

# YOU Україна

Соціальна ініціатива від Factum Group

**Місяць незламного оптимізму**

Лютий 2023





**Ми – Factum Group –  
аналітична й креативна  
команда однодумців, українців,  
професіоналів, що люблять  
свою країну, продовжуємо  
висвітлювати думки українців  
в умовах війни**

# YOU Україна

Актуальна і якісна аналітика про те, що ми – українці –

знаємо

відчуваємо

робимо

для своєчасного інформування всього суспільства та  
підтримки ініціатив, обґрунтованих достовірними даними

Регулярно

Відкрито

Безкоштовно

Не для комерції

Не для політики

А для кожного!

Для тебе

Для мене

Для України

Регулярний онлайн моніторинг із висвітлення обізнаності, настроїв та намірів українців щодо ключових сфер життя.

У серії досліджень ми вивчаємо зміни в думках, ставленні та поведінці в таких сферах, як родинні стосунки, здоров'я, робота, фінанси та покупки, перебування вдома, дозвілля, діджиталізація тощо.



Методологія дослідження  
на 100% безконтактна: ONLINE.

Комбінація якісних та кількісних методів

Джерело даних – access panel Opinion,  
чисельність в Україні 350 000+ респондентів

# Методологія дослідження



## Цільова аудиторія

Міське населення України віком від 18 до 55 років, інтернет-користувачі в містах з населенням 50тис+ (без Криму та ОРДЛО)



## Метод та розмір вибірки

Кількісне регулярне онлайн дослідження (CAWI)

2020 рік: 13 хвиль опитування (N=400/хвилю)

2021 рік: 5 хвиль опитування (N=400/хвилю)

2022 рік: 7 хвиль опитування (N=400/хвилю)

2023 рік: 1 хвиля опитування (N=400/хвилю)



## Джерело даних

Інтернет-панель Opinion: перша access-панель в Україні чисельністю 350 000+, верифікована офлайн



## Період проведення

2020 рік: Березень, Квітень, Травень, Червень, Липень, Листопад, Грудень

2021 рік: Січень, Лютий, Березень, Квітень, Жовтень

2022 рік: Березень, Квітень, Травень, Червень, Вересень, Серпень, Грудень

2023 рік: Лютий



## Інтегральний індекс соціального самопочуття

Розраховується за методикою ІІСС-20 відомих українських соціологів Є. І. Головахи й Н. В. Паніної, що погодилися надати її для дослідження YUУкраїна. Індекс знаходиться в діапазоні 20...60, де 60 - максимальне значення. Він показує, наскільки українці можуть задовольнити свої соціальні потреби



yoU **Україна**

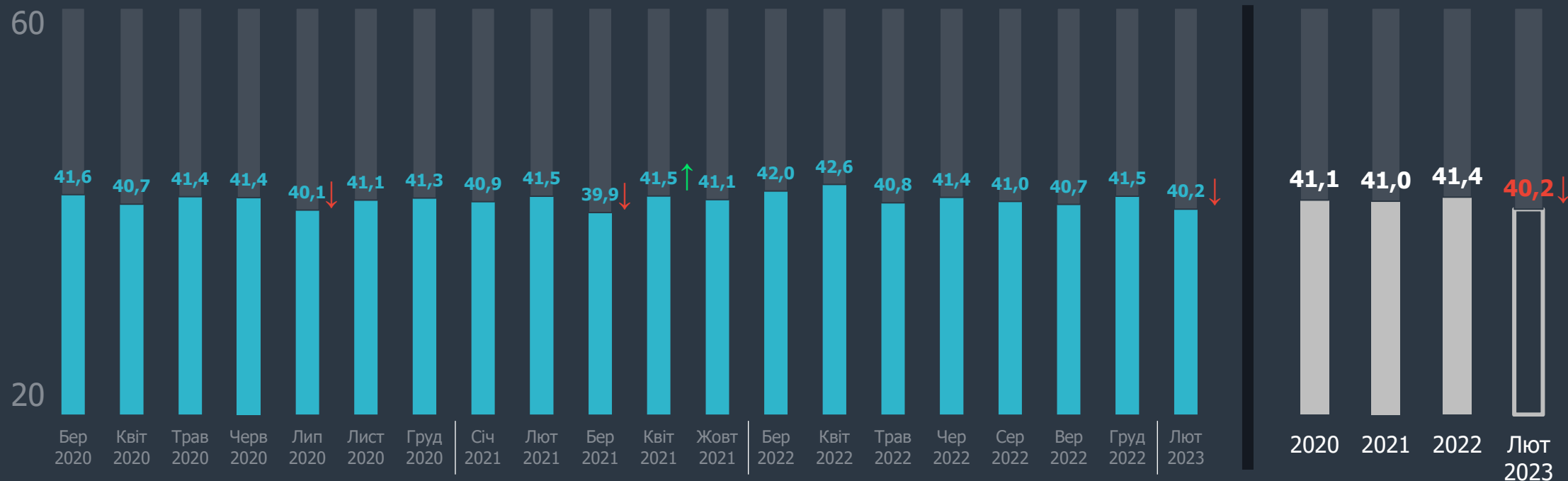
# ІНДЕКС САМОПОЧУТТЯ УКРАЇНЦІВ

після року повномасштабної війни



Індекс самопочуття українців за 2022 рік не знизився і лишився на рівні 41 балу, як і в попередні роки. Проте перший замір 2023 року, що відбувся в кінці лютого, показав значуще зниження індексу до 40 балів.

## Самопочуття українців



Інтегральний індекс самопочуття українців на базі оцінки переліку ключових індикаторів  
\*Даний показник розрахований за методикою ІІСС-20 українських соціологів Є. І. Головахи й Н. В. Паніної.

## Складові інтегрального індексу самопочуття

Δ  
2022 vs 2021

↓	Можливість працювати з повною віддачею	-0,3
↓	Можливість купувати найнеобхідніші продукти	-0,2
↓	Повноцінне дозвілля	-0,2
↓	Можливість харчуватися відповідно до своїх смаків	-0,1
↓	Ініціатива і самостійність під час розв'язання життєвих проблем	-0,1
↓	Можливість мати додатковий заробіток	-0,1
↓	Вміння жити в нових суспільних умовах	-0,1
↓	Упевненість у своїх силах	-0,1
	Рішучість у досягненні своїх цілей	0,0
	Робота, що підходить	0,0
	Можливість повноцінно проводити відпустку	0,0
	Необхідний одяг	0,0
↑	Модний та красивий одяг	+0,1
↑	Необхідні меблі	+0,1
↑	Сучасні економічні знання	+0,1
↑	Здоров'я	+0,1
↑	Сучасні політичні знання	+0,2
↑	Юридична допомога для захисту своїх прав та інтересів	+0,2
↑	Добротне житло	+0,3
↑	Необхідна медична допомога	+0,4

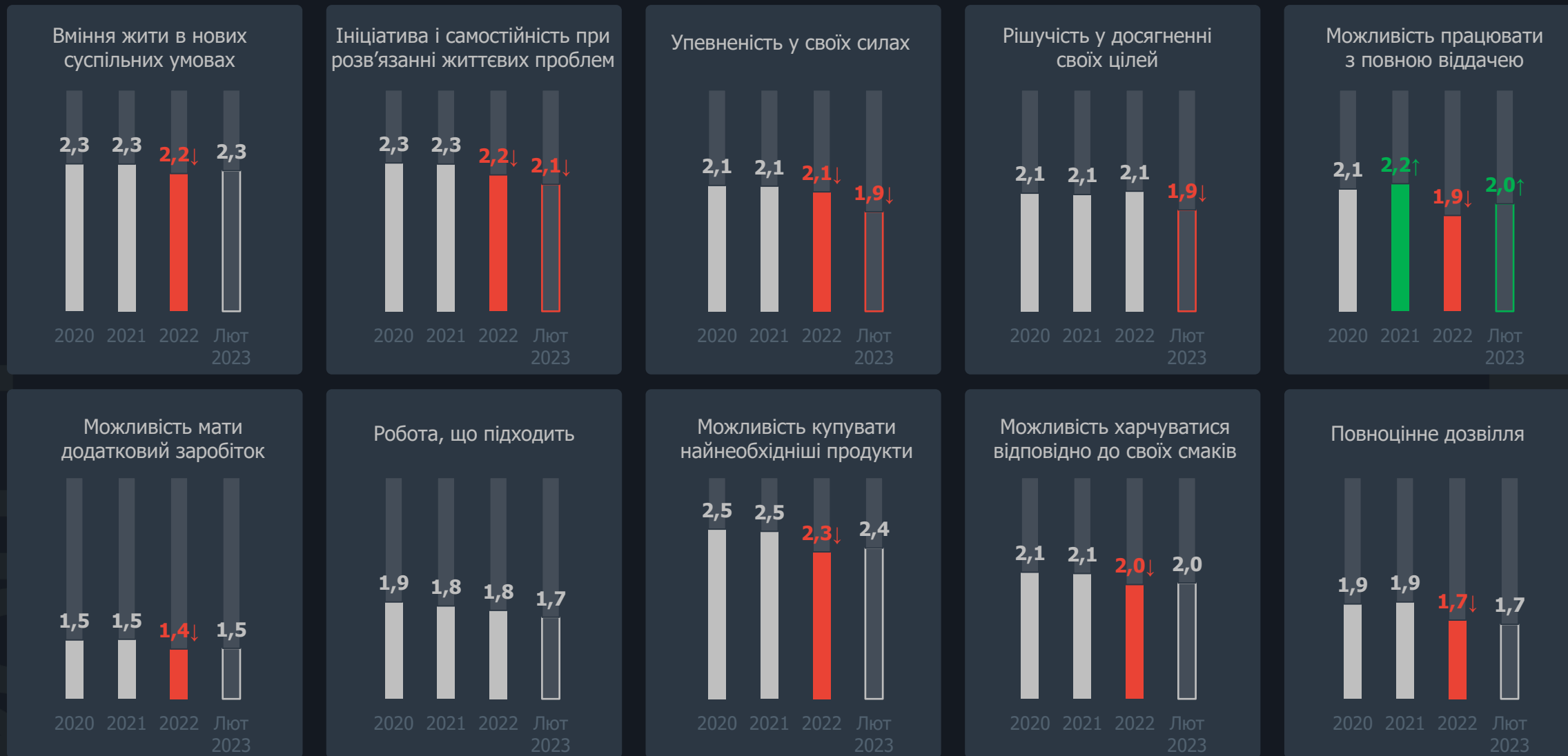
Стабільність інтегрального показника самопочуття в 2022 році не пов'язана зі стабільністю його складових.

Навпаки, серед більшості показників, що є основою для розрахунку індексу, відбулись значущі зміни:

- 8 показників з 20 знизились
- 8 показників з 20, навпаки, зросли

Таким чином вплив на інтегральний індекс компенсувався.

Найбільше постраждали за рік війни професійно-трудова та особистісна сфери. Більше того, аспекти особистісної сфери, а саме упевненість в своїх силах та ініціативність у розв'язанні проблем, показують тенденцію до подальшого зниження.



Складові інтегрального індексу самопочуття. Рівень задоволеності соціальних потреб: 1 – потреба не задоволена, 3 – потреба задоволена. Розмір вибірки, 2020 рік: N=2800, 2021 рік: N=2000, 2022 рік: N=2800, 2023 рік: N=400

↑ ↓ Статистично значущі зміни

Потреби **рекреаційно-культурної, інформаційно-культурної та матеріально-побутової сфери** (сучасний одяг, меблі, нерухомість), навпаки, стали **більш задоволеними в 2022**, що ймовірно пов'язано з **переоцінкою цінностей** (в умовах війни ці потреби стають менш актуальними). Втім у **2023 році** вже **зафіксовані тенденції до зниження** переліку цих показників: здоров'я, економічна і політична обізнаність, захист прав та інтересів.



Складові інтегрального індексу самопочуття. Рівень задоволеності соціальних потреб: 1 – потреба не задоволена, 3 – потреба задоволена. Розмір вибірки, 2020 рік: N=2800, 2021 рік: N=2000, 2022 рік: N=2800, 2023 рік: N=400

↑ ↓ Статистично значущі зміни

У 2022 році зросли індекси поінформованості населення щодо стану економіки, політики та охорони здоров'я. У лютому 2023 року зафіксоване зниження цих показників.



### Індекс «Ми знаємо»



Індекс **«Ми знаємо»** вимірює суб'єктивну оцінку українцями власної поінформованості щодо ключових аспектів ситуації в країні.

Розраховується на базі трьох показників:

- Інформованості щодо стану економіки
- Інформованості щодо стану політики
- Інформованості щодо стану охорони здоров'я в Україні

Значення метрик знаходиться в діапазоні 0...10, де 10 – максимальне значення.

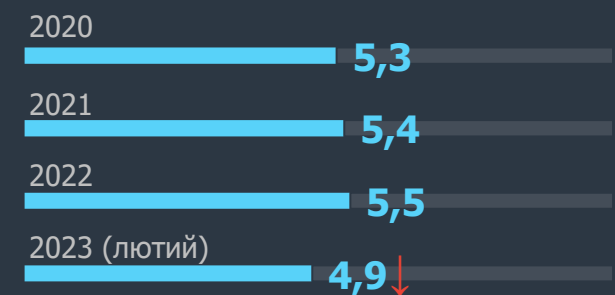
### Інформованість щодо стану економіки



### Інформованість щодо стану політики



### Інформованість щодо стану охорони здоров'я в Україні



Індекс емоційної стійкості та згуртованості населення у 2023 році показує тенденцію до зниження, проте оптимізм населення (віра у позитивні зміни в найближчі півроку) зростає.



### Індекс «Ми відчуваємо»



Індекс «**Ми відчуваємо**» вимірює, наскільки позитивними є емоційний стан та настрої українців (самооцінка)

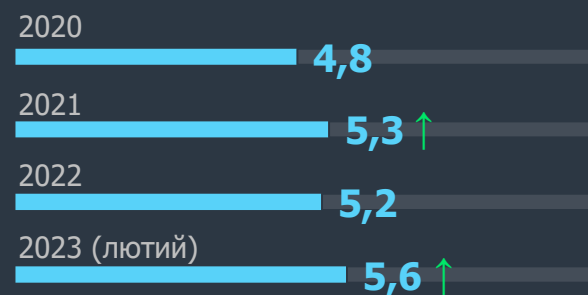
Розраховується на базі трьох показників:  
- Емоційної стійкості (відсутності панічних настроїв)  
- Оптимізму (віри у позитивні зміни в найближчі півроку)  
- Згуртованості (відчуття єдності з народом)

Значення метрик знаходиться в діапазоні 0...10, де 10 – максимальне значення.

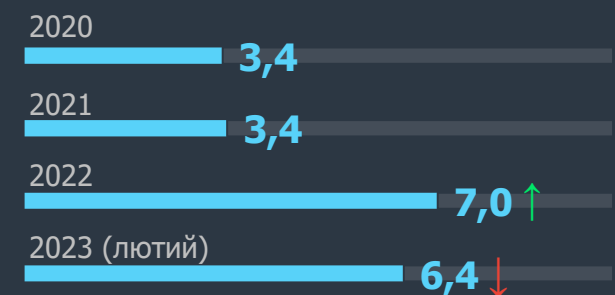
### Емоційна стійкість



### Оптимізм



### Згуртованість



У 2022 році **суттєво зростає готовність** населення **діяти, допомагати** іншим та **готовність лишатись в Україні**. Ці показники все ще лишаються вищими за довоєнні роки, проте **перші тенденції до зниження** вже зафіксовані.



### Індекс «Ми воліємо»



Індекс **«Ми воліємо»** показує, наскільки українці вважають себе рішучими та готовими до активних дій (самооцінка)

Розраховується на базі трьох показників:  
- Готовності діяти та змінювати своє життя  
- Готовності допомагати іншим, бути волонтером  
- Готовності лишатись в Україні (анти-міграційний настрій)

Значення метрик знаходиться в діапазоні 0...10, де 10 – максимальне значення.

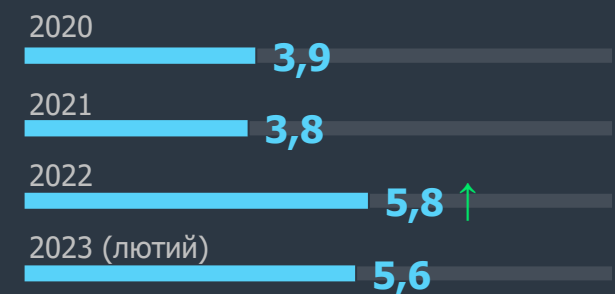
### Готовності діяти та змінювати своє життя



### Готовності допомагати іншим, бути волонтером



### Готовності лишатись в Україні (анти-міграційний настрій)



yoU **Україна**

## Якою стала Україна:

активність громадян та  
очікування від брендів



# Допомога населення у війні

**84%** хоч раз **надавали допомогу** захисникам чи постраждалим від війни з початку повномасштабного вторгнення.

**Найчастіше – це допомога ресурсами** (донати, одяг тощо).

**Кожен 4-й** опитаний був залучений у **волонтерські об'єднання**. На **інформаційному фронті** воювали **4 з 10** опитаних

## Допомога ресурсами захисникам

фінансова підтримка, донорство крові, допомога одягом, їжею тощо



## Участь в інформаційній війні

блокування пропагандистських каналів, боротьба з фейками, написання постів та листів з поширенням інформації, DDOS-атаки тощо



## Допомога ресурсами населенню

фінансова, інформаційна підтримка, допомога одягом, їжею тощо



## Участь у волонтерських об'єднаннях

інформаційна координація, допомога та прихисток біженців, плетіння маскувальних сіток, збір коштів та закупівля необхідних товарів тощо



# Якою стала Україна за рік після 24.02.22

**Сила, незламність та згуртованість** виділяють Україну для її громадян, коли вони описують, якою стала країна за рік повномасштабного вторгнення. До ТОП-10 прикметників увійшли:



Питання: 24 лютого 2023 – це вже рік повномасштабної війни України проти росії. Якою стала Україна за цей рік? Якими прикметниками ви б її описали? (Відкрите питання)

Вибірка: 400 інтерв'ю. Цільова аудиторія: міське населення України 18-55 років (інтернет-користувачі, міста 50тис+). Термін опитування: 23 лютого – 1 березня 2023

# Щоб б ви сказали українцям,

якби могли звернутись до всіх  
з промовою щодо річниці війни?

33%

**Тримайтесь,  
не здавайтесь**

“

«Боріться - поборете, нам Бог помагає. Будьте толерантними один до одного. Ніхто не забутий, пам'ятаємо і сумуємо! Тримаймося!»

«Тримайтесь, рідненькі! Ще трошечки - і перемога за нами! Треба не опускати руки, іти вперед і не забувати робити все для перемоги!»

30%

**Ми переможемо,  
перемога близько**

“

«Перемога буде за нами. Слава Україні!»

«Україна переможе цю війну і вступить в НАТО і Європейський союз»

«Скоро все закінчиться, ми переможемо. І Україну чекає велике майбутнє, яке ми повинні з вами творити»

10%

**Гуртуйтесь,  
допомагайте один одному**

“

«Українці, ми одне ціле. Давайте будемо стояти і допомагати до кінця»

«Ми одна велика родина, ми багато пережили за цей рік! Разом ми сильні і непереможні!»

«Тільки міцно тримаючись за руки ми переможемо»

7%

**Працюйте для  
перемоги**

“

«Не думайте, що війна вас якимось чином омине. Працюйте на перемогу України особисто! Хто як може і хто де може, кожен на своєму місці, в жодному разі не розслаблятися»

«Продовжуйте допомагати армії, волонтерити, працювати, сплачувати податки»

7%

**Ми сильні!**

“

«Ми стали сильніші за цей рік. Цей досвід, навички і знання допоможуть нам і в подальшому житті після перемоги»

«Ми сильна нація, і витримаємо російську навалу»

«Я пишаюся Вами, я пишаюся тим що я Українець!»



А ще...

### З інших відносно поширених звернень до народу:

- 4% Необхідно **боротися з внутрішніми ворогами, корупцією**
- 4% Необхідно **поважати захисників та захисниць**, вірити в армію
- 4% Ми пройшли тяжкі часи, ми **не зламались**
- 3% **Побажання миру**
- 3% **Все буде добре**, віра у краще майбутнє
- 2% Необхідно **припиняти війну**
- 1% **Життя продовжується**, необхідно жити, цінувати життя
- 1% **Не вестися на провокації**, фільтрувати інформацію
- 1% Необхідно бути уважнішими, **робити аналіз помилок**

“

Не давайте хабарів, живіть чесно, країна починається з тебе, і донатйте на ЗСУ

“

Не читайте лживі новини, думайте своєю головою і допомагайте ближнім

“

Миру, спокою та процвітання нашої держави

“

Будьте сильними, допомагайте і підтримуйте ЗСУ

“

Українці об'єдналися, але не всі Українці пам'ятають, що в країні війна. Зараз не на часі гучні вечірки та коштовні відпустки

# Який бренд проявив себе найкраще в умовах війни?

## Відкрите питання (без підказки)

7 з 10 опитаних не змогли назвати жоден бренд, який проявив себе найкраще під час війни.

До лідерів, що набрали щонайменше 1% спонтанного згадування, увійшли: **Київстар, Нова пошта, Roshen, Rozetka, АТБ, McDonald's та Starlink.** Також 3% **вказали ЗСУ** при відповіді на це запитання.



# Очікування від брендів

## відкрите питання (без підказки)

**Зниження цін є найбільшим запитом до брендів** від суспільства. При цьому аудиторія **очікує високу якість товарів та послуг**. Також населення очікує від брендів акцій, новинок, екологічності, чесності та соціальної відповідальності.

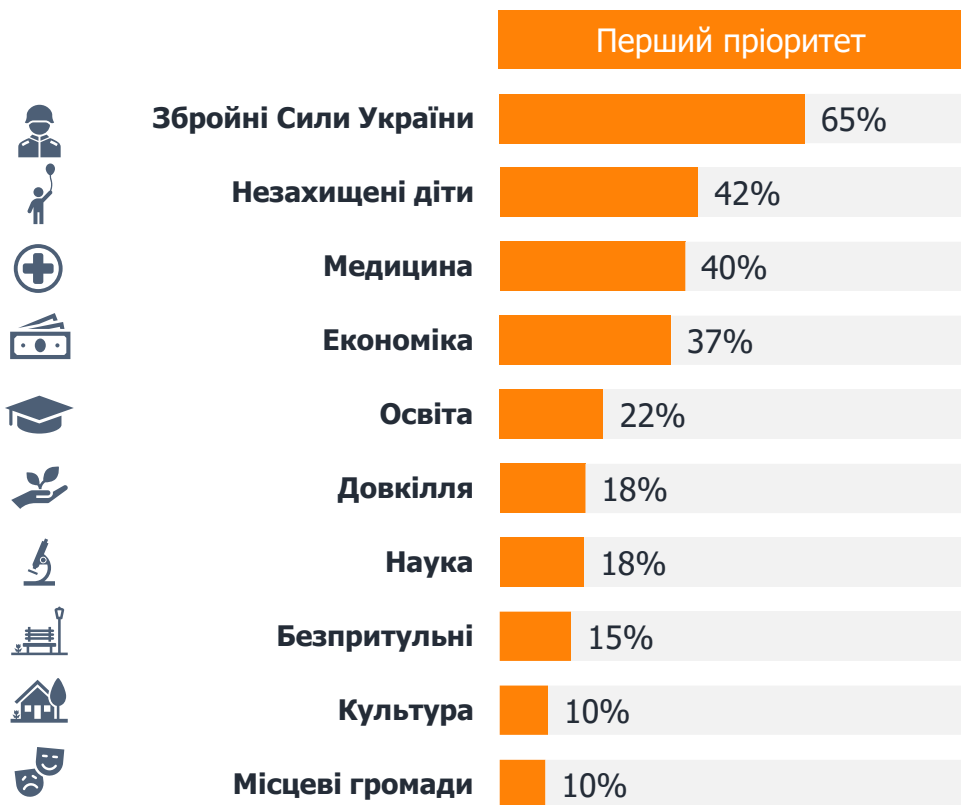


Питання: Уявіть, що всі бренди/компанії, присутні в Україні, у своїй діяльності орієнтуються не лише на прибуток, а загалом на потреби та очікування своїх споживачів / українців. Що б Ви побажали, чого очікуєте від улюблених брендів у майбутньому? Запишіть, будь ласка, до 3х очікувань від брендів (відкрите питання)

Вибірка: 400 інтерв'ю. Цільова аудиторія: міське населення України 18-55 років (інтернет-користувачі, міста 50тис+). Термін опитування: 23 лютого – 1 березня 2023

# Пріоритетні напрямки допомоги від бізнесу та брендів

У найбільшому пріоритеті для допомоги з переліченого списку – **Збройні Сили України, незахищені діти, економіка та медицина.**



yoU країна

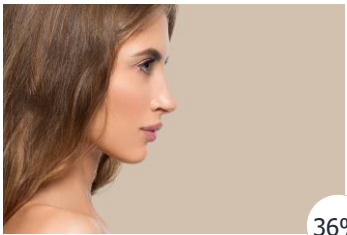
# 8 березня

сприйняття свята та  
гендерні стереотипи



# Сенси 8 березня: відкрите питання (без підказки)

**1 з 10 опитаних** на спонтанному рівні вкладає в свято 8 березня **сенси**, пов'язані з **правами, досягненнями та рівністю** жінок. Також, окрім узагальненого «свято жінки», поширене сприйняття 8 березня як **свята весни** чи ще одного **приводу привітати жінку**. 3 негативних конотацій – **асоціації з радянським союзом** та **відсутність будь-яких сенсів**.



36%

## Свято жінки загалом

“

«Праздник всей женской половины планеты»

«Це просто Міжнародний Жіночий день»

«Свято всіх жінок, свято для відзначення важливої ролі жінки в світі»



12%

## Свято весни

“

«Це символ початку весни, переродження природи та людських емоцій після зимових холодів»

«Останнім часом символізує початок весни та весняного настрою»



11%

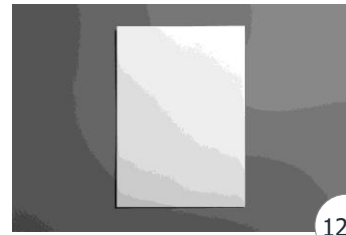
## Привід для привітання

“

«Ще один привід поздоровити дружину»

«Свято яке дає нам привід тішити подарунками наших жінок»

«Це можливість зробити приємне жінкам»



12%

## Нічого не означає

“

«По большому счету ничего. Это традиция»

«Нічого. Я не відзначаю його»

«Нічого не символізує, день уваги чоловіків»



10%

## Права та рівність жінок

“

«Захист прав жінок на рівні права із чоловіками»

«Гендерное равенство»

«Про права жінки. Про рівноправ'я. Про можливість самоідентифікації. Але на жаль суть на разі спотворена»



9%

## Радянський пережиток

“

«Радянщина, свято неактуальне в сучасному українському суспільстві»

«Свято, вигадане комуністами. В нас є свій День української жінки»

# А ще...



З інших відносно поширених тлумачень значення свята також зустрічаються:

- Квіти та подарунки – 7%
- Повага до жінки – 6%
- Вихідний день – 5%
- Відзнака материнства – 4%
- Відзнака краси жінок – 3%



«Ще один додатковий вихідний день»



«Це свято жіночності та краси»



«День, коли я отримую квіти та подарунки»



«День поваги до жінок і визнання їх праці»



«День матери»

## Сенси 8 березня. Згода з твердженнями

Сенси 8 березня, пов'язані з **весною, красою жінки, її материнством**, все ще **більш поширені** в українському суспільстві. **30% опитаних погоджуються** з твердженнями, що 8 березня відзначається на згадку **про досягнення жінок, їх права та рівність**.



30%



# 8 березня чи 25 лютого?

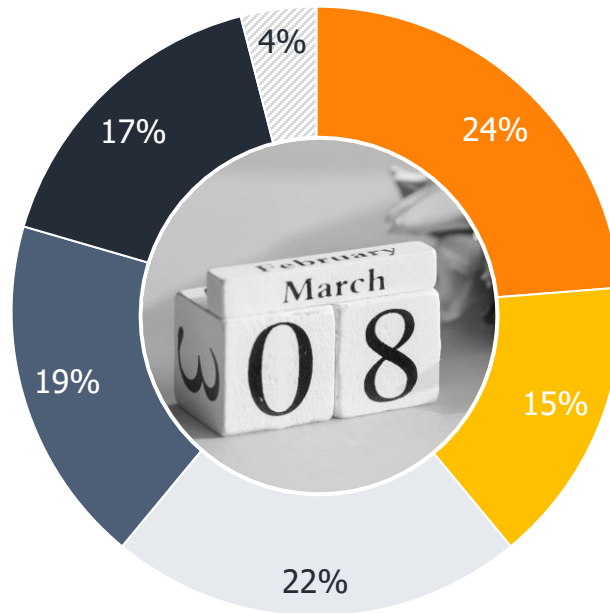
Думки щодо підтримки проєкту закону про встановлення нових українських свят розділились: **35%** підтримують перенос свята на 25 лютого, **39%** - проти такої зміни.

Думки чоловіків та жінок в цьому питанні відрізняються. **Жінки** значно частіше **хочуть зберегти** дату **8 березня**.

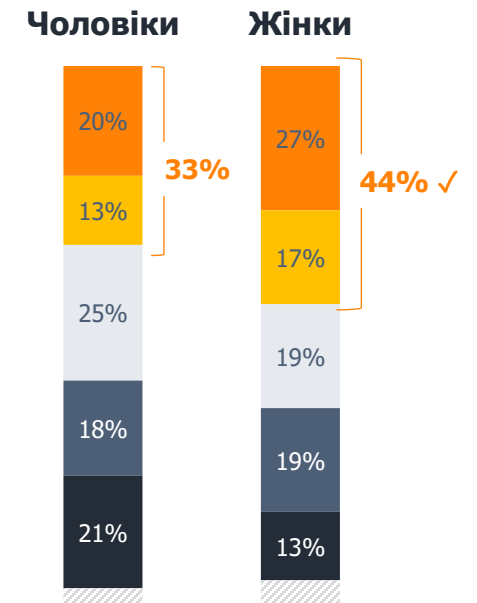
Наскільки ви особисто підтримуєте чи не підтримуєте пропозицію...

замість свята 8 березня  
Міжнародний Жіночий День

зробити свято 25 лютого  
День української жінки (День українки)  
День народження Лесі Українки



- Зовсім не підтримую
- Скоріше не підтримую
- 50 / 50
- Скоріше підтримую
- Повністю підтримую
- ▨ Важко сказати



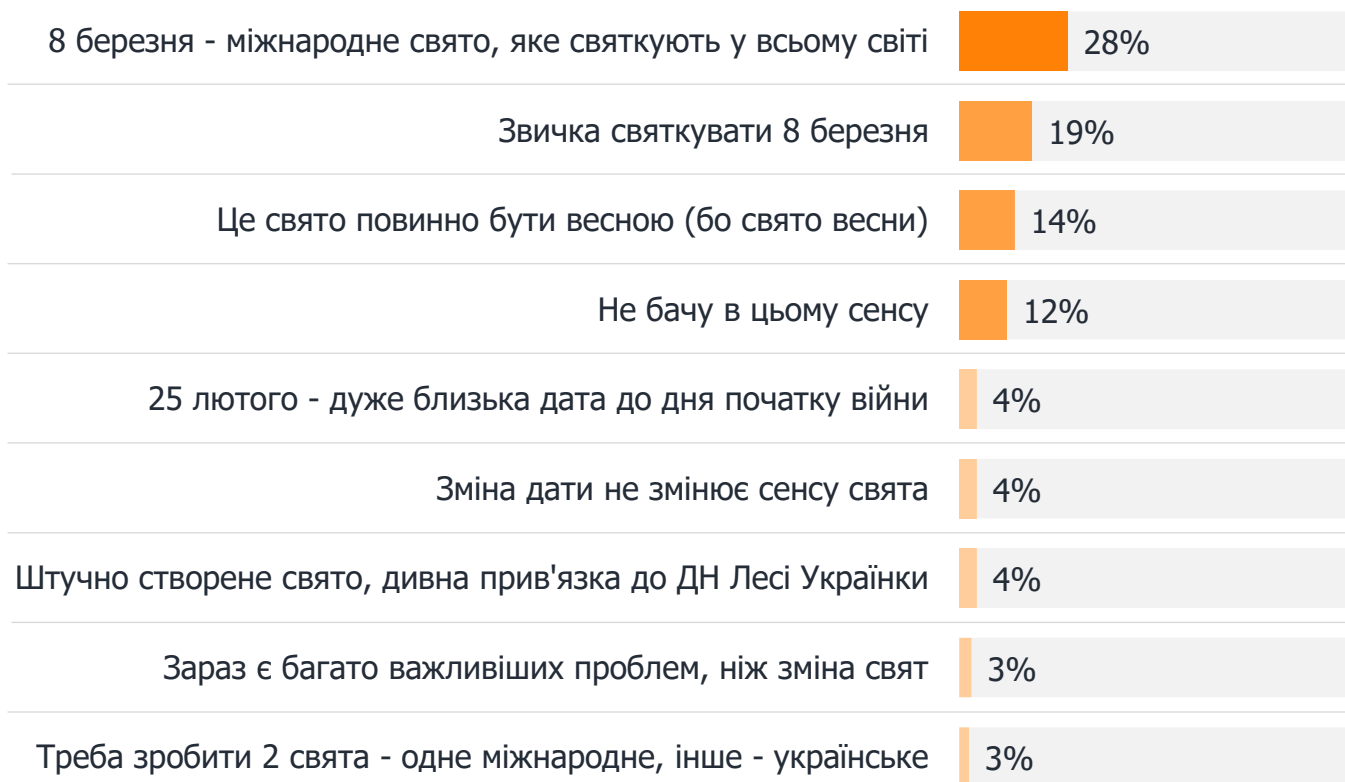
**35% за** 25 лютого **26%** утримались **39% проти** 25 лютого

Питання: У Верховній Раді нещодавно зареєстрували проєкт закону щодо встановлення нових українських свят, а саме: замість свята 8 березня — Міжнародний Жіночий День пропонують зробити свято 25 лютого — День української жінки (День українки) — День народження Лесі Українки. Наскільки ви особисто підтримуєте чи не підтримуєте таке рішення?

Вибірка: 400 інтерв'ю. Цільова аудиторія: міське населення України 18-55 років (інтернет-користувачі, міста 50тис+).  
Термін опитування: 23 лютого – 1 березня 2023

## Чому **не підтримують** зміну 8 березня на 25 лютого

Ті, хто **не підтримують** зміну свята, обґрунтовують свою позицію **міжнародним статусом свята**, яке святкують в усіх країнах, а не лише пострадянських. Також говорять, **що звикли до 8 березня**, що свято **має бути весною**. Деяким **не подобається дата 25 лютого** через те, що вона дуже **близька до дня початку повномасштабного вторгнення**.



«Тому що 8 березня - це традиційне міжнародне свято, а насильницька українізація сприяє тільки відторгненню від неї»

«Тому що 8 березня не є суто радянським святом. Його святкують в багатьох країнах, які не входили у склад СРСР. Натомість краще б популяризували суть свята. Такі як рівність і справедливість у можливості працювати, кар'єрного зростання, рівня зарплат. Тощо»

«Люблю традиції и не хочу их менять»

«Це початок весни, а не кінець зими»

«Зачем менять шило на мыло»

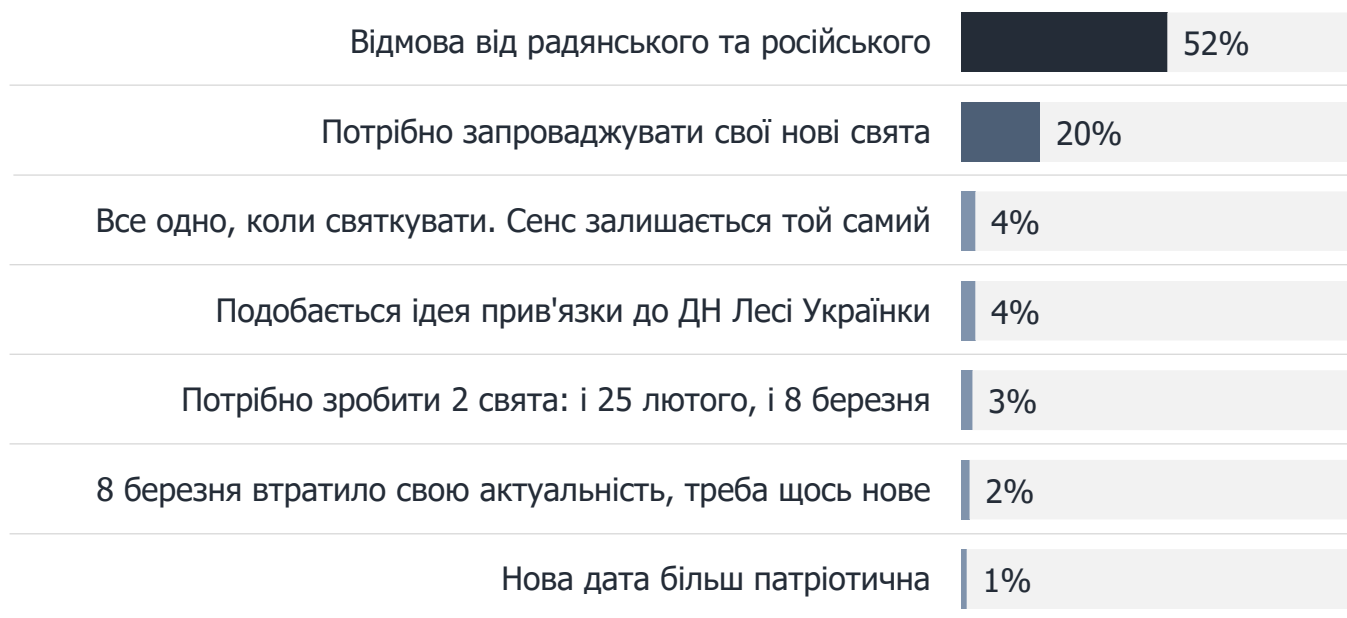
«Це дурня! їм немає що робити! як міняти свята! краще щось корисне насправді зробили!»

## Чому підтримують зміну 8 березня на 25 лютого

**Основна причина** бажання змінити 8 березня на 25 лютого - це **відмова від усього радянського та російського**.

Ця аудиторія аргументує свою позицію тим, що не хоче мати нічого спільного з ворогом, у тому числі спільні свята.

Також є думка, що **Україні** загалом **потрібні власні** українські **свята**.



“

«Треба позбутися всього радянського»

«Не хочу мати з російським народом спільні традиції та свята»

«Треба взагалі все кацапске відмінити, зніщити та забути»

«Нам потрібні українські свята»

«Це буде більш Українське коріння»

«Бо це велике свято, як і народження нашої поетеси, тож його можна об'єднати»

# Гендерні стереотипи

Напередодні 8 березня ми виявили, що **упереджене ставлення до ролі жінок** досі лишається **поширеним**. Наприклад, **60%** аудиторії вважає, що **діти є сенсом життя жінки**, а **чоловік – голова сім'ї**.



Питання: З якими з представлених нижче тверджень щодо чоловіків та жінок Ви погоджуєтесь?

Вибірка: 400 інтерв'ю. Цільова аудиторія: міське населення України 18-55 років (інтернет-користувачі, міста 50тис+). Термін опитування: 23 лютого – 1 березня 2023

# Гендерні стереотипи: **чоловіки vs жінки**

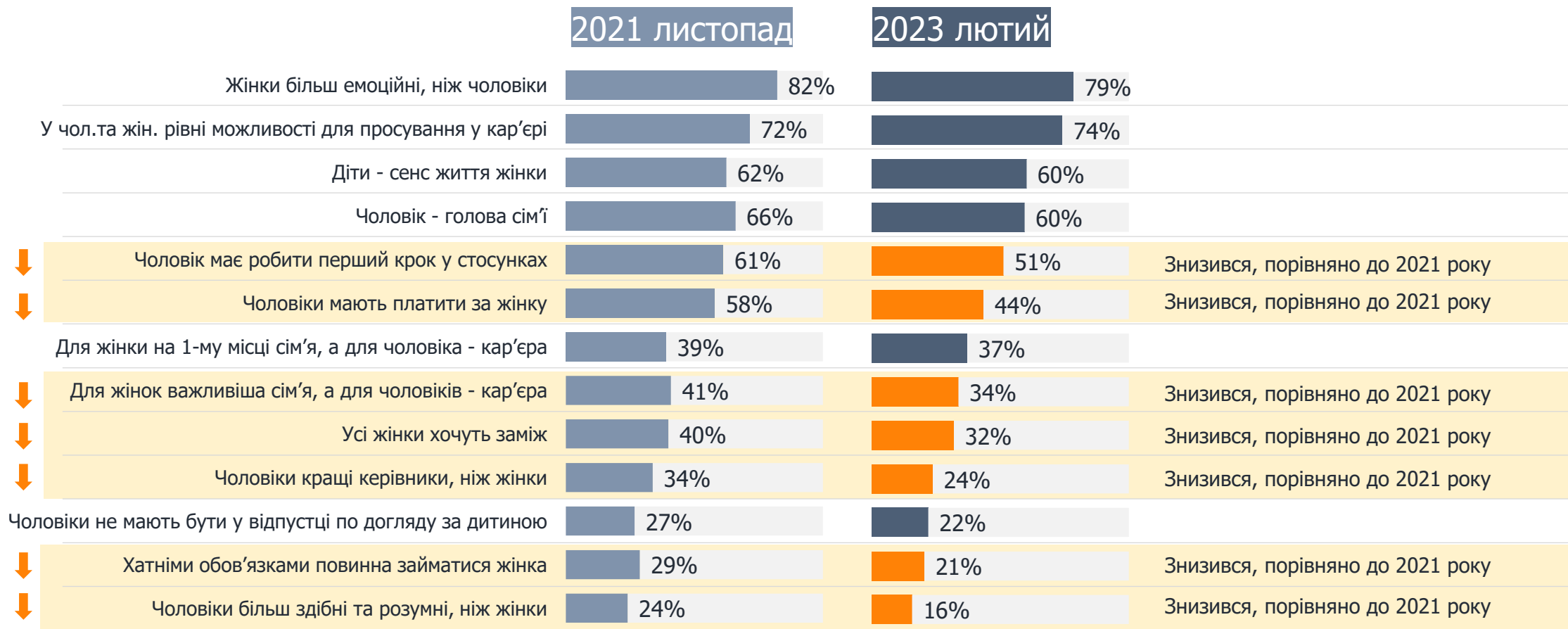
**Стереотипне мислення** стосовно гендерної ролі жінки **притаманне як чоловікам, так і жінкам.**

Залежно від конкретного стереотипу, думки жінок та чоловіків можуть відрізнятись. Наприклад, думку, що **чоловіки розумніші за жінок**, розділяє **29% чоловіків**, серед жінок цей відсоток значно менший – **4%**.



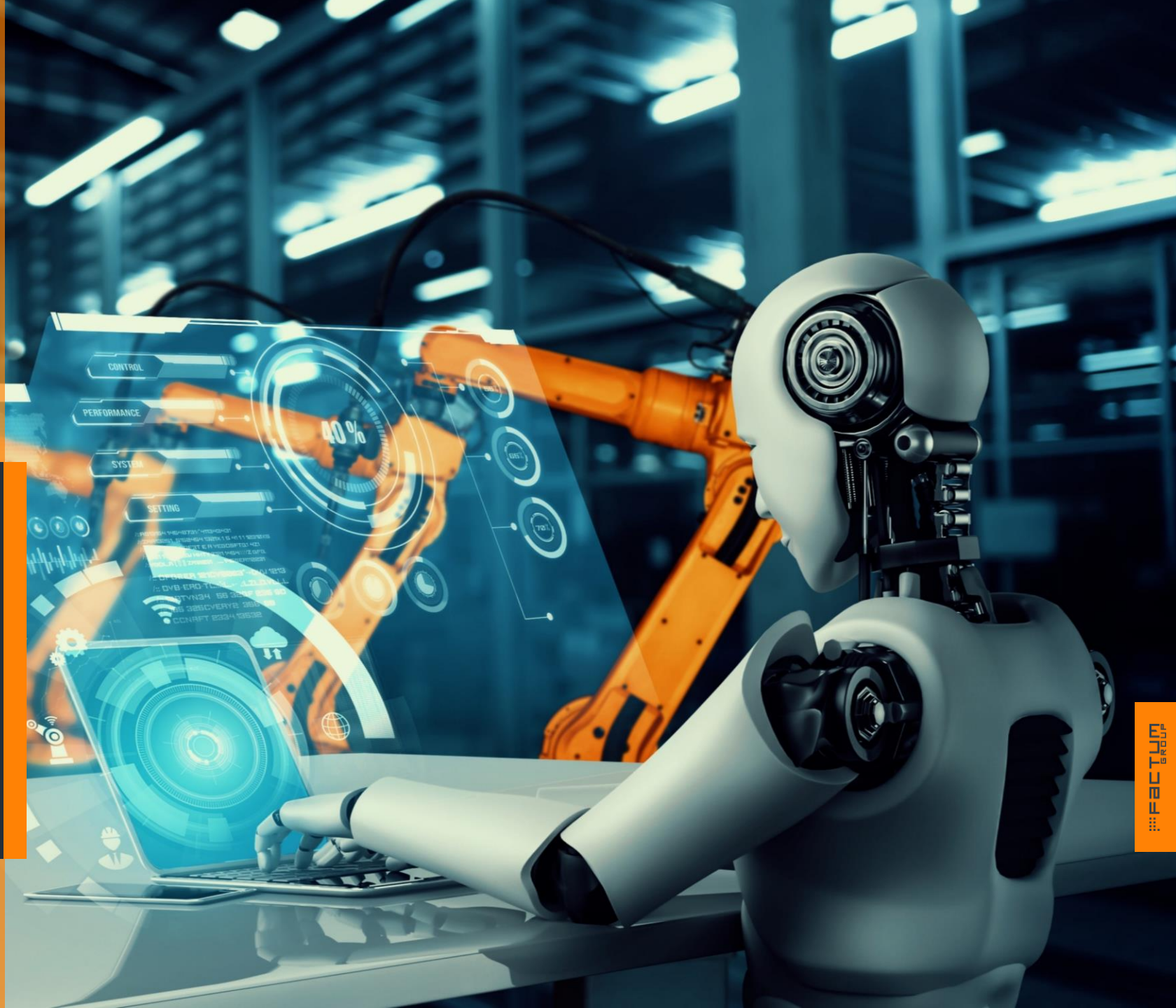
## Гендерні стереотипи: динаміка

Порівняно з 2021 роком, відзначається **позитивна динаміка** – менш поширеними в українському суспільстві стають стереотипи, що чоловік має робити **перший крок у стосунках** та **платити за жінку**, що **всі жінки хочуть заміж** та мають займатись **хатніми обов'язками**. Стереотип, що **чоловіки розумніші** і є **кращими керівниками**, також **став менш поширеним**, порівняно до 2021.



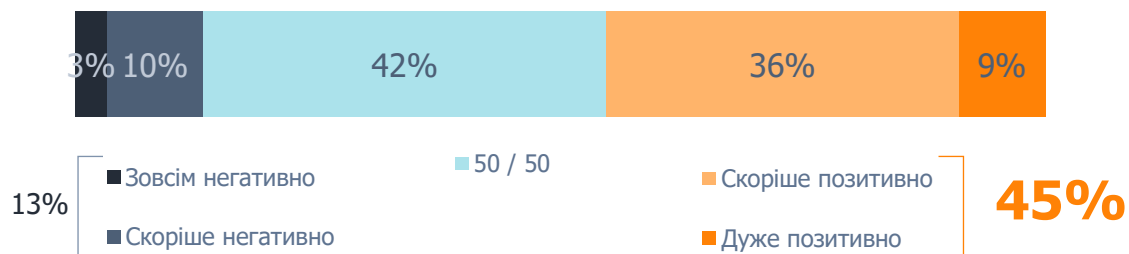
yoUкраїна

# Штучний інтелект та ChatGPT



# Ставлення до штучного інтелекту

Ставлення до штучного інтелекту здебільшого **позитивне** або **нейтральне**. Він сприймається як **майбутнє** та **помічник людства**, однак бачать в ньому і загрози



## Штучний інтелект – це...



### Майбутнє:

«Наше майбутнє. Розвиток технологій полегшує нам життя»  
«Це майбутнє людства. Він принесе користь тільки за умови розумного використання»



### Помічник людства:

«Це чудовий помічник, який значно спростить людям життя у пошуку вирішення їхніх питань»



### Загроза:

«Дуже рано для нашої цивілізації, можливо несе загрозу для людства»

# Загрози штучного інтелекту

Основна загроза, яку бачать у штучному інтелекті – **втрата робочих місць**. Також його вважають недостатньо передбачуваним та контрольованим



# Переваги штучного інтелекту

Переваги штучного інтелекту пов'язані в першу чергу з **автоматизацією** роботи, можливістю обробляти **великі об'єми даних** та підвищення **швидкості** роботи

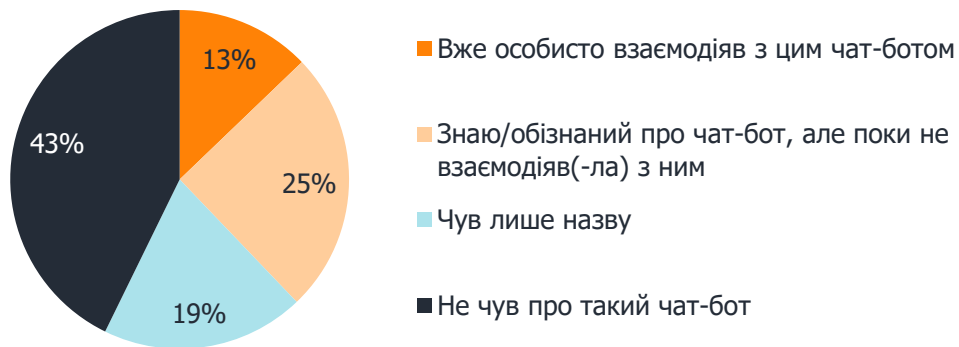


# Взаємодія з chatGPT



Більше половини опитаних чули про chatGPT, однак користувались особисто поки 13%.

Здебільшого **досвідом користування задоволені**



## Задоволеність користуванням chatGPT

N=51 (користувались особисто chatGPT)

**3,6**  
із 5 балів



«Геніально, допомога у питаннях»  
«Дуже зручно, корисно»  
«З надцятої спроби вдалось залогуватись і щось спитати»  
«Відповідь на всі питання, але є і безглузді відповіді»

## Запити до ChatGPT

**7 з 10 користувачів** chatGPT звертались до нього з метою **тестування можливостей бота**. Серед інших популярних запитів – **питання стосовно війни в Україні, пошук робочої, навчальної інформації**, а також комунікація в **розважальних цілях**. **13% спілкувались з chatGPT на особистісні теми**: про свої почуття, емоції, проблеми.



## Враження від ChatGPT

Основні враження в користувачів від користування чатом GPT позитивні: користь, допомога, інновації, майбутнє та просто забава. Проте говорять і про недоліки у використанні



# Методологічний коментар



## Методологічний коментар щодо вибірки дослідження, що проводиться в умовах війни



Дослідження YОУкраїна проводиться за квотною вибіркою, що відображає структуру населення досліджуваної цільової аудиторії за віком, статтю, регіоном та типом населеного пункту (відповідно до даних Держкомстату України)



В умовах війни, починаючи з березня 2022 року, квота на місце проживання, ставиться на питання «Де ви постійно проживали до початку воєнних дій?»



Умови війни накладають наступні обмеження: отримані дані, як очікується, співставні із аудиторією, яка на момент опитування має доступ до мережі Інтернет (в тому числі мобільної). Отже факт перебування людини за кордоном не накладає обмеження на участь в опитуванні.



Додаткове запитання анкети «Чи змінили Ви місце проживання з початку воєнних дій?» дозволяє оцінити, відповіді якої частки вибірки співставні з характеристиками вимушено переселених осіб (ВПО) та біженців за кордон, а також порівняти отримані дані із офіційною статистикою.



У даній хвилі опитування (23 лютого – 1 березня 2023) частка тих, хто змінив місце проживання через початок війни склала 20% від вибірки: 5,4% за кордон та 14,3% в межах України. Нижче наведена порівняльна таблиця з іншими офіційними даними:

	YОУкраїна* %, доросле населення	ООН** Всі біженці	ООН** Зареєстровані біженці	Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. Птухи НАН України***	Державна прикордонна служба України***
% людей, що виїхали за кордон через війну та там знаходяться	<b>5,4%</b> (похибка вибірки 2,2%)	<b>8 млн</b>	<b>4,9 млн</b>	<b>5 млн</b>	<b>1,8 млн</b>

\*Дані YОУкраїна стосуються населення 18-55 років, що мешкали в містах 50тис+ до війни та мають доступ до інтернету на момент опитування

Дані ООН, інституту демографії та соціальних досліджень та державної служби статистики стосуються усього населення України, включаючи дітей

\*\* Березень 2023 <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>

\*\*\* Лютий - Березень 2023 <https://suspipline.media/396044-pidtvverdzena-ocinki-pro-8-miljoniv-bizenciv-z-ukraini-nemae-direktorka-institutu-demografii/>

YОУкраїна, динаміка показника	бер 2022	квіт 2022	трав 2022	чер 2022	сер 2022	вер 2022	груд 2023	лют 2023
Проживають за кордоном зараз	7,1%	9,4%	9,6%	8,2%	6,6%	7,3%	7,7%	5,4%
Переїжджали, але повернулись із-за кордону	n/a	n/a	n/a	0,4%	2,2%	3,4%	2,7%	3,9%
<b>ЗАГАЛОМ</b>	<b>7,1%</b>	<b>9,4%</b>	<b>9,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>8,8%</b>	<b>10,7%</b>	<b>10,4%</b>	<b>9,3%</b>

## Методологія розрахунку індексів «Ми знаємо», «Ми відчуваємо», «Ми воліємо»

### Ми знаємо

Розраховується як середнє значення на базі трьох показників:

- Інформованість щодо стану економіки. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «На Вашу думку, наскільки Ви поінформовані про нинішній стан справ щодо Економічної ситуації в країні? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 - Зовсім не поінформований(-а), а 10 – Повністю поінформований»
- Інформованість щодо стану політики. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «На Вашу думку, наскільки Ви поінформовані про нинішній стан справ щодо Політичної ситуації в країні? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 - Зовсім не поінформований(-а), а 10 – Повністю поінформований»
- Інформованість щодо стану охорони здоров'я в Україні. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «На Вашу думку, наскільки Ви поінформовані про нинішній стан справ щодо ситуації з медициною та охороною здоров'я в країні? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 - Зовсім не поінформований(-а), а 10 – Повністю поінформований»

### Ми відчуваємо

Розраховується як середнє значення на базі трьох показників:

- Емоційна стійкість. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «Як би Ви описали, що Ви переживаєте на даний момент? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 – Розгублений(-а), відчуваю страх та паніку, а 10 – Впевнений(-а) у собі – у мене все під контролем»
- Оптимізм. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «Які Ваші очікування щодо змін у найближчі пів року? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 – моє життя суттєво погіршиться, а 10 – Моє життя значно покращиться»
- Згуртованість. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «Що Ви відчуваєте стосовно взаємодії українців в теперішній час? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 – Кожен сам за себе, а 10 – Відчуваю єдність, згуртованість»

### Ми воліємо

Розраховується як середнє значення на базі трьох показників:

- Готовність діяти та змінювати своє життя. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «Якщо говорити про Вашу життєву позицію на теперішній час, то яка вона? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 – Не маю можливості щось змінити в житті, від мене мало що залежить, а 10 – Я активно дію та намагаюсь впливати на життєву ситуацію»
- Готовність допомагати іншим, бути волонтером. Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «Яка Ваша теперішня позиція щодо допомоги тим людям, хто найбільше цього потребує? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 - Не маю можливості/бажання нікому допомагати, окрім сім'ї, а 10 – Я готовий(-а) допомагати іншим, бути волонтером»
- Готовність лишатись в Україні (анти-міграційний настрій). Розраховується як середнє значення за відповідями респондентів на питання: «Якби у Вас була можливість, чи переїхали б Ви на постійне проживання до іншої країни протягом найближчого року? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 - Так, точно переїхав(-ла) б, а 10 – Ні, точно не переїхав(-ла) б»

## Підготовлено командою **Factum Group Ukraine**

У разі питань або пропозицій  
щодо співпраці, звертайтеся  
[office@factum-ua.com](mailto:office@factum-ua.com)  
[+380 44 290 94 20](tel:+380442909420)

Далі буде...

**YOU**Україна