

Додаток 4. Опитування 1 040 ветеранів

1. ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Перед проведенням дослідження було складено план, в якому було визначено: інформацію, яку необхідно отримати, метод дослідження¹, релевантні респонденти (учасники дослідження²), розмір та структура вибірки, місце та час проведення дослідження. Розглянемо кожен з цих компонентів більш детально.

Інформація, яку необхідно отримати у результаті проведення дослідження – визначення портрету респондента, визначення ступеня зацікавленості респондентів у працевлаштуванні та рівень їхньої готовності до отримання у майбутньому зелених робочих місць у різних галузях економіки України у процесі її відновлення від руйнівних наслідків війни.

Обраний метод дослідження – онлайн-анкетування (стандартизоване опитування онлайн за допомогою анкети, створеної на базі Google Forms³ включно із Додатком до опитування. Таблиця з основними економічними секторами, товарами та послугами, з кодами професій⁴). Даний метод обрано, оскільки він дозволяє отримати репрезентативну інформацію, на основі якої легко узагальнити дані та зробити висновки. Загалом було зібрано та опрацьовано 1040 анкет. Структура респондентів за віковими та гендерними критеріями наведена у табл.1.

Таблиця 1

Структура респондентів за віком і статтю

Вікова категорія	Жінки	Чоловіки	Разом
18-30	13	152	165
31-40	20	356	376
41-50	28	299	327
51-60	16	156	172
Всього	77	963	1040

Анкетування проводилося шляхом онлайн-опитування респондентів без залучення інтерв'юера. Анкета для заповнення та довідник професій, які відносяться до "зелених" галузей економіки, були розповсюджені серед респондентів декількома способами:

1. у вигляді посилань на офіційному сайті ВГО "Жива планета" та на сторінках організації у соціальних мережах;
2. у вигляді QR-кодів на сторінках партнерів дослідження;
3. при особистих зустрічах із респондентами на Фестивалі кар'єри;
4. при особистих презентаціях проєкту керівництву військових госпіталів і центрів реабілітації ветеранів.

Незалежно від способу отримання анкети і додатку для опитування, респонденти самостійно вносили інформацію, створену за допомогою Google Forms – тим самим було зведено до 0 вплив інтерв'юера на процес анкетування. Час проведення анкетування - від 25 квітня по 10 червня 2025 року. Узагальнений план дослідження представлений у таблиці 2.

Таблиця 2

План дослідження

¹ Методика опитування https://docs.google.com/document/d/1RgZ0pI85hSyKw36gN_XGasIbxiDmG3kxPGQAmDp7CUE/edit?usp=drive_link

² Портрет цільової аудиторії

https://docs.google.com/document/d/1Xb1KVjp3j_oJBs_nwa5Dnro0Xu75n6RUL1uoNaRdUsM/edit?usp=drive_link

³ Гугл форма https://docs.google.com/forms/d/1_PjsbiArYWY-kGJpYYtBIKGnw4RyiodJRgJwvdo0TI4/edit та відповіді

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZoV_jh9X1LdjO9gzLdo9yV1bAo-bUbAh0U2nL8J0nY/edit?usp=drive_link

⁴ Анкета для ветеранів та додаток до неї https://docs.google.com/document/d/1KCbF6Gu9za9fYugWc-iEiNHrFCYSLi9ETJYuTVhnc1Q/edit?usp=drive_link

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Rcoh4Exd4hyjAycpnje48Iy6SYokwNSO/edit?usp=drive_link&ouid=115910113940099174118&rtpof=true&sd=true https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qYHSdlszBlpgYGR-fySn32HnRQ67_vzn53Jc_u_zkMg/edit?usp=drive_link

https://docs.google.com/document/d/1Ho7i_IX9bvxvIQ_1AAdIEUdlwMHTK3nnpb95ELdRAarg/edit?usp=drive_link

Інформація, яку необхідно отримати	Портрет учасника війни, визначення зацікавленості респондентів у отриманні зелених робочих місць
Метод дослідження	Анонімне онлайн-опитування (Google Forms)
Респонденти	Учасники російсько-української війни (чоловіки та жінки віком 18 - 60 років)
Кількість опрацьованих анкет	1040 осіб
Місце проведення	Онлайн (анкета Google Forms)
Час проведення	25.04.2025-10.06.2025

Складання анкети відбувалося у декілька етапів: розробка пробного варіанта, його погодження з замовником дослідження, удосконалення (з урахуванням побажань замовника дослідження), розробка кінцевого варіанту анкети (див. додаток А) та поширення посилання на анкету. Далі відбувалось власне проведення анкетування. Його результати розглянемо у наступних розділах.

2. ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження проводилося методом онлайн-анкетування протягом одного календарного місяця в мережі Інтернет. У звіті проаналізовано анкети, які заповнили 1040 респондентів. Респондентами стали особи з соціально-демографічними характеристиками, що наведені нижче.

Розподіл респондентів за статтю у межах вікових груп має наступний вигляд: у вікових групах віком 18-30 років жінок 13 осіб, чоловіків – 152 особи; у віковій групі 31-40 років: жінок 20 осіб, чоловіків – 356 осіб; у групі 41-50 років жінок 28 осіб, чоловіків – 299 осіб; у групі 51-60 років жінок 16 осіб, чоловіків – 156 осіб (див. табл. 3).

Таблиця 3

Розподіл респондентів за віком і статтю

Вік, років	Жінки	Чоловіки
18-30	13	152
31-40	20	356
41-50	28	299
51-60	16	156
РАЗОМ	77	963

Структура респондентів *за статтю*: 7,4% - жінки (77 осіб), 92,6% - чоловіки (963 осіб серед опитаних). Серед опитаних чоловіків у 5 разів більше, ніж жінок (див. рис. 1). Відзначимо, що дане співвідношення відрізняється від значення, отриманого у попередньому дослідженні (бліц-аналіз перших 30 анкет) і більше нагадує реальний розподіл військовослужбовців Збройних Сил України за ознаками статі та віку.

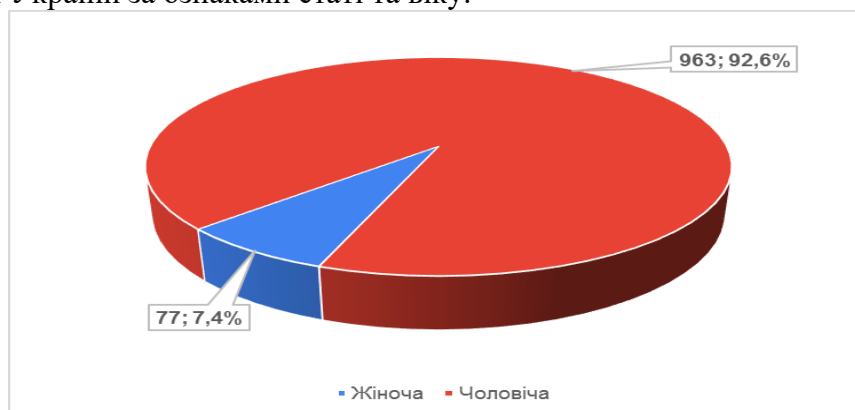


Рис. 1 Структура респондентів за статтю

Вік респондентів. Серед опитаних найбільше респондентів віком 31-40 років (40,0%) та віком 41-50 років (36,7%), 50+ років – 13,3%, 18-30 років – 10,0% (див. рис. 2).

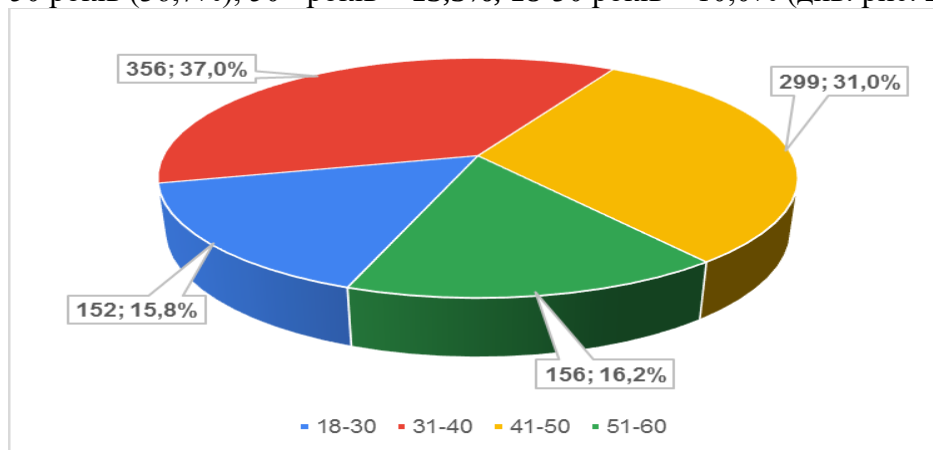


Рис. 2 Розподіл респондентів за віком

Регіон фактичного проживання. Серед опитаних найбільше респондентів, які фактично мешкають у м. Києві та області – 21,7% (226 осіб) це пояснюється тим, що м. Київ є не лише головним адміністративним, але й економічним та фінансовим центром України; також значна частка респондентів, які фактично мешкають у Волинській області – 10,8% (112 осіб). Респонденти з інших регіонів мають значно меншу частку (див. Рис. 3). Відносно незначна частка респондентів із Донецької, Луганської, Херсонської областей пояснюється тим, що багато респондентів мігрували до інших регіонів України і зазначили їх як регіони фактичного проживання. Відсутність респондентів із АР Крим пояснюється тим, що даний регіон з весни 2014 р. знаходиться під окупацією російської федерації. Відносно незначна частка респондентів із західних областей України (Закарпатська, Тернопільська, Чернівецька області) пояснюється тим, що частина населення даних областей (в тому числі чоловіки у віці 18-60 років) з початку повномасштабної стадії російсько-української війни виїхала з України через її кордон на західному та південно-західному напрямках.

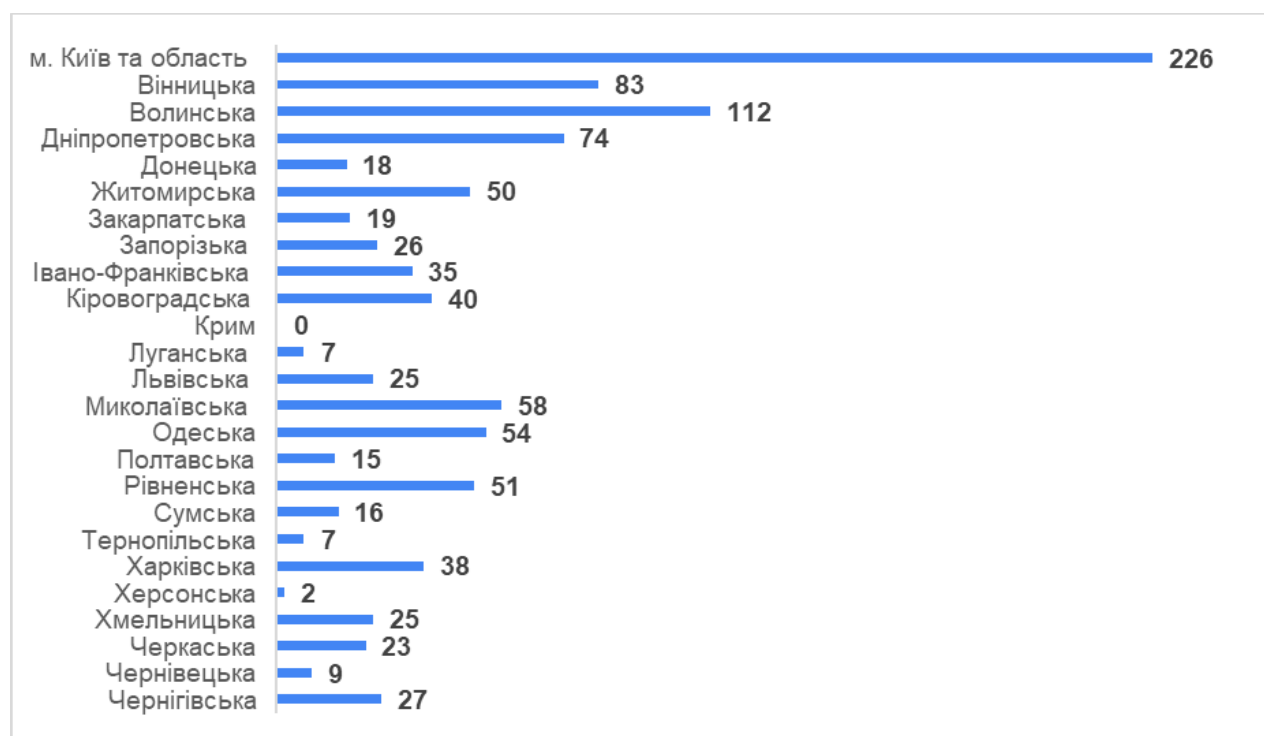


Рис. 3 Розподіл респондентів за регіоном проживання

Наявність статусу ВПО. Серед респондентів більшість (78,3%, 814 осіб) не має статусу внутрішньо переміщеної особи (ВПО) (див. Рис. 4).

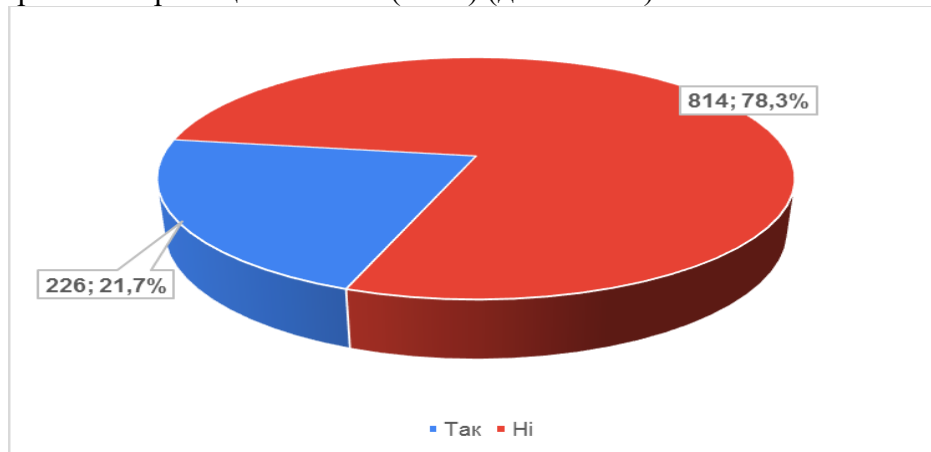


Рис. 4 Наявність у респондентів статусу ВПО

Наявність статусу інваліда. Більшість респондентів (58,8%, 612 осіб) на момент анкетування не мають офіційно оформленого статусу інваліда (див. Рис. 5). Респондентів у даній вибірці, які мають статус інваліда, можна поділити на 3 групи: інваліди III групи (23,8%, 248 осіб), інваліди II групи (15,80%, 164 особи) та інваліди I групи (1,5%, 16 осіб).

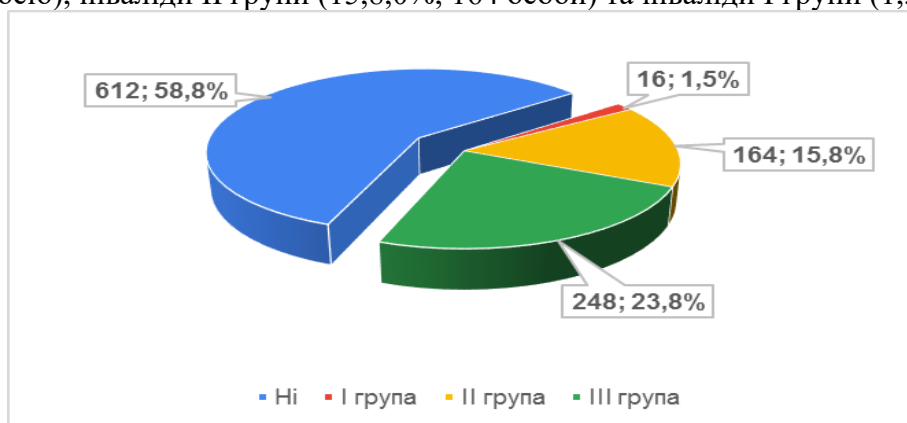


Рис. 5 Наявність у респондентів статусу інваліда

Серед опитаних найбільше респондентів з професійною технічною освітою – 31,0% (322 особи); вищу освіту на рівні магістра і вище мають 24,6% (256 осіб), вищу освіту на рівні бакалавра мають 17,3% (180 осіб), незакінчену вищу освіту – 4,0% (42 особи), повну середню освіту мають 21,5% (224 особи), не мають закінченої освіти 1,3% (14 осіб), науковий ступінь мають 0,2% (2 особи) від загальної кількості респондентів (див. рис. 6).

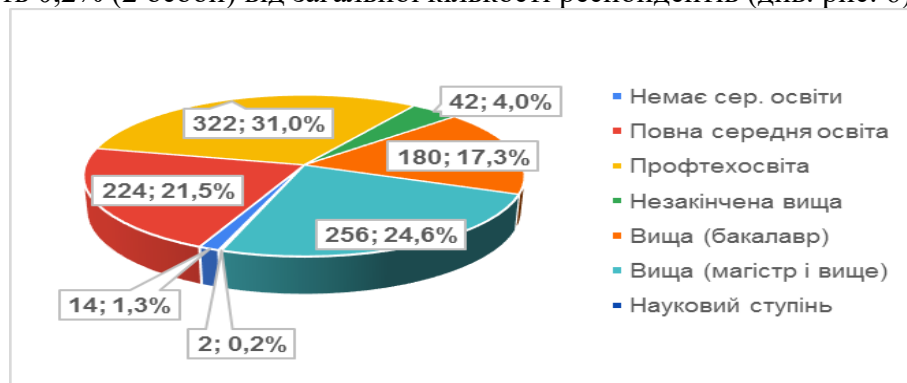


Рис. 6 Рівень освіти респондентів

Статус військовослужбовця. Серед респондентів переважна більшість (71,5%, 744 особи) є демобілізованими, на момент анкетування продовжують захищати незалежність, суверенітет і територіальну цілісність України 296 осіб (28,5% від загальної кількості респондентів (див. Рис. 7)).

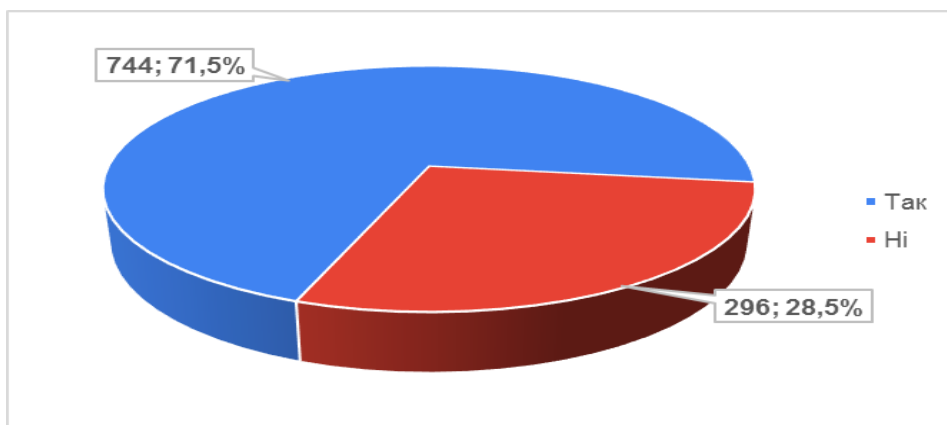


Рис. 7 Статус військовослужбовців

Військова роль та спеціалізація. Під час служби у ЗСУ респонденти мають/мали наступні військові спеціалізації: 37,8% - стрілець, 13,0% - механіка/техніка (транспорт, дрони тощо), 10% - командування/керівництво, 8,4% - медики та психологи (у т. ч. капелани), 6,3% - ІТ-спеціальності, 5,9% - логістика та постачання, 5,4% - адміністративні та офісні працівники, інші спеціальності – 9,3% (див. рис. 8).

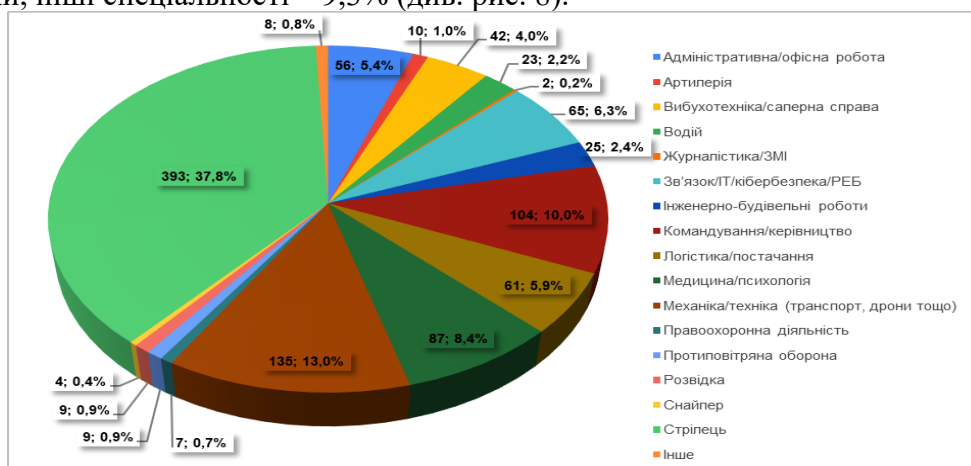


Рис. 8 Військові ролі та спеціалізації

Спеціальності у мирному житті. У мирному житті респонденти мають/мали наступні цивільні спеціалізації: 19,0% - водії, по 11,3% - приватні підприємці/самозайняті та адміністративний персонал, 10,6% - будівельники, 7,9% - механіки та оператори обладнання, 5,0% - працівники сільського та лісового господарств, 4,5% - медичні працівники, 2,6% - спеціалісти з ІТ-підтримки, 2,3% - юристи, 1,3% - спеціалісти з безпеки та захисту довкілля і робітничі спеціальності, 1,1% - інженери, 0,8% - кухарі. Представники інших спеціальностей склали 1,5%; зазначили, що не мають жодної цивільної професії, 7,1% респондентів (див. рис. 9).

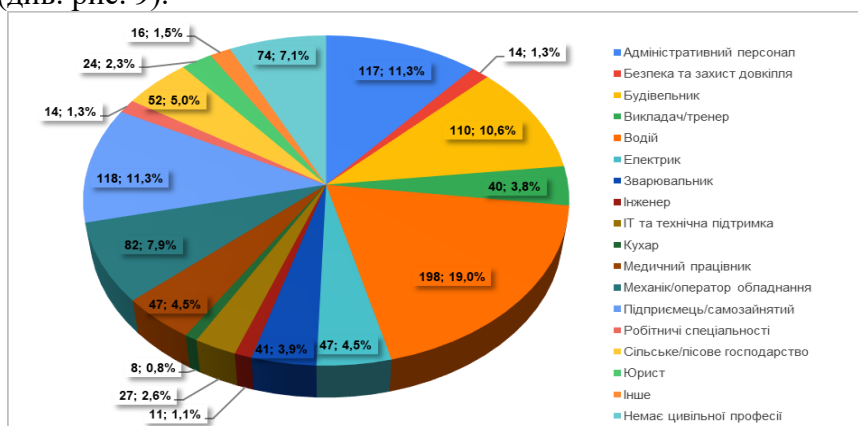


Рис. 9. Спеціальності у мирному житті

Наступний етап після проведення анкетування – обробка отриманих даних. Для цього було використано комп'ютерну програму Excel із пакету програмного забезпечення Microsoft Office'2016. Отримані дані щодо знання і ставлення респондентів до можливостей, пов'язаних із створенням зелених робочих місць в Україні для учасників російсько-української війни, наведені у наступному розділі.

Під час підготовки до анкетування було проведено інформаційну кампанію з підвищення обізнаності цільової аудиторії та інтересу до анкетування.

З метою забезпечення ефективного залучення ветеранів до опитування, що проводилося у рамках проєкту «Green Jobs for Ukraine», було розроблено й реалізовано цілісну та багаторівневу інформаційну кампанію. Комунікаційна стратегія ґрунтувалася на принципах довіри, партнерства та націленості на результат. Вона охоплювала ключові урядові, регіональні та громадські платформи, а також використовувала сучасні діджитал-інструменти.

Інституційна взаємодія з ЦОВВ та ветеранськими структурами

Було офіційно залучено до співпраці центральні органи виконавчої влади: **Міністерство у справах ветеранів, Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України, Державна служба зайнятості, ключові ветеранські організації: Український ветеранський фонд, Veteran Hub, Veteranius, бізнес асоціації: Торгово-промислова палата України, Конфедерація будівельників України, Федерації роботодавців, Асоціація малих міст України.**

Основними каналами комунікації стали офіційні листи-звернення із проханням сприяти поширенню інформації про анкетування серед підпорядкованих структур та розміщення інформаційних повідомлень.

Ключові розміщення:

- **Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України:**

-  [Офіційне повідомлення на сайті](#)

- **Український ветеранський фонд (УВФ):**

-  [Facebook пост УВФ](#)

- **Хмельницький обласний центр зайнятості:**

-  [Facebook повідомлення](#)

- **Багачевська міська рада:**

-  [Facebook сторінка громади](#)

Розміщення через партнерські бізнес-об'єднання

Інформаційні звернення також були інтегровані до комунікаційної екосистеми галузевих бізнес-асоціацій, які мають довіру серед роботодавців і мають досвід працевлаштування ветеранів.

- **Асоціація малих міст України:**

-  [Публікація на офіційному сайті](#)

- **Конфедерація будівельників України:**

-  [Пост у Facebook](#)

Цифрове охоплення через соціальні мережі

Окрему увагу було приділено прямій комунікації через соціальні медіа канали ВГО «Жива планета», що виступає виконавцем проєкту. Цей канал дозволив оперативно реагувати на запити, поширювати посилання на анкету та ділитися ключовими повідомленнями у формі, зручній для ветеранів.

Facebook-сторінка ВГО «Жива планета»:

 [Публікація з QR-кодом та візуалом](#)

Візуальні матеріали та брендована продукція

Для формування цілісного візуального образу кампанії та підвищення впізнаваності проєкту були підготовлені наступні комунікаційні продукти:

Індивідуальні банери з логотипами партнерів — використовувалися для онлайн-постів, листів, презентацій.

Інформаційний буклет⁵ — розповсюджувався під час офлайн-заходів. Містив стислий виклад цілей проєкту, інструкцію щодо участі в опитуванні, посилання/QR-код на анкету та контакти.

Рекламний стенд Roll-up — використовувався для офлайн зустрічей.

Пряма комунікація під час подій: Фестиваль кар'єри⁶ (м. Київ, 20–22 травня)

Команда проєкту провела понад **20 цільових особистих зустрічей** з учасниками заходу — військовослужбовцями та ветеранами сектору безпеки та оборони (ЗСУ, НГУ, ДСНС, МВС, ДПСУ тощо). Під час індивідуальних бесід розглядалися можливості та очікування учасників щодо професійної реінтеграції після демобілізації, роздавалися інформаційні буклети, учасників запрошували пройти онлайн-опитування.

Загальні результати інформаційної кампанії:

- Досягнуто національного рівня охоплення — через центральні канали, соцмережі, місцеву владу та події.
- Забезпечено успішне залучення **1 040 ветеранів** до опитування.
- Підвищено впізнаваність проєкту та легітимність даних серед державних і недержавних структур.
- Забезпечено надійний перехід до наступних етапів роботи: фокус-груп, глибоких інтерв'ю, аналітики та рекомендацій.

⁵ https://livingplanet.org.ua/images/2025/buklet_a5_green_jobs_01.pdf

⁶ <https://career.vdng.ua/>





3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У результаті проведеного дослідження було отримано наступні результати щодо знання та сприйняття респондентами можливостей, пов'язаних із створенням зелених робочих місць в Україні для учасників російсько-української війни.

Потреби респондентів у психосоціальній підтримці при інтеграції на ринок праці. Значна частка респондентів (35,8%) продемонстрували позитивне та надзвичайно позитивне ставлення до можливості отримати психосоціальну підтримку при інтеграції на ринок праці. Ще 51,5% респондентів ставляться до такої можливості нейтрально (див. Рис. 10). Негативне та надзвичайно негативне ставлення до можливості отримання психосоціальної підтримки при інтеграції на ринок праці продемонстрували 12,6% респондентів (131 особа).

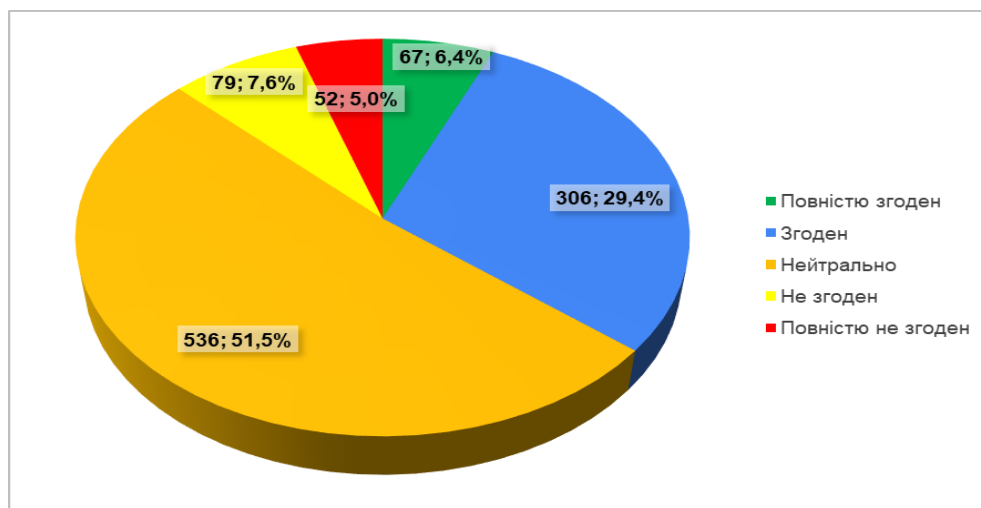


Рис. 10. Потреба у психосоціальній підтримці

Ситуація з працевлаштуванням. Понад 1/3 респондентів (37,3%) зазначили, що працевлаштовані у режимі повної (31,1%) або часткової (6,2%) зайнятості. У той же час 62,8% респондентів зазначили, що мають проблеми з працевлаштуванням (див. Рис. 11).

Дана ситуація свідчить про те, що:

- 1) питання працевлаштування не актуальне для ветеранів, які продовжують служити у ЗСУ (тому що у них є стабільне джерело доходу);
- 2) деякі респонденти свою службу у ЗСУ не сприймають як працевлаштування на умовах повної зайнятості;
- 3) існують значні проблеми із пошуком роботи для ветеранів після демобілізації.

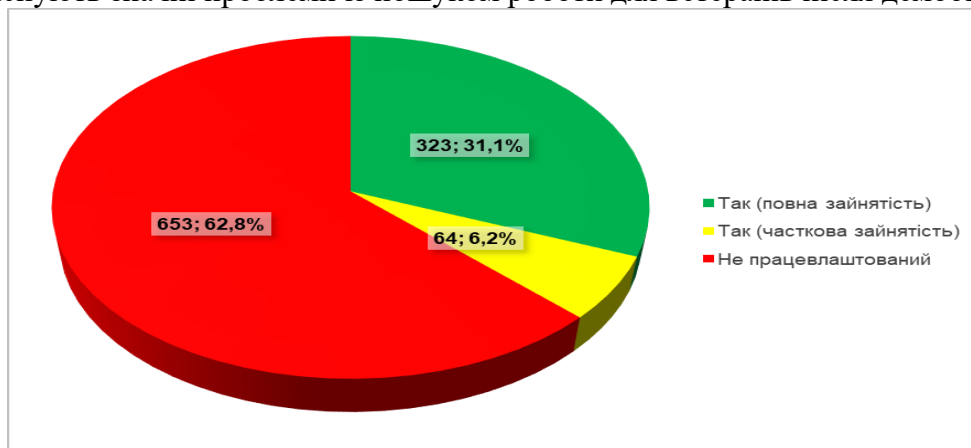


Рис. 11. Ситуація з працевлаштуванням

Ситуація з пошуком нової роботи. Переважна більшість респондентів (66,2%) зазначили, що як мінімум час від часу шукають нові можливості для працевлаштування. У той же час 33,8% респондентів зазначили, що цілком задоволені поточним місцем роботи і не приділяють час пошуку нових можливостей для працевлаштування (див. Рис. 12).

Дана ситуація підтверджує гіпотезу, висловлену при аналізі відповідей на попереднє запитання анкети – тобто що демобілізовані військовослужбовці після повернення до мирного життя не завжди задоволені тим місцем та умовами роботи, які їм пропонує ринок праці, і існує прихований попит на психосоціальну підтримку та на робочі місця, де у випадку працевлаштування ветерани змогли б максимально використати навички та кваліфікації, набуті ними у період проходження військової служби.

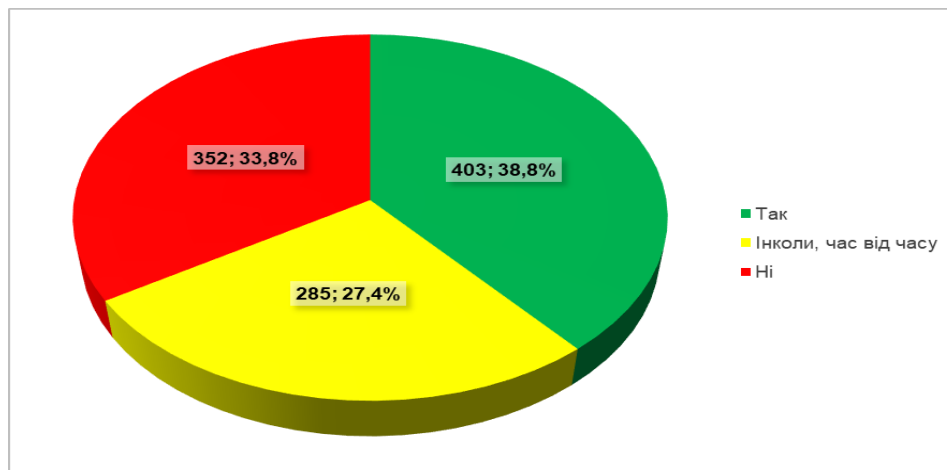


Рис. 12. Ситуація з працевлаштуванням

Ставлення респондентів до рівня власних навичок. У процесі анкетування було виявлено, що переважна більшість (64,3% респондентів) вважають рівень своїх наявних професійних навичок актуальним для цивільного ринку праці. Ще 20,0% респондентів ставляться до

оцінки відповідності своїх професійних навичок вимогам ринку нейтрально (див. Рис. 13). Вважають свій рівень навичок невідповідним або вкрай невідповідним вимогам сучасного цивільного ринку праці відповідно 7,3% та 4,7% респондентів.

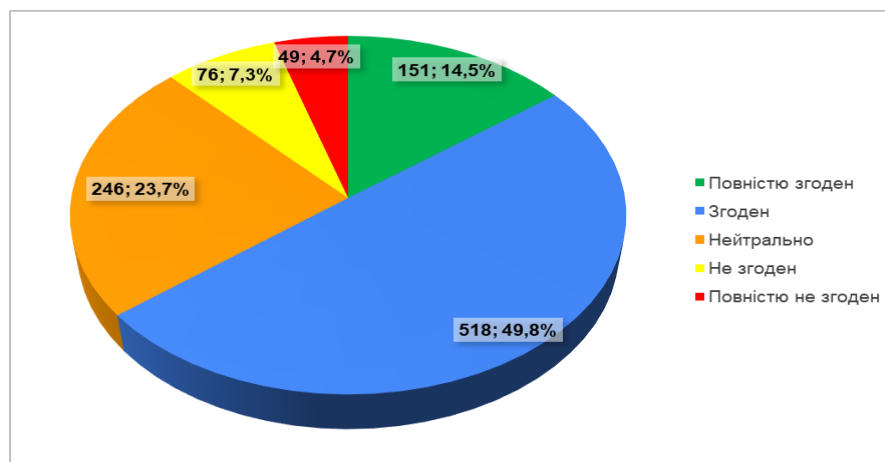


Рис. 13. Ставлення респондентів до поточного рівня власних професійних навичок

Ставлення респондентів до роботи у зелених секторах економіки. Значна частка респондентів (40,6%) виявила зацікавленість у отриманні роботи у зелених секторах економіки. Ще 39,8% респондентів ставляться до питання нейтрально. Негативно та вкрай негативно відзначають свою готовність до роботи у зелених секторах економіки 19,6% респондентів. З цього можна зробити висновок про те, що необхідно провести додаткову інформаційну кампанію з метою роз'яснення ветеранам переваг працевлаштування на зелені робочі місця, оскільки далеко не всі ветерани мають чітке уявлення, що являє собою дана категорія вакансій. У цьому випадку є висока ймовірність того, що питома частка ветеранів із позитивним ставленням до роботи у зелених секторах економіки зростає за рахунок тих, хто на момент опитування продемонстрував своє нейтральне ставлення до можливостей працевлаштування на дані вакансії.

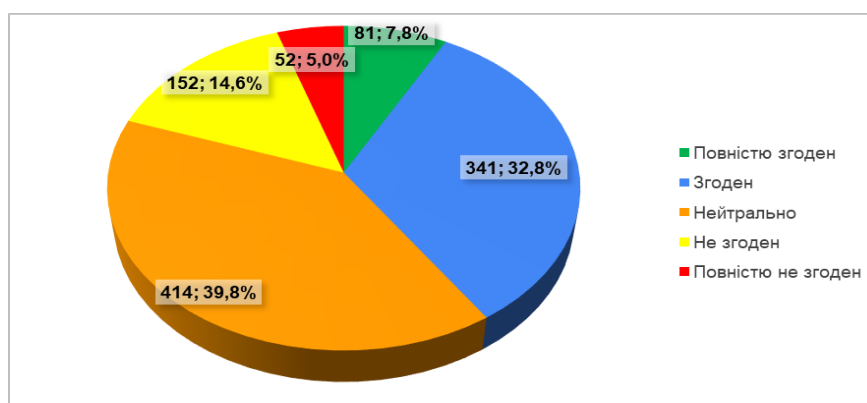


Рис. 14. Ставлення до роботи у зелених секторах економіки

Зацікавленість респондентів у професійному навчанні для роботи у зелених секторах економіки. Близько третини респондентів (31,5%) виявили готовність пройти додаткове професійне навчання з метою опанування "зелених професій". Ще 42,0% респондентів ставляться до можливості проходження додаткового професійного навчання нейтрально. Неготовність до додаткового професійного навчання зазначили 26,4% респондентів (див. Рис. 15). З цього можна зробити висновок про те, що за умов ефективної інформаційної підтримки відсоток ветеранів, які готові до проходження додаткового професійного навчання, може істотно зрости за рахунок тих, хто продемонстрував на момент проведення опитування своє нейтральне ставлення до цієї можливості.

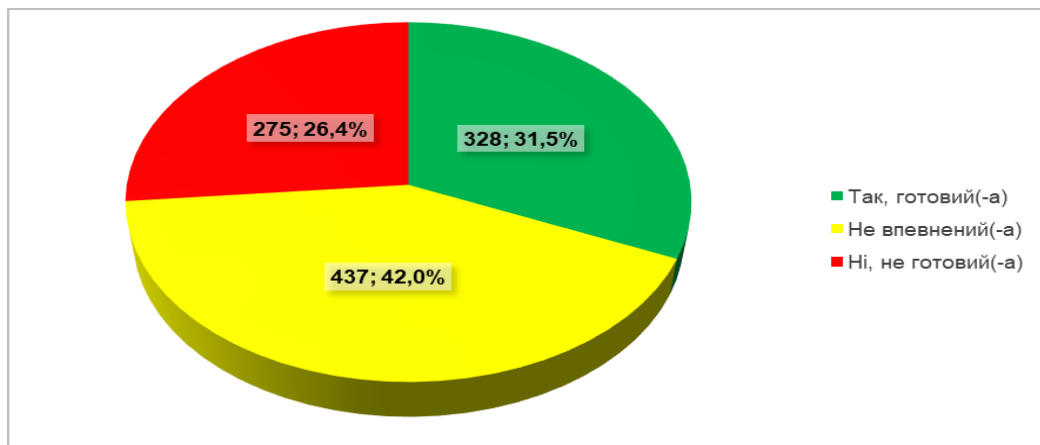


Рис. 15. Зацікавленість респондентів у професійному навчанні для роботи у зелених секторах економіки

Задоволеність респондентів рівнем своєї поінформованості щодо наявних можливостей працевлаштування та підтримки для ветеранів. На момент опитування 48,8% респондентів високо оцінили рівень своєї поінформованості про наявні можливості працевлаштування та підтримки для ветеранів. Ще 29,7% респондентів ставляться до питання нейтрально (див. Рис. 16). Незадоволені своїм рівнем поінформованості з даного питання 21,5% респондентів.

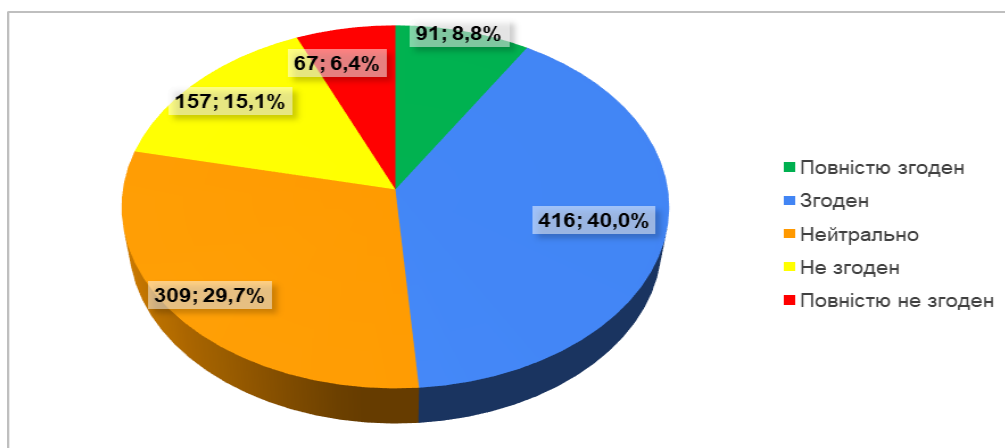


Рис. 16. Задоволеність респондентів своїм рівнем поінформованості про наявні можливості працевлаштування та підтримки для ветеранів

4. ВИСНОВКИ

На підставі аналізу 1040 анкет, отриманих у процесі анкетування, можна зробити наступні висновки:

1. В Україні існує реальна потреба у створенні робочих місць для учасників російсько-української війни (2014 - 2025 рр.). Створення робочих місць для учасників війни, з одного боку, допоможе реінтегрувати їх у цивільне суспільство, а з іншого боку сприятиме економічному відродженню та сталому зростанню економіки України.
2. Переважна більшість (87,3%) респондентів позитивно та нейтрально ставляться до заходів із психосоціальної підтримки колишніх військовослужбовців у процесі їхньої реінтеграції у цивільне життя.
3. Більше половини респондентів (63,0%) перебуває у віці максимальної економічної активності (31-50 років), коли отримані у процесі здобуття освіти теоретичні знання вдало поєднуються з практичним робочим досвідом.
4. Майже 2/3 з опитаних респондентів (62,3%) на момент проведення попереднього анкетування не має постійного місця роботи. Майже половина (41,2%) респондентів на момент проведення анкетування мають офіційно підтверджену наявність

інвалідності. Створення робочих місць для осіб з інвалідністю сприяє реінтеграції осіб з обмеженими фізичними можливостями у суспільне життя та допомагає українським підприємцям виконати вимоги ст. 19 Закону України "Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні".

5. Колишні військовослужбовці виявляють досить високу активність у пошуку роботи – майже 2/3 з них (66,2%) розглядають альтернативні можливості свого працевлаштування як мінімум час від часу.

6. Майже половина респондентів (42,1%) мають вищу освіту мінімум на рівні бакалавра, що створює гарні передумови для економічного розвитку підприємств через залучення ветеранів до складних робіт, пов'язаних із створенням високої доданої вартості. 73,5% респондентів позитивно та нейтрально оцінили власну готовність до додаткового професійного навчання з метою отримання знань, необхідних для подальшої роботи на зелених робочих місцях.

7. Проміжний порівняльний аналіз тенденцій, виявлених при проведенні анкетування, виявив значний ступінь кореляції відповідей, зазначених у анкетах, із відповідями на аналогічні питання, поставлені під час проведення глибоких інтерв'ю та фокус-груп. Безумовно, це свідчить про те, що анкетування було проведене ефективно та дозволило отримати об'єктивні та достовірні результати.

8. Порівняно з аналізом перших 30 анкет, проведене анкетування дозволило виявити, що деякі тенденції у отриманих результатах відрізняються. Опрацювання більшої кількості анкет у другому етапі дослідження дозволило експертній групі деталізувати портрет респондентів, їхню зацікавленість у отриманні зелених робочих місць, рівень внутрішньої мотивації, виявити основні бар'єри та перешкоди (наприклад, брак інформації, страхи, невідповідність освіти), а також виявити потреби, очікування та потенціал. Основні вподобання ветеранів щодо майбутніх місць працевлаштування показані на Рис. 17.

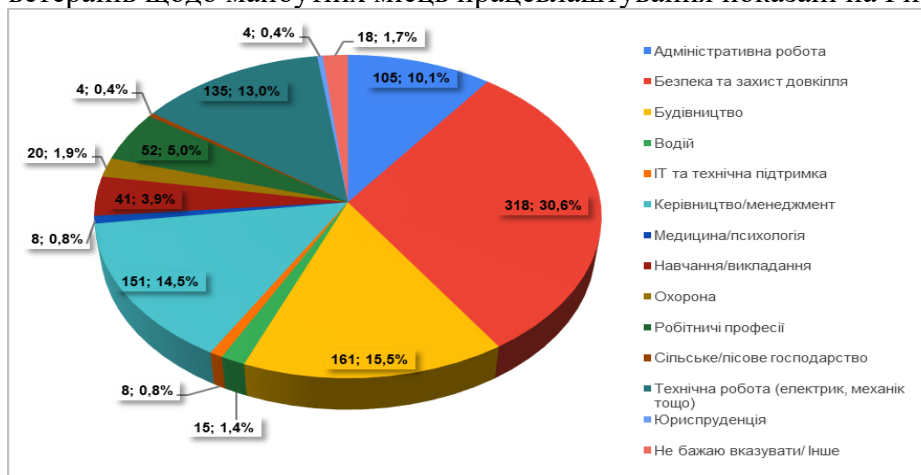


Рис. 17. Очікування респондентів щодо галузей для працевлаштування після демобілізації

Аналіз відповідей на запитання анкети про вподобання ветеранів щодо працевлаштування після демобілізації дозволив виявити наступні тенденції:

1) Майже третина респондентів (30,6%) висловила бажання щодо свого працевлаштування у галузі безпеки та охорони довкілля. Це свідчить про те, що у даній галузі є високий кадровий потенціал серед ветеранів, який необхідно підтримувати за умов створення нових зелених робочих місць, гідної оплати праці та активізувати за допомогою програм навчання та професійної адаптації.

2) Досить значна частка респондентів (15,5%) висловила бажання щодо свого працевлаштування у галузі будівництва після демобілізації.

3) Серед респондентів спостерігається досить значний потенціал для отримання робочих місць у галузі менеджменту та керівництва. Про готовність до працевлаштування на керівні посади заявили 14,5% респондентів.

4) В результаті анкетування було виявлено досить значний потенціал кандидатів на технічні спеціальності, які передбачають роботу з механізмами та професійним обладнанням. Готовність до працевлаштування на дану категорію робочих місць підтвердили 13,0% учасників опитування.

5) Кожний десятий респондент (10,1%) висловив свою зацікавленість у отриманні посади, пов'язаної з адміністративною роботою.

9. Базуючись на результатах проведених досліджень (анкетування, бліц-інтерв'ю, глибинні інтерв'ю, фокус-групи), зроблено висновок: створення в Україні зелених робочих місць із максимальним залученням ветеранів російсько-української війни є актуальним та своєчасним проектом, який має значні шанси на успіх. Даний проєкт у випадку його реалізації несе потрібну вигоду для економіки України: по-перше, він дозволить реінтегрувати ветеранів у цивільне суспільство шляхом створення робочих місць із високою доданою вартістю; по-друге, дозволить уникнути соціальної напруги, яка може виникнути при поверненні ветеранів до мирного життя; по-третє, даний проєкт створить передумови для економічного відновлення, подальшого сталого розвитку та руху в напрямку євроінтеграції України, економіка якої зазнала численних руйнувань внаслідок війни.