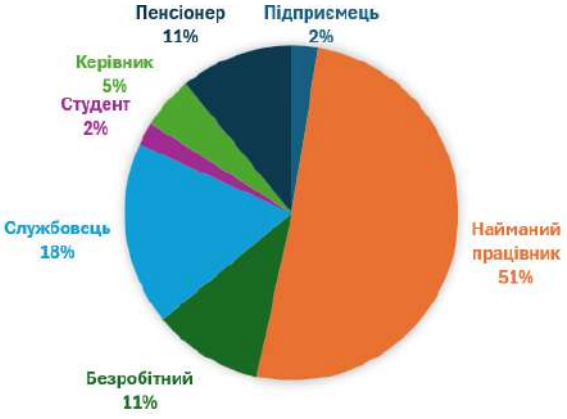
Результати опитування мешканців громади

З 25 вересня по 18 жовтня 2026 р. в Городнянській міській територіальній громаді проводилося соціологічне дослідження у формі анкетування її мешканців та (окремо) підприємців. Мешканці заповнили 356 анкет, підприємці – 19. Результати дослідження мали на меті через сприйняття жителів допомогти з'ясувати основні проблеми у різних сферах життя громади, її потенціал, визначити пріоритети розвитку територіальної спільноти на майбутнє.

Дослідження думки представників місцевого бізнесу та мешканців громади стало обов'язковим елементом аналізу середовища в процесі стратегічного планування. Зібрана інформація зводиться до єдиного документу, який відображає консолідовану думку представників органів місцевого самоврядування, ділових кіл та громадськості.

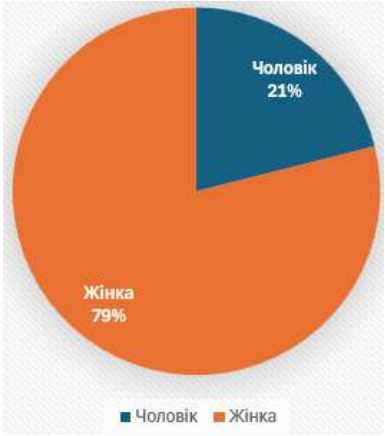
Інформація про опитування була оприлюднена на офіційній сторінці Городнянської ради, її сторінці у Facebook, Tekegram, також поширювалася через закриті групи жителів громади за допомого месенджерів (Facebook, Telegram, Viber, WhatsApp). Близько 100 анкет було поширено в паперовому варіанті – переважно в старостинських округах серед мешканців, які не використовують смартфони. Отримані таким чином результати були занесені до загальної google-анкети. В підсумку соціальний та віковий склад респондентів виявися таким:



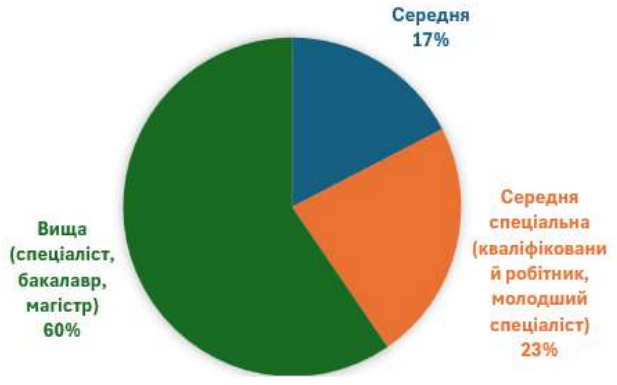
Рід занять



Вік



Стать

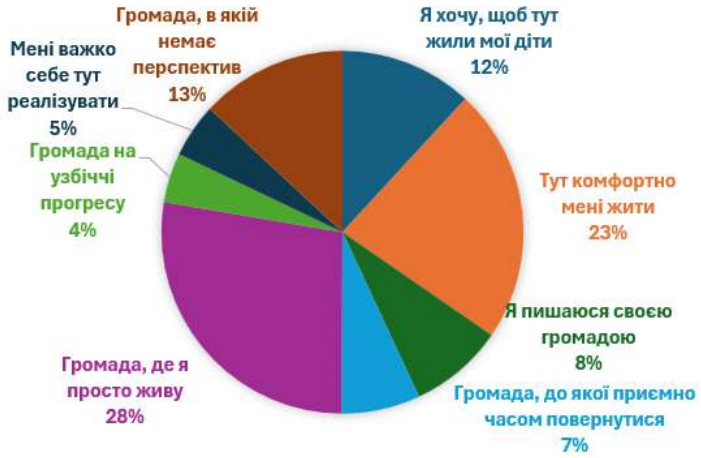


Освіта

Вікова структура зорієнтована головним на респондентів працездатного віку (від 18 до 54), в цілому – 93%. При цьому частка молоді від 18 до 35 років у цілому відповідає ситуації в громаді – 19%. Частка серед опитаних жителів 65+ суттєво менша, ніж насправді. Більшість опитаних працює – 74% (в т.ч. 51% – найманий працівник, 18% – службовці, 5% – керівники), безробітних – 11%, студентів 2%. Пенсіонери склали 11%. Підприємців – 2%. Серед респондентів домінують жінки – 79%. Більшість опитаних, 60% мають вищу освіту, а 23% – середню спеціальну. Тобто в опитуванні представлена думка, насамперед, економічно активної частки населення громади, з перевагою вищої освіти, здебільше жіноча (певною мірою це об`єктивно з огляду на російсько-українську війну). Зазначені відхилення та спосіб, у

який було проведено опитування, не дає можливості назвати його репрезентативним. Однак наведений склад респондентів та їхня чисельність дозволяють виявити основні тенденції супспільних настроїв у громаді.

Серед відповідей (можна було надати три) на питання «Яким із нижче запропонованих тверджень Ви б охарактеризували Городнянську громаду» відносну перевагу має така: «Громада, де я просто живу» (28%). Це нейтральна прагматична відповідь, позбавлена зайвих іллюзій та емоцій. На другому місці відповідь «Тут комфортно мені жити» (23%). Тобто майже чверть опитаних почувається в громаді комфортно та зручно, їм подобається навколишнє середовище. На третьому місці відповідь «Громада, в якій немає перспектив» – 13%, що засвідчує наявність відчутних (але не домінуючих) песимістичних настроїв. В сумі всі негативні відповді («Громада, в якій немає перспектив», «Мені важко себе тут реалізувати») складають 21%. Це поважна, але меншість. Позитивні відповіді («Тут комфортно мені жити», «Я пишаюся своєю громадою», «Громада, до якої приємно часом повернутися», «Громада, до якої приємно часом повернутися») складають 50%.



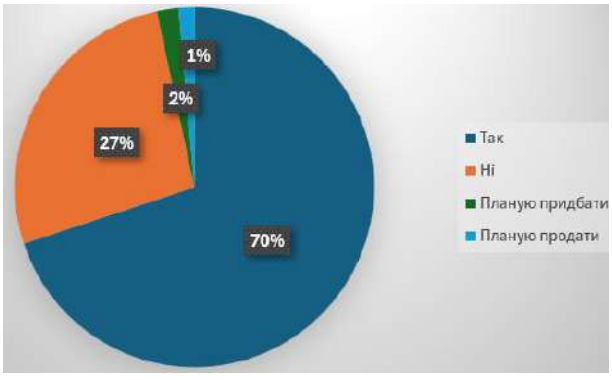
Яким із нижче запропонованих тверджень Ви б охарактеризували Городнянську громаду

Мешканці схильні сприймати громаду через бачення щоденного побуту. Це зручно, але значних емоцій не викликає. Втім помітно ядро прихильників майбутнього (вони хочуть, аби в громаді жили їхні діти, пишаються нею), на яке спирається розвиток території. В цілому в громаді переважає помірковано-прагматичний та комфортний настрій із помітним прошарком соціально-економічного песимізму.

Наявні проблеми та загрозу відтоку жителів відображають результати відповідей на питання «Чи плануєте залишитися тут жити?» – впевнено так відповіли лише трохи більше половини – 59%, 7% збираються залишити громаду, а понад третину (34%) вагаються. При тому, що нерухомість у Городнянській громаді має 70% опитаних – тобто існує потенційна загроза її знецінення. Втім на тепер частка тих, хто збирається купити або продати нерухомість незначна – по 2%, отже питання наразі існує у вигляді роздумів, але не дій.



Чи плануєте залищитися тут жити?



Чи маєте Ви тут власну нерухомість?

Найвагоміша причина, що спонукає до думок про міграцію безпекова – близкість до

кордону з державами-співагресорами. Це домінуючий фактор для виїзду з громади. Постійна загроза через прикордонне розташування – ключовий фактором відчуття нестабільності та тривоги. На другому та третьому місцях – брак робочих місць та низькі заробітні плати. Це економічні складові, вони перегукуються з опцією попереднього питання про брак перспектив для самореалізації. На четвертому місці «не бачу перспектив для дітей» – критичний сигнал, він вказує на загрозу втрати найбільш активного та працездатного населення сімейного віку. В цілому послуги з охорони здоров`я, освіти, дозвілля хвилюють людей значно менше (від 15 до 30 відповідей) порівняно з безпекою, роботою та зарплатою. Базові потреби в безпеці та доході в громаді рішуче переважають над сервісним комфортом.



Якщо Ви плануєте виїхати, то чому? Відмітьте не більше трьох факторів

Відповіді на питання «Як би Ви оцінили рівень нинішнього стану окремих показників стану громади, що представлені в таблиці» дозволяють побачити сфери з помітним позитивним балансом та критичні зони – де найвищий рівень незадоволеності.

З огляду на отримані результати найсильніша сторона громади та її найбільший успіх – питна вода: 71% відповідей «відмінно» та «добре» (30% та 41%) відповідно за 4% «незадовільно» та 25% «задовільно». Це одна з найсильніших базових переваг громади.

На другому місці за позитивними відгуками – стан довкілля: 57% «відмінно» та «задовільно» (11% та 46% відповідно) за 14% «незадовліьно» та 29% посередньо. Це також очевидний актив громади

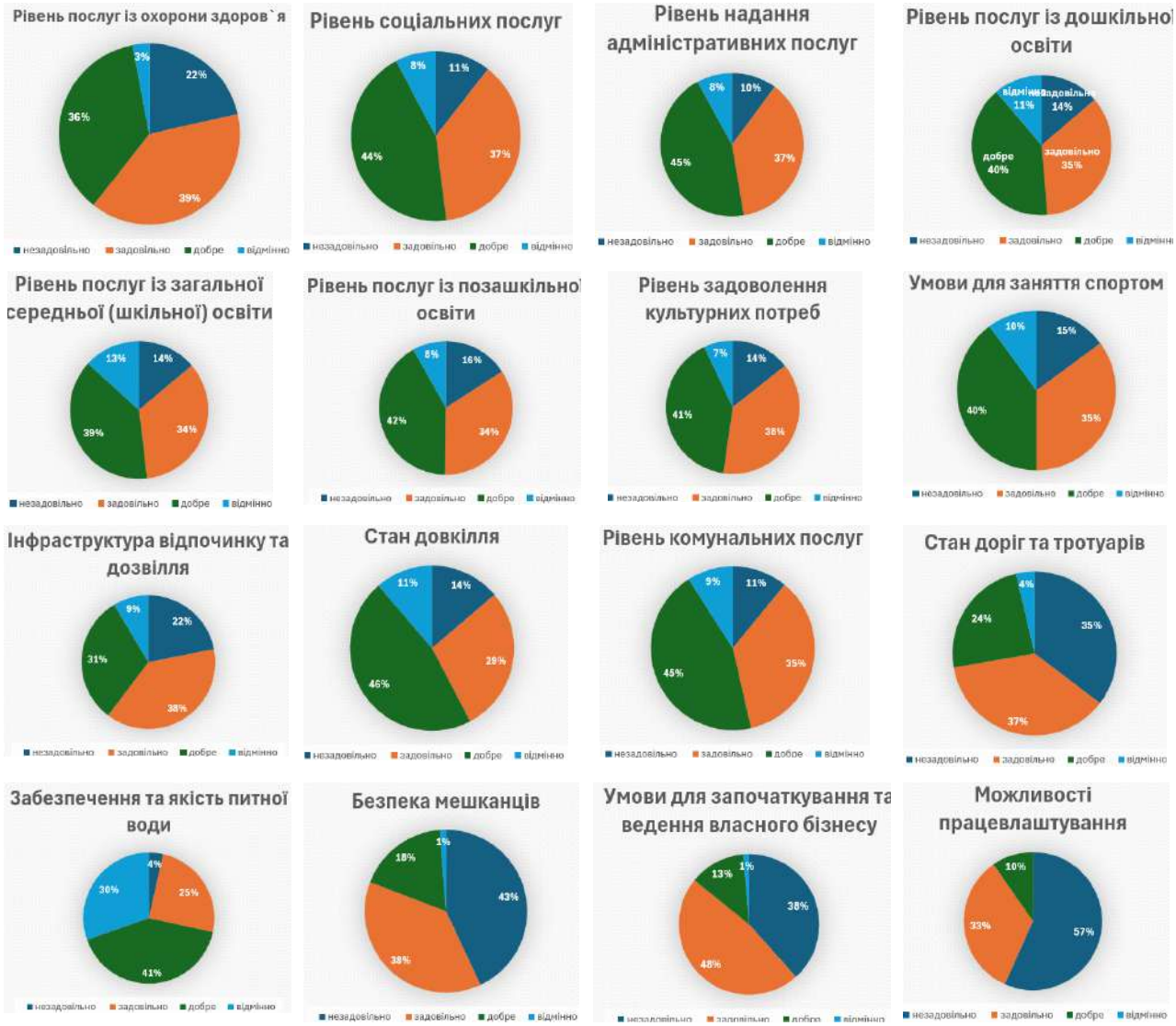
Третє місце в оцінці респондентів посіли комунальні послуги: 54% «відмінно» та «добре» за 11% «незадовільно» та 35% «задовільно». Це досягнення комунальників,тим більше, що зазначена галузь в українських громадах, як правило, викликає більше нарікань, ніж позитивних емоцій.

Четверте та п`яте місця посіли із майже тотожніми результатами адміністративні та соціальні послуги: 52–53% «відмінно» та «добре» (8% та 44–45% відповідно) за 10 – 11% оцінок «незадовільно» та 37% «задовільно». Це успіх сервісного блоку громади, який безпосередньо працює з жителями, водночас резерв для покращення сприйняття значний.

Наступні кілька сфер мають середні показники. Так оцінки послуг із дошкільної, шкільної, позашкільної освіти коливаються в межах 50–52% позначок «відмінно» та «добре» (8–11% та 39–42% відповідно), причому трохи краще опитані оцінили шкільну освіту, дошкільна посередині, а на один відсоток менше – позашкільна. В цілому – дуже рівно за оцінки «незадовільно» від 14% до 16% та «задовільно» 34–35%. Звертає увагу чатка останніх відповідей – вона значна та вказує на незадоволені очікування.

Майже на тому ж рівні, що й освіта (на один – два відсотки менше), оцінки респондентів стосовно умов для заняття спортом: 50% «відмінно» та «добре» (10% та 40% відповідно) за 15% «незадовільно» та 35% «задовільно».

Незначно гірше оцінки (але так само в цілому позитивні) у випадку рівня задоволення культурних потреб: 48% «відмінно» та «добре» (7% та 41% відповідно) за 14% незадовільно» та 38% «задовільно».



Як би Ви оцінили рівень нинішнього стану окремих показників стану громади, що представлені в таблиці

Змішані оцінки демонструє сфера охорони здоров`я: 39% «відмінно» та «добре» (причому «відмінно» лише 3%), тоді як «незадовільно» 22% та «задовільно» 39%. З огляду на нейтральний характер останнього показника в цілому можна говорити про стримано-позитивне ставлення, але за великої кількості питань від мешканців до роботи галузі щодо доступності та якості.

Наступний блок – це головні проблеми громади з точки зору опитаних жителів. В порядку збільшення вони втиглядають так. Стан доріг оцінений «незадовільно» в 35% анкет за 37% «задовільно» та 28% «відмінно» та «добре». Тобто – майже по третині відповідей. Можливо, йдеться про різний стан доріг у різних населених пунктах громади.

Далі – умови для започаткування та ведення власного бізнесу: 38% «незадовільно» за 48% «задовільно» та 14% «відмінно» та «добре». Це може свідчити або про реальні проблеми з розвитком підприємництва в громаді. Або про незнання його базових засад респондентами.

Безпека оцінена як «незадовільна» в 43% випадках, що не викликає здивування з огляду на знищені москалями прикордонні села, кількість їхніх дронів, які щоденно пролітають над територією громади та збиваються в її небі українським ППО.

Втім найгірше оцінені можливості працевлаштування: 57% анкет із зазначенням «незадовільно». І це єдине питання в усьому опитування, де така оцінка становила абсолютну більшість відносно до позитивних (10% «добре») та нейтальних (33%).

В цілому відповіді на зазначене вище питання показують чіткий контраст між соціально-

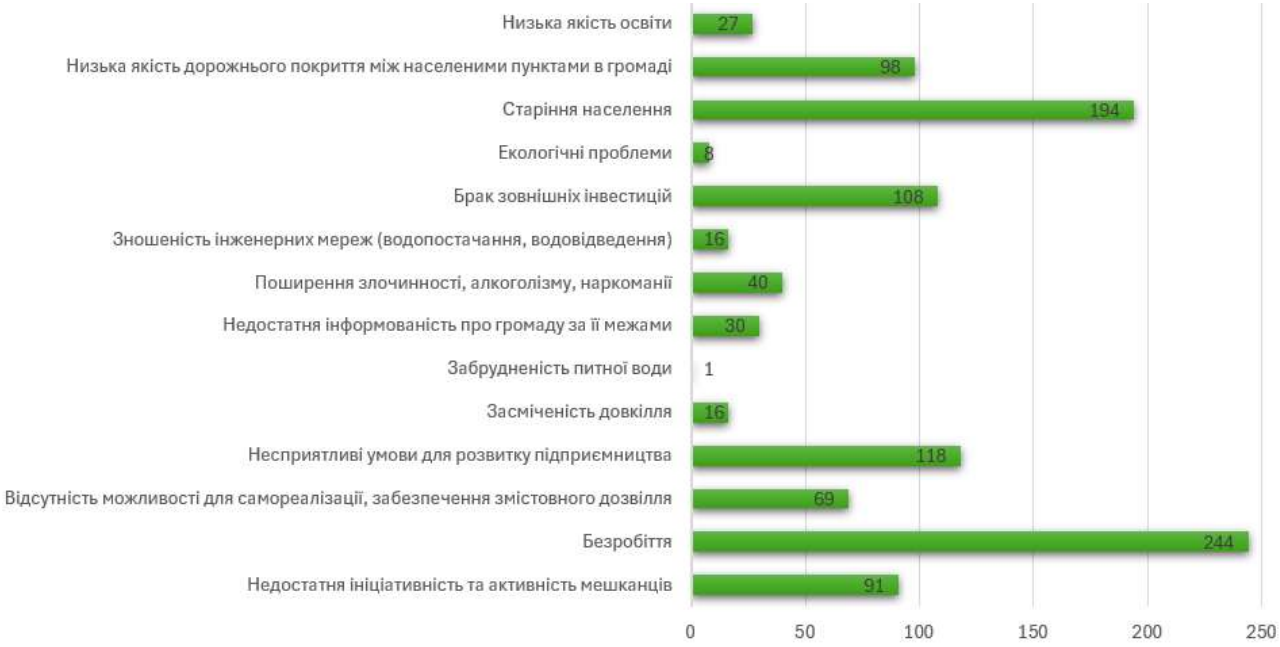
побутовою інфраструктурою та базово-економічними чинниками (не на користь останніх). В громаді, на думку респондентів, сервісний та комунальний блок працюють якісно: водопостачання, екологія, адмінпослуги, соціальні сервіси та освіта забезпечують належний базовий рівень комфорту мешканців. Водночас криза зосереджена в трьох базових вимірах: безпека, дороги та робота/підприємництво. Брак робочих місць, важкі умови для бізнесу (так це сприймається) та відчуття небезпеки підважують загальне відчуття перспективності громади, навіть за наявності якісної питної води чи хороших шкіл.

Відповідаючи на питання «Що, на Вашу думку, заважає розвиткові громади (вибрати 3 основних)?» респонденти на перше місце поставили безробіття, на друге – старіння населення, на третє – брак зовнішніх інвестицій. Така такі результати вказують та стагнацію економіки, яка не генерує достаньої кількості робочих місць, брак власних ресурсів та великі проблеми з залучення зовнішніх. А також – на вимивання молоді та працездатного населення, скорочення трудового потенціалу, зростаюче соціальне навантаження на громаду як відображення демографічної кризи, що загострилася внаслідок російсько-української війни. Результати опитування засвідчують, що жителі чітко ідентифікують головну проблему громади – брак економічної динаміки, робочих місць та капіталу.

На четвертому місці інфраструктурна проблема – низька якість дорожнього покриття між населеними пунктами в громаді. Вона сприймається як суттєва перешкода для зв'язку між селами громади, логістики бізнесу та доїзду адміністративних центрів.

Серед інших факторів виділяється «недостатня активність та ініціативність мешканців» та «брак умов для самореалізації, забезпечення змістовного дозвілля». Це може свідчити про наявність запиту на соціальні проєкти, сучасні суспільні простори (або ж їх збільшення), залучення громадян до прийняття рішень.

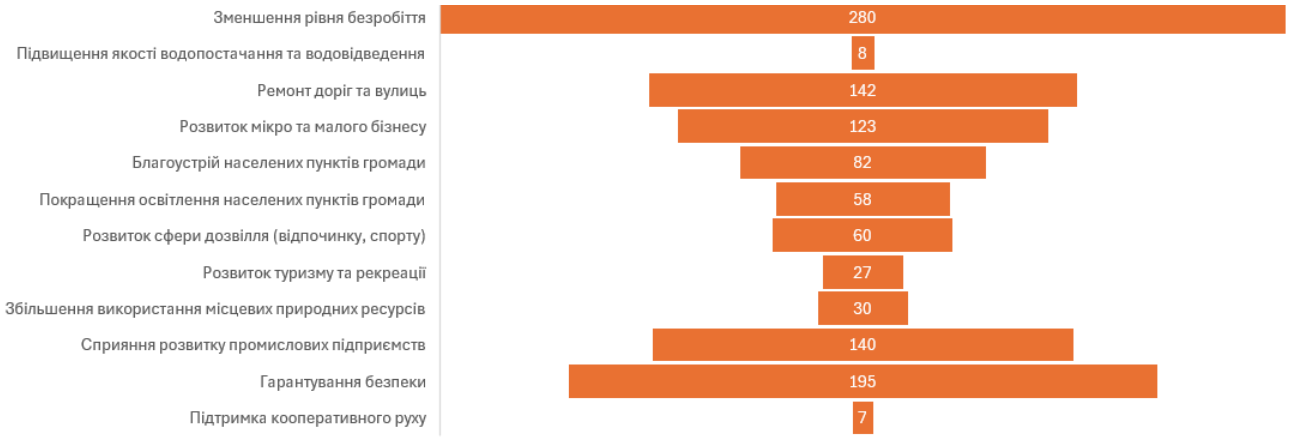
При цьому мінімальна кількість голосів за екологію, стан мереж, якість води підтверджують попередні відповіді: наявна побутова й екологічна інфраструктура працює задовільно та не викликає побоювань як можлива перешкода розвитку громади



Що, на Вашу думку, заважає розвиткові громади (вибрати 3 основних)?

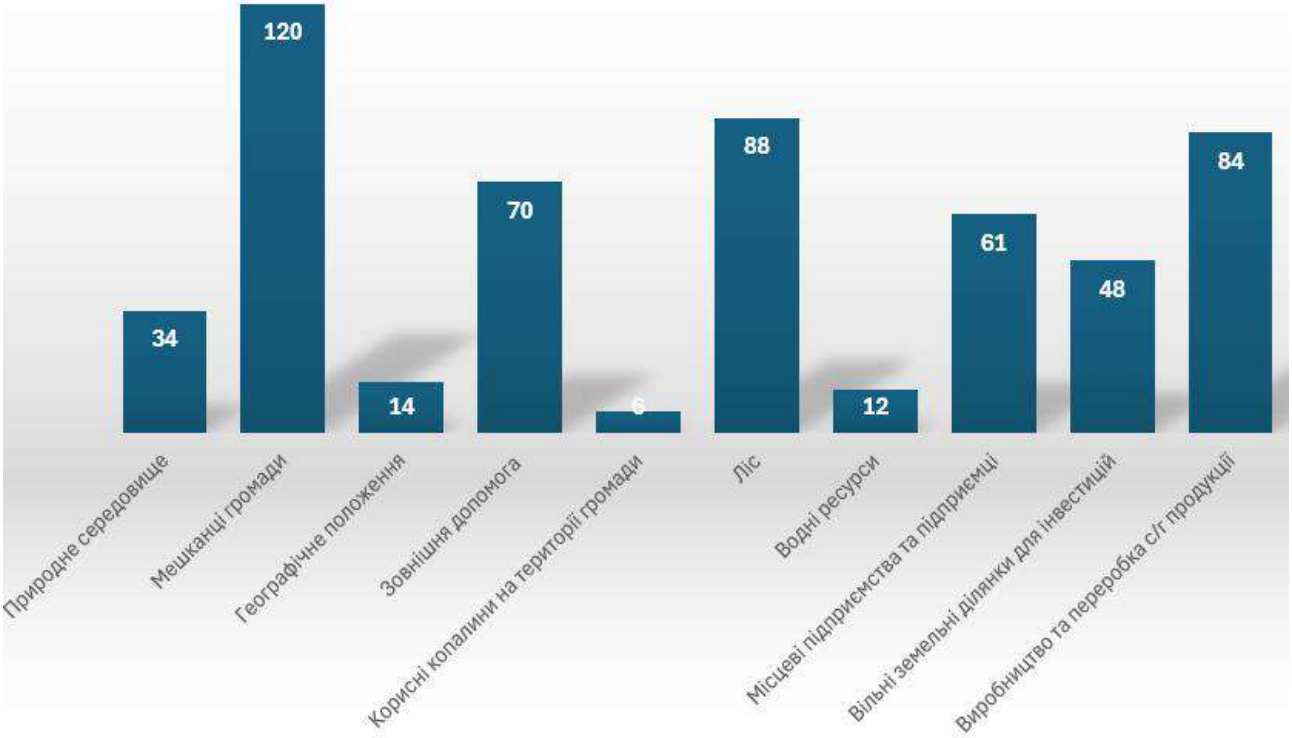
Респонденти виділили два головні, на їхню думку, завдання для громади: «зменьшення рівня безробіття» (280) та «гарантування безпеки» (195). Причому з першим чинником корелюються також «сприяння розвитку промислових підприємств» (140) й «розвиток малого та середнього бізнесу». Тобто мешканці вважають створення робочих місць та відновлення виробництва ключовою умовою збереження та розвитку громади. А друга позиція запиту безпеки підтверджує занепокоєння жителів через прикордонний статус громади та воєнні ризики. Істотним є запит на якісну транспортну інфраструктуру (142, третє місце), що також підтверджує відповді на попереднє питання. Для мешканців це безпосередньо пов'язано як із

повсякденним комфортом, так і з можливістю транспортно-логістичного сполучення між населеними пунктами громади. Поважні показники отримали такі чинники: «благоустрій населених пунктів» (82), «розвиток сфери дозвілля (відпочинку, спорту) (60)», «покращення освітлення населених пунктів громади» (58). Тобто мешканці цінують якість середовища, але розуміють: без безпеки та роботи благоустрій як такий не втримає громаду від міграції. Показники розвитку факторів розвитку туризму, водовідведення, кооперативного руху незначні. Отже, в цілому проглядають такі пріоритети: створення робочих місць, підтримка розвитку малого бізнесу та промисловості; посилення заходів цивільного захисту та безпеки населення; капітальний та поточний ремонт доріг для забезпечення зв'язку всередині громади, а також іншої інфраструктури. При цьому респонденти продемонстрували значний соціальний оптимізм – 65% відповіли «швидше так» на питання «Чи вірите в реалізацію завдань».



Виберіть три основні завдання, які необхідно здійснити для розвитку громади

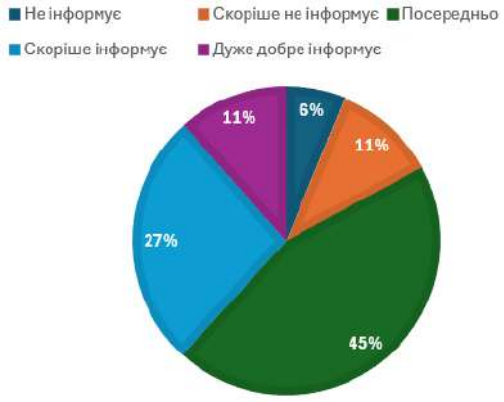
Основним ресурсом для подальшого розвитку громади (можна було поставити лише одну відповідь) більшість опитаних вважає мешканців громади (120), отже – людський капітал. Це внутрішній ресурс, який потребує збереження.



Яким є, на Вашу думку, основний ресурс громади для подальшого розвитку (позначте лише одну відповідь)?

На дургому місці – ліс (88), та третьому – виробництво та переробка сільгоспродукції (82). Тобто – традиційні для економіки громади галузі як точка опори та можливість для

зростання. Вирогідно, що в основі – думка про те, що громада сама може створювати робочі місця. На четвертому місці – «зовнішня допомога» (70), що свідчить про значну залежність від неї, переконання, що без такої допомоги самостійно подолати наявні проблеми громаді буде складно. Лише на п`ятьму місці місцеві підприємці та підприємства (61), що може свідчити про недооцінку опитаними жителями фактору місцевої економічної активності. Привертають показники «вільні земельні ділянки для інвестицій» (48) та «природне середовище» (34). Це економічні показники та, на думку респондентів, потенційні точки зростання (хоча й не такі впливові, як ліс чи агросектор). Низькі показники географічного положення, корисних копалин, водних ресурсів можуть свідчити про певне переосмилення – яскажімо, якщо раніше прикордонний статус міг вважатися перевагою для торгівлі (в т.ч. – контрабандної), то тепер – це однозначно загроза, головне джерело занепокоєння жителів.

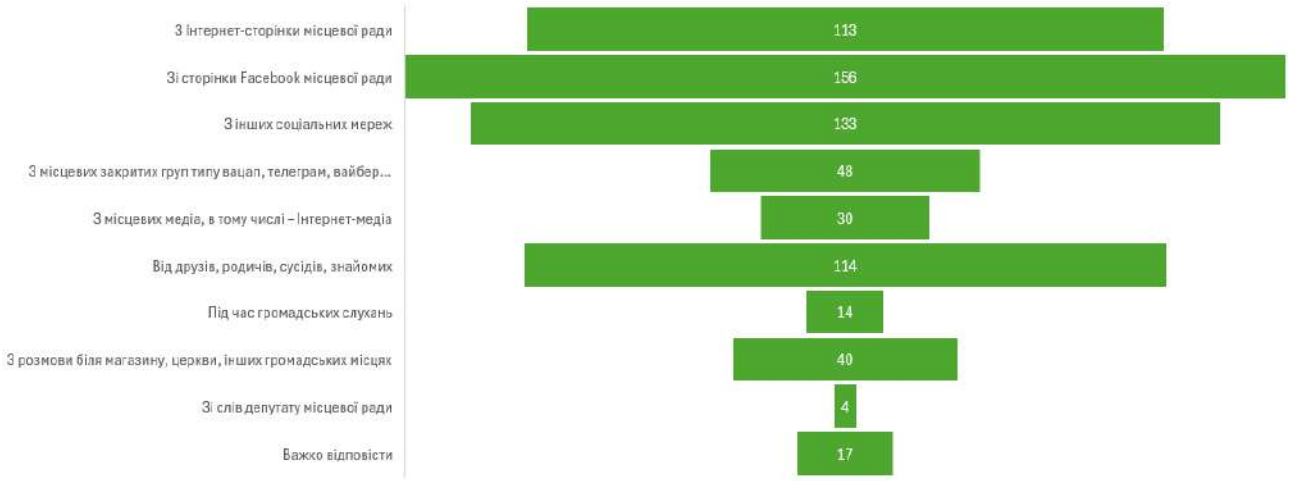


На Вашу думку, як влада громади інформує мешканців про свою діяльність

Під час відповіді на питання «На Вашу думку, як влада громади інформує мешканців про свою діяльність» отримано 27% відповідей – «скоріше інформує», 11% – «дуже добре інформує». В сумі позитивних відгуків 38%, що (з врахуванням нейтральних відповідей) дозволяє говорити про стримано-позитивну оцінку комунікації влади. Втім найбільша частка відповідей, 45%, – «посередньо». Це означає, що інформація доходить, але її формат, оперативність чи повнота не повністю задовольняють громаду. Тобто переважна більшість респондентів вважає рівень комунікації та роботи недостатньо ефективним або ж недостатньо прозорим. Від нього хочуть більшого. Негативних відповідей 17% (в т.ч. 11% – скоріше не інформує, 6% – не інформує). Тобто позитивних реакцій в понад два рази більше, за негативних. Та навіть крайні оцінки («не інформує» та «дуже добре інформує») відрізняються майже вдвічі на користь позитивних. В цілому інформаційна політика місцевої влади перебуває на задовільному, але відносно пасивному рівні: критичного інформаційного вакууму немає, однак є суттєве поле для покращення. Для підвищення довіри та залученості громади місцевій владі варто урізноманітнити канали інформування, підвищити оперативність висвітлення важливих рішень (особливо щодо безпеки) та покращити зворотний зв'язок із мешканцями.

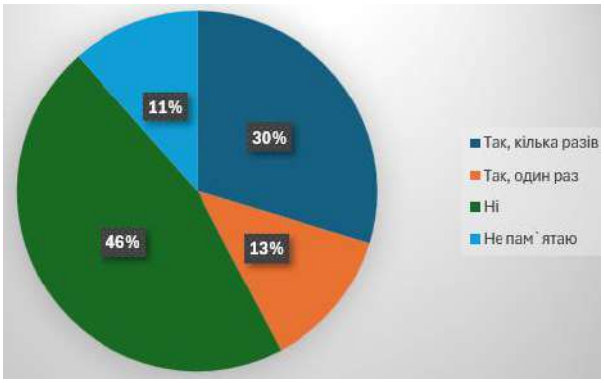
Відповіді на запитання «Яким чином, як правило, Ви дізнаєтеся про місцеві справи/події Вашої громади?» дають розуміння щодо найпопулярніших джерел інформації. Найефективніша – офіційна сторінка Facebook міської ради (156), причому зі значною перевагою над іншими джерелами інформації (156). На другому місці «з інших соціальних мереж» (133), що має викликає занепокоєння, адже йдеться про невизначені, часом – анонімні джерела, що особливо небезпечно на прикордонні. Далі з майже однаковими результатами «від друзів, родичів, знайомих» (114) та Інтернет-сторінка (веб-сайт) міської ради (113). Перший показник вказує на високу роль міжособистісного сплікування в громаді («сарафанного радіо»), притаманно спільнотам із високим рівнем неформальних зв'язків, де чутки та особистий досвід оточення часто мають більшу вагу, ніж офіційні заяви. Втім веб-сайт міської ради не поступається йому в популярності, що може свідчити про схильність опитаних співставляти інформацію з різних джерел. Відносну вагу також мають місцеві закриті групи типу вацап, телеграм, вайбер (48) та розмови поблизу магазину, церкви… Останні доповнюють в інформаційному плану спілкування з друзями. Приветрають увагу вкрай низькі показники отримання інформації під час громадських слухань (14) та зі слів депутатів (4) – тобто це джерело майже не працює.

Отже, інформаційне поле Городнянської громади майже повністю перейшло в онлайн-середовище (соцмережі та офіційні сторінки), що підкріплюється традиційними чутками та спілкуванням між мешканцями. Для місцевої влади це означає, що основний акцент й надалі потрібно робити на Facebook, інші соціальні мережі, різного роду месенджерах. Водночас виклик – відновлення роботу депутатів в інформаційному полі, а також перегляд формат громадських слухань з метою більшої їхньої суспільної ефективності.



Яким чином, як правило, Ви дізнаєтеся про місцеві справи/події Вашої громади?

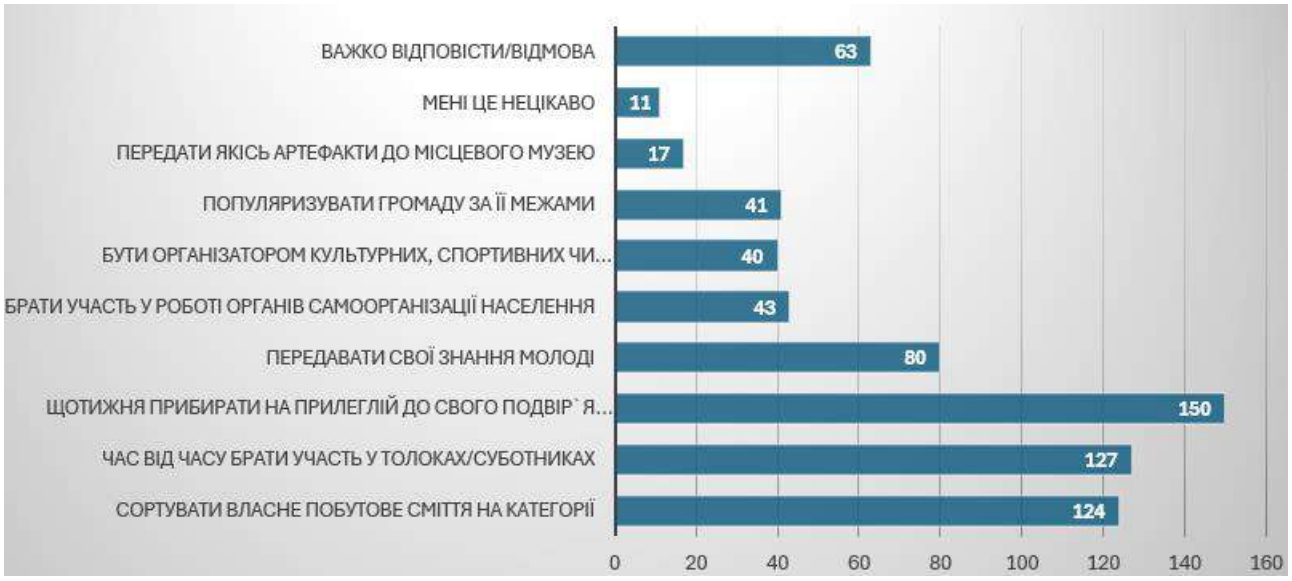
Про брак очного спілкування опосередковано свідчать відповіді на питання «Чи упродовж останнього року Ви або хтось із членів родини зверталися до місцевої ради?». Протягом року 46% опитаних та члени їхніх родин не звератилися до місцевої влади, ще 13% – один раз, а 11% не пам`ятають. Кілька разів зверталися 30%. Тобто так чи інакаше протягом року до міської ради зверталася 43% жителів. Це свідчить про реальне функціонування адміністративного апарату громади, кули люди звертаються за вирішенням поточних побутово-бюрократичних питань. Разом із тим відносно переважає пасивна більшість. Такий стан справ може вказувати на добре налагоджену організацію влади, коли не виникає потреби часто звератися до неї. Або про зневіру в ефективності такого комунікаційного каналу. В цілому наведені результати показують високу активність окремої групи мешканців за одночасного збереження більшості, яка не контактує з органами міської ради напряму. Це виклик для громади, відповісти на нього можна за допомогою спрощення та поширення існструментів онлайн-інструменти звернень (аби залучати та інформувати пасивну частину громади).



Чи упродовж останнього року Ви або хтось із членів родини зверталися до місцевої ради?

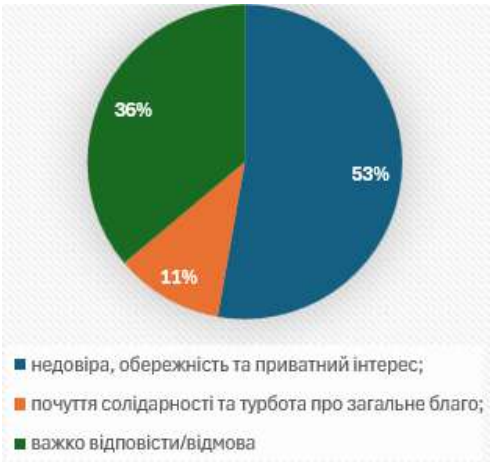
Готовність долучитися до справ громади та зробити власний внесок демонструють відповіді питання «Чи Ви готові зробити власний внесок у розвиток своєї громади? Якщо так, то у якій формі». Найбільшу готовність опитані проявили до низової та побутової залученсті: прибирання власної території (150), участь у толоках (127) та сортування сміття (124). Мешканці готові підтримувати порядок та благоустрій власними руками, коли це стосується їхнього безпосереднього оточення. Значним виявився показник «передавати свої знання молоді» (80 голосів). Він свідчить про наявність запиту на наставництво та передачу досвіду, що важливо для громади з вираженими демографічними викликами та старінням населення. Водночас готовність до лідерської та організаторської ролі низька. Йдеться про такі показники «брати учать у роботі органів самоорганізації населення» (43), «популяризивувати громаду за її межами» (41), «бути організатором культурних, спортивних чи святкових подій» (40). Рівнь повного відчуження низький – «мені не цікаво» (11). Водночас суттєва частка опитаних не визначилася, вагається – важко відповісти/відмова» (63).

Тобто мешканці Городнянської громади демонструють високу виконавчу та побутову готовність допомагати громаді, проте намагаються уникати ролей лідерів чи організаторів. Для місцевої влади та громадських організацій це означає, що успішними, скоріш за все, будуть ініціативи типу «зробимо разом» (екологічні акції, толоки, благоустрій, менторські проєкти для молоді), де від людей вимагається конкретна дія, а організаційний тягар бере на себе рада або активісти.



Чи Ви готові зробити власний внесок у розвиток своєї громади? Якщо так, то у якій формі

Результати відповіді на питання «Що, на Ваш погляд, переважає у відносинах між людьми на території Вашої громади» відображають психологічний клімат та рівень соціальної згуртованості в громаді. Домінує соціальний скептицизм – абсолютна більшість тих, хто визначився із відповіддю (53%), вказує на перевагу недовіри, обережності та орієнтації на власні інтереси. Це свідчить про низький рівень горизонтальної довіри між мешканцями громади, коли люди віддають перевагу зосередженню на власному домогосподарстві чи вузькому колі близьких. Також результати засвідчили високий рівень невизначеності – 36% вибрали опцію «важко відповісти/відмова». Тобто значна частина респондентів утримується від оцінки соціального клімату, не відчуває вираженої згуртованості або не має достатніх контактів поза межами своєї родини, щоб зробити чіткий висновок. Лише 11% вважають, що у відносинах переважає солідарність та турбота про спільні інтереси громади. Це критично низький показник, який підтверджує попередні дані про брак місцевої ініціативності та низьку готовність брати на себе організаторські чи лідерські ролі. Втім рівень обережності й недовіри природній для прикордонної громади за умов підвищеного ризику та воєнних загроз. Безпекова нестабільність змушує людей звужувати коло довіри та першочергово дбати про безпеку власної родини, а не про суспільні ініціативи. В будь якомі разі фіксується дефіцит соціального капіталу та низький рівень міжособистісної довіри у громаді.



Що, на Ваш погляд, переважає у відносинах між людьми на території Вашої громади

Наступні два питання були відкритими. Перше – «Що, на Ваш погляд у громаді є найкращим, чим можна пишатися?». Головні об'єкти гордості жителів Городнянської громади – не стільки економічні чи промислові досягнення, скільки людський капітал (згуртованість, працелюбність, незламність), природно-рекреаційний потенціал (ліси, вода, зони відпочинку), благоустрій у Городні. Також називаються галузі гуманітарно-соціальної сфери – освіта, культура, соціальне обслуговування. Саме ці фактори учасники опитування згадували найчастіше. Навіть на тлі соціально-економічних труднощів та безпекових викликів жителі зберігають глибоку локальну ідентичність та цінують затишок й автентичність своєї території. Тобто об'єднання людей навколо збереження довкілля, культурних ініціатив та підтримки одне одного – найефективніший психологічний та соціальний фундамент для політики згуртованості громади.

Відповіді на друге відкрите питання «Що у Вашій громаді є найгіршим, за що соромно?» в цілому підтверджують реакції на закриті питання. Головним подразником виступає стан доріг – як у населених пунктах, так і між ними. Мешканці також висловлюють невдоволення

відсутністю належного благоустрою: занедбаністю окремих територій, відсутністю або слабким вуличним освітленням, проблемами з прибиранням сміття та стихійними сміттєзвалищами (це може залежати від конкретного населеного пункту). Жителі гостро сприймають брак робочих місць, низькі заробітні плати та неможливість знайти гідне застосування своїм силам у рідних населених пунктах (звідси загроза міграції). Частина відповідей стосується соціальних викликів: поширення алкоголізму, байдужості, зневіри серед населення. Згадується також недостатня увага до культурного дозвілля, молодіжних просторів та розвитку інфраструктури для молодшого покоління. У багатьох відповідях простежується розчарування недостатньою увагою з боку місцевої влади до проблем віддалених сіл чи конкретних побутових потреб громадян. Отже, закрите питання підтвердили, що головним каталізатором негативу є безробіття, погані дороги та відчуття відсутності перспектив.

Висновки.

Мешканці громади схильні сприймати її через бачення щоденного побуту, без зайвих емоцій, прагматично. Втім помітно ядро прихильників майбутнього. В цілому в громаді переважає поміркувано-прагматичний та комфортнрий настрій із помітним прошарком соціально-економічного песимізму.

В громаді помітні настрої про міграцію, але наразі – переважно без конкретизації та дій, на рівні роздумів. Основна їхня причина – безпекова ситуація, також брак робочих місць, низькі зарплати.

В громадській думці існує чіткий котраст між соціально-побутовою інфраструктуролю, послугами та базово-економічими чинниками. Перші переважно сприймаються позитивно або нейтрально, тобто – працюють якісно, забезпечуючи базовий рівень комфорту мещканців. Натомість криза зосереджена в трьох базових вимірах: брак робочих місць, важкі умови для бізнесу, відчуття небезпеки.

Отримані результати вказують на стагнацію економіки, яка не генерує достатньої кількості робочих місць, брак зовнішніх та власних ресурсів, соціальне навантаження на громаду що зростає. При цьому жителі чітко ідентифікували проблему громади – брак економічної динаміки, робочих місць та капіталу.

Прогдлядаються такі пріоритети: створення робочих місць, підтримка малого бізнесу та промисловості, посилення заходів цивільного захисту та безпект, ремонт доріг та іншої інфраструктури.

В громаді відбулася суттєва переоцінка цінностей (порівняно з періодом розробки попередньої Стратегії) – тепер на першому місці людський капітал як головний ресурс громади, лише потім – традиційні ресурси (ліс) та виробництво (аграрне). А те, що раніше вважалося перевагою, прикордонний статус, тепер однозначно сприймається як загроза.

Інформаційна політика місцевої влади перебуває на задовільному рівні – інформаційного ваукуму немає, але є суттєвий простір для покращення, що передбачає необхідністість урізноманітнення форм та методів спілкування, забезпечення зворотнього зв`язку з мешканцями.

Інформаціне поле Городнянської громади майже повністю перейшло в онлайн простір (переважно соціальні мережі, причому офіціна джерела мають перевагу), що підкріплюються чутками та спілкуванням між жителями. Виклик для громади – відновлення роботи депутатів в інформаційному полі, перегляд формату громадських слухань, інших офіційних заходів із метою більшої їх суспільної ефективності.

Опитування засвідчило високу активінсть у спілкуванні з владою громади значної групи мешканців за одночасного збереження більшості, яка безпосередньо не контактує з органами міської ради. Це вимагатиме адапатції (спрощення) механізмів зворотнього зв`язку для залчення пасивної частини громади.

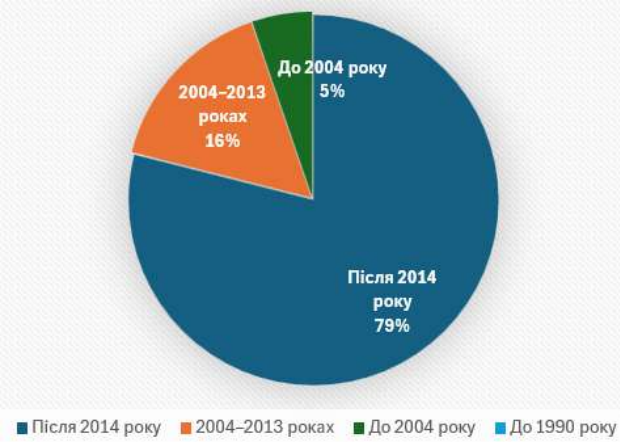
Мешканці громади демонструють високу виконавчу та побутову готовність допомогти громаді, проте намагаються уникнути ролей лідера чи організатора. Тому очікується, що найуспушніми будуть ініціативи, де від людей вимагається конкретна дія, а організаційний тягар бере на себе міська рада або активісти.

В громаді фіксується дефіцит соціального капіталу та низький рівень міжособистісної довіри. Показник останньої критично низький. Це частково пояснюється безпековою нестабільністю, що змушує звужувати коло довіри, але в будь якому разі – це великий виклик для громади.

Відповіді на відкриті питання підтверджують виявлені через закриті питання тенденції. Головні об`єкти городості житедів громади – не стільки економічні та промислові досягнення, скільки людський капітал, природно-рекреаційни потенціал, благоустрій у Городні. Головні подразники – стан доріг, занедбаність окремих територій, брак робочих місць, низькі зарплати, неможливість знайти гідне застосування своїм силам, нестача сучасної інраструктури дозвілля (особливо для молоді), а також брак уваги до себе та конкретних побутових проблем.

Результати опитування підприємців громади

В опитуванні взяли участь 19 підприємців, із них 21% – створили бізнес до 2014 р., тобто – до початку російсько-української війни, а 79% – після. 89% – ФОПи, по 11% – українські юридичні особи. Державних, комунальних, спільних підприємств та іноземних суб`єктів серед опитаних немає. Результати опитування представляють точку зору насамперед місцевого мікро підприємництва.

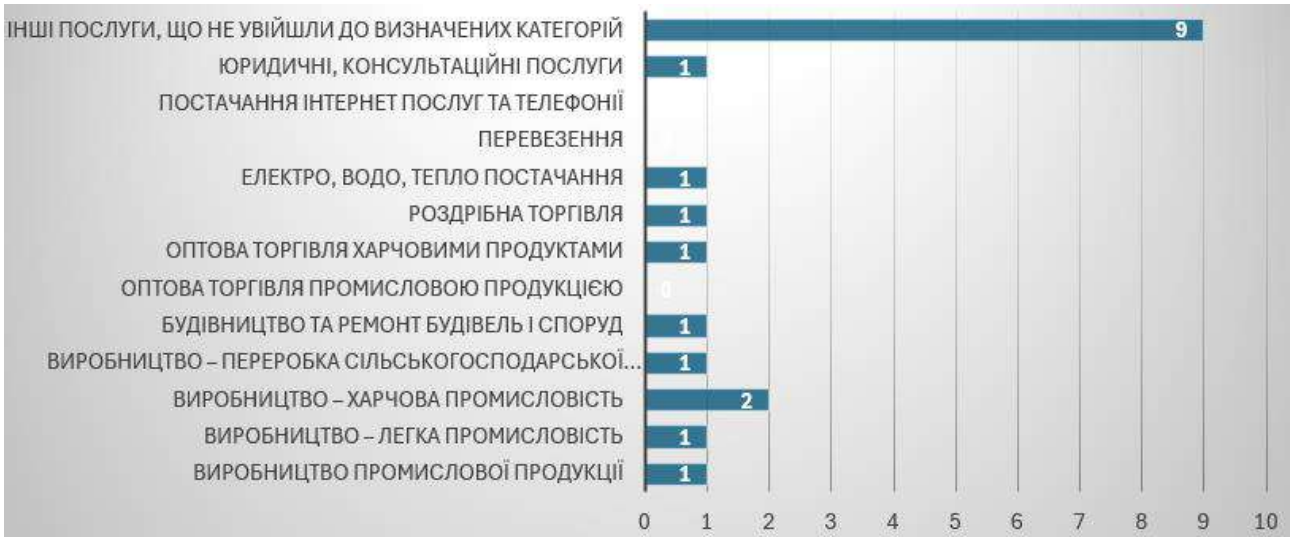


Коли було створене Ваше підприємство



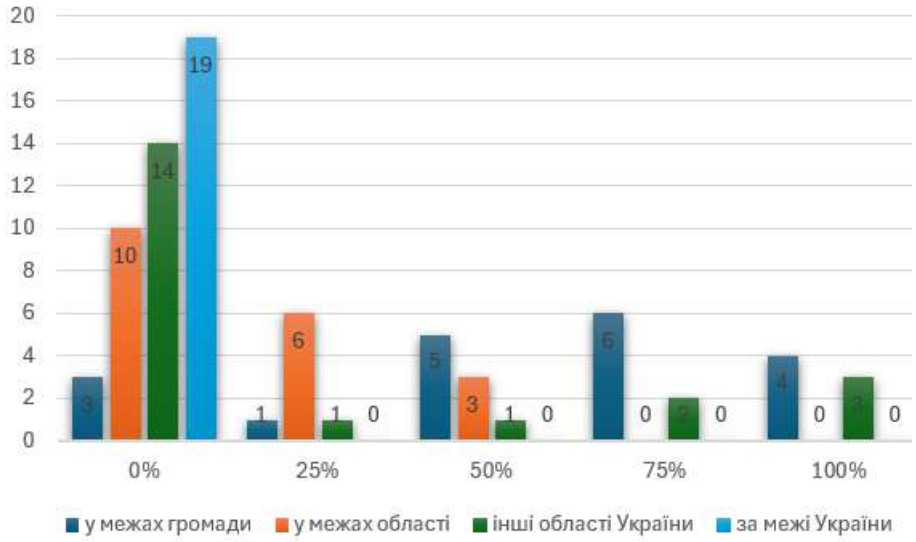
Основний власник Вашого підприємства

Серед опитаних найбільше (9 підприємців) предсталяють «інші послуги» (переважно йдеться про сервіс), 2 – виробничо-харчову промисловість. По одному – юридичні, консультативні послуги, електро, водо, теплло постачання, роздрібна торгівля, роздрібна торгівля, оптова торгівля харчовими продуктами, будівництво та ремонт споруд, виробництво-переробка сільськогосподарської продукції, легка промисловість, виробництво промислової продукції. Тобто представлені відразу 9 галузей, 5 із яких – це виробництво. Втім у цілому серед опитаних підприємців перевага за сферою сервісу.



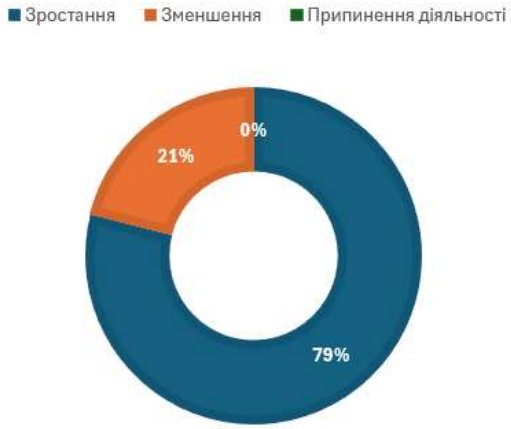
Який характер має Ваш бізнес? Оберіть основні сфери діяльності (не більше 3-х)

Більшість підприємств переважно працює у межах своєї громади, при цьому 4% – лише в громаді, а 6 – на 75% у громаді. За межами України не працює ніхто. Натоімсть 9 підприємств частково працює на ринок Чернігівської області, а 7 підприємств – інших областей України, при цьому 3 – повністю, а 2 – на 75%. Тож на опитаних підприємців вирішальний вплив справляють місцеві тенденції в економіці, але помітний вплив й ситуації за межами громади, навіть в інших областях, із якими вони пов`язані економічно.

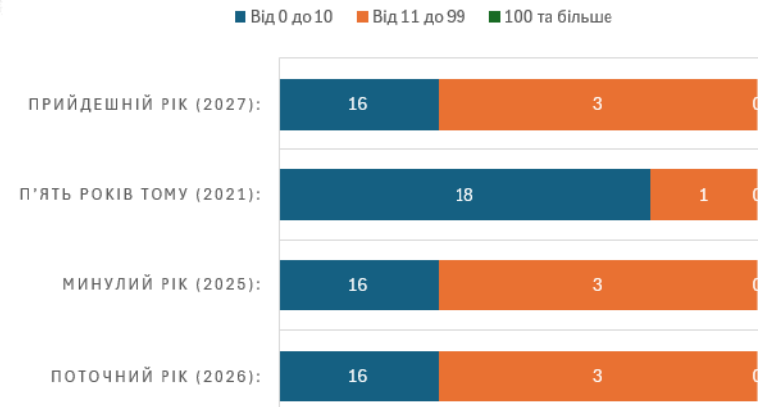


Зазначте відсоток загального обсягу збуту (товари та послуги) Вашого підприємства, який припадає на покупців у таких зонах

Наступного року 79% опитаних підприємців очікують зростання (це свідчить про перевагу позитивних сподівань), водночас 21% – зменшення (відображення побоювання стосовно зниження попиту, посилення конкуренції чи погіршення економічних умов), при цьому припинення діяльності ніхто не очікує. Тобто домінують оптимістичні настрої, що вказує на позитивні очікування щодо розвитку ринку та розширення діяльності підприємств. П`ята частина песимістичних припущень відображає наявність ризиків, труднощів або зниження попиту в окремих секторах. А відсутність припущення про закриття – це про базову стійкість опитаних.



Які зміну у збуті Ви очікуєте в наступному році?

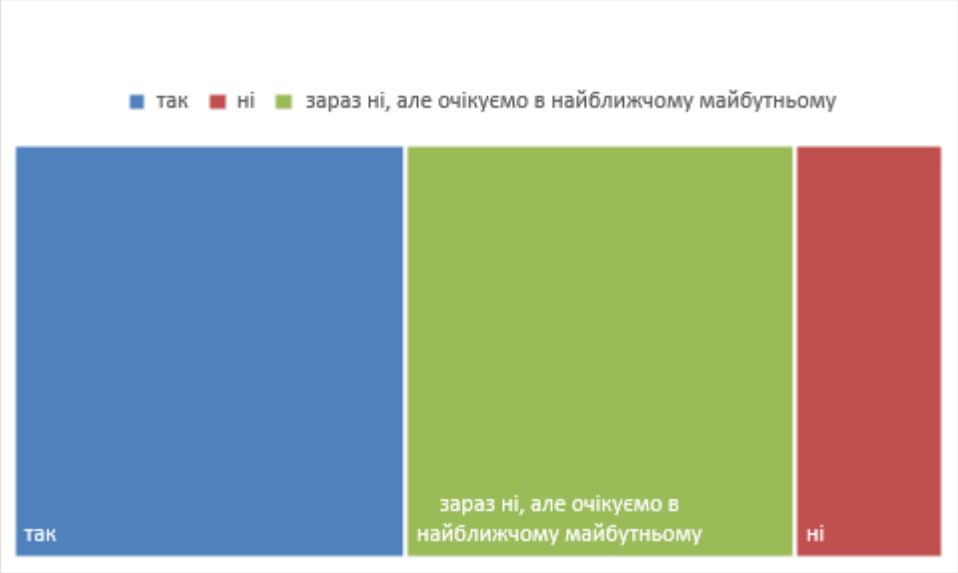


Скільки працівників із повним робочим днем, за Вашою оцінкою, працювали чи працюватимуть на Вашому підприємстві в зазначені нижче періоди?

Відповіді на питання «Скільки працівників із повним робочим днем, за Вашою оцінкою, працювали чи працюватимуть на Вашому підприємстві в зазначені нижче періоди?» засвідчують відносно незначне коливання кількості працюючих – та навіть збільшення кількості підприємств із чисельністю працівників від 11 до 99 (порівняно з умовно довоєнним 2021 р.).

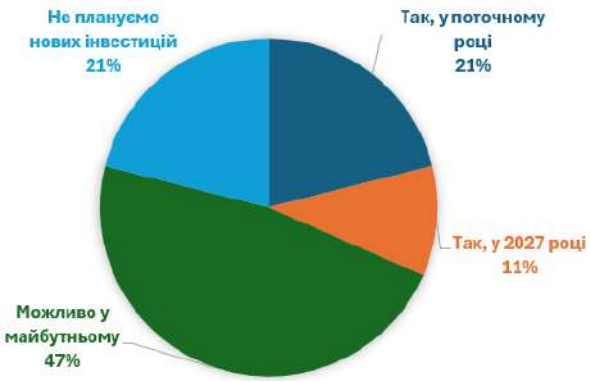
При цьому 16% опитаних підприємців вже відчуває брак кадрів, що обмежує їхні можливості розвитку чи операційну діяльність. 42% цього не відчувають, отже, вони повністю укомплектовані необхідними спеціалістами. Водночас а 42% очікує дефциту кадрів у майбутньому. Це вказує на розуміння підприємствами майбутніх ризиків, пов'язаних із тенденціями на ринку праці, міграцією, демографією або зміною вимог до кваліфікації працівників. Серед спеціалістів, нестача яких очікується, підприємці назвали такі: професійні барбери, перукарі, будь-які профільні спеціласти.

Отже, працедавці відчувають нестачу фахівців, а потенційні працівники та працівниці (про що свідчить опитування жителів) – гостру нестачу робочих місць (перше місце). Між цими двома оцінками існує парадоксальний зв`язок: підприємці вказують на конкретний структурний дисбаланс – ринок праці потребує профільних фахівців певних спеціальностей, людей із певними знаннями, вміннями, навичками, зрештою – виробничою культурою (а не взагалі). І таких не вистачає. Між тим економіка стимулюється не загальною масою безробітних громадян, а запитом на конкретні професійні навички та спеціалізації, яких наявна робоча сила через свою кваліфікації чи професійний профіль повною мірою задовольнити не може.

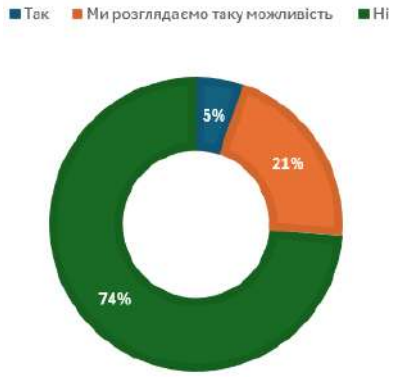


Чи Ви відчуваєте нестачу спеціалістів певних специфічних професій, навичок персоналу, які є важливими для майбутнього розвитку Вашого підприємства?

Відповіді на питання «Чи плануєте Ви інвестувати у збільшення виробництва продукції (послуг) у громаді?» демонструють помітну готовність до розширення – 21% готові інвестувати в поточному році, ще 11% – у майбутньому (майже 32% в сумі). Водночас 47,4% обрали відповідь «можливо у майбутньому». Це вказує на наявність інвестиційного потенціалу, реалізація якого стримується безпековими ризиками, економічною невизначеністю або нестачею ресурсів (фінансових, кадрових), фактично йдеться про вичікувальну позицію. 21,1% – за відповддю «ні». Це захисна стратегія, вона свідчить про намір частини бізнесу зосередитися на збереженні поточних обсягів діяльності, оптимізації витрат або про брак вільних коштів для розвитку. В цілому на ринку переважають вичікувальні настрої, проте загальний вектор скоріше позитивний – понад 78% респондентів у тій чи іншій формі розглядають можливість інвестування (тепер чи колись), тоді як повну відмову від інвестицій демонструє лише кожне п'яте підприємство.



Чи плануєте Ви інвестувати у збільшення виробництва продукції (послуг) у громаді?



Чи плануєте Ви (негайно або в майбутньому) перенести всю чи частину своєї діяльності до іншої громади?

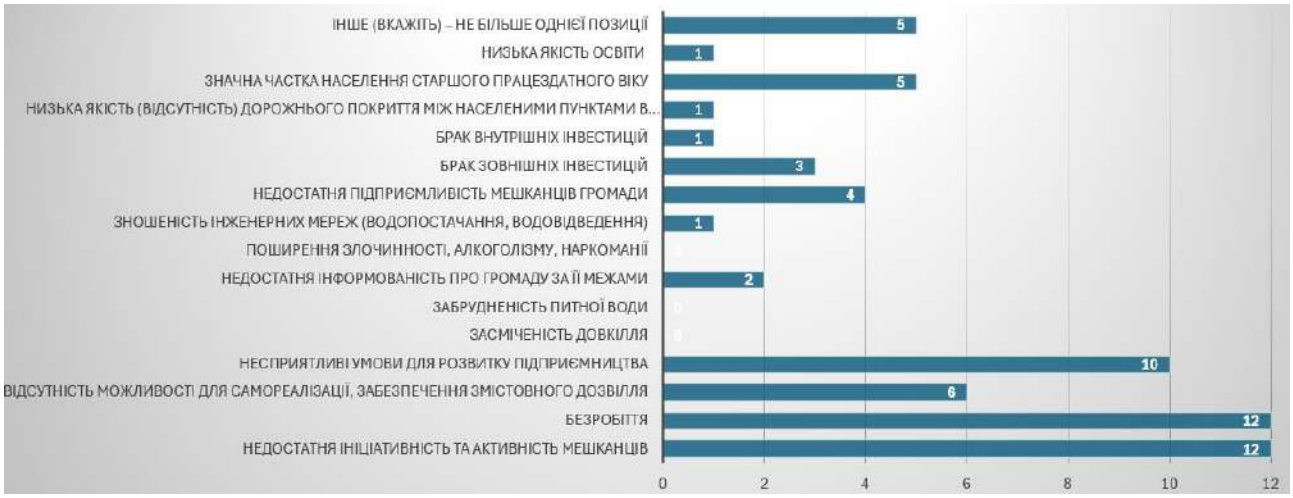
Результати відповідей на питання «Чи плануєте Ви (негайно або в майбутньому) перенести всю чи частину своєї діяльності до іншої громади?» вказують на висока прив'язаність підприємців до громади та регіону, територіальну стабільність – майже 74% нікуди не збирається релоковуватися. Це свідчить про збереження базового логістичного, інфраструктурного чи ринкового ядра бізнесу на території громади. 21,1% відсоток відповідей «Ми розглядаємо таку можливість» сигналізує про наявність факторів ризику (безпекових, економічних, ресурсних), які змушують частину підприємців готувати альтернативні сценарії. Підтвердив свій намір стосовно релокації один 1 (відповідь «Так») підприємець, що свідчить наразі про поодинокий характер таких критичних випадків.

Отже, місцеве бізнес-середовище демонструє високий рівень укоріненості та орієнтації на традиційні для себе території, хоча приблизно чверть підприємств допускають релокацію, що вимагає уваги місцевої влади до підтримки умов ведення підприємницької діяльності.



Якщо так, то що є основною причиною переносу діяльності? (назвіть не більше 3-х)

Відповідаючи на питання «Якщо так, то що є основною причиною переносу діяльності? (назвіть не більше 3-х)» підприємці назвали лише дві причини: «Надмірна вартість оренди комунального майна/землі» та «Відсутність необхідної кількості кваліфікованих працівників». Це підтверджує, що брак кадрів – реальний великий виклик для громади, що стимулює підприємців шукати інші локації. Щодо вартості оренди – можливо, вона є критичним фінансовим тягарем для певного підприємця, що знижує рентабельність його бізнесу та змушує шукати дешевші майданчики в інших громадах. Перелік інших варіантів відповідей, на думку опитаних, неактуальні для громади.



Що, на Вашу думку, заважає розвиткові громади (вибрати 3 основних)?

На думку опитаних підприємців, три основні перешкоди розвитку громади такі: недостатня ініціативність мешканців та безробіття (по 12), несприятливі умови для підприємницької діяльності (10). Це вказує на наявність замкненого кола: відсутність робочих місць підриває мотивацію населення, а низька громадянська ініціативність заважає появі нових низових проєктів та самоорганізації. Водночас наявний бізнес-клімат сприймається як такий, що заважає розвитку підприємницької діяльності. Низка соціально-демографічних та людських викликів оцінені як середні: «відсутність можливостей для самореалізації, забезпечення зімстовного дозвілля» (6), «значна частка населення старшого віку» (5),

недостатня підприємливість мешканців громади (4). Це свідчить про відчутну загрозу відтоку молоді, старіння населення, зменшення кадрового потенціалу, а також брак навичок підприємництва серед жителів, певний острах перед ним (принаймні, в очах діючих підприємців). Повний перелік факторів та відповідей наведений в діаграмі.

В цілому результати відповідей показують, що головне гальмо розвитку громади – у соціально-економічній площині. Це поєднання безробіття, несприятливих умов для бізнесу та пасивності й старіння населення. Інфраструктурні та екологічні питання знаходяться на другому плані (щонайменше, на думку опитаних підприємців).

Результати відповідей на питання «Виберіть 5 основних завдань, які необхідно здійснити для розвитку громади» показують, що перший пріоритет для підприємців – зменшення рівня безробіття (16), на другому місці – «розвиток малого та середнього бізнесу» (13 відповідей), на третьому – «сприяння розвитку промислових підприємств» (9). Тобто асбсолютний пріоритет – соціально-економічний блок та робочі місця. Надалі за значенням (середнє) – ремонт доріг доріг між посеоеннями громади (6) й ремонт вулиць та тротуаців у населених пунктах (4). Тобто логістичні зв'язки між населеними пунктами громади для поїздки на роботу (чи до інших об'єктів) для підприємців критичніші, ніж переміщення безпосередньо в населених пунктах. Низька пріоритетність виявлена у завдань «розвиток сфери дозвілля (відпочинку, спорту)», «покращення освітлення населених пунктів», «благоустрій населених пунктів» (по 3), «використання місцевих природних ресурсів» (3), «використання місцевих природних ресурсів» (2), «розвиток туризиу», «покращення відовідведення» (1), покращення водопостачання» (0). Це вказує на або задовільний стан комунальних мереж у цій частині, або на те, що зазначені сфери не сприймаються респондентами як драйвери розвитку громади.



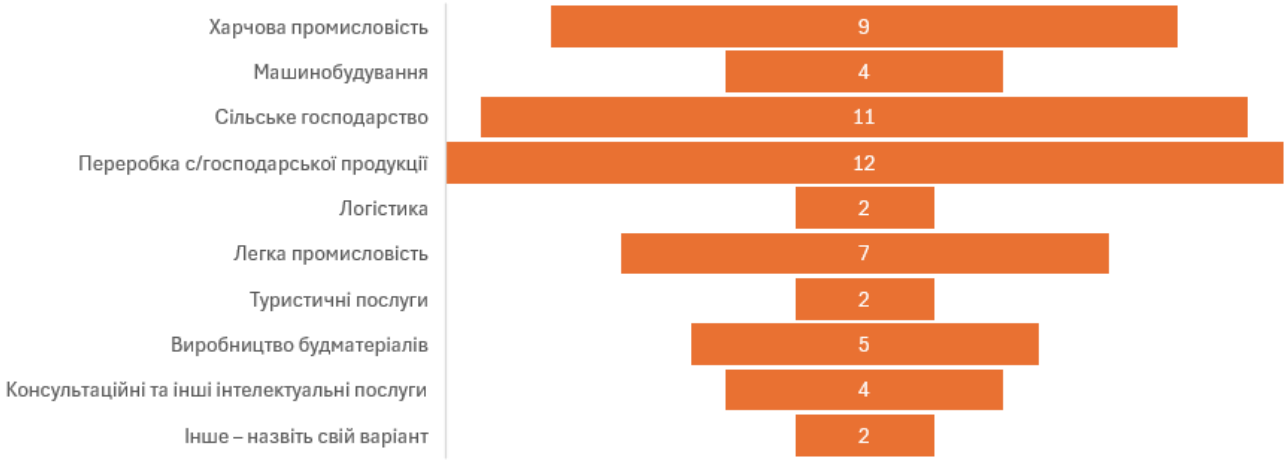
Виберіть п`ять основних завдань, які необхідно здійснити для розвитку громади.

Опитані підприємці бачать стратегічний вектор розвитку громади переважно через відновлення та стимулювання економіки (підтримка малого та середнього бізнесу, промисловості, зменшення безробіття). При цьому ступінь оптимізму щодо реалістичності завдань серед підприємців дуже високий – 74% відповіли «швидше так», він значно перевищу аналогічний показник в анкеті мешканців.

У відповідь на запитання «Які види економічної діяльності є, на Вашу думку, пріоритетними для майбутнього розвитку громади?» підприємці назвали, насамперед, переробку сільськогосподарської продукції (12), сільське господарство (11), харчову промисловість (9), а також легку промисловість (7). Значна увага до переробки свідчить про розуміння підприємцями необхідності переходу від переважно сировинно- аграрного напрямку економіки громади до створення готової продукції з вищою доданою вартістю. Помітна також підтримка легкої промисловості (7), виробництва будиматеріалів (5), машинобудування (4). Вони є важливими драйвери для залучення робочої сили (зокрема, жінок у виладку легкої промисловості) та забезпечення потреб у відбудові й будівництві. Приветрають увагу також 4 позначки щодо опції «консультаційні та інші інтелекстуальні послуги». Вони показують помірний запит на розвиток сучасного бізнес-сервісу та експертної підтримки в громаді. Отже,

опитані підприємці вважають, що економічна стратегія громади має фокусуватися на агропереробці, харчовій та легкій промисловості. Це індустріальний профіль, який (на їхню думку) здатен створити найбільшу кількість робочих місць, забезпечити максимальну віддачу від місцевих ресурсів.

Весь перелік видів економічної діяльності що пропонувався наведений у діаграмі.



Які види економічної діяльності є, на Вашу думку, пріоритетними для майбутнього розвитку громади? Оберіть не більше трьох варіантів.

Відповідаючи на питання «Оцініть рівень співпраці вашого підприємства з зазначеними організаціями» в цілому показують високий рівень задоволення від роботи з владними інстутуціями – лише по одному відгуку «незадовільна співпраця» стосовно ЦНАПу та ДСНС. Це свідчить про конструктивний діалог, відсутність прямих гострих конфліктів або тиску з боку органів влади на місцевому рівні. Найбільшу кількість позитивних оцінок отримала Податкова – 11 «задовільна співпраця» та 3 «частково задовільна», що може свідчити про їхню операційну культуру та прозорість адміністрування.



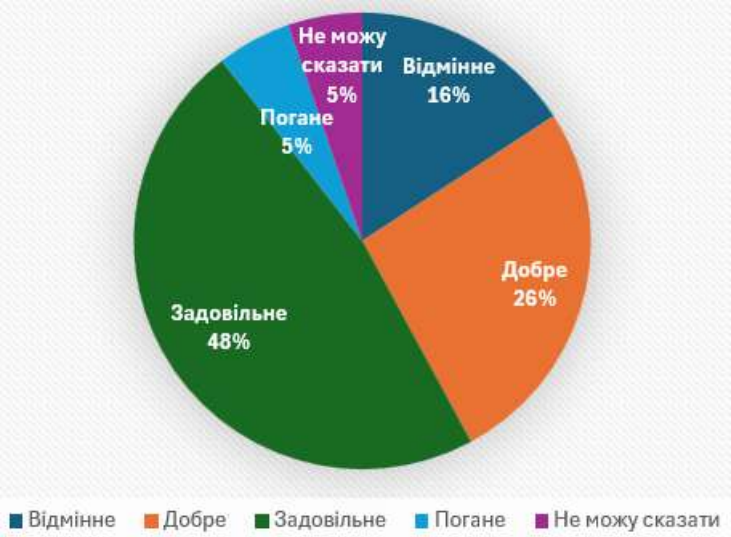
Оцініть рівень співпраці вашого підприємства з зазначеними організаціями

Майже однакові показники у Держпродслужби, ЦНАПу, ради громади (також постійні комісії ради, депутати), голови та заступників голови громади – по 9 «задовільна співпраця», від 3 до 4 – «частково задовільна». Тобто вони демонструють стабільний та однаковий рівень довіри й доступності для місцевих підприємців. Оцінки місцевої влади підтверджують існування прямого та конструкктивного діалогу між неї та підприємцями. Поодинокі скарги, скоріш за все, наслідок бюрократичної рутини, а не принципові прояви. Хороші показники має також Центр зайнятості (8 та 3 відповідно), що важливо за умов кадрового дефіциту та безпекових викликів. Відчутно дистанціювання підприємців від низки владних інституцій – до яких переважає оцінка «немає потреби звертатися». Це митниця (14), районна влада (12), обласна влада та Держгеокадастр (по 11). Ймовірно, що такі результати показують – більшість підприємств взаємодіють безпосередньо на рівні своєї громади. По 4–5 підприємств

відчувають лише «часткову» задоволеність від співпраці з відділами виконкому ради, Нацполіцією та керівництвом громади. Це може вказувати на наявність процедурних бюрократичних затримок або потреби у більших комунікаціях у конкретних питаннях.

Отже, системних конфліктів із бізнесом у громаді немає, натоімсть сформовано сприятливий та доброзичливий клімат взаємодії між підприємцями та владою. Ключова ланка їх контактів зосереджена на рівні органів місцевого самоврядування, ЦНАПу та Податкової служби, а зв'язок з вищими державними структурами (область, район, митниця) обмежений.

На питання «Яка Ваша загальна думка про Вашу громаду як місце для ведення бізнесу за 5-ти бальною системою?» найбільше відповідей (9) – «задовільно», «добре» – 5, «погано» – 1, «відмінно» – 3, «не можу сказати» – 1. Середній бал – 3,6 за 5-бальною шкалою. Це вище середнього й свідчить про помірний, скоріше позитивний бізнес-клімат у громаді, але водночас вказує на суттєвий потенціал для покращення бізнес-клімату.



Яка Ваша загальна думка про Вашу громаду як місце для ведення бізнесу за 5-ти бальною системою?

Висновки

Результати опитування представляють переважно точку зору місцевого мікро підприємництва. Представлено понад 9 галузей, в тому числі – виробничі, але більшість належть до інших. Опитані працюють переважно на ринок громади, частково – обласний та кількох областей.

Серед підприємців домінують оптимістичні очікування на предмет розвитку ринку та розширення своєї діяльності, до того ж вони декларують базову стійкість – ніхто не збирається закриватися.

Частина опитаних вже відчуває брак кадрів, а ще більша – його очікую найближчим часом. Потреба у фахівцяв дуже широка – фактично, будь яких.

Опитані продемонстрували помірний інвестиційний потенціал, який, втім, стримується безпековими ризиками, економічною невизначеностю, браком ресурсів. Фактично, за загального позитивного вектору переважна більшість займає вичікувальну позицію.

Результати опитування вказують на високу прив`язаність підприємців до громади та регіону, територіальну стабільність. Наявна низка ризисків, яку можуть змусити підприємців до релокації, але наразі йдеться про поодинокий випадок. Крім безпеки (на думку опитаних) до релокації можуть спонукати брак кадрів та вартість оренди комунального майна.

Підприємці сигналізують про відчутні загрозу відтоку молоді, старіння населення, зменшення кадрового потенціалу, а також брак навичок серед жителів із підприємництва, що негативно впливає на бізнес-клімат у громаді. Головне гальмо розвитку громади – поєднання безробіття, несприятливих умов для бізнесу, пасивність мешканців та старіння населення.

Опитані підприємці бачать стратегічний вектор рощвитку громади переважно через відновлення та стимулювання економіки – підтримки малого бізнесу, промисловості, зменшення безробіття.

Респонденти вважають, що економічна стратегія громади моє фокусувати на агропереробці, харчовій та легкій промисловості. Тобто пропонують для громади індустріальний профіль як такий, що може забезпечити робочі місця та максимальну віддачу від місцевих ресурсів.

Системних конфліктів із бізнесом у громаді немає, натомість сформовано сприятливий та доброзичливий клімат взаємоді між підприємцями та владою. Ключова ланка їхніх контактів зосереджена на рівні органів місцевого самоврядування, ЦНАПі, Податкової, а зв'язок з вищими державними інституціями обмежений.

Результати опитування показують помірний, скоріше позитивний бізнес-клімат у громаді (середній бал 3,6 за 5-бальною шкалою). Водночас отримані дані свідчать про суттєвий потенціал для його покращення.

Вивчення потреб бенефіціарів

Методологія

В рамках проєкту «Розробка стратегій розвитку Славутицької та Городнянської громад на засадах участі та з урахуванням політик ЄС», що впроваджується ГО «Сіверський інститут регіональних досліджень» за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного фонду «Відродження» в рамках спільної ініціативи «Вступаємо в ЄС разом» було проведено дослідження проблем, потреб та пропозицій низки груп бенефіціарів Городнянської міської територіальної громади. Об'єктами дослідження були обрані:

- представники молоді (віком від 14 до 35 років), які є членами молодіжної ради громади та активними мешканцями громади;
- представники місцевих організацій громадянського суспільства;
- жителі старшого віку (60+).

З урахуванням специфіки обраних об'єктів вивчення й мети дослідження було вирішено реалізувати якісну стратегію зазначеного дослідження з використанням методу фокус-груп. Фокус-група – це базовий груповий метод якісного аналізу соціальної інформації, який за допомогою спеціально організованої за дослідницьким планом групової дискусії дозволяє з'ясувати реально наявні особливості соціальної практики через актуалізацію особистого досвіду учасників дослідження. Інформація, що отримується за допомогою фокус-групи, – не сума індивідуальних думок, але продукт групової динаміки, за якої відповіді інформантів стимулюються присутністю інших учасників та аргументуються під час обговорення.

Крім того, колективне обговорення дозволяє всебічно розглянути різні аспекти предмета дослідження. Така дискусія особливо ефективна, коли необхідно зрозуміти, що насправді думають та відчувають люди, які опиняються в конкретних ситуаціях та діють певним чином. Завдяки цьому ефекту дослідження, проведені методом фокус-групи, вирізняються великим евристичним потенціалом, адже дозволяють глибоко дослідити проблему, проаналізувати широкий спектр думок та стереотипів, які не можуть бути виявлені більш формалізованими методами (наприклад, масовим опитуванням мешканців та мешканок), виявити реальні процеси та моделі взаємодії, які властиві діяльності кожного залученого до дослідження респондента.

У цьому дослідженні була застосована найбільш поширена форма міні-фокус-групи – інтерв'ю з гайдом (потреби, проблеми та пропозиції), у якому послідовно представлені вищеназвані теми, що потребують обговорення.

Рекрутування учасників фокус-групи проходило відповідно до мети й задач дослідження. Чисельність міні фокус-групи була визначена в п`ять – шість представників бенефіціарів. Така чисельність оптимальна – забезпечуючи достатній рівень групової динаміки вона водночас надає кожному учаснику достатньо часу для детального розкриття власного досвіду, висвітлення проблем та обговорення пропозицій без ризику втрати уваги чи емоційного виснаження. Такий формат дозволяє розібрати складні та чутливі питання, уникати формальних відповідей, створює комфортне та безпечне середовище. До того ж йшлося не про статистичну репрезентативність, а про типові моделі поведінки та думки. Залучений експерт був присутній як спостерігач.

Представники молоді

Усього в дослідженні взяли участь 5 иінформантів, всі вони побували на міні-фокус-групі. Серед учасників опитування – 2 жінки та 3 чоловіка.

Тривалість роботи міні-фокус-груп – 1 година. Атмосфера проведення зустрічі – спокійно-доброзичлива, творча. Відчувалося зацікавленість інформантів у спілкуванні та бажання ділитися своїми думками. Респонденти – особи у віці від 16 до 35 років. Опитування проводилось 23 вересня 2026 р. Результати проведення засідання фокус групи наведені у таблиці.

Таблиця. Форма щодо вивчення потреб молоді (бенефіціарів) Городнянської територіальної громади

Бенефіціари*	**Чисельність групи**	**Потреби**	**Проблеми****	**Пропозиції**
1	2	3	4	5
1.1. 2 жінки та 3 чоловіка 1.2. 1 особа у віці від 18 до 35 років 1.3. 4 особи у віці від 14 до 17 років (учні)	2.1. 5 осіб	3.1. Облаштовані місця для активного відпочинку молоді	4.1. Брак комфортних впорядкованих місць, де молодь могла б збиратися	5.1. Розширити діючий молодіжний простір у БК за рахунок облаштування нових функціональних приміщень (для настільних ігор, колективного перегляду фільмів на великому екрані та ін.)
				5.2. Здійснити ревіталізацію площі навпроти БК: фонтан, ландшафтний дизайн, сучасні ліхтарі з сонячними панелями, атомосферні урбаністичні елементи, wi-fi зони
				5.3. Здійснити реконструкцію скверу «Гартмати»: альтанка з розетками для зарядки гаджетів, зовнішнє освітлення, сучасні доріжки, ландшафтний дизайн, дитячий майданчик
				5.4. Створити та облаштувати літній центр відпочинку на воді
		3.2. Комунікація з молоддю інших громад	4.2. Молодь Городнянської громади переважно замкнена у власному колі, що обмежує її самореалізації та творчість	5.3. Організація та проведення взаємних візитів, тренінгів, спортивних змагань, інших активностей із молоддю інших громад

Представники місцевих організацій громадянського суспільства

Усього в дослідженні взяли участь 5 інформантів, всі вони побували на міні-фокус-групі. Серед учасників опитування – 2 жінок та 3 чоловіків.

Тривалість фокус-груп – 1 година. Атмосфера проведення фокус-групу – відкрита, доброзичлиау, часом – доволі емоційна. Відчувалося зацікавленість інформантів у спілкуванні та бажання ділитися своїми думками, висловлюватися прямо. Респонденти – особи у віці від 23 до 42 років. Опитування проводилось 23 вересня 2026 р. Результати проведення засідання фокус групи наведені у таблиці.

Таблиця. Форма щодо вивчення потреб представників місцевих організацій громадянського суспільства (бенефіціарів) Городнянської територіальної громади

Бенефіціари*	Чисельність групи	Потреби	Проблеми**	Пропозиції
1	2	3	4	5
1.2. 3 жінки та 2 чоловіка 1.2. 4 особи в віці від 18 до 35 років 1.3. 1 особа у віці від 36 до 45 років	2.1. 5 осіб	3.1. Платформа для комунікації місцевих ОГС	4.1. Брак комунікації між місцевиви ОГС, що призводить до розпорошення їхніх зусиль	5.1. Створення громадської ради чи ліги ОГС Городнянської громади, забезпечення умов для її роботи
		3.2. Впорядкування та інтенсифікація взаємодії ОГС та міської ради	4.2. Брак системної взаємодії ОГС громади та місцевої влади	5.2. Запровадження в міській раді посади службовця, відповідального за комунікацією з ОГС

Представники жителів старшого віку

Усього в дослідженні взяли участь інформантів, всі вони побували на міні-фокус-групі. Серед учасників опитування були 5 жінок.

Тривалість фокус-груп – 1 година. Атмосфера проведення фокус-груп – відкрита та доброзичлива. Відчувалося зацікавленість інформантів у спілкуванні та бажання ділитися своїми думками. Респонденти – особи у віці від 55 до 65 років. Опитування проводилось 23 вересня 2026 р. Результати проведення засідання фокус групи наведені у таблиці.

Таблиця. Форма щодо вивчення потреб представників жителів старшого віку (бенефіціарів) Городнянської територіальної громади

Бенефіціари*	Чисельність групи	Потреби	Проблеми**	Пропозиції
1	2	3	4	5
1.3. 5 жінок 1.2. 2 особи в віці від 55 до 60 років 1.3. 3 особи у віці 60+	2.1. 5 осіб	3.1. Безбар`єрність у соціальній, адміністративній сферах	4.1. Погіршення доступності отриммання адміністративних та соціальних послуг людьми похилого віку та з обмеженими можливостями через непристосованість відповідної інфраструктури	5.1. Встановити зручні пандуси та поручні у всіх місцях надання соціальних, адміністративних, комунальних послуг,
				5.2. Нанести тактильні елементи (лінії/плитка) та встановити таблички зі шріфтом Брайля в громадських місцях
				5.3. Забезпечити підйомниками багатоповерхові будинки, насамперед, громадського призначення (БК, сфера сервісу, адмінбудівлі) та (по можливості) житлові багатоповерхівки
		3.2. Краща логістична доступність до низки служб: газової, РЕМ, ветеринарної	4.2. Жителям громади, особливо з сіл, складно дістатися до потрібної служби в Городні	5.4. Запровадати службу соціального таксі
				5.5. Створити мережу громадських індивідуальних транспортних засобів за потребою (велосипедів…)