- віча	Жіно-ча	18-20 років	21-23 роки	24-26 років
Слухаю музику	74	73	78	74	69
Зустрічаюсь з друзями та знайомими	67	64	77	60	61
Проводжу час в соціальних мережах	52	61	53	60	56
Читаю новини в Телеграм каналах	46	48	47	43	50
Готую їжу для задоволення	31	49	38	40	41
Займаюсь спортом	39	27	39	28	32
Виїжджаю на природу, або на дачу	28	27	28	28	28
Читаю книги	14	32	21	23	24
Граю в приставку або комп'ютерні ігри	32	9	24	21	17
Проводжу час в кафе, клубі	19	19	24	16	16
Подорожую Україною	18	20	20	15	20
Читаю новини на сайтах	16	17	17	14	18
Ходжу в кіно	14	17	19	13	16
Проходжу освітні онлайн-курси/тренінги	12	17	17	14	13
Відвідую змагання, спортивні заходи	20	8	20	11	12
Тусуюсь в молодіжному центрі (просторі)	14	11	19	10	9
Займаюсь волонтерською діяльністю	11	13	12	10	13
Дивлюсь телевізор	8	8	6	8	9
Відвідую концерти, фестивалі	6	10	10	5	9
Беру участь у діяльності ГО	9	6	8	6	8
Відвідую виставки	2	8	6	4	5
Подорожую за кордоном	3	7	5	3	6
Відвідую театр	2	6	5	3	4

Base: респонденти різної статі: чоловічої – 393, жіночої – 370; різного віку: 18-20 років – 235, 21-23 роки – 245, 24-26 років – 283.

Рисунок 2.2. Дозвілля, на які не вистачає коштів (множинні відповіді, %)

Q: «Оберіть у цьому переліку такі види дозвілля, якими ви хотіли б займатись або займатись частіше, але вам не вистачає на це коштів (наприклад на певні матеріали, спорядження, абонементи, зв'язок тощо)?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 2.3. **Дозвілля, на які не вистачає коштів у молоді різних областей (множинні відповіді, %)**

Q: Сума відповідей «постійно» і «часто» на запитання «Як ви зазвичай проводите вільний час?»

	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Подорожування за кордоном	43	25	48	67	48	61
Подорожування Україною	37	22	56	41	50	69
Заняття спортом	9	21	20	33	26	30
Зустрічі з друзями та знайомими	2	26	15	19	14	20
Проведення часу на природі, або на дачі	5	16	11	14	13	22
Відвідування концертів, фестивалів	12	15	10	15	14	17
Проведення часу в кафе, клубі	2	15	9	12	15	8
Готування їжі для задоволення	2	15	5	11	6	10
Прослуховування освітніх онлайн-курсів	2	13	13	12	10	8
Саморозвиток в молодіжному центрі (просторі)	3	12	8	11	12	8
Читання книг	2	10	9	6	14	10
Відвідування театру	8	6	9	10	6	12
Зайняття волонтерською діяльністю	5	5	11	9	11	10
Походи в кіно	2	10	8	5	6	12
Прослуховування музики	1	16	5	2	6	6
Участь у тренінгах неформальної освіти	2	6	5	7	12	10
Проведення часу в соціальних мережах	—	17	2	4	3	3
Ігри в приставку, або комп'ютерні ігри	2	9	5	3	7	6
Відвідування змагань, спортивних заходів	2	7	2	8	6	7
Відвідування виставок	4	3	4	10	2	7
<i>Ні на що не вистачає</i>	3	6	2	2	2	1
<i>Вистачає на все, що мені треба</i>	20	11	8	3	5	3

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

На прохання назвати декілька місць, де переважно збирається молодь вашого населеного пункту для проведення дозвілля, отримано 1350 змістовних відповідей. Найчастіше молодь всіх населених пунктів, які потрапили до вибірки, збирається в парках і скверах, в центрі міста / села, в кафе і барах, біля магазинів і торгово-розважальних центрів, у клубах, на стадіонах, на спортивних або дитячих майданчиках, на природі / поруч з морем, річкою, озером, ставком тощо, поруч із домом або вдома у друзів. Тобто молодь, як правило, не має спеціально організованих місць для проведення дозвілля і шукає будь-які доступні для зустрічі локації в своєму населеному пункті. Серед усіх відповідей лише близько 20 (менше 2%) вказують на наявність організації простору дозвілля молоді в окремих населених пунктах. Зокрема, це молодіжний центр, дозвільний простір, бібліотека для молоді у м. Рівне; молодіжний центр / простір у м. Охтирка; міський центр дозвілля при РДК у м. Ромни; молодіжний центр Романтика у м. Суми; молодіжний клуб, хаб ідей у м. Зміїв; Єрмілов центр у м. Харків. У деяких селах респонденти зазначають, що молодь збирається «в клубі», проте зазвичай йдеться про місцеві будинки культури. У деяких областях (Київська, Одеська) жодної згадки про молодіжні центри / простори немає. Зазвичай про наявність таких центрів розповідають міські жителі. Загалом проведення часу в молодіжних центрах поки що неможливо назвати поширеним або достатньо масовим способом проведення дозвілля молоддю [Рисунок 2.3].

Рисунок 2.3. Місця проведення дозвілля молоддю (хмара слів)

Q: «Назвіть декілька місць, де переважно збирається молодь вашого населеного пункту для проведення дозвілля.»

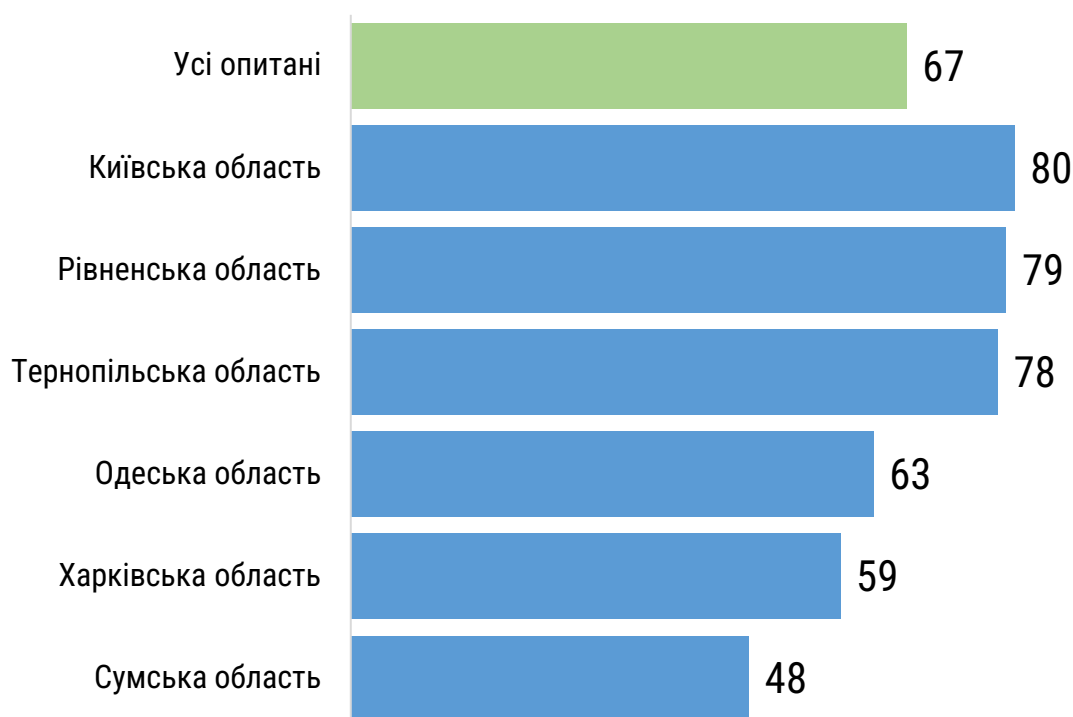


Розділ 3. ГРОМАДСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

Більшість учасників опитування (67%) брала участь у громадській діяльності протягом останнього року. Порівняно частіше це молодь Київської, Рівненської та Тернопільської областей. Помітно менше залучена до громадської діяльності молодь Сумської області [Рисунок 3.1]. Найчастіше громадська діяльність молоді пов'язана з волонтерством та допомогою армії, благодійними або гуманітарними заходами, а також спортом [Рисунок 3.2]. Загалом такі напрямки громадської активності характерні для всіх шести областей, що досліджувались [Таблиця 3.1].

Рисунок 3.2. Участь у громадській діяльності протягом останнього року (%)

Q: Ствердні відповіді на запитання «Чи брали ви участь у громадській діяльності протягом останніх 12 місяців?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 3.2. **Форми участі у громадській діяльності (множинні відповіді, %)**
 Q: «У якій громадській діяльності ви брали участь протягом останніх 12 місяців?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 3.1. **Форми участі у громадській діяльності: в окремих областях (множинні відповіді, %)**

Q: «У якій громадській діяльності ви брали участь протягом останніх 12 місяців?»

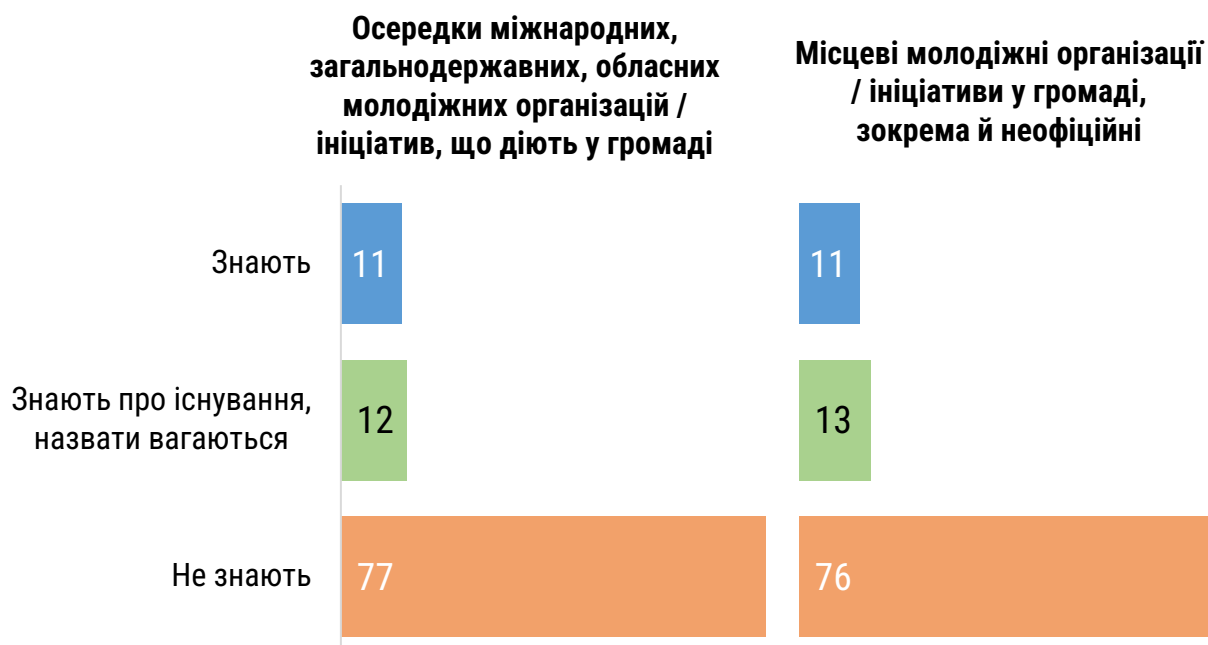
	Київська область	Рівненська область	Тернопільська область	Одеська область	Харківська область	Сумська область
Волонтерські ініціативи для підтримки армії	34	35	36	24	30	19
Благодійні або гуманітарні заходи	30	26	22	10	29	9
Спортивні заходи	23	28	26	27	14	14
Культурні заходи (музичні, КВК, театральні тощо)	8	9	17	10	10	6
Заходи студентського та учнівського самоврядування	5	12	15	9	6	6
Освітні проекти	6	9	12	6	8	6
Заходи з охорони навколишнього середовища (екологічні)	1	7	5	6	2	5
Групи самопомоги, взаємодопомоги	2	2	4	5	2	9
Релігійні заходи, організації	3	7	9	6	2	1
Професійні об'єднання	–	8	5	5	4	2
Проекти, пов'язані з проведенням дозвілля	2	4	7	3	2	2
Заходи з формування громадянської стійкості	1	–	2	3	2	1
Заходи формування оборонної свідомості	2	2	2	2	2	–
Політичні партії, заходи	–	1	1	1	1	–
Пластові (скаутські) заходи	2	2	2	–	2	1

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Молодь у більшості не інформована щодо конкретних молодіжних організацій та ініціатив. Загалом тільки 23-24% чули про існування таких організацій, і лише 11% можуть назвати конкретні назви осередків як міжнародних, загальнодержавних, обласних молодіжних організацій, так і осередки місцевих молодіжних організацій (зокрема й неофіційних), що діють у громаді, де проживають респонденти [Рисунок 3.3]. Поінформованість молоді в цьому питанні досить різна в окремих областях. Назви організацій частіше називались молоддю Київської, Рівненської, Харківської областей. Вкрай низька обізнаність респондентів з Одещини [Рисунок 3.4].

Рисунок 3.3. Інформованість про молодіжні організації / ініціативи (%)

Q: «Чи можете ви назвати 1) осередки яких молодіжних організацій чи ініціатив (міжнародних, загальнодержавних, обласних) діють в вашій громаді; 2) місцеві молодіжні організації чи ініціативи, які діють у вашій громаді (в тому числі неофіційні, наприклад групи в соціальних мережах або телеграм-каналах)?»



Base: усі опитані – 763.

Рисунок 3.4. Інформованість про молодіжні організації / ініціативи (%)

Q: Відповіді «Знаю, і можу сказати назву» на запитання «Чи можете ви назвати осередки молодіжних організацій чи ініціатив...?»



Base: усі опитані – 763.

Серед **міжнародних організацій** були названі такі, як ЮНІСЕФ, Карітас, Червоний Хрест, IESEC, The HALO Trust. Серед всеукраїнських організацій, які діють в областях, молодь зазначила наступні: скаутська організація «Пласт», ГО «Будуємо Україну Разом», ГО «Центурія», ГО «Українська медична студентська асоціація» (УМСА), БФ «Рокада», ГО «Права молодь», Група Валькнут корпусу Спецпідрозділу ГУР МО Відар.

Щодо **місцевих організацій** часто давалися загальні відповіді щодо наявності молодіжного центру / організації / руху / простору в певній громаді чи населеному пункті. Серед конкретних місцевих організацій / ініціатив, медіа в областях були названі такі:

- **Сумська область:** ГО "Охтирський Молодіжний Центр", ГО «Смілива молодь Сумщини», волонтерська група по плетінню сіток, телеграм канал с. Вільшани, телеграм канал «Нагацуки», фейсбук-сторінка «Street Cultures Okhtyrka», медіа «Сумські дебати».
- **Тернопільська область:** Творчий колектив «Чернилівські забави», волонтерська ініціатива «Микулинецький маскувальний батальйон», Бучацький районний ЦДЮТ «Сузір'я», ГО «Тернопільська територіальна організація «Всеукраїнське фізкультурно-спортивне товариство «Колос», Тернопільське товариство «Лемківщина», ГО «Молодіжний портал Бучача», студія танцю «Dance life».
- **Київська область:** волонтерська ініціатива «Кухарі гостомельські», ГО «Свідомі», добровільне незалежне об'єднання шкільних осередків дитячого самоврядування та учнівської молоді Вишгородської територіальної громади «UpTown LIDER», група в соціальних мережах фейсбук та інстаграм «Гостомель справжній», ГО «Кіт у чоботях», БФ «Повернись живим».
- **Харківська область:** ГО «Бійцівський клуб «Спартак», школа танцю Морозових, ГО «Платформа урбаністичного розвитку, клуб дозвілля «Імідж», БО «Паляниця Харків», ГО «Розквіт», телеграм канал «Уявний двіж».
- **Рівненська область:** Молодіжний простір «Home'Як», ГО «Міф», футбольний клуб «Локомотив», молодіжний простір «Нота», центр життєстійкості, КЗ «Молодіжний центр «БілКо», телеграм канал «Панда паблік».
- **Одеська область:** ГО «Робимо Вам Нерви», Федерація кікбоксингу м. Чорноморськ клуб «Колізей».

Розділ 4. ВЗАЄМОДІЯ З МІСЦЕВОЮ ВЛАДОЮ

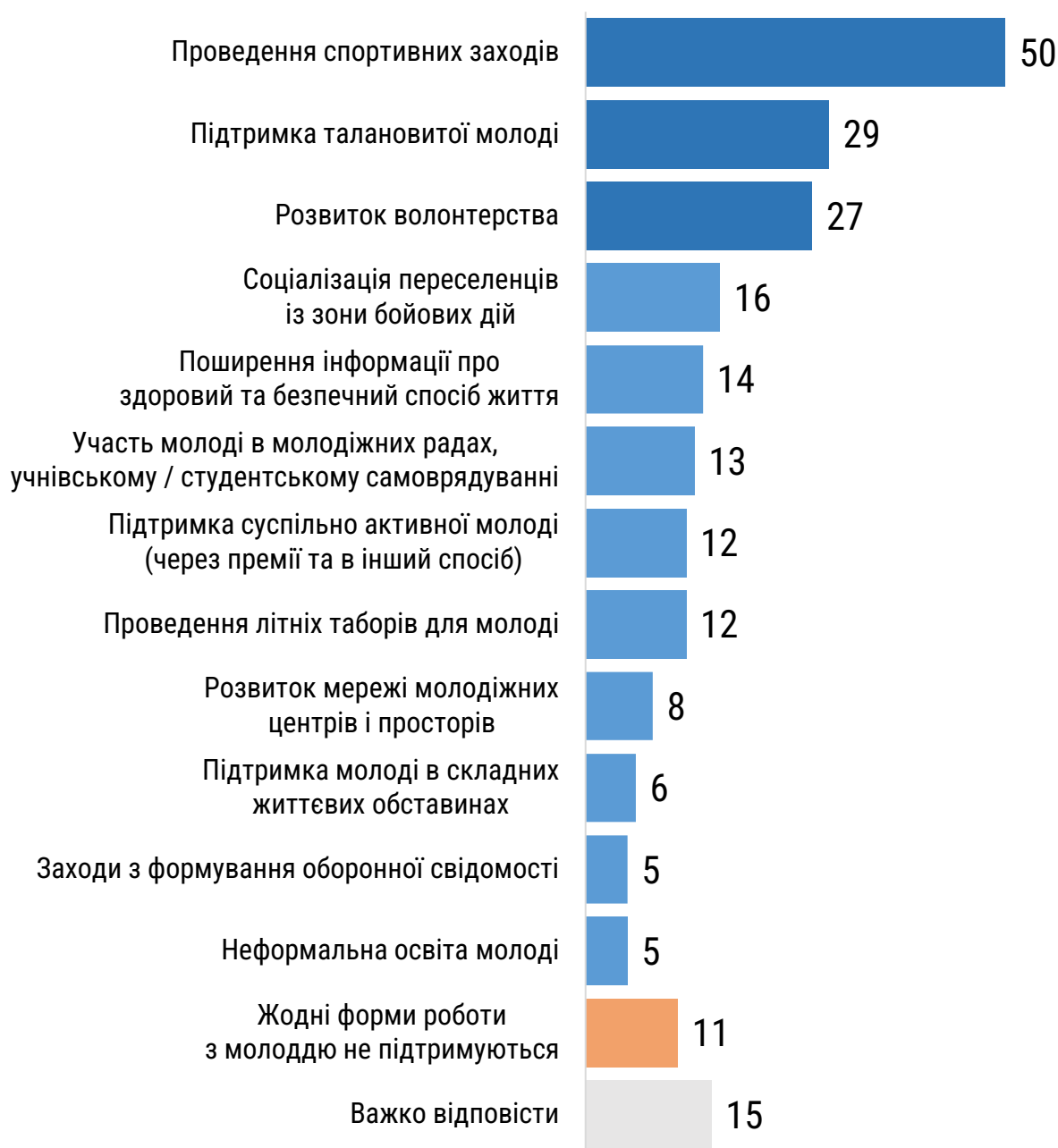
У більшості випадків (74%) учасники опитування змогли назвати певні форми роботи з молоддю, які підтримуються місцевою владою. Кожен другий згадав про проведення спортивних заходів, крім того місцева влада досить часто підтримує талановиту молодь та сприяє розвитку волонтерства [Рисунок 4.1]. Найгірша ситуація, за оцінками респондентів, у Сумській області, де лише 57% молоді згадали певні форми роботи, підтримані місцевою владою. Найкраща ситуація склалась у Рівненській області, де 83% молоді знають про такі ініціативи місцевої влади. В усіх шести областях, що досліджувались, найбільше зусиль місцева влада, на думку молоді, спрямовує на організацію і проведення спортивних заходів [Таблиця 4.1].

Утім молодь вважає, що найбільше зусиль місцевій владі й потрібно спрямовувати на спорт, волонтерство та підтримку талановитої молоді, але крім цього треба розвивати й інші форми роботи [Рисунок 4.2]. Наприклад, потрібна підтримка молоді в складних життєвих обставинах (найактуальніше це в Харківській області), або поширення інформації про здоровий та безпечний спосіб життя (найчастіше про це згадують в Одеській області) [Таблиця 4.2].

Загалом 95% респондентів називають конкретні напрямки роботи з молоддю, які потребують більшої підтримки з боку місцевої влади. Якщо порівняти наявні форми роботи з бажаними, то можна помітити, що майже за усіма позиціями (крім проведення спортивних заходів) баланс є від'ємним, тобто місцева влада, на думку респондентів, робить менше, ніж очікується. Найбільш критичні позиції, у яких очікування значно переважають наявні форми роботи, – це підтримка молоді в складних життєвих обставинах та підтримка талановитої молоді. Також місцевій владі варто звернути більше уваги на роботу щодо забезпечення молоді житлом, підтримку заходів молодіжних організацій та ініціатив, підтримку суспільно активної молоді (через премії та в інший спосіб), поширення інформації про здоровий та безпечний спосіб життя, розвиток мережі молодіжних центрів і просторів. У цих питаннях молодь очікує більше активності з боку місцевої влади.

Рисунок 4.1. Форми роботи з молоддю, які підтримуються місцевою владою, (множинні відповіді, %)

Q: «Які форми роботи з молоддю підтримуються місцевою владою в вашій громаді?»*



* Іншими формами роботи з молоддю, які підтримуються меншою мірою є: формування громадянської стійкості (4%), підтримка заходів молодіжних організацій та ініціатив (4%), сприяння розвитку Пласту – Національної скаутської організації України (3%), стимулювання політичної активності молоді (2%), Сприяння забезпечення молоді житлом (2%), підтримка неформальних молодіжних рухів (1%), інші форми роботи (1%).

Base: усі опитані – 763.

Таблиця 4.1. **Форми роботи з молоддю, які підтримуються місцевою владою, в різних областях (множинні відповіді, %)**

Q: «Які форми роботи з молоддю підтримуються місцевою владою в вашій громаді?»

	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Проведення спортивних заходів	45	56	62	36	58	43
Підтримка талановитої молоді	24	38	33	20	29	26
Розвиток волонтерства	10	32	30	19	38	30
Соціалізація переселенців із зони бойових дій	12	18	13	12	21	18
Поширення інформації про здоровий та безпечний спосіб життя	6	21	16	11	13	13
Участь молоді в молодіжних радах, учнівському / студентському самоврядуванні	9	11	16	16	15	13
Підтримка суспільно активної молоді (через премії та в інший спосіб)	3	20	16	10	15	9
Проведення літніх таборів для молоді	12	17	16	8	18	6
Розвиток мережі молодіжних центрів і просторів	2	7	13	8	9	10
Підтримка молоді в складних життєвих обставинах	3	4	5	3	11	10
Заходи з формування оборонної свідомості	3	6	2	5	9	5
Неформальна освіта молоді	–	3	2	6	5	10
<i>Жодні форми роботи з молоддю не підтримуються</i>	9	9	9	20	6	14
<i>Важко відповісти</i>	18	16	8	23	12	15

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 4.2. Форми роботи з молоддю, що потребують більшої підтримки з боку місцевої влади (множинні відповіді, %)

Q: «Які, на вашу думку, форми роботи з молоддю мали би краще підтримуватись місцевою владою вашої громади?»*



* Іншими формами роботи з молоддю, які меншою мірою вважаються такими, що потребують підтримки місцевої влади є: заходи з формування оборонної свідомості (11%), формування громадянської стійкості (10%), неформальна освіта молоді (10%), стимулювання політичної активності молоді (9%), підтримка неформальних молодіжних рухів (6%), сприяння розвитку Пласту – Національної скаутської організації України (6%), інші форми роботи (1%).

Base: усі опитані – 763.

Таблиця 4.2. Форми роботи з молоддю, що потребують більшої підтримки з боку місцевої влади, в різних областях (множинні відповіді, %)

Q: «Які, на вашу думку, форми роботи з молоддю мали би краще підтримуватись місцевою владою вашої громади?»

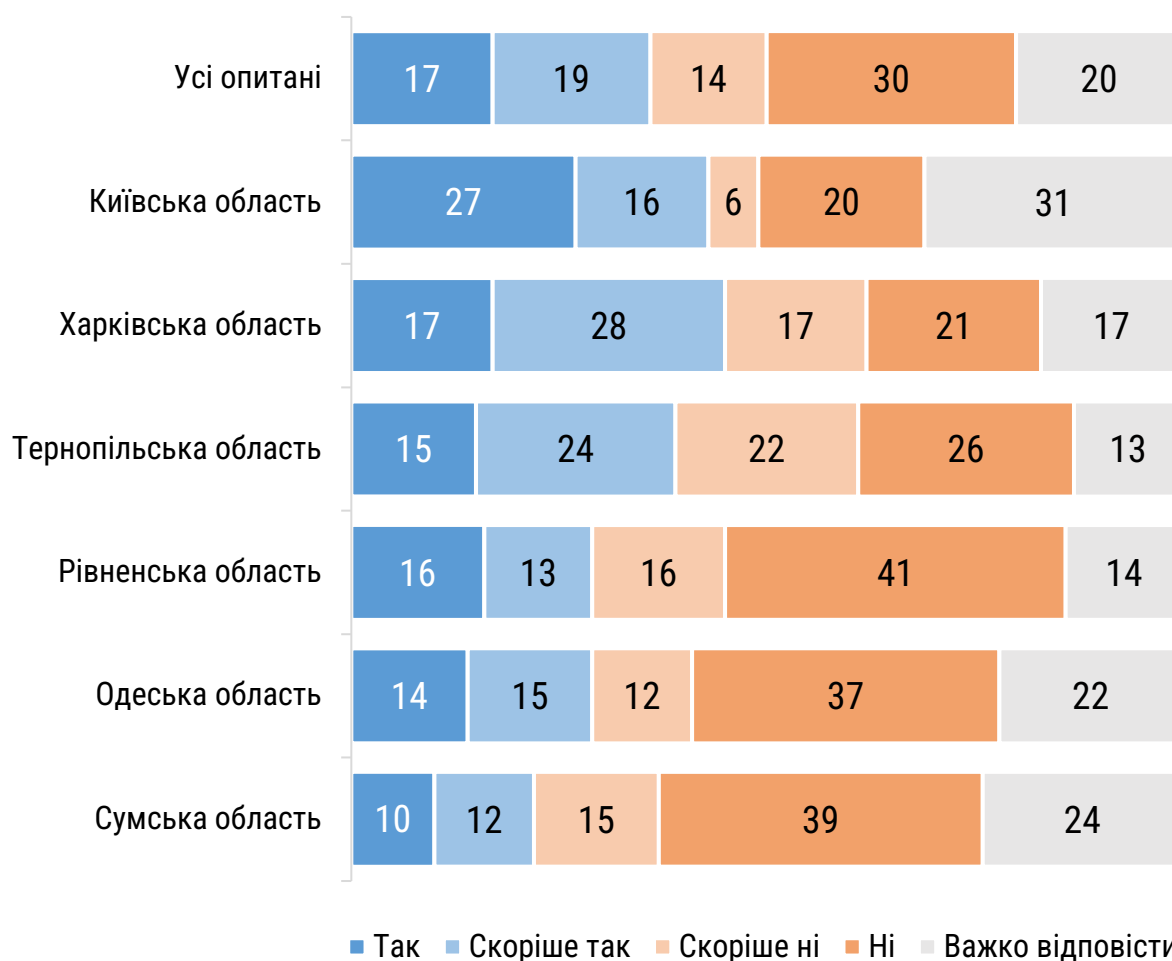
	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Підтримка талановитої молоді	28	51	44	51	40	53
Проведення спортивних заходів	37	50	42	56	45	34
Розвиток волонтерства	33	47	32	25	36	26
Підтримка молоді в складних життєвих обставинах	16	21	20	28	30	38
Поширення інформації про здоровий та безпечний спосіб життя	23	36	29	19	22	18
Підтримка суспільно активної молоді (через премії та в інший спосіб)	11	31	30	23	27	24
Проведення літніх таборів для молоді	16	18	26	17	28	20
Соціалізація переселенців із зони бойових дій	7	22	13	13	19	28
Розвиток мережі молодіжних центрів і просторів	9	18	20	24	20	22
Підтримка заходів молодіжних організацій та ініціатив	10	14	17	17	17	23
Сприяння забезпечення молоді житлом	4	18	16	22	18	20
Участь молоді в молодіжних радах, учнівському / студентському самоврядуванні	10	16	8	9	18	17
<i>Жодні форми роботи</i>	1	–	–	2	–	1
<i>Важко відповісти</i>	9	6	–	6	2	2

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Лише 34% молодих людей вважають, що вони можуть впливати на ухвалення рішень щодо молоді, зокрема й впливати на рішення та ініціативи місцевої влади. Найбільше впевненості в цьому ми бачимо в Київській, Харківській, Тернопільській області. Натомість у Рівненській, Одеській та Сумській областях число скептиків у цьому питанні переважає. Загалом у більшості молодь або не вірить в можливість впливати на ухвалення таких рішень, або не знає нічого про такі можливості [Рисунок 4.3].

Рисунок 4.3. Наявність можливості впливати на ухвалення рішень щодо молоді: загалом і в окремих областях (%)

Q: «Чи є у вашій громаді можливість для молоді впливати на ухвалення рішень щодо молоді (наприклад молодіжна рада, шкільне самоврядування, вплив громадських організацій)?»



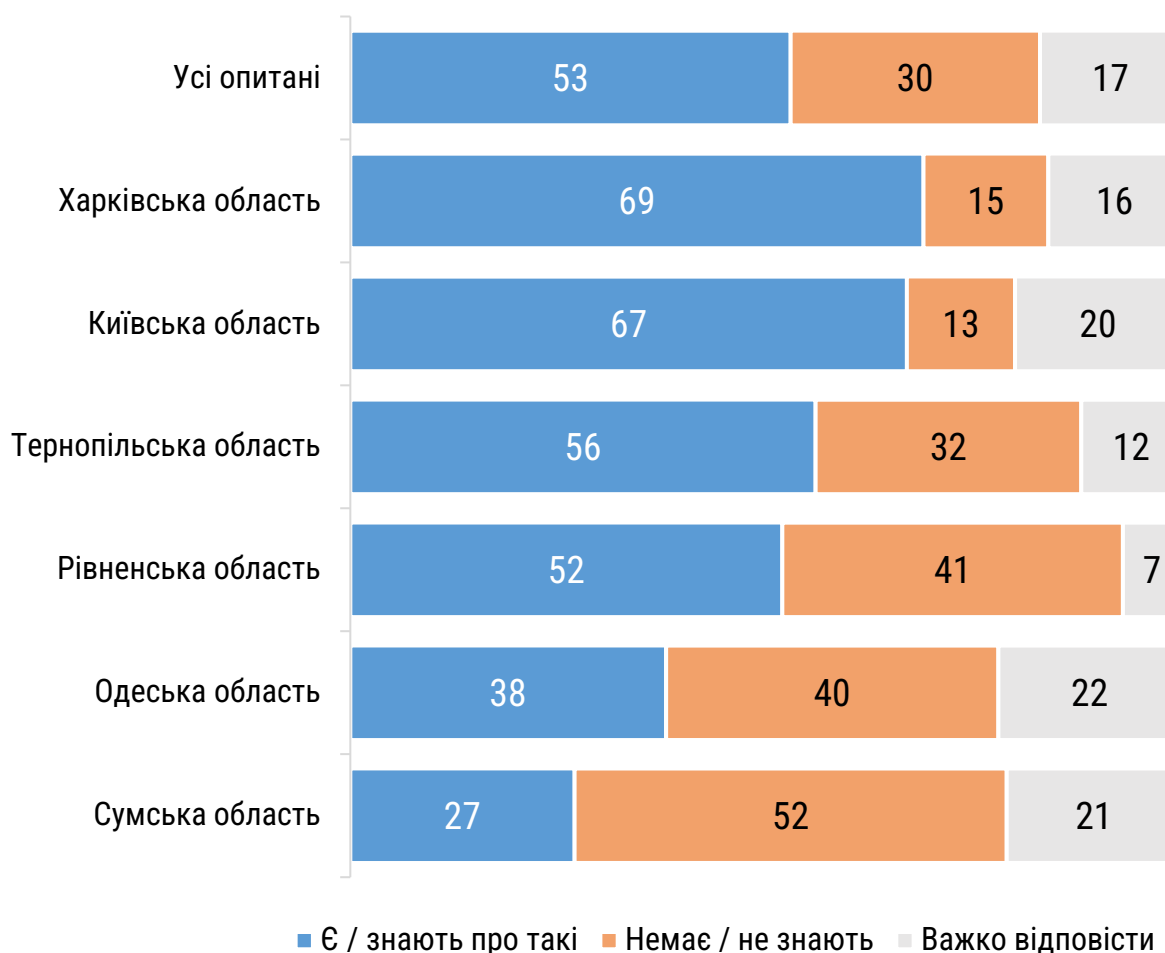
Base: усі опитані — 763, також в окремих областях, зокрема в Київській — 124, в Одеській — 179, у Рівненській — 103, у Сумській — 72, у Тернопільській — 85, у Харківській — 200.

Розділ 5. ОСЕРЕДКИ МОЛОДІЖНОЇ РОБОТИ

У цілому більше половини опитаних молодих людей знають про наявність в громаді осередків молодіжної роботи, найбільше в Харківській та Київській областях. Найгірша поінформованість про це спостерігається в Одеській і Сумській області [Рисунок 5.1]. Найчастіше респонденти знають про існування в громадах молодіжних клубів або гуртків, дещо рідше – про учнівське / студентське самоврядування та молодіжний центр (простір) [Таблиця 5.1].

Рисунок 5.1. Наявність в громаді осередків молодіжної роботи: загалом і в окремих областях (%)

Q: «Чи є у вашому населеному пункті осередки молодіжної роботи (молодіжні ради, учнівське та /або студентське самоврядування, молодіжні центри та простори, учнівські кімнати в школах, молодіжні клуби, гуртки тощо)?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Таблиця 5.1. Обізнаність щодо осередків молодіжної роботи в громадах: загалом і в окремих областях (множинні відповіді, %)

Q: «Чи є у вашому населеному пункті осередки молодіжної роботи (молодіжні ради, учнівське та /або студентське самоврядування, молодіжні центри та простори, учнівські кімнати в школах, молодіжні клуби, гуртки тощо)?»

	Усі опитані	Харківська область	Київська область	Тернопільська область	Рівненська область	Одеська область	Сумська область
Молодіжні клуби, гуртки	31	44	48	22	23	22	8
Учнівське та (або) студентське самоврядування	20	28	25	28	21	6	9
Молодіжний центр або простір	15	30	12	10	12	6	14
Молодіжні ради	9	11	7	14	13	6	2
Учнівські кімнати в школах	9	14	22	5	8	2	4

Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Лише 24% тих, хто знає про існування осередків молодіжної роботи, або 13% всіх опитаних відвідує такі осередки. Вдвічі менше планують відвідувати осередки молодіжної роботи у майбутньому. Більшість тих, хто навіть знає про такі осередки, не відвідує і не планує їх відвідувати [Рисунок 5.2]. Порівняно краща ситуація із відвідуванням і потенційною участю спостерігається в Сумській області, найгірша – у Тернопільській області [Рисунок 5.3].

Рисунок 5.2. **Відвідуваність осередків молодіжної роботи (%)**

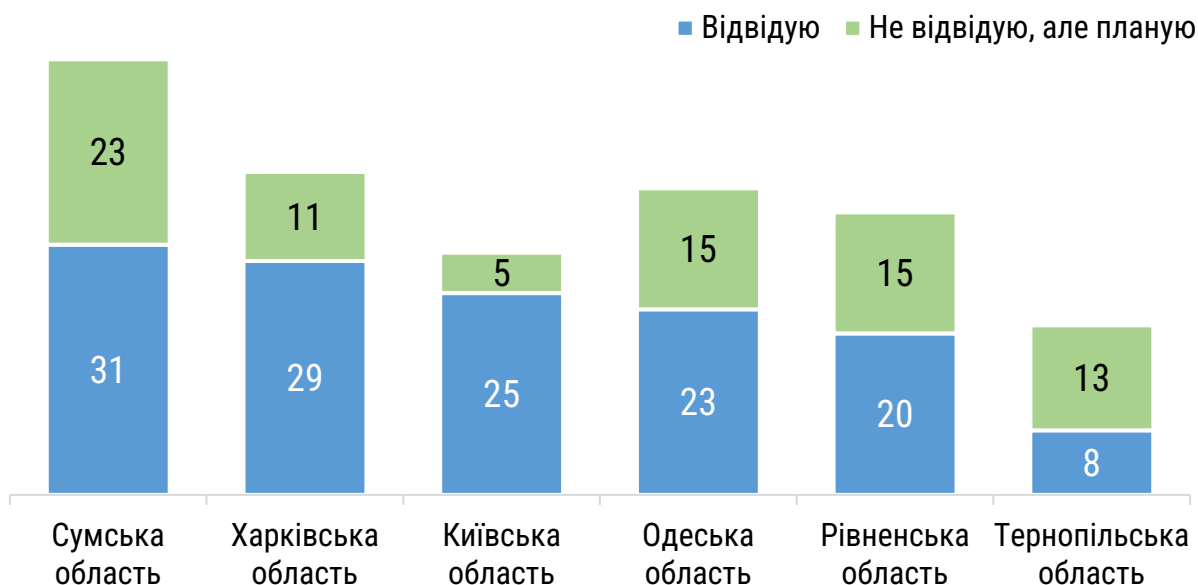
Q: «Чи відвідуєте ви цей осередок / осередки?»



Base: респонденти, які знають про осередки молодіжної роботи в своїй громаді – 408.

Рисунок 5.3. **Відвідуваність осередків молодіжної роботи в окремих областях (%)**

Q: «Чи відвідуєте ви цей осередок / осередки?»



Base: респонденти, які знають про осередки молодіжної роботи в своїй громаді в різних областях, зокрема в Київській – 83, Одеській – 67, Рівненській – 53, Сумській – 19, Тернопільській – 48, Харківській – 138.

Найбільш поширеною причиною уникнення користування молоддю послугами осередків з молодіжної роботи є необізнаність про їхнє існування [Рисунок 5.4]. Найчастіше про це казали респонденти з Харківської та Рівненської областей [Таблиця 5.2]. Також досить поширеною причиною ігнорування молоддю осередків молодіжної роботи є те, що молоді люди не очікують знайти там щось дійсно цікаве для себе. Найчастіше про це можна було почути від респондентів з Київської та Харківської областей. Отже, необізнаність та незацікавленість – головні чинники уникнення користування такими осередками. Інші причини не є настільки ж вагомими.

Рисунок 5.4. Причини уникнення користування послугами осередків з молодіжної роботи (множинні відповіді, %)

Q: «Чому, на вашу думку, молодь може уникати користування послугами осередків з молодіжної роботи (молодіжних рад, учнівського та /або студентського самоврядування, молодіжних центрів та просторів, учнівських кімнат в школах, молодіжних клубів тощо)?»



* Інші відповіді: немає мотивації / лінь; не довіряють; відсутня реклама; є соціальна тривожність, яка заважає спілкуватись тощо.

Base: усі опитані – 763.

Таблиця 5.2. **Причини уникнення користування послугами осередків з молодіжної роботи: в окремих областях (множинні відповіді, %)**

Q: «Які форми роботи з молоддю підтримуються місцевою владою в вашій громаді?»

	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Просто не знають про їх існування	40	53	67	63	56	70
Там нема того, що цікаве молоді	45	33	34	17	20	41
За це треба платити	6	25	10	16	13	19
Там застаріле обладнання або відсутність як такого	7	13	19	9	17	14
В них незручний графік роботи	2	10	6	11	14	11
Там непрофесійний персонал	—	6	7	2	11	5
Там небезпечно перебувати (через оточення, відсутність укриття тощо)	1	6	2	5	1	9
Там узимку холодно / влітку спекотно	2	8	9	8	8	2
Незручний доступ, вхід (через інші установи організації)	2	2	3	4	4	6
Вони розташовані в важко доступному місці	4	1	5	8	4	6
<i>Інше</i>	3	2	5	1	1	10
<i>Важко відповісти</i>	13	17	5	21	20	6

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Найбільш пріоритетними напрямками молодіжної роботи є розвиток спорту, інформування про можливості чомусь навчитись / отримати нову професію та навички, інформування про можливості працевлаштування, можливості займатись творчістю. Молодь Київської області порівняно частіше бажала б отримувати психологічну підтримку та консультації. В Одеській області молодь частіше очікує організації святкових концертів та урочистостей. У Рівненській – залучення коштів на молодіжну інфраструктуру в громаді. У Сумській – можливості вивчати мови та залучати кошти на проведення молодіжних заходів в громаді, тощо [Таблиця 5.3]. Отже названі напрямки роботи молодіжних осередків можна вважати найголовнішими.

Таблиця 5.3. Пріоритетні напрямки осередків молодіжної роботи: загалом і в окремих областях (множинні відповіді, %)

Q: «На вашу думку, які напрями роботи мають реалізовувати в вашому населеному пункті осередки молодіжної роботи (молодіжні ради, центри, гуртки тощо)?»

	Усі опитані	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Заняття різними видами спорту	55	54	61	55	45	49	55
Інформування про можливості чомусь навчитись, отримати нову професію, навички	52	52	58	55	36	47	55
Можливості займатись творчістю	48	52	55	42	32	34	52
Інформування про можливості працевлаштування	43	45	49	48	37	38	36
Психологічна підтримка та консультації	32	42	24	30	29	29	37
Залучення коштів на молодіжну інфраструктуру в громаді	30	21	24	47	24	29	34
Можливості вивчати мови	28	23	28	23	34	18	37
Організація концертів та урочистостей до святкових днів	26	28	36	29	9	23	23
Організація походів, екскурсій	26	35	26	25	25	21	24

Залучення коштів на проведення молодіжних заходів в громаді	25	28	22	21	33	28	23
Залучення до волонтерської діяльності	20	21	18	20	18	26	21
Проведення тренінгів та інших заходів неформальної освіти	19	16	20	14	17	19	22
Облаштування молодіжних просторів і майданчиків	19	14	16	17	35	21	20
Організація літніх таборів	19	24	12	22	20	19	22
Організація бюджетних навчальних візитів до країн ЄС	19	16	14	14	32	19	23
Прибирання важливих для громади місць	17	16	13	19	23	23	16
Організація розважальних заходів	14	9	13	10	20	18	18
Організація вшануванню різних пам'ятних дат, покладанням квітів	13	26	12	15	6	18	7
Адвокація інтересів молоді в органах місцевого самоврядування	12	5	11	21	9	16	14
Надання безкоштовного приміщення для проведення заходів для молоді	9	6	9	5	25	12	7
Підтримка діяльності молодіжних організацій	9	6	5	10	13	12	10
Духовні бесіди, катехизація і реколекції	8	6	13	5	5	14	5
Формування громадянської стійкості	5	8	3	7	3	7	3
Заходи з формування оборонної свідомості	5	8	4	5	8	5	2
Підтримка реалізації пластової освітньої програми (скаутингу)	3	2	2	3	3	5	4
Інше	1	–	–	2	1	–	1
<i>Робота таких закладів не потрібна</i>	1	1	1	2	2	2	–

Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Розділ 6. НЕФОРМАЛЬНІ МОЛОДІЖНІ РУХИ

Неформальні молодіжні рухи не дуже популярні в Україні, переважна більшість опитаних (82%) загалом і в окремих областях [Таблиця 6.1] не належать, не належали і не мають в колі свого спілкування людей з такими інтересами. Найбільша кількість представників неформальних молодіжних рухів спостерігається в Київській області, найменша – у Сумській, Тернопільській і Харківській областях. Представленість неформальних рухів в окремих соціально-демографічних групах молоді є приблизно однаковою. Найбільш популярним неформальним рухом є аніме, достатньо популярні також панки, скейтери та зоозахисники [Рисунок 6.1]. Дослідити розбіжності популярності конкретних неформальних молодіжних рухів у різних областях неможливо через невелику кількість прихильників таких рухів загалом, проте тенденції у вподобаннях «неформалів» схожі в усіх шести областях.

Таблиця 6.1. Приналежність до неформальних молодіжних рухів: загалом і в окремих областях (%)

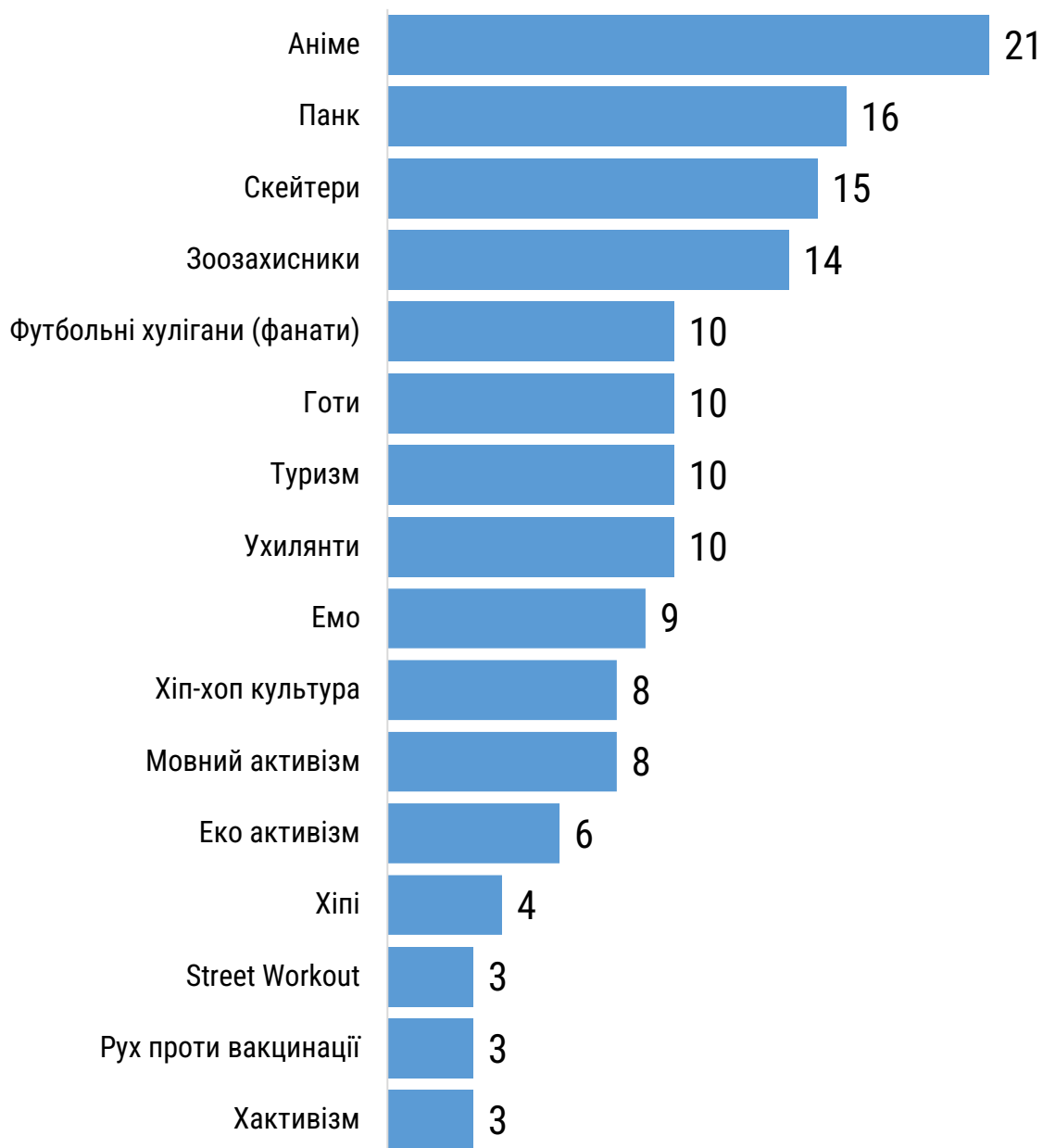
Q: «Чи належите ви до якихось неформальних рухів молоді?»

	Усі опитані	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область	Тернопільська область	Харківська область
Належу	5	11	7	6	1	1	1
Не належу, але належав у минулому	3	6	–	5	1	4	1
Не належу, але спілкуюсь з людьми, які належать	9	10	2	15	11	10	6
Не належу і ніколи не належав	82	73	91	73	87	82	90
Відмова відповідати	1	–	–	1	–	3	2

Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 6.1. Належність до певних неформальних рухів молоді за останні 3 роки (множинні відповіді, %)

Q: «Чи були ви залучені до неформальних рухів молоді впродовж останніх 3 років, зокрема...»

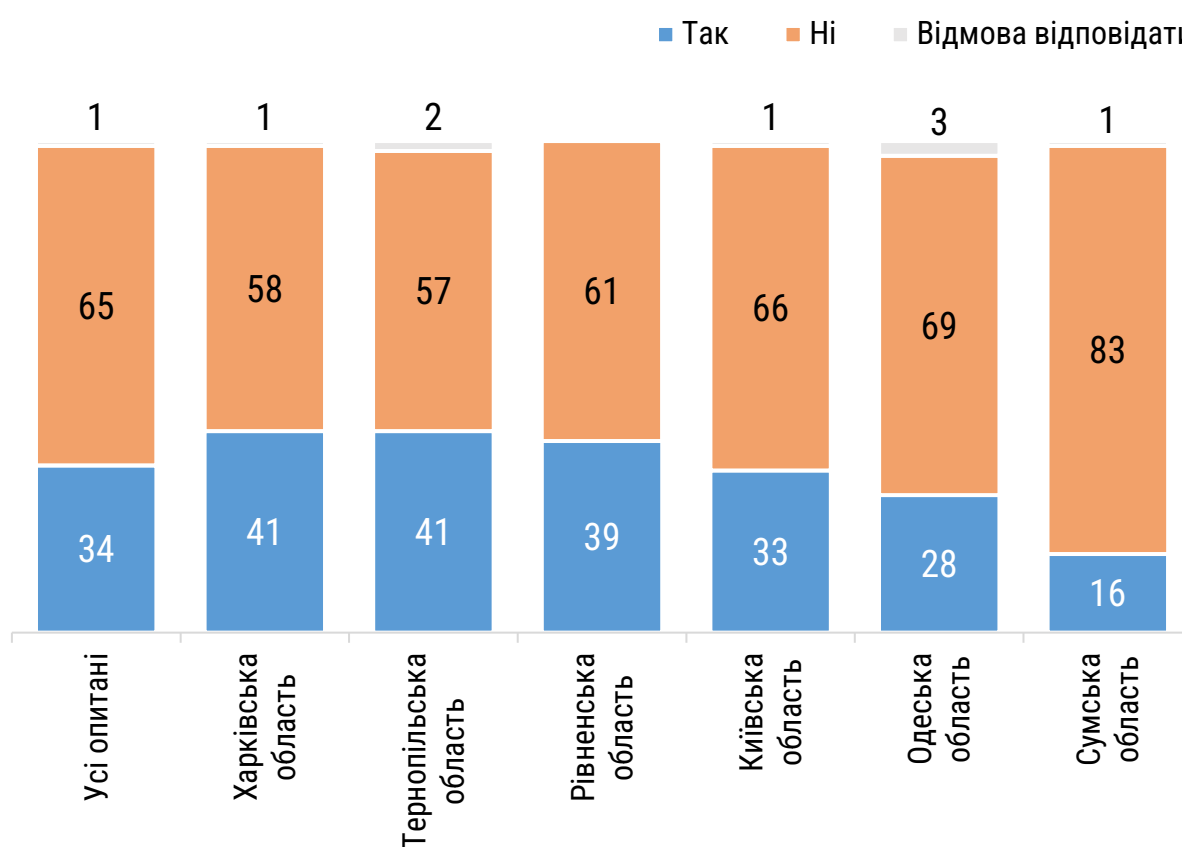


Base: респонденти, які належать або належали до неформальних рухів – 134.

Втім, кожна третя молода людина (34%) є активним читачем або активним учасником неформальних чатів в месенджерах. Кількість таких людей в окремих областях дещо варіює від 41% в Харківській та Тернопільській областях до 16% у Сумській області [Рисунок 6.2]. Такі чати різноманітні за тематикою. Найчастіше це чати, у яких обговорюються місцеві новини, відбувається інформування про наслідки ракетних атак або атак безпілотників, а також чати з розважальним контентом. У Харківській області порівняно більш популярні чати політичних новин, у Рівненській області – чати про волонтерську допомогу [Таблиця 6.2].

Рисунок 6.2. Активність у неформальних чатах в месенджерах (%)

Q: «Чи є ви активним читачем або активним учасником неформальних чатів в месенджерах?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Таблиця 6.2. Тематика неформальних чатів у месенджерах:
загалом і в окремих областях (множинні відповіді, %)

Q: «Чи є ви активним читачем або активним учасником неформальних чатів в месенджерах?»

	Усі опитані	Харківська область	Тернопільська область	Рівненська область	Київська область	Одеська область	Сумська область
Місцеві новини	16	18	6	20	8	19	23
Інформування про наслідки ракетних атак або атак безпілотників	15	17	14	13	6	18	17
Розважальний контент	15	11	12	15	9	17	23
Політичні новини	10	15	7	9	4	9	13
Волонтерська допомога	9	10	6	15	5	12	9
Благоустрій, добробут дому або району	5	5	3	7	2	8	6
Обговорення політики	5	7	4	1	1	7	6
Інформування про роботу ТЦК	4	0	4	3	2	7	5
Інше	5	0	8	9	3	6	5

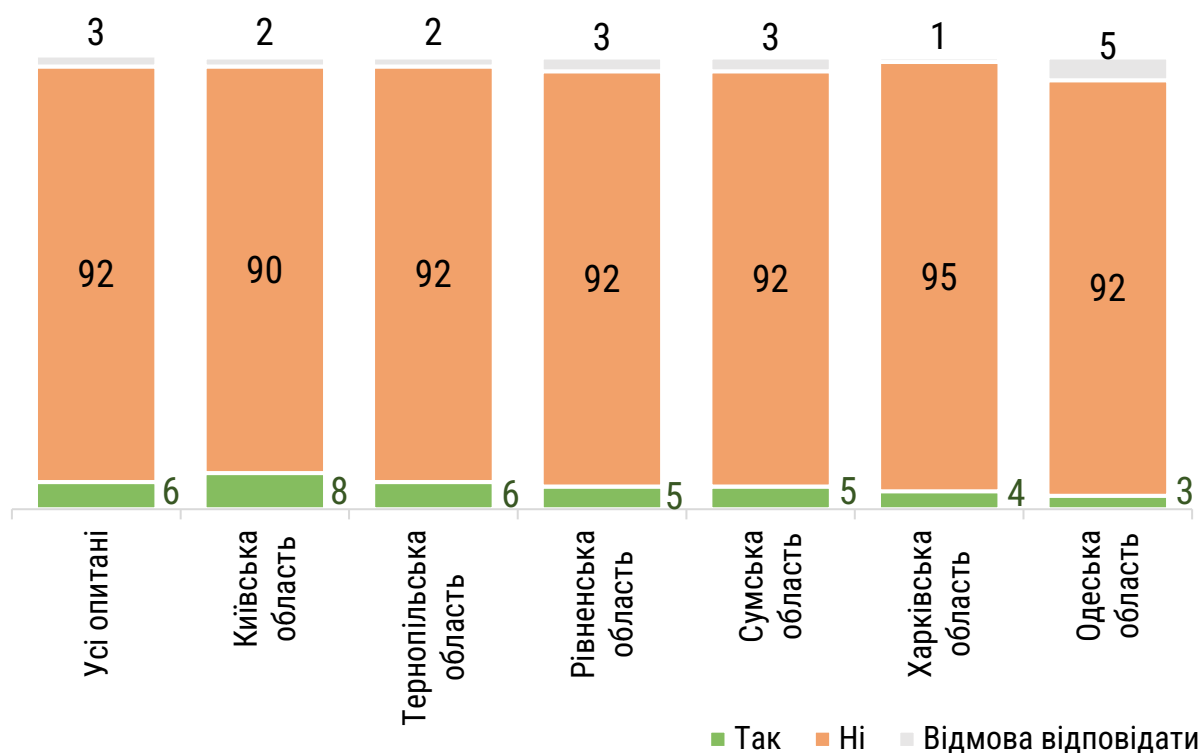
Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Розділ 7. ФОРМАЛЬНІ МОЛОДІЖНІ РУХИ, НУМО

Загалом молодь вкрай неактивно бере участь в формальних молодіжних рухах. Кількість учасників в різних областях коливається від 3% до 8%, загалом 6% [Рисунок 7.1]. Серед таких рухів 2% називають Джуру, 1% – Пласт, 1% – КВН або інший мистецький клуб, 1% – інші організації або рухи. Відсоток молоді, що бере участь у формальних молодіжних рухах, в окремих областях і соціально-демографічних групах приблизно однаковий.

Рисунок 7.1. Приналежність до формальних молодіжних рухів (%)

Q: «Чи належите ви до якихось формальних рухів молоді?»

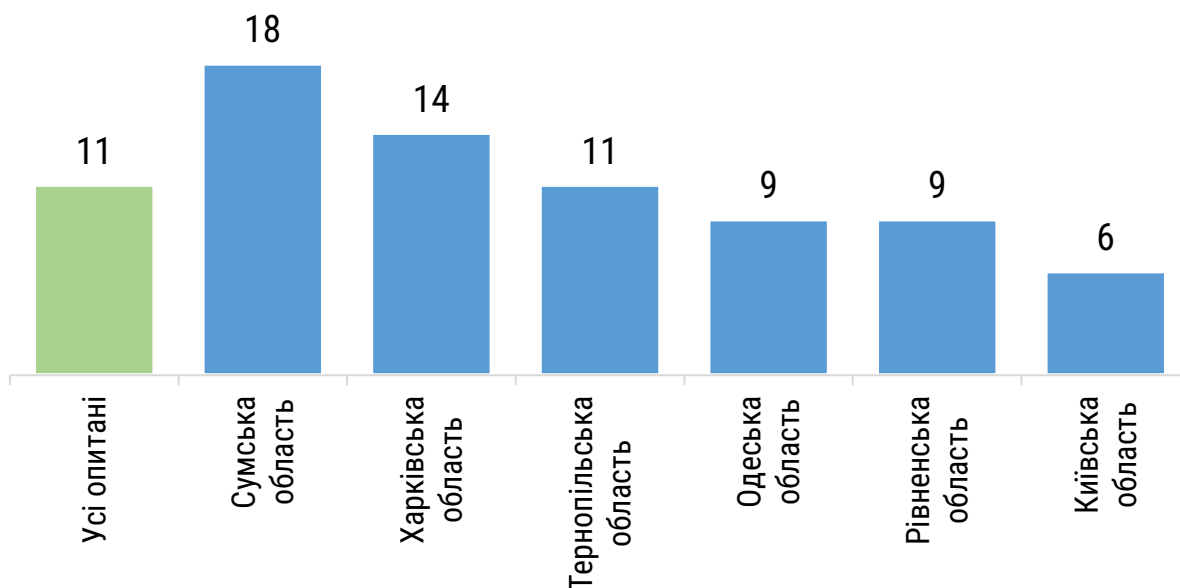


Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Інформованість про Національне Українське Молодіжне об'єднання (НУМО) достатньо невисока – 11% знають про існування НУМО (від 6% до 18% в різних областях) [Рисунок 7.2]. Найчастіше про НУМО молодь дізнається із соціальних мереж [Рисунок 7.3].

Рисунок 7.2. Обізнаність про Національне Українське Молодіжне об'єднання (%)

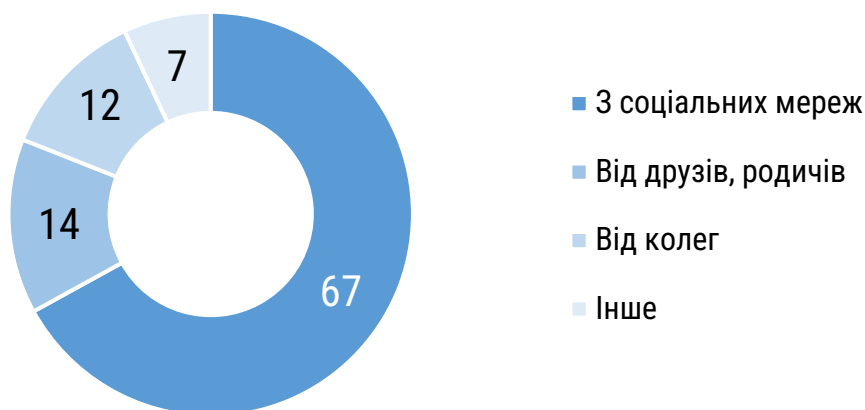
Q: Ствердні відповіді на запитання «Чи знаєте ви про НУМО (Національне Українське Молодіжне об'єднання)?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 7.3. Джерела інформації про НУМО (%)

Q: «Звідки Ви дізнались про НУМО?»

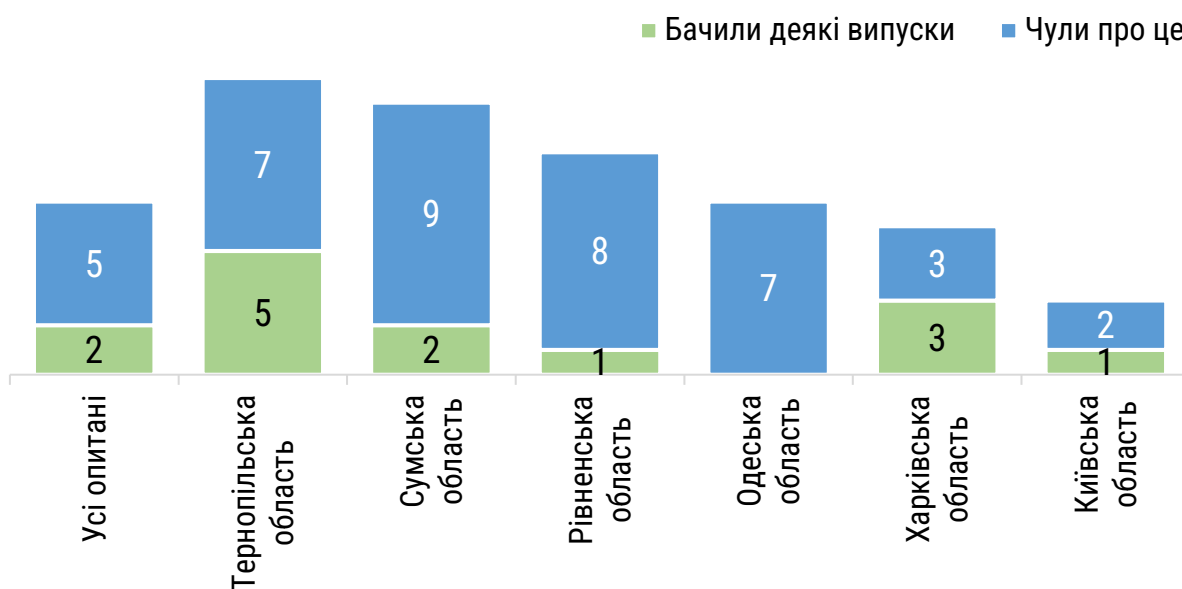


Base: респонденти, які знають про існування НУМО – 81.

Про НУМО медіа (ютуб-продукт НУМО) знають 2% опитаних, і ще 5% щось про це чули. Цей ресурс є порівняно більш відомим у Тернопільській області, а найменш відомим – у Київській та Одеській областях [Рисунок 7.4]. Молодь найчастіше дізнається про НУМО медіа, випадково натрапивши на цей канал в YouTube [Рисунок 7.5].

Рисунок 7.4. **Обізнаність про НУМО медіа (%)**

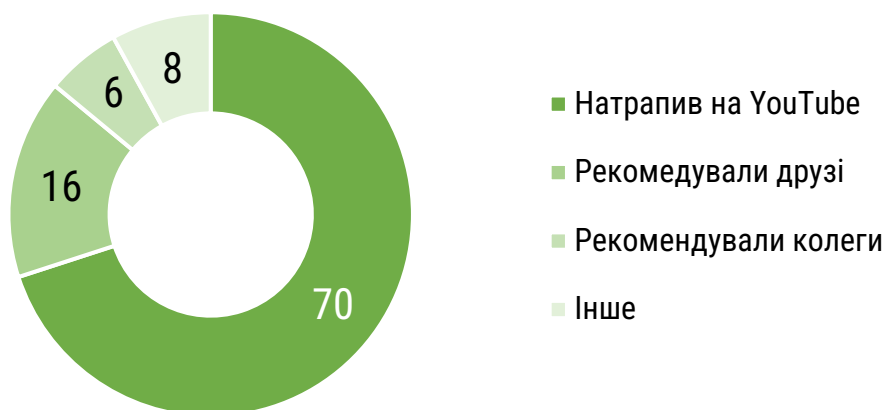
Q: Ствердні відповіді на запитання «Чи знаєте ви про НУМО медіа (ютуб-продукт НУМО)?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 7.5. **Джерела інформації про НУМО (%)**

Q: «Звідки Ви дізнались про НУМО?»



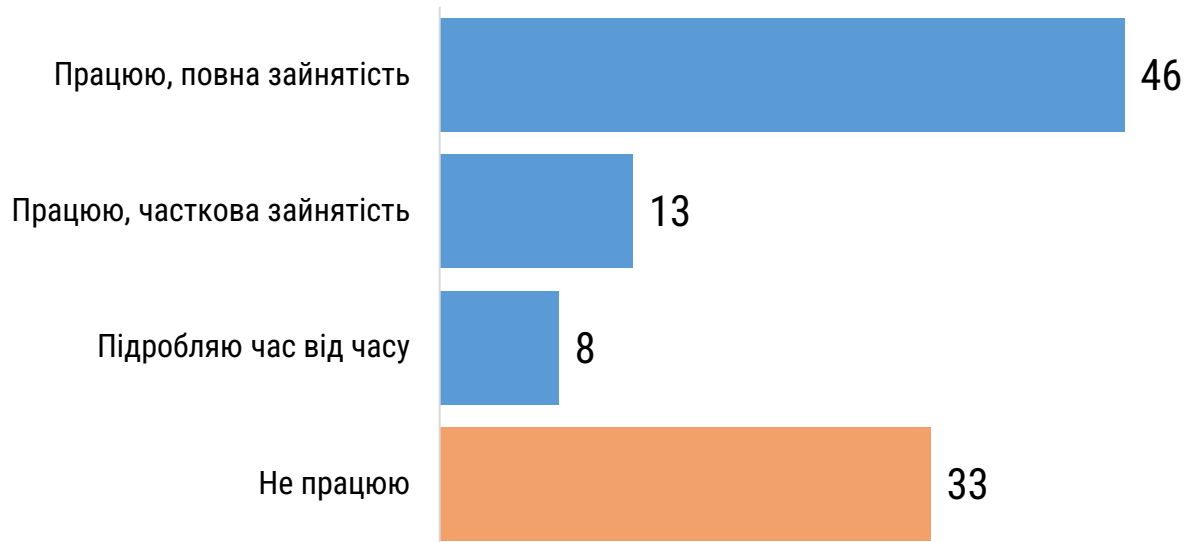
Base: респонденти, які знають про НУМО медіа – 56.

Розділ 8. ПРАЦЕВЛАШТОВАНІСТЬ МОЛОДІ

Рівень працевлаштованості молоді в шести досліджуваних областях складає 67%, і це є досить високим показником, враховуючи, що більшість молодих людей цього віку здобувають освіту. Причому більшість з тих, хто працює, має постійну роботу на повну зайнятість [Рисунок 8.1]. Найвищий рівень працевлаштованості спостерігається в Харківській та Тернопільській областях, найнижчий – на Сумщині [Таблиця 8.1]. Юнаки працюють частіше за дівчат (74% проти 59%). Очевидно, що з віком працевлаштованих молодих людей стає більше – у віці 24-26 років працюють вже 73% всієї молоді. Крім того на працевлаштованість впливає освіта – що вища освіта, то частіше молоді люди мають роботу (але цей зв'язок певною мірою пояснюється впливом віку) [Таблиця 8.2].

Рисунок 8.1. **Працевлаштованість молоді (%)**

Q: «Чи працюєте ви зараз?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 8.1. **Працевлаштованість молоді: в окремих областях (%)**

Q: «Чи належите ви до якихось неформальних рухів молоді?»

	Харківська область	Тернопільська область	Київська область	Одеська область	Рівненська область	Сумська область
Працюю, повна зайнятість	54	49	46	37	51	33
Працюю, часткова зайнятість	15	14	19	12	7	9
Підробляю час від часу	8	10	1	11	3	13
Не працюю	23	27	34	40	39	45

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Таблиця 8.2. **Працевлаштованість молоді: серед респондентів різної статі, віку та рівня освіти (%)**

Q: «Чи працюєте ви зараз?»

	СТАТЬ		ВІК			ОСВІТА		
	Чоловіча	Жіноча	18-20 років	21-23 роки	24-26 років	Середня	Середня спеціальна	Вища
Працюю, повна зайнятість	50	42	29	49	57	26	46	53
Працюю, часткова зайнятість	15	12	18	12	10	14	11	15
Підробляю час від часу	9	5	10	7	6	8	9	6
Не працюю	26	41	43	32	27	52	34	26

Base: респонденти різної статі: чоловічої – 393, жіночої – 370; різного віку: 18-20 років – 235, 21-23 роки – 245, 24-26 років – 283; з різним рівнем освіти: середня (зокрема початкова або неповна середня) – 128, середня спеціальна – 322, вища (зокрема незакінчена вища) – 313.

Більша частина працевлаштованої молоді працює в сфері обслуговування (торгівля, харчування, краса, ремонт тощо). Зайнятість в таких сферах як ІТ, робота з людьми (психологія, соціальна робота тощо), менеджмент / реклама / маркетинг / дизайн, промислове виробництво значно відстають за популярністю від сфери обслуговування [Рисунок 8.2]. Ця тенденція повністю зберігається в шести областях, що досліджувались.

У сфері обслуговування працює більша частина молоді, працевлаштованої на повну або часткову зайнятість, а також молоді люди, які лише підробляють [Рисунок 8.3].

Рисунок 8.2. Сфери зайнятості молоді (%)

Q: «У якій сфері ви зараз працюєте?»



* Інші види зайнятості: освіта, наукова діяльність, медицина, фармацевтика, архітектура, банківська сфера, будівництво, державна служба, поліція, культурна / творча діяльність тощо.

Base: респонденти, які працюють, — 508.

Рисунок 8.3. Сфери зайнятості молоді в залежності від типу зайнятості – повна, часткова чи підробіток (%)

Q: «У якій сфері ви зараз працюєте?»



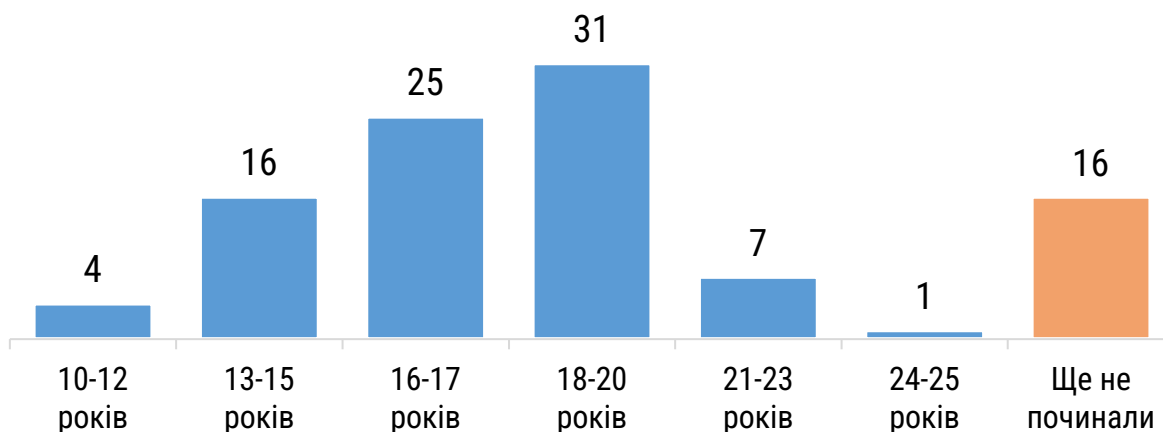
Base: респонденти, які зараз працюють і мають повну зайнятість – 350, часткову зайнятість – 100, підробіток – 58.

Більше половини опитаних (56%) почали працювати з 16 до 20 років. Загалом 84% молоді працює зараз або має досвід роботи (18% з досвідом роботи на момент опитування не працювали) [Рисунок 8.4]. Типове (медіанне) значення початку роботи на Київщині і Харківщині становить 16-17 років, у решті областей – 18-20 років.

Приблизно чверть опитаних (26%) вже має своє резюме, ще 13% мають план його найближчим часом зробити. Відповідно 61% навіть не думали про таке. За цим показником спостерігаються значущі розбіжності в різних областях – від 38% в Тернопільській до 11% в Одеській. Резюме частіше мають дівчата, молодь у віці 24-26 років, і в більшості це молоді люди, які мають або збираються отримати вищу освіту [Рисунок 8.5].

Рисунок 8.4. **Вік початку роботи (%)**

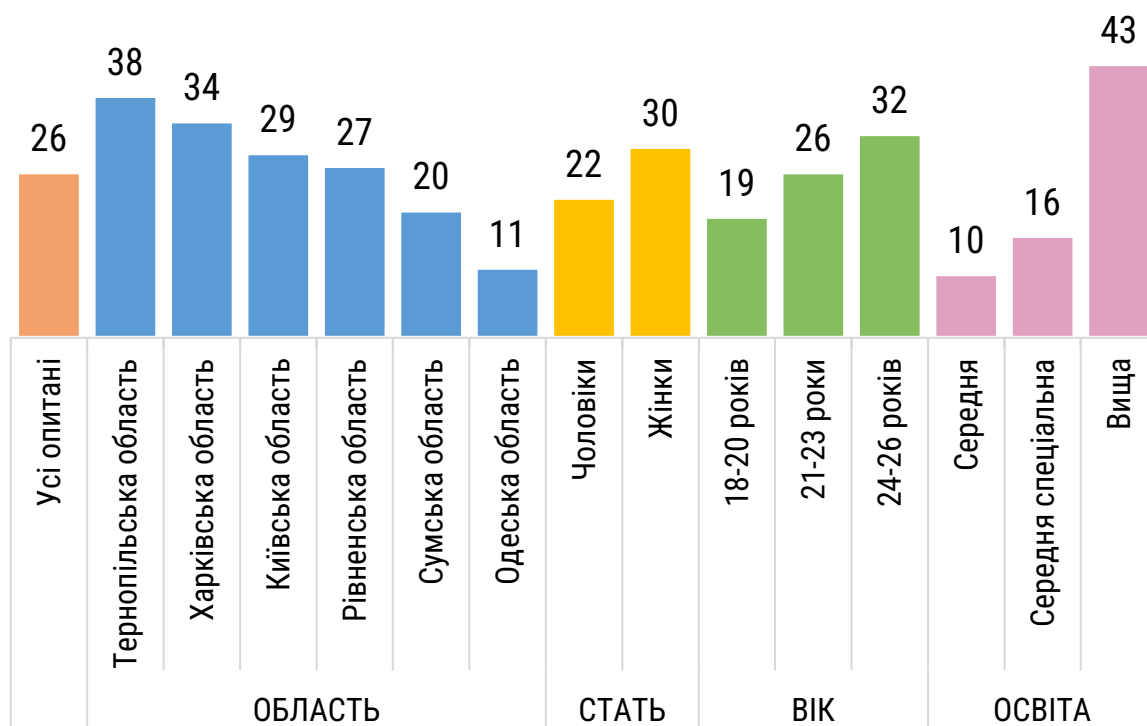
Q: «З якого віку ви почали працювати?»



Base: респонденти, які працюють, – 508.

Рисунок 8.5. **Наявність резюме (%)**

Q: «Чи є у вас сформульоване резюме, яке надсилаєте потенційним роботодавцям?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Респонденти різної статі: чоловічої – 393, жіночої – 370; різного віку: 18-20 років – 235, 21-23 роки – 245, 24-26 років – 283; з різним рівнем освіти: середня (зокрема початкова або неповна середня) – 128, середня спеціальна – 322, вища (зокрема незакінчена вища) – 313.

Переважна більшість опитаних (92%) має бажання здобути нові професійні навички і знання, серед яких з великим випередженням молодь вибирає вивчення іноземної мови / мов. Крім того багатьох цікавлять нові навички в ІТ, менеджменті / рекламі / маркетингу / дизайні, у сферах культури, роботи з людьми, обслуговування. Кожен десятий бажає вдосконалюватись у військовій справі [Рисунок 8.6]. Загалом тенденція безумовного пріоритету іноземної мови спостерігається у кожній з окремих областей, що досліджувались.

Рисунок 8.6. **Бажання здобути професійні навички і знання (%)**

Q: «Чи є у вас бажання здобути якісь професійні навички та отримати знання?»



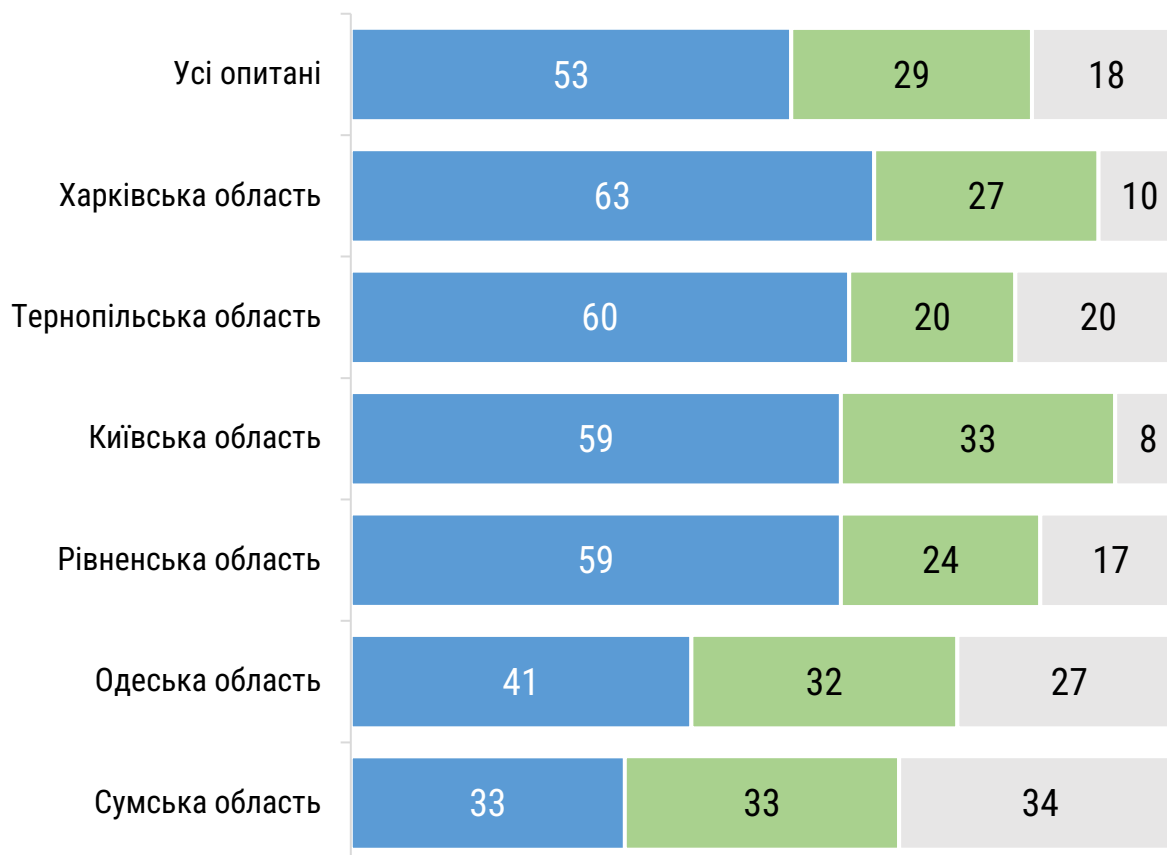
* Інші відповіді: будівництво, кібербезпека, медицина, політика, право, фінанси, психологія, криптовалюта, кулінарія, ремонт авто тощо.

Base: усі опитані – 763.

У більшості областей і загалом серед всіх опитаних пріоритетним способом здобуття нових професійних навичок і знань вважається неформальна освіта – самостійне навчання, тренінги громадських організацій, інтернет-курси тощо. Зберігається важливість і традиційного навчання в університетах / коледжах, хоча цей спосіб і програє за популярністю новим методам навчання [Рисунок 8.1].

Рисунок 8.7. Спосіб здобути професійні навички і знання (%)

Q: «Як ви плануєте здобувати ці навички?»



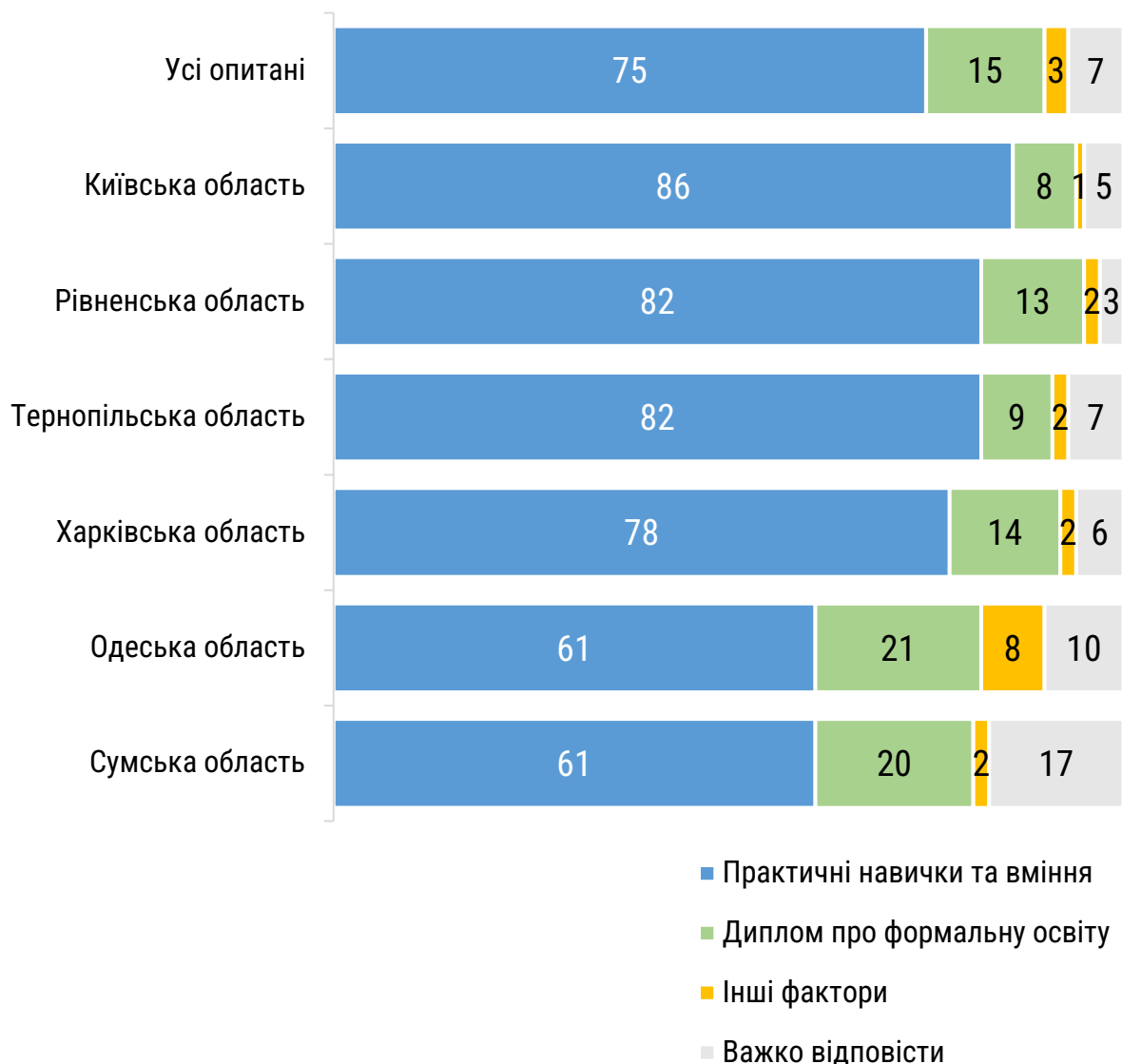
■ Через неформальну освіту ■ В закладах формальної освіти ■ Точно ще не можу сказати

Base: респонденти, які бажають здобути професійні навички і знання – 698, також в окремих областях, зокрема в Київській – 113, в Одеській – 159, у Рівненській – 93, у Сумській – 63, у Тернопільській – 79, у Харківській – 190.

Переважна більшість опитаних (75%) вважає, що для отримання хорошої роботи потрібні перш за все практичні навички і вміння, які отримані за допомогою зокрема й неформальної освіти, а не диплом про закінчення певного освітнього закладу. Така думка переважає і в кожній окремій області [Рисунок 8.8]. Отже, це свідчить про те, що молодь більше орієнтована на вимоги сучасного ринку праці, а не на традиційні для нашого суспільства траєкторії життєвого шляху.

Рисунок 8.8. Пріоритети для отримання хорошої роботи (%)

Q: «Що на вашу думку важливіше для отримання хорошої роботи?»



Base: усі опитані – 763, також в окремих областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Розділ 9. УМІННЯ, БАЖАННЯ, МРІЇ, ПЛАНИ НА МАЙБУТНЄ

Учасникам опитування ставилось декілька відкритих запитань, на які пропонувалось відповідати довільно, своїми словами. По-перше, респондентів запитували про те, що у них зараз **виходить робити найкраще**. В результаті отримано 696 змістовних відповідей, які класифіковано на 55 категорій (види занять). Результат обробки яких представлено хмарою слів нижче [Рисунок 9.1]. Головне, що найкраще робить молодь зараз – це робота (більшість молодих людей зараз працюють). Досить часто були названі такі заняття: навчання, спорт, приготування їжі, відпочинок, виховання дітей, спілкування з людьми. Ці заняття в хмарі тегів показано трохи більшим шрифтом. Решта занять називалась значно рідше (дрібний шрифт на малюнку). Цю тенденцію – у більшості найкраще виходить працювати, потім за частотою згадувань йдуть спорт, навчання тощо – можна побачити в кожній окремій області. Отже, хмара тегів характеризує й окремі області.

Далі молодих людей питали, чим їм найбільше **подобалося займатися в мирний час, але це важко робити сьогодні**. На це запитання змістовно відповіли 700 респондентів. Відповіді класифіковано і представлено 34 категоріями (видами занять), після чого дані візуалізовано хмарою тегів [Рисунок 9.2], на якій найпопулярніша відповідь (найбільший за розміром надпис) – подорожувати. Крім того, доволі часто згадувалися такі заняття: гуляти допізна / вночі / до ранку або просто вільно гуляти, проводити час з друзями (багато хто з них через війну змінив місце проживання), виїжджати за кордон, займатись спортом (закрилися деякі секції, не проводяться змагання тощо), працювати (там, де хотілось би), відпочивати, відвідувати розважальні масові заходи (концерти, змагання, дискотеки тощо), спокійно жити. Решта занять на рисунку (більш дрібний шрифт) називалась рідше. Загалом ця хмара тегів характерна для всіх областей. Незначні відмінності характерні для прифронтових областей – Сумської і Харківської, де, наприклад, частіше респонденти сумують за очним навчанням, яке є доступним для студентів інших областей, або за відпочинком на природі, на дачі, що може бути небезпечним через обстріли, мінування тощо.

Нарешті, респондентів запитували про те, що б вони **хотіли вміти сьогодні, про що й не задумувались 2 роки тому**, до війни. На це запитання отримано 528 змістовних відповідей, які класифіковано в 50 категорій (занять, навичок та вмінь), побудовано хмару тегів [Рисунок 9.3]. На першому місці з великою перевагою – вивчення іноземних мов / англійської мови. Також часто респонденти вважають важливим для себе навчитись водити автомобіль, опанувати нову професію, почати працювати в ІТ і програмувати, здобути вищу освіту, навчитись заробляти гроші, навчитись військовій справі тощо. Вивчення мов – варіант відповіді, який переважає у відповідях в кожній окремій області. Отже загальна хмара тегів змістовна і для окремих областей.

Рисунок 9.2. Улюблені в мирний час заняття, якими важко займатись сьогодні, під час війни (хмара слів)
Q: «Чим вам найбільше подобалося займатися в мирний час, але це важко робити сьогодні?»»



Рисунок 9.3. Що хотіли б вміти сьогодні, про що й не задумувались 2 роки тому (хмара слів)

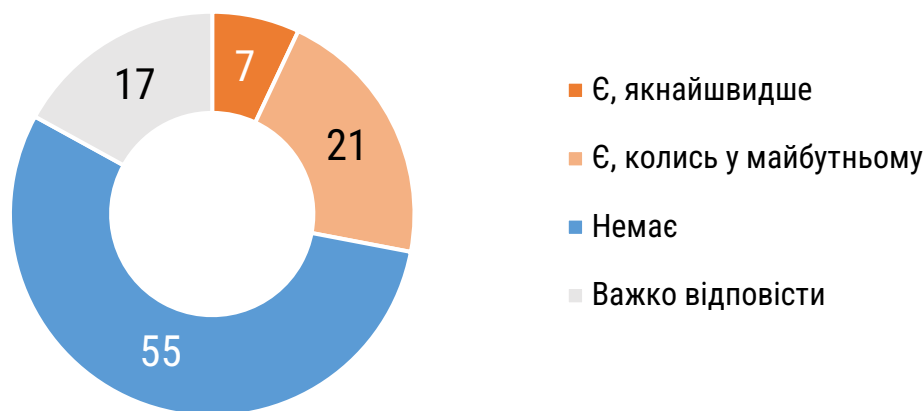
Q: «Що б ви хотіли вміти сьогодні, про що ще не задумувались два роки тому?»»



Більшість молодих людей не мають бажання залишити свою громаду і змінити своє місце проживання в межах України. Такі міграційні настрої притаманні 28% опитаних, більшість з яких розглядає такий переїзд лише у певній перспективі, 7% хотіли б переїхати прямо зараз [Рисунок 9.4]. Настрої змінити місце свого проживання більш поширені в Одеській і Тернопільській областях, в той час як небезпечну Харківщину і Сумщину молоді люди переважно залишати не хочуть [Таблиця 9.1]. Про своє бажання змінити місце проживання дещо частіше кажуть юнаки, молодь у віці 18-20 років, без вищої освіти, з низьким рівнем добробуту. Таким чином, отримання вищої освіти і підвищення свого матеріального становища (те, що молоді люди зазвичай часто реалізують вже до 24-26 років) впливають на бажання залишитись у своїй громаді [Рисунок 9.5].

Рисунок 9.4. **Плани змінити місце проживання в межах України (%)**

Q: «Чи є у вас плани виїхати з вашої громади до іншого місця проживання?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 9.1. **Плани змінити місце проживання в межах України в окремих областях (%)**

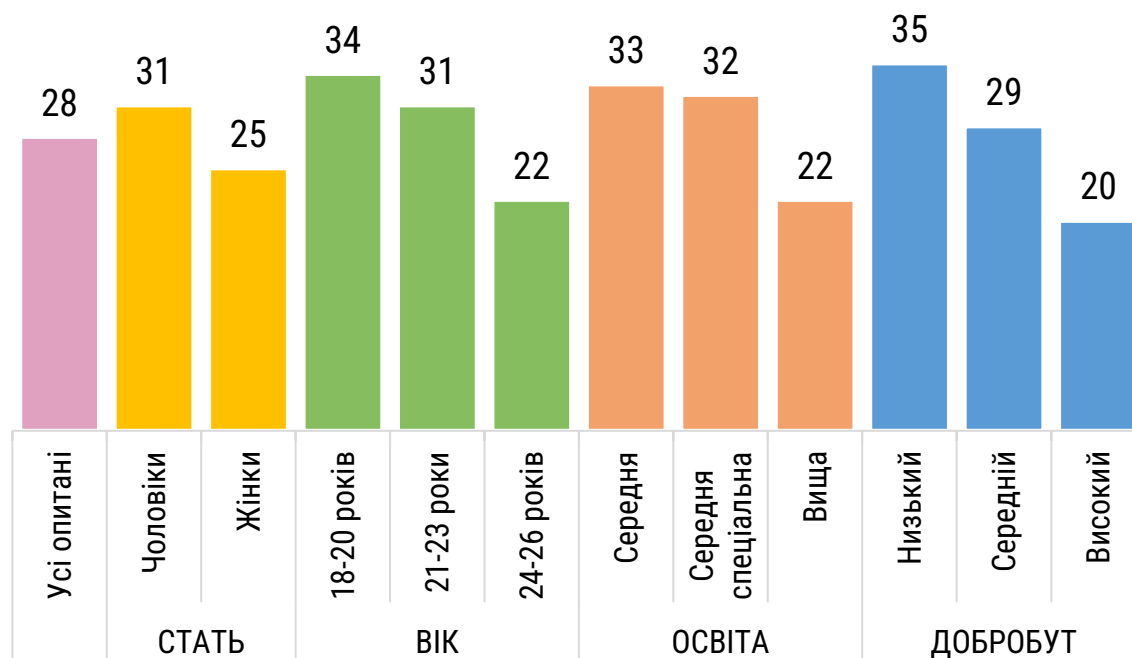
Q: «Чи є у вас плани виїхати з вашої громади до іншого місця проживання?»

	Київська область	Сумська область	Харківська область	Рівненська область	Одеська область	Тернопільська область
Є, якнайшвидше	6	7	5	6	13	5
Є, колись у майбутньому	13	16	19	22	25	31
Немає	74	61	56	57	45	39
Важко відповісти	7	16	20	15	17	25

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 9.5. **Плани змінити місце проживання в межах України в різних соціально-демографічних групах (%)**

Q: Разом відповіді «є, якнайшвидше» і «є, колись у майбутньому» на запитання «Чи є у вас плани виїхати з вашої громади до іншого місця проживання?»

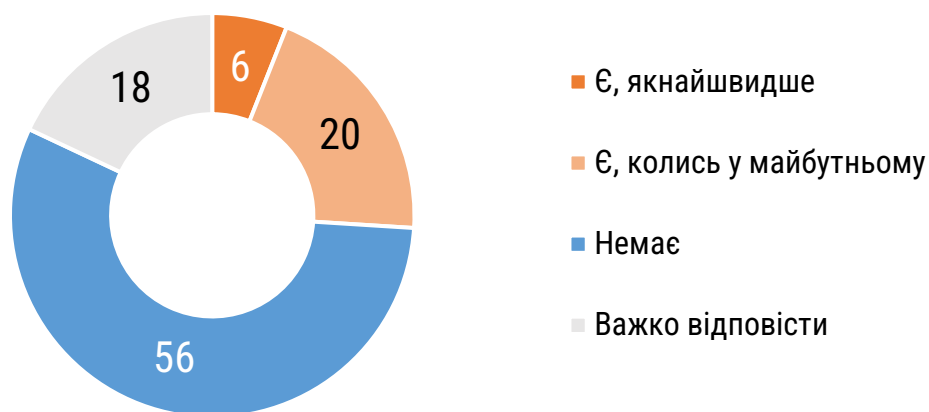


Base: респонденти різної статі: чоловічої – 393, жіночої – 370; різного віку: 18-20 років – 235, 21-23 роки – 245, 24-26 років – 283; з різним рівнем освіти: середня (зокрема початкова або неповна середня) – 128, середня спеціальна – 322, вища (зокрема незакінчена вища) – 313; з різним рівнем добробуту: низьким – 217, середнім – 304, високим – 210.

Молодь в більшості не має бажання виїжджати жити за кордон, проте міграційні настрої досить сильні – кожен четвертий (26%) має бажання або плани на майбутнє залишити Україну, крім того 18% вагаються з відповіддю, а, отже, потенційно кількість тих, хто бажає виїхати, може збільшитись [Рисунок 9.6]. Найбільше молодих людей, які бажають або мають плани виїхати за кордон, проживає в Тернопільській області. Найменше такі настрої є поширеними у Рівненській, Київській, Харківській областях [Таблиця 9.2]. Про переїзд в інші країни частіше думають юнаки, молодь у віці 21-26 років, без вищої освіти, з низьким рівнем матеріального становища. Можна зробити припущення, що виїзд за кордон розглядається в першу чергу як можливість знайти роботу, яку не вдається отримати вдома, або здобути якісну освіту [Рисунок 9.7].

Рисунок 9.6. **Плани виїхати жити за кордон (%)**

Q: «Чи є у вас плани виїхати за кордон?»



Base: усі опитані – 763.

Таблиця 9.2. **Плани виїхати жити за кордон в окремих областях (%)**

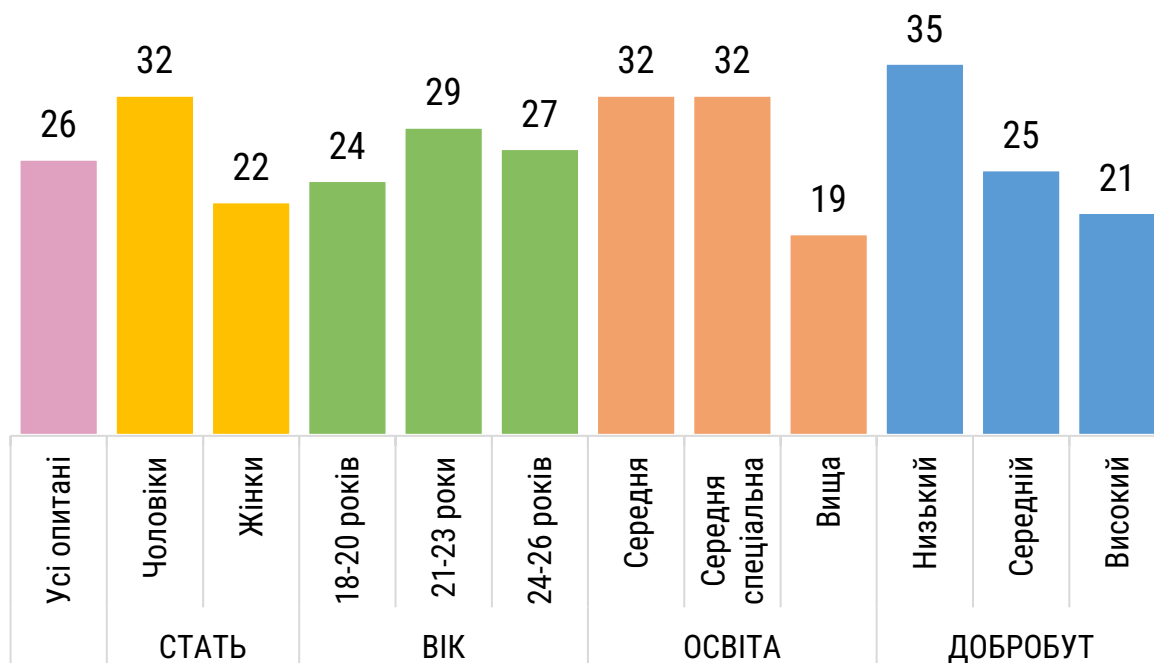
Q: «Чи є у вас плани виїхати за кордон?»

	Рівненська область	Київська область	Харківська область	Сумська область	Одеська область	Тернопільська область
Є, якнайшвидше	5	3	3	6	11	10
Є, колись у майбутньому	14	17	18	24	23	29
Немає	67	66	63	49	48	36
Важко відповісти	14	14	16	21	18	25

Base: опитані в різних областях, зокрема в Київській – 124, в Одеській – 179, у Рівненській – 103, у Сумській – 72, у Тернопільській – 85, у Харківській – 200.

Рисунок 9.7. **Плани виїхати жити за кордон в різних соціально демографічних групах(%)**

Q: Разом відповіді «є, якнайшвидше» і «є, колись у майбутньому» на запитання «Чи є у вас плани виїхати за кордон?»



Base: респонденти різної статі: чоловічої – 393, жіночої – 370; різного віку: 18-20 років – 235, 21-23 роки – 245, 24-26 років – 283; з різним рівнем освіти: середня (зокрема початкова або неповна середня) – 128, середня спеціальна – 322, вища (зокрема незакінчена вища) – 313; з різним рівнем добробуту: низьким – 217, середнім – 304, високим – 210.

ГОЛОВНІ ВИСНОВКИ

- Небезпека та повітряні тривоги в Україні змушують молодь більше ніж зазвичай слідкувати за новинами, продивлятися стрічки Телеграм-каналів, значно рідше вибирати активності, пов'язані з пересуваннями, подорожами, масовими заходами тощо, і частіше залишатись вдома, де близькі можуть підтримати один одного і самі потребують такої підтримки. Але загалом молодь залишається молоддю, і незважаючи на умови війни, намагається жити повним життям, й у вільний від роботи та навчання час вони спілкуються з друзями, слухають музику, розважаються, відпочивають.
- У деяких містах, які потрапили до вибірки цього дослідження, відкрито молодіжні центри / простори, де молодь може збиратись для організації і проведення спільного дозвілля. Проте такі ініціативи ще не мають значного поширення. Молоді люди зазвичай вибирають для зустрічі і спілкування зручні для цього локації в своєму населеному пункті часто проста неба (у дворі на лавочках, на дитячих або спортивних майданчиках / стадіонах, біля магазину, коло річки / озера / ставка тощо). Іноді (частіше в селах) молодь може зустрічатись біля або в приміщенні місцевого будинку культури / клубу. Таким чином, дозвілля молоді значною мірою є неорганізованим, неупорядкованим. Це відбувається передусім через низьку обізнаність молоді про різні молодіжні організації і ініціативи, які діють в громадах, як міжнародні / національні / області, так і місцеві.
- Далеко не в усіх населених пунктах діють осередки молодіжної роботи – клуби, гуртки, учнівське / студентське самоврядування, молодіжні центри / простори, молодіжні ради тощо. Молодь переважно знає про існування таких форм в своєму населеному пункті, але приєднується до такої активності не завжди охоче. Основна причина цього – незацікавленість в пропозиціях цих форм молодіжної роботи. Потрібно більше різноманіття форм та пропозицій із врахуванням інтересів сучасної молоді. Серед найбільш пріоритетних напрямків – спорт, професійна орієнтація та допомога в працевлаштуванні, творчість, психологічна підтримка, вивчення іноземних мов, розважальні та пізнавальні заходи (концерти, екскурсії, походи) тощо.
- Молодь не дуже активно приєднується до різних молодіжних рухів, як формальних, так і неформальних, слабо поінформована і не дуже зацікавлена в цій активності. Проте молоді люди досить активно залучені до громадської діяльності переважно або волонтерської / благодійної, або спортивної спрямованості.
- Робота місцевої влади є помітною для молоді, особливо в сфері спорту, культури, волонтерства. Але на думку учасників опитування, місцева влада прикладає недостатньо зусиль. Молоді люди вважають, що місцевій владі

треба звертати більше уваги на підтримку молоді в складних життєвих обставинах, підтримку талановитої молоді, сприяння забезпечення молоді житлом, підтримку заходів молодіжних організацій та ініціатив, підтримку суспільно активної молоді (через премії та в інший спосіб), поширення інформації про здоровий та безпечний спосіб життя, розвиток мережі молодіжних центрів і просторів тощо.

- Більшість молодих людей у віці 18-26 років вже працюють, часто поєднуючи роботу з навчанням. Для багатьох це основна (повна) зайнятість. Починає працювати молодь в більшості до 20 років. Основна сфера зайнятості – обслуговування. Серед молоді зберігається високий інтерес до навчання новим професійним знанням і навичкам, серед яких найбільшим пріоритетом є вивчення іноземної мови (зазвичай англійської). Більш дієвий спосіб отримання нових знань і навичок пов'язаний не з традиційною, а з неформальною освітою (курси, онлайн-платформи тощо). Цінність для ринку праці дипломів українських навчальних закладів зараз досить низька.
- В більшості молоді не має планів і бажання змінювати місце проживання або іммігрувати. Проте помітний відсоток молодих людей, які готові так вчинити, є досить тривожним сигналом. Міграційні настрої меншою мірою притаманні тим молодим людям, які здобули вищу освіту і знайшли хорошу роботу. Думати про переїзд змушує передусім невлаштованість і невизначеність перспектив свого майбутнього.

