

<https://doi.org/10.15407/socium2022.01.123>
УДК 303.62



Creative Commons Attribution 4.0 International

Демчук В.С., координатор проекту U-Report, ГО “Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка”, вул. Панаса Мирного, 26, Київ, 01011, Україна, email: valiademchuk18@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1022-0843>

**ДАЙДЖЕСТ ОПИТУВАНЬ U-REPORT: I КВАРТАЛ 2022 Р.
(НАЦІОНАЛЬНЕ КІНО, ЦИФРОВІ ПРОФЕСІЇ, МОЛОДЬ В УМОВАХ ВІЙНИ:
БЕЗПЕКА ТА ВОЛОНТЕРСТВО, ФІНАНСОВА ДОПОМОГА)**

Показано результати опитувань інноваційного молодіжного проекту U-Report за січень – березень 2022 р.: національне кіно, цифрові професії, молодь в умовах війни: безпека та волонтерство, фінансова допомога.

Ключові слова: U-Report, думка молоді, національне кіно, цифрові професії, війна, безпека, волонтерство, фінансова допомога.

Demchuk V.S., U-Report project coordinator, NGO “Ukrainian Institute for Social Research after Olexander Yaremenko”, 26, Panasa Myrnoho Str., Kyiv, 01011, Ukraine, email: valiademchuk18@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1022-0843>

**DIGEST OF U-REPORT SURVEYS: 1ST QUARTER OF 2022
(NATIONAL CINEMA, DIGITAL PROFESSIONS, YOUTH IN WAR:
SECURITY AND VOLUNTEERING, FINANCIAL ASSISTANCE)**

The paper dwells upon the results of surveys of the innovative youth project U-Report for January – March 2022: national cinema, trends of the new digital professions among young people; youth in war: security and volunteering, financial assistance.

Keywords: U-Report, youth opinion, national cinema, digital professions, war, safety, volunteering, financial assistance.

Громадська організація “Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка” спільно з Представництвом Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) в Україні реалізовує глобальний молодіжний проект U-Report (“Ю-Репорт”)¹.

Проект U-Report – інтерактивний інструмент для проведення щотижневих актуальних опитувань серед підлітків і молоді через Facebook Messenger, Telegram, Viber. Результати опитувань використовуються у діяльності урядових установ, громадських об’єднань і міжнародних організацій.

Сьогодні U-Report реалізовується у 89 країнах світу та налічує понад 16 млн учасників.

В Україні кількість U-репортерів становить більше ніж 103 200 осіб і постійно зростає. За 5 років існування проекту команда U-Report запустила понад 175 опиту-

¹ Приєднатися до U-Report можна за допомогою Telegram/Facebook/Viber, написавши “СТАРТ” на бот/сторінку UReportUkraine/U-Report Ukraine. Інформацію про проект і результати досліджень можна знайти за посиланнями: www.facebook.com/ureportukraine та www.ukraine.ureport.in

вань на актуальні теми для молоді та провела більше ніж 400 презентацій і тренінгів по всій Україні.

U-Report – простий спосіб молоді донести свою думку до осіб, які приймають рішення. У попередніх публікаціях можна ознайомитися з думкою молоді щодо технологій, що зберігають здоров'я, в освіті [1], креативного потенціалу молоді [2] та навчання й роботи під час пандемії [3]. У цій публікації знайомимо читачів з новими результатами опитувань U-репортерів.

Опитування “Національне кіно”. Опитування проводилося 5–12 січня 2022 р. в партнерстві з Міністерством культури та інформаційної політики в Україні. У ньому взяли участь 5616 U-репортерів віком 13–34 роки. Результати опитування були використані для відстеження ефективності впроваджуваної державної політики.

Більшість респондентів (79,4%) відповіли, що мають доступ до перегляду національних фільмів (у кінотеатрі/по телебаченню/в інтернеті), N = 5616. За віком, статтю та макрорегіонами спостерігаємо схожі результати.

Протягом останнього року 56,5% опитаної молоді переглядали національні фільми (N = 5511). За статтю та віком істотних змін не виявлено. За макрорегіонами розподіл є таким: на Заході (61,6%), у Центрі (60,2%) та Півночі (56,9%) частіше переглядали національне кіно, ніж у м. Київ (54,1%), на Півдні (54%) та Сході (48,4%).

Серед респондентів, які переглядали національні фільми протягом року, більшість респондентів (80,3%) задоволена їхньою якістю (N = 3092). За гендерним розподілом, жінки більш задоволені якістю національного кіно, ніж чоловіки (81,8% vs 75,4%). За віковим розподілом маємо такі результати: респонденти віком 14–17 років – 79,8%, 18–19 років – 77%, 20–24 роки – 80,2% та 25–34 роки – 81,3% задоволені якістю національних фільмів.

Більшість U-репортерів переглядають національні фільми в інтернеті (на безоплатних сайтах) – 50,8%; у кінотеатрі – 35,3%; в інтернеті за передплатою – 23,1% та по телебаченню – 22%, N = 3810 (рис. 1). Чим старшими є респонденти, тим частіше вони переглядають фільми в інтернеті (за передплатою): 14–17 років – 16,5%; 18–19 років – 19,2%; 20–24 роки – 22,7% та 25–34 роки – 25,8%, а також у кінотеатрах: 14–17 років – 26,4%; 18–19 років – 33,1%; 20–24 роки – 36,2% та 25–34 роки – 36,6%.

Чим молодшими є респонденти, тим частіше вони переглядають фільми в інтернеті на безоплатних сайтах: 14–17 років – 60,2%; 18–19 років – 52,6%; 20–24 роки – 52,1% та 25–34 роки – 47,2%. Чоловіки найчастіше переглядають національне кіно в інтернеті на безоплатних сайтах (47,2%), у кінотеатрі (37,2%) та в інтернеті за передплатою (26,3%), а жінки – в інтернеті на безоплатних сайтах (51,8%), у кінотеатрі (34,7%) та по телебаченню (22,9%).

Респонденти, які не переглядали протягом року національні фільми, так відповіли про причини цього: тематика фільмів не відповідала вподобанням (38%), не чули реклами, промо-інформації (28,5%), не задовольняла якість (14,2%), важко було знайти національні фільми в інтернеті (11,3%), не було в прокаті (4,3%), інше (7,8%), N = 1574 (рис. 2).

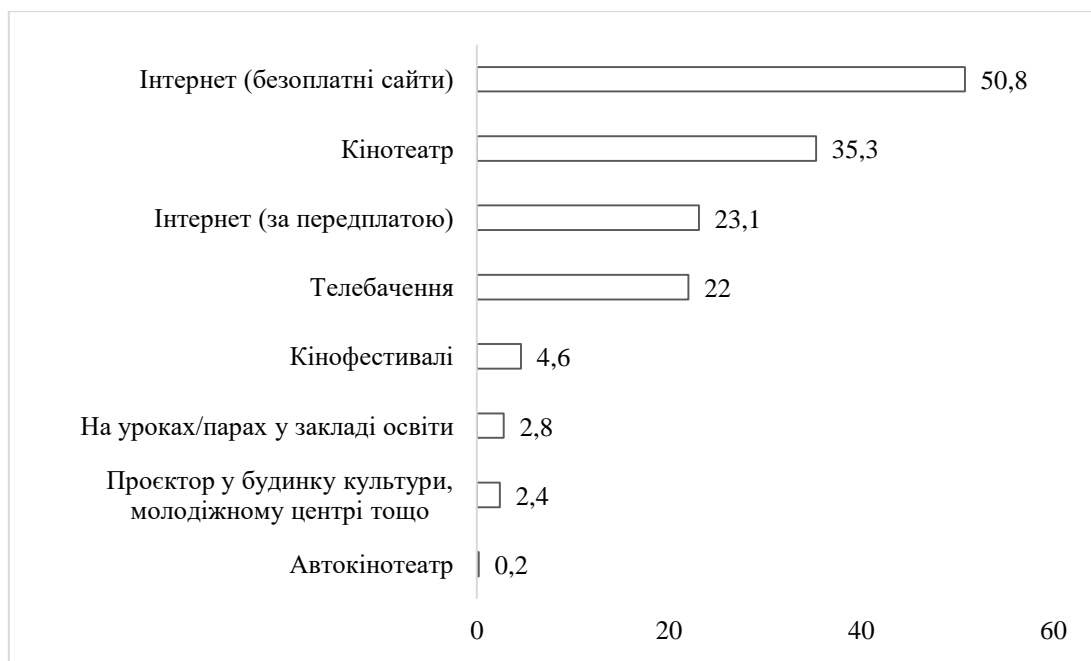


Рис. 1. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: "Де Ви зараз переглядаєте національні фільми", N = 3810, %

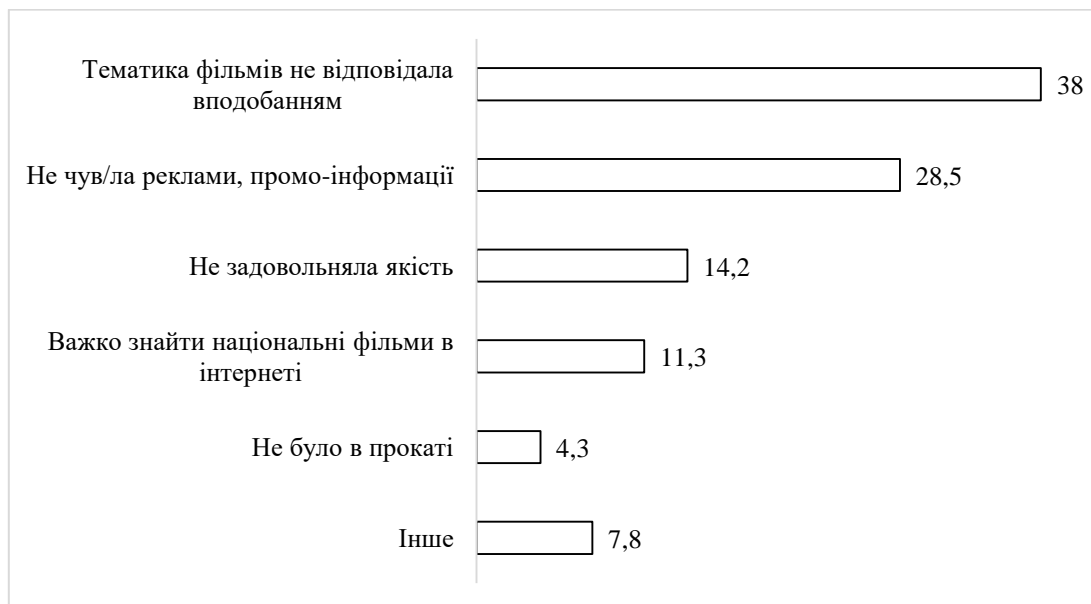


Рис. 2. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: "Чому не переглядали національні фільми протягом року", N = 1574, %

Істотних відмінностей за статтю, віком і макрорегіонами не виявлено.

На запитання: “Де Ви хотіли б переглядати національні фільми?” отримали такі відповіді: у кінотеатрі – 40,5%; в інтернеті (безоплатні сайти) – 36,2%; по телебаченню – 20,8%; в інтернеті (за передплатою) – 17,9%; на кінофестивалях – 17,5%; на проєкторі у будинку культури, молодіжному центрі тощо – 9,5%; на уроках/парах у закладі освіти – 9%; в автокінотеатрі – 8,6%; не хочуть дивитися національне кіно – 4%; інше – 0,2%, N = 5258 (рис. 3).

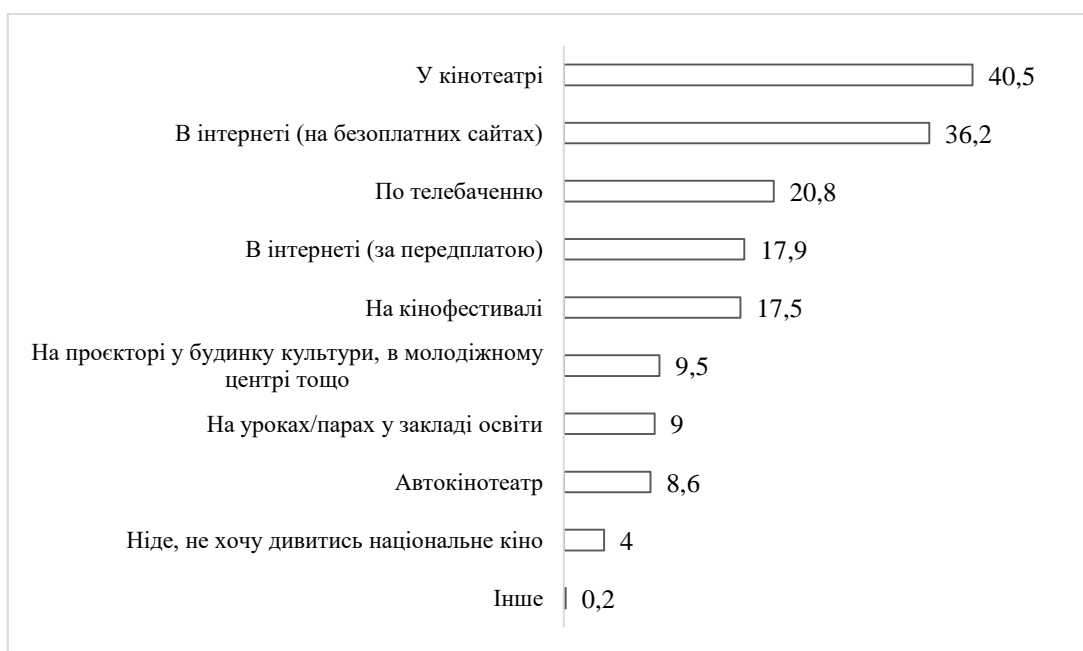


Рис. 3. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Де Ви хотіли б переглядати національні фільми?”, N = 5258, %

Респонденти віком 14–17 років найчастіше обирали такі місця перегляду: у кінотеатрі – 38,5%; в інтернеті (на безоплатних сайтах) – 30,2%; на уроках/парах у закладі освіти – 21,7%; віком 18–19 років: у кінотеатрі – 39,9%; в інтернеті (на безоплатних сайтах) – 35,4%; на кінофестивалі – 21,1%; віком 20–24 роки: у кінотеатрі – 39,7%; в інтернеті (на безоплатних сайтах) – 38%; на телебаченні – 19,1%; віком 25–34 роки: у кінотеатрі – 41,8%; в інтернеті (на безоплатних сайтах) – 35,9%; на телебаченні – 23,5%.

За статтю та макрорегіонами істотних змін не виявлено.

Отже, 79,4% респондентів мають доступ до перегляду національних фільмів (в кінотеатрі/по телебаченню/в інтернеті); 56,5% опитаної молоді переглядали національні фільми протягом останнього року. Серед осіб, які переглядали національні фільми протягом року, 80,3% задоволені їхньою якістю. Більшість U-репортерів переглядають національні фільми в інтернеті (на безоплатних сайтах) – 50,8%; в кінотеатрі

– 35,3%; в інтернеті за передплатою – 23,1%, по телебаченню – 22%. Основними причинами, чому саме молодь не переглядала національні фільми, є такі: тематика фільмів не відповідала вподобанням (38%), не чули реклами, промо-інформації (28,5%), не задовольняла якість (14,2%). Респонденти хотіли б переглядати національні фільми переважно в таких місцях: у кінотеатрі – 40,5%; в інтернеті (безоплатні сайти) – 36,2%; по телебаченню – 20,8%; в інтернеті (за передплатою) – 17,9%; на кінофестивалі – 17,5%.

Опитування “Тренд нових цифрових професій серед молоді”. Опитування проводилося 12–27 січня 2021 р. спільно з Міністерством цифрової трансформації України. У ньому взяли участь 5750 U-репортерів віком 14–34 роки. Результати використовуватимуться Міністерством цифрової трансформації України для подальшого формування контентних запитів на освітні серіали для молоді. Для розробки нової шкільної програми з інформатики будуть долучені ключові визначені компетенції з цифрової грамотності, яких бракує молодим українцям.

Серед опитаних 36,7% зазначають, що їхня професія належить до цифрових, N = 5750. Чим старшими є респонденти, тим частіше серед них зустрічаються представники цифрових професій.

Чоловіки частіше належать до таких професій, ніж жінки (44,8% та 34,2% відповідно).

За макрорегіонами розподіл респондентів, у яких професія належить до цифрових, є таким: Захід – 36,9%; Центр – 34,8%; Північ – 32,1%; Схід – 37,7%; Південь – 32%; м. Київ – 41,8%.

Серед респондентів, які відповіли “ні” на запитання: “Чи належить Ваша професія до цифрових?”, 46,8% зазначили, що хотіли б змінити свою нинішню професію на цифрову (N = 2896). Чоловіки більше хочуть змінити нинішню професію на цифрову, ніж жінки (54,6% vs 44,8%).

Істотних відмінностей за розподілом за макрорегіонами не виявлено.

Більшість респондентів (85,7%) хотіли б освоїти/вдосконалити навички нових цифрових професій. За віковим розподілом маємо такі результати: 14–17 років – 85,8%; 18–19 років – 87,2%; 20–24 роки – 85,6%; 25–34 роки – 85,5%. За гендерним розподілом: 84,8% чоловіків і 86% жінок хотіли б освоїти/вдосконалити навички нових цифрових професій.

Молоді люди хотіли б навчитись таким цифровим професіям: SMM-менеджер – 24,1%; QA (тестувальник програмного забезпечення) – 16,4%; бізнес-аналітик – 16%; UI/UX-дизайнер – 15,6%; діджитал-маркетолог – 13%; product manager – 12%; front-end-розробник – 7,4%; back-end-розробник – 5,6%; cybersecurity engineer – 5,5%; devOps engineer – 3,5%, N = 4588 (рис. 4).

Головними професіями у респондентів віком 14–17 років є такі: SMM-менеджер – 24,9%; бізнес-аналітик – 23,4%; UI/UX-дизайнер – 20,1%; 18–19 років: SMM-менеджер – 30,3%; UI/UX-дизайнер – 17,5%; бізнес-аналітик – 17,2%; 20–24 роки: SMM-менеджер – 24,9%; UI/UX-дизайнер – 18,3%; QA (тестувальник програмного забезпечення) – 16,2%; 25–34 роки: SMM-менеджер – 22,1%; QA (тестувальник програмного забезпечення) – 18,7%; бізнес-аналітик – 14,7%.

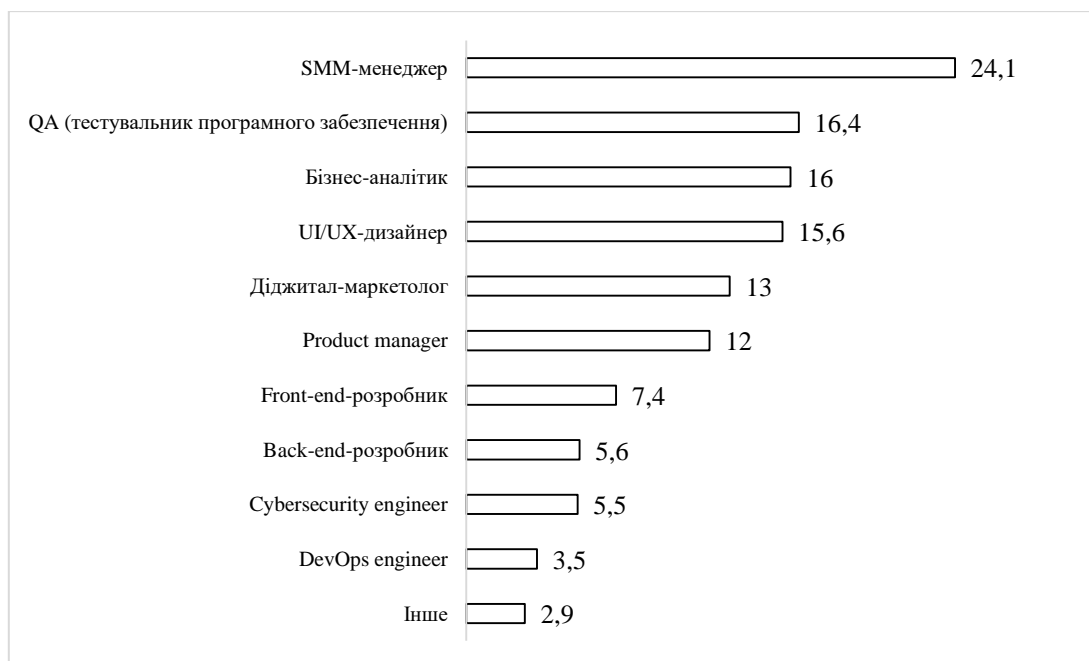


Рис. 4. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Яким новим цифровим професіям Ви хотіли б навчитися?”, N = 4588, %

За статтю спостерігаємо відмінні результати серед професій, яким би опитувані хотіли б навчитись, серед чоловіків головними професіями є такі: QA (тестувальник програмного забезпечення) – 18,9%; бізнес-аналітик – 17,6%; product manager – 12,3%; серед жінок: SMM-менеджер – 28%; UI/UX-дизайнер – 17,4%; QA (тестувальник програмного забезпечення) – 15,6%.

Істотних відмінностей за макрорегіонами не виявлено.

Нові цифрові професії приваблюють молодих людей високим рівнем оплати праці (39,9%), перспективою (31,6%), можливістю працювати віддалено (29,7%), цікавими завданнями та обов’язками (25,8%), N = 4539 (рис. 5).

За статтю, віком і макрорегіонами істотних відмінностей не виявлено.

На думку респондентів, найкраще отримувати знання й навички для нових цифрових професій можна завдяки комерційним онлайн-курсам – 53,1%; самостійному вивченню інформації на форумах, сайтах – 16,7%; закладам освіти (школі, університету) – 16,5%; державній платформі цифрової освіти – 16,2%, власному досвіду – 15,5%, N = 4451 (рис. 6).

Найкраще отримувати знання та навички для нових цифрових професій, на думку респондентів віком 14–17 років, на комерційних онлайн-курсах – 46,6%; у заклади освіти (школах, університетах) – 27,8%; самостійно вивчати інформацію на форумах, сайтах – 17,2%; 18–19 років: на комерційних онлайн-курсах – 57,8%; самостійно вивчати інформацію на форумах, сайтах – 19,6%; у закладах освіти (школах, університе-

тах) – 17,3%; 20–24 роки: на комерційних онлайн-курсах – 53,6%; самостійно вивчати інформацію на форумах, сайтах – 17,3%; завдяки власному досвіду – 16%; 25–34 роки: на комерційних онлайн-курсах – 57,8%; завдяки державній платформі цифрової освіти – 17,6% ; завдяки власному досвіду – 16,2%.

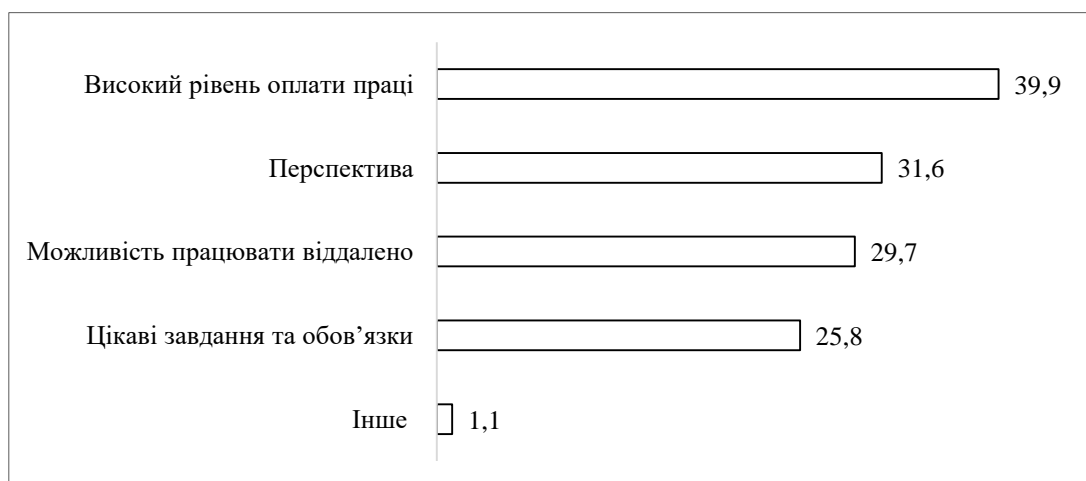


Рис. 5. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Чим саме Вас приваблюють нові цифрові професії?”, N = 4539, %

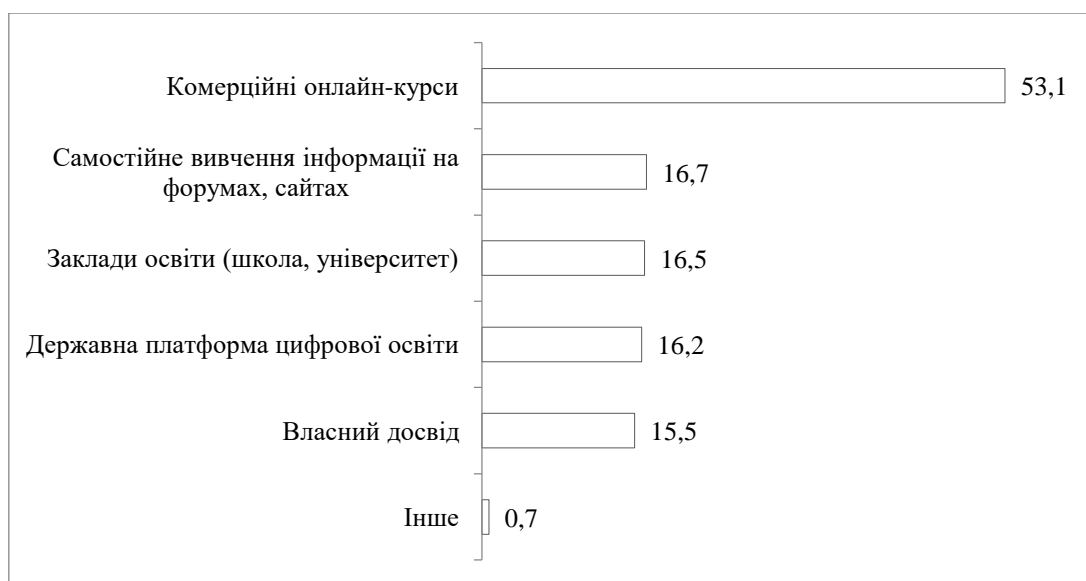


Рис. 6. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Де, на Вашу думку, найкраще отримувати знання та навички для нових цифрових професій?”, N = 4451, %

Чоловіки надають більшу перевагу комерційним онлайн-курсам (40,3%), закладам освіти (школі, університету) – 18,9%; вивченню завдяки власному досвіду (18,3%), а жінки: комерційним онлайн-курсам – 57%; державній платформі цифрової освіти – 16,7%; закладам освіти (школі, університету) – 15,8%.

Отже, 36,7% респондентів зазначили, що їхня професія належить до цифрових. Серед опитаних 46,8% відповіли, що хотіли б змінити свою нинішню професію на цифрову. Більшість респондентів (85,7%) хотіли б освоїти/вдосконалити навички нових цифрових професій. Молодь хотіла б навчитись таким цифровим професіям: SMM-менеджер – 24,1%; QA (тестувальник програмного забезпечення) – 16,4%; бізнес-аналітик – 16%; UI/UX-дизайнер – 15,6%; діджитал-маркетолог – 13%; product manager – 12%; front-end-розробник – 7,4%; back-end-розробник – 5,6%; cybersecurity engineer – 5,5%; devOps engineer – 3,5%. Нові цифрові професії приваблюють молодих людей високим рівнем оплати праці (39,9%), перспективою (31,6%), можливістю працювати віддалено (29,7%), цікавими завданнями та обов'язками (25,8%).

Опитування “Молодь в умовах війни: безпека та волонтерство”. Опитування проводилось з 27 лютого по 10 березня 2022 р. спільно з УВС (Українською волонтерською службою) та UNICEF. У ньому взяли участь 6942 U-репортери віком 14–34 роки. Збройна агресія Росії в Україні почалася 24 лютого, країна опинилась в умовах повномасштабної війни, тому ми хотіли пересвідчитись, що українці перебувають у безпеці та дізнатися, чи можуть вони долучитися до волонтерства у такий складний для всіх час.

Через війну молодь, як і інші групи населення, відчули на собі помітні зміни у всіх сферах життя, тому зараз вони адаптуються до нових умов. За результатами опитування, 89,1% респондентів зазначили, що перебувають у безпечному місці, N = 6942. За статтю та віком істотних відмінностей не виявлено. Проте за макрорегіонами є відмінності, адже у регіонах, де не ведуться активні бойові дії, частка респондентів, які перебувають у безпеці, є більшою; 95% U-репортерів із Заходу перебувають у безпечному місці, з Центру – 93,3%; Києва – 86,5%; Півночі – 85,6%; Півдня – 84%; Сходу – 81,8%.

З постійного місця проживання для безпеки були вимушені виїхати 35% респондентів, ще у 12% не було такої можливості, N = 6644 (рис. 7).

За статтю, 36,1% жінок і 31,4% чоловіків виїхали з постійного місця проживання. Істотно різняться відповіді респондентів на це запитання за макрорегіонами: покинули свої домівки 56% U-репортерів з м. Київ; Півночі – 44,2%; Півдня – 36,7%; Сходу – 30,9%; Центру – 28,1%; Заходу – 25,2%.

Більшість респондентів (96,7%) мали доступ до продуктів харчування, N = 6564. Мають доступ до засобів гігієни 95,4% опитаних, N = 6512.

Актуальною стала волонтерська діяльність серед молоді. За даними опитування, 80,5% молоді зазначили, що мають змогу волонтерити: серед них фізично – 34,4%, дистанційно – 46,1%, N = 6444 (рис. 8).

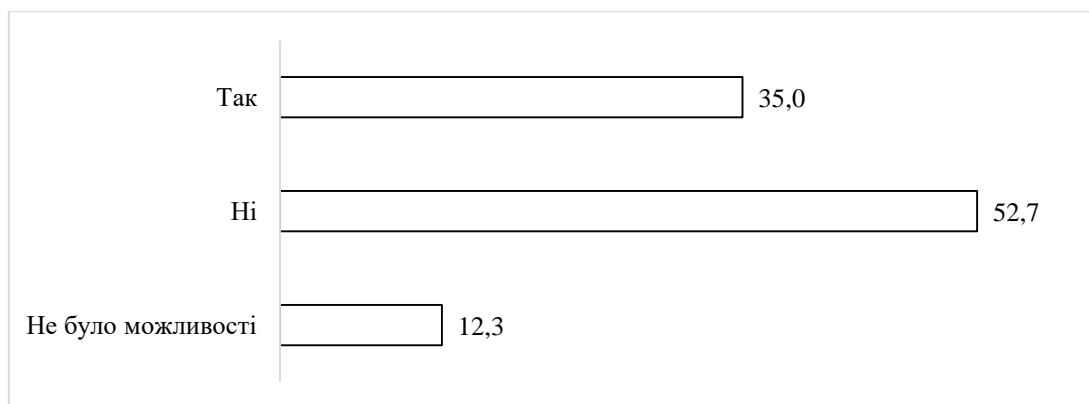


Рис. 7. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Чи були Ви вимушені виїхати з постійного місця проживання для безпеки? ”, N = 6644, %

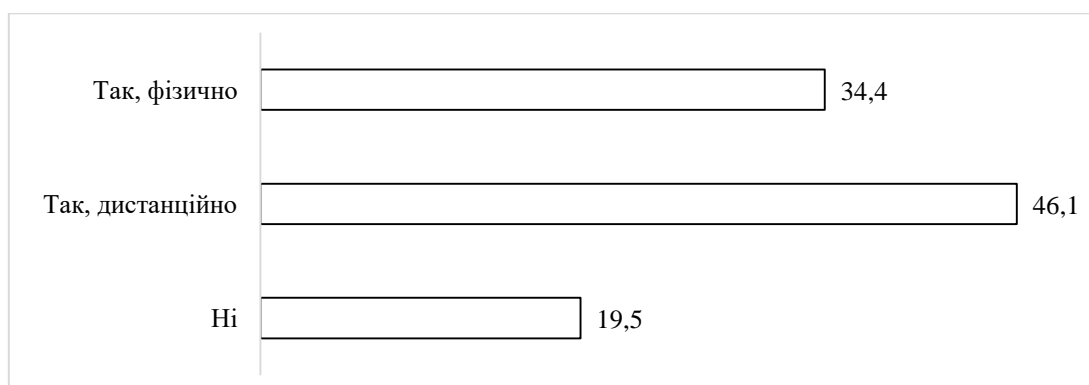


Рис. 8. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Чи маєте Ви нині можливість волонтерити?”, N = 6444, %

Опитування “Фінансова допомога під час війни”. Опитування проводилося з 18 по 24 березня 2022 р. спільно з UNICEF. У ньому взяли участь 5370 U-репортерів віком 14–34 роки. Результати будуть використані UNICEF в розробці програми фінансової підтримки для молодих людей і сімей з України, що постраждали від нападу Росії.

Станом на 24 березня майже половина респондентів (41,8%) були змушені залишити постійне проживання в Україні. Залишились у постійному місці проживання в Україні 48,2% опитаних; тимчасово змінили поточне місце проживання в межах України – 24,9%; тимчасово оселилися в іншій країні – 16,9%; інше – 10%, N = 5370 (рис. 9).

Із Києва залишили своє постійне місце проживання 61,9% U-репортерів; Півночі та Сходу – 50,8%; Півдня – 36,6%; Центру – 28%; Заходу – 25,7%.

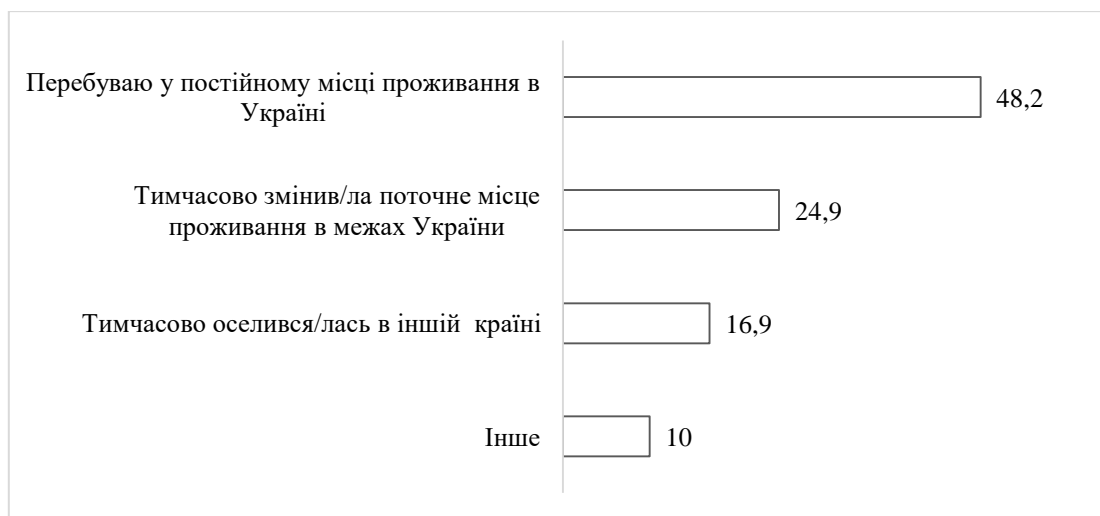


Рис. 9. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Де Ви нині проживаєте?”, N = 5370, %

З початку війни фінансову допомогу отримали 6,7% опитаних, N = 5253.

Серед U-репортерів, які активно надають підтримку молодим людям, вагому частку становлять державні установи – 33,3%, міжнародні та волонтерські організації – 21,7%, пересічні громадяни – 14,5%, N = 333 (рис. 10).

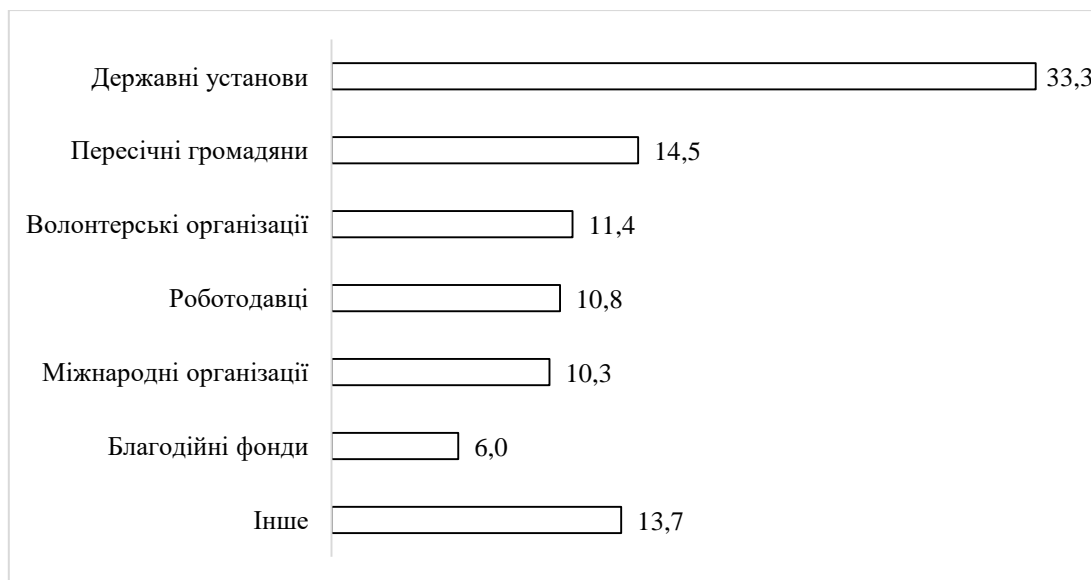


Рис. 10. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: Яка установа/організація надала підтримку?”, N = 333, %

Отримали допомогу готівкою/безготівковим варіантом (на картку) 75,1% респондентів, у формі товарів і послуг – 24,9%, N = 316. Абсолютна більшість опитаних (96,1%) стверджує, що допомога задовольнила їхні потреби (повністю – 51,5%; частково – 44,7%), N = 309.

Респонденти використали фінансову допомогу на: харчування – 50,8%; благодійність (підтримку ЗСУ, територіальної оборони, вимушено переселених осіб) – 26,9%; проживання – 22,9%; засоби гігієни – 19,3%; одяг – 11,3%; переїзд – 10%; ліки – 9,3%; комунальні послуги – 6,6%; не витрачали – 14% (N = 301).

Серед U-репортерів, які не отримали фінансову підтримку, потребують її 38,6% (N = 4828). Розподіл за макрорегіонами: найбільше матеріальної допомоги потребують респонденти зі Сходу – 54,7%; Півночі – 46,9%; Півдня – 43,6%; м. Київ – 40,1%; менше з Центру та Заходу (32,5% і 24,8% відповідно).

Надають перевагу саме фінансовій підтримці як способу доступу до гуманітарної допомоги 82,4% респондентів, у формі товарів і послуг – 17,6%.

Українці потребують матеріальної допомоги, насамперед, у вигляді продуктів харчування – 39,5%; проживання – 27,2%; ліків – 18,9%; одягу – 18,1%; засобів гігієни – 13,1%; інше – 10,7%, N = 1761 (рис. 11).

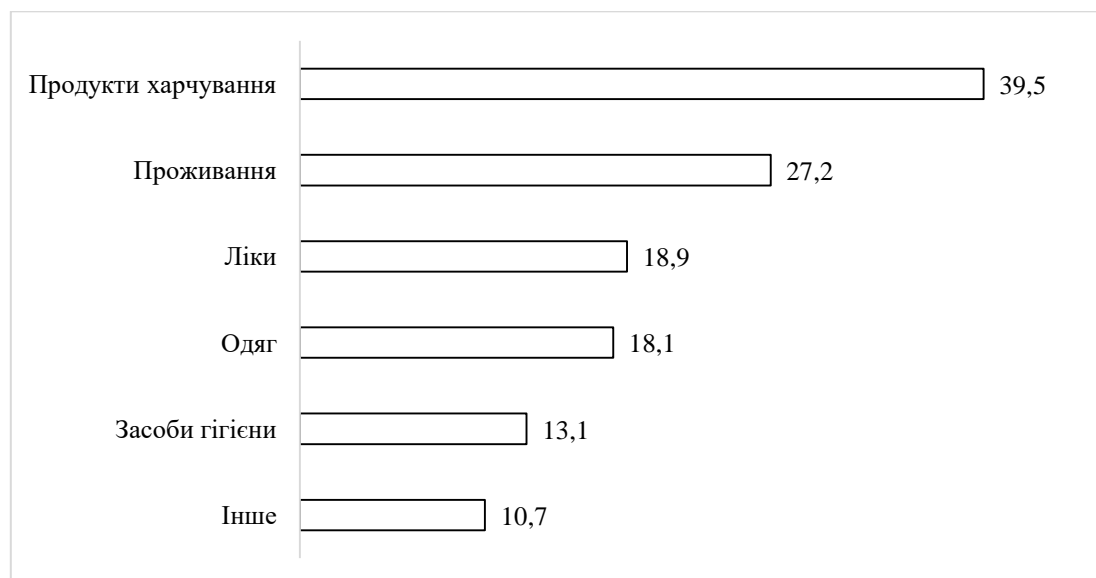


Рис. 11. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: "Якої матеріальної допомоги Ви потребуєте?", N = 1761, %

Отже, 41,8% опитаних були змушені залишити постійне проживання в Україні.

З початку війни фінансову допомогу отримали 6,7% респондентів. Українцям надали підтримку такі установи/організації: державні установи – 33,3%, міжнародні та волонтерські організації – 21,7% та пересічні громадяни – 14,5%. Серед U-репортерів, які не отримали фінансової підтримки, потребують її 38,6%.

Більше інформації щодо проекту U-Report і результатів інших досліджень можна знайти за посиланнями: www.facebook.com/ureportukraine та www.ukraine.ureport.in. Якщо Ви маєте пропозиції щодо опитувань або пріоритетних тем, які стосуються діяльності Вашої організації та з приводу яких U-Report може провести діалог з великою кількістю молоді України, будь ласка, звертайтеся за телефоном +38(093) 156–10–13 (Світозар Ніцполь), або email: ureport.ukraine@gmail.com.

Список використаних джерел

1. Людоговська К.В., Бурак Д.І. Дайджест опитувань U-Report: IV квартал 2021 р. (громадські ініціативи, вплив пандемії COVID-19 на практики дитинства, участь молоді в екологічних ініціативах). *Український соціум*. 2021. № 4 (79). С. 204–215. <https://doi.org/10.15407/socium2021.04.204>
2. Людоговська К.В., Бурак Д.І. Дайджест опитувань U-Report: III квартал 2021 р. (екологія та використання пластикових пакетів, волонтерство, конфлікти в соцмережах). *Український соціум*. 2021. № 3 (78). С. 152–160. <https://doi.org/10.15407/socium2021.03.152>
3. Нестеренко Є.О., Людоговська К.В. Дайджест опитувань U-Report: II квартал 2021 р. (стажування та працевлаштування, електронна демократія, соціальні мережі та медіаграмотність). *Український соціум*. 2021. № 2 (77). С. 214–224. <https://doi.org/10.15407/socium2021.02.214>
4. Нестеренко Є.О., Людоговська К.В. Дайджест опитувань U-Report: I квартал 2021 р. (ставлення молоді до літніх людей, здоров'язберігаючі технології в освіті, підприємництво). *Український соціум*. 2021. № 1 (76). С. 114–124. <https://doi.org/10.15407/socium2021.01.114>

Отримано 15.03.22

References

1. Liudohovska, K.V., Burak, D.I. (2021). Digest of U-Report surveys: 4th quarter of 2021 (public initiatives, the impact of the COVID-19 pandemic on childhood practices, youth participation in environmental initiatives). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 4 (79), 204-215. <https://doi.org/10.15407/socium2021.04.204> [in Ukrainian]
2. Liudohovska, K.V., Burak, D.I. (2021). Digest of U-Report surveys: 3rd quarter of 2021 (ecology and use of plastic bags; volunteering; conflicts in social media). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 3 (78), 152-160. <https://doi.org/10.15407/socium2021.03.152> [in Ukrainian]
3. Nesterenko, Ye.O., Liudohovska, K.V. (2021). Digest of U-Report surveys: 2nd quarter of 2021 (internships and employment, electronic democracy, social media and media literacy). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 2 (77), 214-224. <https://doi.org/10.15407/socium2021.02.214> [in Ukrainian]
4. Nesterenko, Ye.O., Liudohovska, K.V. (2021). Digest of U-Report surveys: 1st quarter of 2021 (attitude of young people to elderly people, health-saving technologies in education, entrepreneurship). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 1 (76), 114-124. <https://doi.org/10.15407/socium2021.01.114> [in Ukrainian]

Received on 15.03.22