

ОПИТУВАННЯ ЖИТЕЛІВ ГРОМАД ЯК БАЗИС ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ДОВГОСТРОКОВОЇ МЕТИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

ДОРОШ А.Й., аспірант Національного університету
біоресурсів і природокористування України,
orcidid: <http://orcid.org/0000-0002-2234-124X>

Анотація. У даній статті проаналізовано стратегії, які розробляються для громад, виявлено, чи здатні вони призвести до економічного та соціального розвитку громади та зростання бюджетних надходжень у довгостроковій перспективі. Встановлено, що найважливішою цінністю, найпотужнішим ресурсом громади є її люди.

У процесі дослідження акцентовано увагу на проведенні якісно-кількісного опитування жителів Коломацької ОТГ методом анонімного інтернет-анкетування за допомогою сервісу GoogleDocs. Як результат, встановлено високу обізнаність жителів громади в питаннях децентралізації влади, а також наявність позитивного впливу децентралізації на стан справ у громаді. Визначено, що 63% опитаних жителів громади позитивно оцінюють перспективу подальшого життя в громаді й не планують її покидати.

У процесі дослідження виявлено, що близько половини опитаних готові спільно з односельцями працювати в утворених ними кооперативах чи виробничих об'єднаннях заради підвищення ефективності праці й зростання власного благополуччя та розвитку громади. Також встановлено, що абсолютна більшість виявила бажання навчатись новим навичкам і робити це самостійно. Результатом проведення даного дослідження є формування стратегічної мети розвитку громади на тривалий період.

Ключові слова: регіональний розвиток, децентралізація, стратегія розвитку громади, опитування, анкетування, інтерне-анкетування, кооперація

Постановка проблеми.

Зі старту в Україні процесів децентралізації влади та утворення об'єднаних територіальних громад минуло вже понад 5 років. При цьому децентралізація за своєю сутністю полягала й продовжує полягати в розширенні можливостей та зобов'я-

зань територіальних громад. З одного боку, було змінено пропорції розподілу бюджетних надходжень за різними статтями між місцевими та державним бюджетами, а з іншого—громадам довелося власними коштами утримувати соціальну інфраструктуру. [4] Отже, постало питання, як правильно використати наявні ресурси, не лише

фінансові, задля максимально ефективного розвитку громади та регіону.

Також з метою стимулювання громад до об'єднання між собою уряд запровадив дотації та субвенції для об'єднаних територіальних громад. [3] Проте дані кошти є цільовими й їх необхідно використовувати відповідно до призначення субвенції чи дотації. Разом із тим, в багатьох громадах виникла залежність від даних коштів, адже без них вкладати в розвиток технічної чи соціальної інфраструктури вони не спроможні. [8] У даній статті необхідно дати відповідь на питання, чи стратегії, які розробляються для громад, здатні призвести до економічного та соціального розвитку громади та зростання бюджетних надходжень у довгостроковій перспективі.

Оскільки найважливішою цінністю, найпотужнішим ресурсом громади є її люди, в даному дослідженні проведено опитування й акцентовано увагу на людях, їхніх знаннях та готовності вчитись задля подальшого розвитку, як індивіда, так і громади. А наявність чіткої стратегічної мети може слугувати потужним мотиваційним чинником для жителів громади розвиватись, навчатись і досягати більшого. Але дані цілі також повинні перегукуватися з ідеями та бажаннями людей, що проживають у громаді.

Бачення та розуміння кінцевої мети й уміння її подати здатне стати потужним стимулом для жителів навчатись та розвиватись з метою досягнення даної мети. Саме тому робота з жителями громади й їх навчання є одним з базових складників успіху.

Варто зазначити, що в Європейському Союзі одна з двох найбільших програм регіонального розвитку, а саме «Місцевий порядок денний 21» (нім. Lokale Agenda 21) спеціалі-

зується саме на роботі з жителями громад та регіонів. Метою програми є забезпечення сталого регіонального розвитку й підвищення якості життя у перспективі. Сутність підтримки полягає не лише у фінансуванні (в даному випадку воно не займає першу позицію), а в наданні консультацій та порад, сприянні налагодження комунікації між людьми й різними організаціями та супровід усіх процесів у рамках програми. [5]

Цілком зрозуміло, що освічені й соціально та економічно активні громадяни посилюють громаду й державу загалом. Тому не проведення роботи з жителями громад веде до ризику, що децентралізація не забезпечить покращення якості життя людей, а до ще більшого їх збідніння.

Спробуємо дослідити згадані вище проблеми на прикладі однієї з об'єднаних територіальних громад у Харківській області.

Мета статті – з метою формування довгострокових цілей та бачення розвитку громади, акцентуючи увагу на безпосередньому розвитку її жителів є намір здійснити соціологічне дослідження знань, думок та ідей жителів громади застосувавши методику опитування за якісними та кількісними показниками.

Методологія наукового дослідження. *Об'єктом дослідження* обрано Коломацьку об'єднану територіальну громаду (далі – ОТГ), на території якої автором виконуються різні види наукових досліджень та наявний зворотній зв'язок з керівництвом та жителями громади. Для Коломацької ОТГ розроблена стратегія розвитку до 2025 року, яка є всеохоплюючою, проте в ній приділено мало уваги роботі з місцевим населенням у просвітницькій, освітній сферах та залученні до

саморозвитку. У процесі розроблення стратегії проводилося опитування громадян, проте воно обмежилось кількісним опитуванням стосовно вражень від життя в громаді, бажання в ній проживати та готовності працювати для благоустрою громади та забезпечення соціальних, культурних, освітніх та медичних потреб.

Це стало підставою для прийняття рішення про проведення якісно-кількісного опитування жителів Коломацької ОТГ методом анонімного інтернет-анкетування за допомогою сервісу GoogleDocs та за сприяння селищного голови Володимира Гуртового та співробітниці селищної ради Надії Єфімович. Анкетування проводилось у жовтні та листопаді 2019 року. Майже два роки минуло з часу створення Коломацької ОТГ на момент проведення анкетування. [6]

Анкетне інтерв'ю є формалізованим, адже воно чітко структуроване та впорядковане. Фокус-групи для соціологічного дослідження не створювались, адже метою було максимально охопити всіх жителів громади, а не конкретну групу.

Вище зазначено, що опитування є якісно-кількісним, але чим же відрізняється якісне опитування від кількісного й чому дане опитування є змішаним. Обраний підхід пов'язаний із тим, що кількісним вважається дослідження, в фокусі уваги якого є числові дані, а якісним—у фокусі уваги якого є дані, що не можуть бути виражені кількісно. [2] До того ж якісна стратегія застосовується здебільшого у випадках, коли важливо виявити різноманіття явищ, думок, ідей або детально їх охарактеризувати. Кількісна стратегія необхідна для вивчення трендів та масштабу явища. [2] Отже, при опитуванні обрано оби-

два підходи, адже вивченню підлягали як якісний, так і кількісний вимір досліджуваних явищ.

Анкета складається з 5 розділів, для кожного з яких характерне своє спрямування. У першому розділі проводиться кількісне опитування, а саме: 1) визначення місця проживання респондента; 2) вікова група; 3) вид діяльності. Оцінювання в другому розділі велось за кількісними та якісними характеристиками (мали місце як закриті, так і відкриті питання) та спрямоване на: 1) визначення рівня знань про децентралізацію та її вплив на розвиток громади; 2) отримання вражень про дані явища та наслідки цих процесів для респондента. Визначальним для результатів опитування є третій розділ анкети, в якому йдеться про розвиток кооперації, застосування кластерних підходів, масштабування, виробництво та просування бренду громади/регіону/ продукції. Це ті основні тренди розвитку регіонів, на які звертають особливу увагу в розвинених країнах. Даний розділ, знову ж таки, містить як якісну, так і кількісну складову. Четвертий розділ є опитувальним, а інформаційним, тобто в ньому автором дослідження описані явища, про які запитується в третьому розділі. В останньому, п'ятому розділі досліджувалося питання пов'язане з готовністю жителів громади навчатись та працювати задля досягнення особистих та громадських цілей (зокрема, якій сфері надають перевагу). Розділ складається лише з кількісних запитань.

Виклад основного матеріалу.

В анкетуванні взяли участь 48 жителів Коломацької ОТГ, що при кількості населення, яке станом на 1 січня 2018 року складало 6906 осіб є достатньою кількістю, особливо для

якісної складової дослідження. Як уже зазначалося, розподіл за віковими групами є приблизно рівномірним а також включає двох неповнолітніх одну людину старшу за 65 років. В інші вікові групи потрапляє від 10 до 14 осіб, при чому 14 осіб – у вікову групу від 51 до 65 років, у якої крок складає 15, а не 10 років, як в інших. За місцем проживання розподіл також приблизно відповідає населенню колишніх селищних/сільських рад або нинішніх старостинських округів на території ОТГ. У колишній Коломацькій селищній раді проживає понад половина населення громади, а в Шелестівській сільській раді близько чверті. В опитуванні взяло участь дещо більше жінок ніж чоловіків.

Зазначимо, що всі дані наведені тут та нижче взяті на основі аналізу результатів інтернет-анкетування жителів Коломацької ОТГ. Анкети окремих респондентів та їх аналіз доступний за посиланням [1]. У разі відсутності іншого посилання джерелом даних слід вважати саме результати анкетування.

Проте розподіл за видами діяльності виглядає менш репрезентативним, ніж вищенаведені дані, так як понад 40% працюють держслужбовцями чи в органах місцевого самоврядування, 17% – вчителями та 10% – на комунальному підприємстві. Інші види діяльності представлені лише одним або двома респондентами кожен. Йдеться про наступні види діяльності: фермер; підприємець; студент; керівник підприємства; лаборант; медична сестра; військовослужбовець; різнороб; домогосподарка; пенсіонер; безробітні (2 особи); школярі (2 особи).

Отже, в опитуванні взяли участь у переважній більшості співробітники районної адміністрації, селищної

ради та працівники комунальних закладів, які загалом складають 73% від усіх респондентів. Відповідно участю добровільному інтернет-анкетуванню взяли ті люди, які й так активно працюють в політичній та соціальній сферах громади. Отже, репрезентативність випадкової вибірки в аспекті зайнятості є низькою, проте щонайменше якісна компонента дослідження не втрачає своєї актуальності.

Враховуючи наведені вище дані, цілком природним є те, що близько 80% респондентів обізнані про нові можливості та зобов'язання, які з'явилися в громад у зв'язку з децентралізацією, а також помічають та відчують користь від децентралізації для громади. При цьому варто зазначити, що відповіді на дані запитання не повністю корелюють між собою, адже деякі респонденти обізнані в можливостях, які надає децентралізація громадам, але не помічають позитивних змін чи є байдужими до них. Натомість є люди не обізнані в бюджетних новаціях та розширенні повноважень та зобов'язань громад, проте помічають позитивні зміни в громаді.

15 респондентів також дали власну характеристику користі від децентралізації влади, чи її відсутності. 14 відповідей були позитивними й лише одна відповідь чітко стверджувала, що стало гірше. Позитивні відгуки стосувалися переважно наступних тем: 1) зростання надходжень до бюджету та вищий рівень бюджетної самостійності; 2) ремонт об'єктів соціальної інфраструктури; 3) оформлення й впорядкування земель, інтерактивна кадастрова карта району; 4) вивезення твердих побутових відходів коштом місцевого бюджету; 5) покращився зв'язок між жителями та представниками місцевого

самоврядування; 6) ремонт доріг та іншої технічної інфраструктури; 7) благоустрій території; 8) безкоштовне пасажиро перевезення; 9) відкриття центру надання адміністративних послуг; 10) поява бюджету участі.

Натомість у випадку з відчуттям/ наявністю позитивних змін для себе чи родини думки розділились порівну, а саме: 24 респонденти відчули позитивні зміни для себе чи своєї родини, 22 – не відчули, а 2 особи виявили до цього байдужість. Даний результат є очікуваним, адже децентралізація спрямована в першу чергу на покращення загального рівня життя в громаді, а якість життя окремого жителя залежить від нього самого більше, ніж від соціальних та політичних процесів у громаді та державі.

Для доповнення наведеного вище списку варто додати, що виявлено негативні сторони пов'язані з перерозподілом коштів (респонденти вказують на те, що кошти здебільшого залишаються в адміністративному центрі громади – селищі Коломак, а в села надходять за залишковим принципом). Оскільки межі громади й району фактично співпадають, то респонденти вказують на дублювання владних структур, а відповідно функцій та посад, і, як наслідок, виникають надлишкові витрати.

Доволі різнопланові відповіді отримані на запитання пов'язані з можливостями соціальної співучасті в громаді й залученням до соціальної роботи, залучення до планування/прийняття рішень стосовно розвитку громади. Серед респондентів лише 21 особа (44%) відповіли, що такі можливості наявні, а 27 осіб (56%) відповіли, що вони залучені до соціального життя в громаді. Лише 8 осіб стверджують про відсутність такої можливості й 18 не

знають про наявність такої. Одна людина проявила байдужість у даному питанні. Не залученими себе вважають 18 респондентів, а трьом байдуже. Варто зауважити, що деякі респонденти, які за професією виконують соціальну роботу не вважають себе залученими в соціальні процеси.

Що ж стосується можливості брати участь у плануванні розвитку громади, то 22 респонденти (46%) бачать таку можливість, 19 (40%) – не знають, чи така є, шестеро вважають, що вона відсутня, а одному респонденту байдуже. Характерним є факт, що частина держслужбовців та співробітників органів місцевого самоврядування не знають, чи є така можливість. Проте не відомо, чи їх відмежували від даних процесів, чи вони не проявляють бажання брати участь у них.

В підсумковому запитанні цього розділу дізнались у респондентів чи бажають вони й надалі проживати на території своєї громади та попросили обґрунтувати свою відповідь. Відповідно ми матимемо також і якісну складову опитування згідно якої можемо зрозуміти, які саме явища та процеси спонукають людей обирати ту чи іншу відповідь. 92% опитаних висловили бажання проживати на території Коломацької ОТГ, натомість 8% респондентів виявили бажання переїхати (рис.1).

Проте серед 44 респондентів, які виявили бажання жити на території громади, 14 осіб або 29% від загальної кількості не бачають у ній для себе перспективу. Лише 12, або чверть від загальної кількості бачать для себе перспективу на території громади й 37,5% відсотків від загальної кількості (18 осіб) почувають себе зручно на території громади, бо поруч рідні та друзі.



Рис. 1 Розподіл відповідей на запитання, чи пов'язують респонденти своє майбутнє зі своєю громадою[1]

Загалом рівень позитивно налаштованих щодо проживання на території громади людей зріс до 63% з 51%. Дані отримані за результатами опитування проведеного на початку 2019 року через анкетування, аналіз якого наведено в стратегії розвитку Коломацької ОТГ. [7]

Результати опитування, що стосуються третього – одного з найважливіших розділів анкети привертають особливу увагу, бо йдеться про розвиток кооперації, кластери, масштабування, виробництво та створення брендів. Для того щоб зрозуміти яка кількість людей знається на даній тематиці опитування розпочали з кількох запитань, що вивчають кількісні явища. 25 респондентів (52%) відповіли, що їм відомо про переваги кооперації/співучасті в бізнесі чи виробничих процесах, при цьому 22 (46%) респондентам такі переваги невідомі й один – проявив байдужість. Якщо ж мова йде про ефект від масштабування виробництва, то більшість не обізнана ним (52%), або він їх не цікавить (8%). Лише 19 (40%) респондентам відоме дане явище. Що ж стосується виробничих (регіональних) кластерів, то лише 15 респондентів (близько тре-

тини) стверджують, що обізнані з цим явищем, натомість 32 респондентам воно не відоме й одному байдуже.

Лише третина опитаних стверджує, що в громаді/регіоні є продукти, які з нею/ним асоціюються, близько чверті стверджують, що такий продукт відсутній, а понад 40% не знають, чи такі продукти існують. Майже кожен із респондентів, який стверджував, що такі продукти є, навів приклади, які відображені нижче за переліком 1) цукор, Новоіванівський цукор (3 згадування), (9 згадувань загалом); 2) сир, Коломацький сир (4 згадування), сир «Мрія» (1 згадування), твердий сир (7 згадувань); 3) соняшникова олія «Василенків хутір (2 згадування), соняшникова олія «Покровська» (2 згадування), олія соняшникова (5 згадувань загалом); 4) зернові, зерно, посівне зерно СТОВ «Колос» (1 згадування), сільгосппродукція (4 згадування загалом); 5) земля, на якій можна виробляти продукцію (1 згадування).

Аналізуючи ці відповіді зазначаємо, що земля не є брендом, а засобом виробництва. Та й зернові культури чи сільгосппродукція самі по собі не є ні брендом, ні чимось специфічно регіональним для Коломащини. У разі

якщо якийсь із цих продуктів виготовляється за спеціальною рецептурою й відрізняється від інших, або ж просувається як регіональний бренд Коломаччини під назвою «цукор/сири/олія Коломаччини», його можна вважати регіональним брендом, але важливо саме так його просувати.

Також варто зазначити, що на думку одного з респондентів герб Коломаччини є місцевим брендом, проте це не зовсім так. З одного боку – герб дійсно має чітку прив'язку до Коломаччини (історичний зв'язок з місцевістю), проте герби за рахунок загромождження більшості випадків не привертають увагу, важко запам'ятовуються й через схожість основних форм та кольорів з гербами інших регіонів їх складно використовувати для просування регіональної продукції (на рис. 2 зображено герб Коломацької ОТГ).

Оскільки четвертий розділ анкети є інформаційним, а не опитувальним, то у ньому наведені пояснення явищам, про які запитувалося автором в попередньому розділі. Роз'яснено наступні поняття: кооперація, ефект масштабу виробництва та кластери.

На завершення анкетування в п'ятому розділі вирішили дізнатись чи гото-

ві жителі громади навчатись для набуття нових теоретичних та практичних навичок і реалізовувати їх на практиці з метою особистого розвитку, заробітку й розвитку громади. Проте спершу поцікавились, чи є в респондентів або їх родичів земельна ділянка сільськогосподарського призначення (пай) й відповідно до отриманих результатів ствердно відповіли 69%.

До 33 респондентів, які відповіли, що вони, чи їх родичі володіють земельною часткою (паєм), виникло додаткове запитання – обробляють вони його самостійно, чи можливо здають в оренду або ж земля ніким не обробляється. Отже, 24 із 33 респондентів передали свою земельну ділянку в обробіток іншому сільськогосподарському виробнику й лише семеро обробляють свою землю самостійно. На жаль, спостерігається типова ситуація за якої більшість землевласників передають земельні ділянки в оренду більшому землекористувачу, бо обробляти самостійно здебільшого не вигідно.

Поставлено також запитання до власників земельних часток (паїв) стосовно створення з односельцями кооперативу, передачі до нього свого паю та спільного обробітку землі. Отримано такі результати: 12 респондентів висловили бажання створювати кооператив (надають перевагу особистій праці). Ще двоє респондентів не хотіли б бути членами кооперативу, але готові надати кооперативу свою землю в оренду. Шестеро респондентів виявили побажання внести свою землю в кооператив і відповідно бути його учасниками, проте наразі мають роботу, яка є для них важливішою. Серед одинадцяти респондентів, що підтверджують свою готовність не лише внести свою землю в кооператив, але й її обробляти,



Рис. 2. Герб Коломацької ОТГ[7]

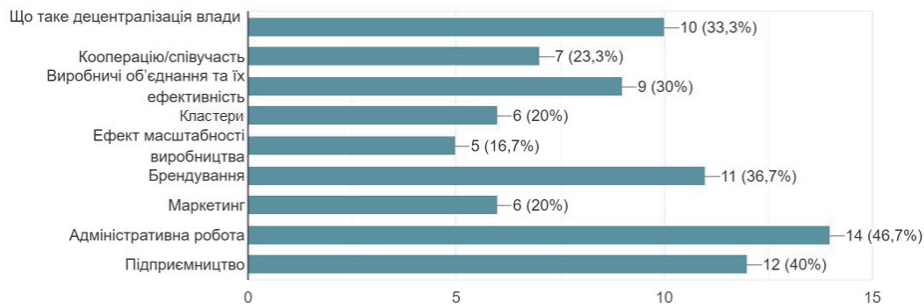


Рис. 3 Відповіді на 23-тє питання з приводу сфер, в яких респондентам необхідні додаткові знання [1]

є також респондент, який дав дві взаємовиключні відповіді. Останніх троє респондентів готові брати участь у кооперативі й хотіли б виконувати в ньому адміністративну роботу.

На поставлене запитання до опитуваних стосовно вибору виду робіт пов'язаного з несільськогосподарською роботою, яким вони хотіли б займатись у кооперативі отримали відповіді не трьох, а двадцяти респондентів. Відповідно зацікавленість до несільськогосподарської праці в кооперативі вища ніж бажання обробляти землю. Адміністративна робота, а саме наступні посади: керівник, секретар, діловод, бухгалтер, зацікавила 60% респондентів, а саме дванадцять осіб. П'ятеро осіб висловили зацікавленість у розвитку несільськогосподарського виробництва з метою вторинної переробки сільськогосподарської продукції кооперативу. Четверо людей обрали кожен з варіантів, що залишився, а саме розроблення маркетингової стратегії та створення бренду кооперативу, його продукції, чи загалом громади або регіону.

Останні три запитання утворюють блок питань, які стосуються потреби в додаткових знаннях чи навичках і готовності їх здобувати. Спершу дізналися про потребу в отриманні додаткових знань в одній із сфер, яких

стосувалось опитування. Більше половини респондентів – 27 осіб (56%) вважають, що їм необхідні додаткові знання в одній з вищенаведених галузей. Натомість 21 особа (44%) вважають себе або достатньо компетентними, або не бажають здобувати нових знань в одній з вищенаведених сфер.

До тих респондентів, які виявили бажання здобувати нові знання поставлено запитання – в якій або яких саме сферах вони їм необхідні, чи вони хотіли б здобувати нові знання. Розподіл відповідей на запитання наведено на рис. 3. З'ясувалося, що найпопулярнішими сферами виявилися: адміністративна робота, підприємництво та створення/просування бренду, а найменш затребуваними – масштабність виробництва, кластери та маркетинг.

В заключному запитанні намагалися визначити, чи достатньо вмотивовані жителі Коломацької громади для самоосвіти. Очікували на 27 відповідей, проте відреагували 38 респондентів, з яких 87% готові навчатися самостійно. Отриманий результат є достатньо позитивним, бо прагнення до саморозвитку є дуже важливим для досягнення як особистої мети, так і розвитку громади. Готовність до самостійного навчання наявна в усіх вікових категоріях, а найголовніше те,

що в наймолодших та середній вікових групах така готовність перебуває на рівні від 80% до 100% і лише для вікової групи від 51 до 65 років цей показник складає дещо більше 50%.

Висновки.

Підсумовуючи отримані результати вважаємо, що Коломацька ОТГ та її жителі мають потенціал для економічного піднесення та розвитку. Враховуючи результати проведеного дослідження, можна стверджувати, що за його результатами можна сформулювати стратегічну мету розвитку громади на тривалий період наступним чином: освічені та багаті люди, які самостійно створюють собі роботу й підвищують ефективність своєї праці.

Обґрунтуванням обраної мети може слугувати те, що велика кількість людей готова навчатись і працювати, підтримують створення кооперативів для спільного виготовлення продукції та її реалізації. Надальше можливе зростання цілого кластеру на базі сільськогосподарського кооперативу й дана ціль є досяжною в довгостроковій перспективі. Найважливіше дати старт даним процесам, після чого до ініціаторів приєднуюватимуться інші люди. Важливо, щоб у досяжність цієї мети вірили люди, які на це наважаться.

Вибір спеціалізації кооперативу, раціональне управління його ресурсами, і, як наслідок, формування регіонального кластеру відносно до визначальних цілей для розвитку громади, що й потрібно закласти в основу розроблення стратегії.

Опитування респондентів – жителів ОТГ за якісно сформованою та структурованою анкетною дозволило отримати цінну якісно-кількісну ін-

формацію, якою варто скористатися для формування стратегічних цілей, розроблення стратегії розвитку громади та її реалізації.

Список літератури

1. Анкета для Коломацької ОТГ// GoogleDocs – 2019– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forms.gle/cEyxz2ZjZdcmjQc8>
2. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених / Олена Богдан; консультант-рецензент Володимир Паніотто. – К.: Дух і Літера, 2015. – 380 с.
3. Глава Уряду: Ключова мотивація об'єднання громад – отримання ресурсів та повноважень// Децентралізація – 2017– [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/6271>
4. Децентралізація. Загальна інформація // Децентралізація – 2019– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/12084>
5. Дорош А.Й. Значимість програм регіонального розвитку в економічному зростанні сільських регіонів // Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2017. № 2. С. 91–99. DOI: <http://doi.org/10.31548/zemleustriy2017.02.091>
6. Коломацька селищна об'єднана територіальна громада// Децентралізація – 2017– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/gromada/828>
7. Стратегія розвитку Коломацької селищної об'єднаної територіальної громади // Харківський центр розвитку місцевого самоврядування – 2019– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kolomak-rada.gov.ua/wp-content/uploads/2019/03/Strategiya-Kolomatskoyi-OTG_kintseva-versiya.pdf
8. Dorosh O.; Dorosh I., Fomenko V.; Dorosh

A., Saliuta V., Assessment of the system of allocation of subventions and subsidies and their impact on the development of rural territories, Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development Vol. 19, Issue 1, 2019 http://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.19_1/Art21.pdf

References

1. Questionnaire for Kolomatska UTC (2019). Google Docs. Available at :<https://forms.google/cEyxzZ2jZdcmjaQC8>
2. Bohdan O. (2015). Shchovarto znaty pro sotsiologiiu ta sotsialnidoslislshennia? Posibnyk-dovidnyk dlia hromadskykh aktyvistiv ta vsikh zatsikavlenykh [What is worth knowing about sociology and social studies? A guide for community activists and all concerned]. Kyiv: Dukh s Litera, 380.
3. Hlava Uriadu: Kliuchovamoty vatsia obiednannia hromad – otrymannia resursiv ta povnovazhen [Head of Government: The key motivation for community association is the acquisition of resources and authority] (2017). Decentralization. Available at: <https://decentralization.gov.ua/news/6271>
4. Detsentralizatsiia. Zahal'nainformatsiia [Decentralization. General information] (2019). Decentralization. Available at: <https://decentralization.gov.ua/news/12084>
5. Dorosh A. (2017). Importance of regional development programs for the economic growth of rural areas. Land management, cadastre and land monitoring, 2, 91–99. DOI: <http://doi.org/10.31548/zemleustriy2017.02.091>
6. Kolomatskavillage united territorial community (2017). Decentralization. Available at: <https://decentralization.gov.ua/gromada/828>
7. Stratehiarozvytku Kolomatskoi iselushchnoi obiednanoi iterytorialnoi hromady [Strategy for development of the Kolomatskavillage united territorial community] (2019). Kharkivskyi sentrozvytky mistsevohosamovriaduvannia [Kharkiv Center for Local Self-Government Development]. Available at: http://kolomak-rada.gov.ua/wp-content/uploads/2019/03/Strategiya-Kolomatskoyi-OTG_kintseva-versiya.pdf
8. Dorosh O.; Dorosh I., Fomenko V.; Dorosh A., Saliuta V. (2019). Assessment of the system of allocation of subventions and subsidies and their impact on the development of rural territories. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development (1) 19, 161-168. Available at: http://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.19_1/Art21.pdf

Dorosh A.

SURVEY OF COMMUNITY RESIDENTS AS A BASIS FOR FORMING A STRATEGIC LONG-TERM PURPOSE FOR COMMUNITY DEVELOPMENT

<https://doi.org/>

10.31548/zemleustriy2019.04.05

Abstract. This article analyzes the strategies that are being developed for the communities, identifies whether they can lead to economic and social development of the community and increase budget revenues in the long run. It is found that the most important part, the most powerful resource of a community is its people.

In the course of the research, it was decided to conduct a qualitative and quantitative survey of the residents of Kolomatska UTC using the method of anonymous online questionnaire using the Google Docs service. There is a high level of awareness among the residents of the community on the issues of decentralization of power, as well as the positive impact of decentralization on the development of the community. It is determined that 63% of the surveyed residents of the community positively evaluate the prospect of further life in the community and do not plan to leave it.

The survey found that about half of those surveyed were willing to work with fellow villagers in co-operative societies or production as-

sociations to improve their work efficiency and increase their own well-being and community development. It was also found that the vast majority wanted to learn new skills and do it on their own. The result of this research is the formation of a strategic goal of community development for a long period.

Keywords: regional development, decentralization, community development strategy, polls, questionnaires, online questionnaires, cooperation

Дорош А.И.

**ОПРОС ЖИТЕЛЕЙ ОБЩИНЫ КАК БАЗИС
ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ
ДОЛГОСРОЧНОЙ ЦЕЛИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
ОБЩИНЫ**

[https://doi.org/](https://doi.org/10.31548/zemleustriy2019.04.05)

10.31548/zemleustriy2019.04.05

Аннотация. В данной статье проанализированы стратегии, которые разрабатываются для общин, выявлено, способны ли они привести к экономическому и социальному развитию общин и росту бюджетных поступлений в долгосрочной перспективе. Установлено, что важнейшей ценностью, мощным ресурсом общин являются их люди.

В процессе исследования было принято решение о проведении качественно-ко-

личественного опроса жителей Коломацкой ОТГ методом анонимного интернет-анкетирования с помощью сервиса GoogleDocs. Установлена высокая осведомленность жителей общины в вопросах децентрализации власти, а также наличие положительного влияния децентрализации на положение дел в общине. Определено, что 63% опрошенных жителей общины положительно оценивают перспективу дальнейшей жизни в общине и не планируют ее покидать.

В процессе исследования выявлено, что около половины опрошенных готовы совместно с односельчанами работать в созданных ими кооперативах или производственных объединениях для повышения эффективности труда и роста собственного благополучия и развития общины. Также установлено, что абсолютное большинство изъявило желание учиться новым навыкам и делать это самостоятельно. Результатом проведения данного исследования является формирование стратегической цели развития общины на длительный период.

Ключевые слова: региональное развитие, децентрализация, стратегия развития общины, опросы, анкетирование, интернет-анкетирование, кооперация