

актуальності має активні спалахи, формуючи життєво-необхідні цінності, установки, мотивацію та розуміння себе, щоб досягати гармонійного стану на постійній основі. Загалом ідентичність особистості включає в себе, перш за все, весь спектр особистісних характеристик, обумовлений безперервністю власного «Я», пов'язаний із самовизначенням, що розвивається впродовж усього життя та зазнає на деяких вікових етапах психологічних криз. Ідентичність формується також через самопізнання та рефлексію. Людина сприймає власні можливості, вади, досягнення та невдачі. Цей процес розвивається протягом усього життя, адаптуючись до нових викликів та досвідів.

Література:

1. Лісовий, О.В. Соціокультурна самоідентифікація особистості : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.04. Київ, 2012. 23 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-357-9-74>

ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ДЕТЕРМІНАНТИ РЕІНТЕГРАЦІЇ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ, ВЕТЕРАНІВ ТА ЧЛЕНІВ ЇХ СІМЕЙ: КЕЙС РЕАЛІЗАЦІЇ ТРЕНІНГОВОГО КУРСУ

Вербицька А. В.

*кандидат наук з державного управління, доцент,
завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Національний університет «Чернігівська політехніка»
м. Чернігів, Україна*

Соціальне підприємництво у країнах-членах Європейського Союзу розвивається у різних формах, маючи нормативне підґрунтя. Досвід країн-членів Європейського Союзу переконує у важливості розвитку екосистеми соціального підприємництва із залученням державних органів, громадського та бізнес секторів для отримання довгострокових та сталих результатів [1, с. 51].

Особливої важливості діяльність соціальних підприємств набувала в умовах початку війни на сході України як інструмент економічної інтеграція внутрішньо переміщених осіб та ветеранів АТО/ООС. В умовах повномасштабної війни та післявоєнної відбудови актуальність соціального підприємництва буде зростати.

Зміни у розвитку соціального підприємництва, що відбулись під впливом воєнного стану, свідчать про зростання кількості можливостей щодо підтримки у започаткуванні та розвитку соціальних підприємств через надання грантів. Ціннісний аспект змін у розвитку соціального підприємництва під впливом воєнного стану відбувся через активізацію залучення соціальних підприємців та їх команд до вирішення соціальних і гуманітарних проблем. Актуальною є психологічна підтримка команд соціальних підприємств: підвищена самоефективність, мотивація, психологічна відновлюваність, лідерство, комунікації дозволять ефективніше використовувати реінтеграційний потенціал соціального підприємництва [2].

Соціальне підприємництво є вектором вирішення актуальних соціальних викликів українського суспільства, які потребують швидкого та інноваційні рішення. Стратегія реінтеграції ветеранів має бути спрямована не тільки на окремих особистостей, а й на формуванні національної безпеки та розвиток місцевого потенціалу. Процесу реінтеграції ефективно може сприяти освітнє середовище. Важливу роль у процесі реінтеграції ветеранів мають відігравати ключові зацікавлені сторони: держава, громадський сектор, бізнес та освіта як інструмент для підвищення обізнаності про соціальне підприємництво, розвитку підприємливості та емоційного інтелекту, підвищення мотивації до створення соціальних підприємств вразливими верствами населення [3, с. 211].

Освітнє середовище, в якому створюються умови для успішного процесу реінтеграції ветеранів є сприятливим у формуванні професійних компетентностей ветеранів, завдяки яким вони будуть конкурентоспроможними на ринку праці [4].

Розглянемо кейс впровадження навчального тренінгового курсу з соціального підприємництва у рамках проєкту «Студії соціального підприємництва в громадах Чернігівщини, постраждалих від військової агресії РФ», реалізованого Агенцією регіонального розвитку Чернігівської області за сприяння Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) в Україні за фінансової підтримки Європейського Союзу, наданої в межах проєкту «EU4Recovery – Розширення можливостей громад в Україні». До участі у проєкті були відібрані по десять мешканців з семи громад Чернігівської області (Прилуцької, Ніжинської, Іванівської, Михайло-Коцюбинської, Ріпкинської, Городнянської та м. Чернігів), пріоритетне право участі надавалося внутрішньо-переміщеним особам, ветеранам та членам їх сімей.

У табл. 1 наведено характеристику учасників тренінгу «Як започаткувати соціальне підприємство» проєкту «Студії соціального підприємництва в громадах Чернігівщини, постраждалих від військової

агресії РФ» за результатами анкет зворотного зв'язку та реєстраційних форм, які заповнили 66 осіб. У тренінгу взяли участь 56 жінок та 10 чоловіків. Із загальної кількості учасників 22 особи мають досвід підприємницької діяльності; 21 особа – має досвід громадської діяльності.

Таблиця 1

**Характеристика учасників тренінг
«Як започаткувати соціальне підприємство»**

Назва громади	Загальна кількість учасників	Стать учасників		Вікова категорія учасників					Кількість ВПО від загальної кількості	Кількість людей з інвалідністю від загальної кількості	Кількість ветеранів та членів їх родин від загальної
		Жінки	Чоловіки	до 18	18-24	25-34	35-59	60+			
Городнянська	10	8	2	-	1	2	5	-	2	-	2
Ріпкинська	10	7	3	-	-	4	4	-	-	-	1
Прилуцька	10	10	-	-	-	-	10	-	4	-	2
Ніжинська	10	9	1	-	2	1	7	-	3	1	1
Іванівська	8	8	-	-	-	-	6	2	-	-	1
Михайло Коцюбинська	8	8	-	-	-	2	6	-	-	-	1
Чернігівська	10	6	4	-	2	3	5	-	4	-	2
Всього	66	56	10	-	5	12	43	2	13	1	10

Тренінг «Як започаткувати соціальне підприємство» мав на меті допомогти учасникам опанувати навички з пошуку ідеї соціального підприємництва, формулювання місії та візії соціального підприємства, визначення ресурсів та формування команди для започаткування соціального підприємства. Аналіз відповідей учасників демонструє, що суттєва більшість учасників оцінили тренінг за визначеними параметрами (відповідність змісту тренінгу заявленій тематиці; якість наданої інформації та знань; якість відпрацьованих практичних навичок; ступінь виправдання очікувань та досягнення цілей навчання; взаємодія

з іншими учасниками тренінгу; робота тренерів; загальний рівень організації тренінгу) за 5-бальною шкалою на «5–відмінно».

Аналіз відповідей учасників демонструє загалом високу якість тренінгу. Загалом більшість учасників констатували про вмотивованість та здатність до дій з метою позитивних соціальних змін після участі в тренінгу (близько 62% відповідей – «повністю погоджуюся» та 30% відповідей – «скоріше погоджуюсь», 2% – «скоріше не погоджуюся» та 6% учасників не змогли дати відповідь). Переважній більшості учасників вдалося встановити нові корисні знайомства та контакти завдяки участі в тренінгу (понад 60% відповідей – «повністю погоджуюся» та 37% відповідей – «скоріше погоджуюсь», 3% – «скоріше не погоджуюся»). Усі учасники мали можливість вільно висловлювати свою точку зору під час участі в тренінгу (95,5% відповідей – «повністю погоджуюся» та 4,5% відповідей – «скоріше погоджуюсь»). Переважна більшість учасників відмітили свій намір використовувати знання та навички, отримані під час тренінгу, у подальшій діяльності (83% відповідей – «повністю погоджуюся», 12% відповідей – «скоріше погоджуюсь», 5% учасників не змогли дати відповідь). Майже всі учасники відмітили про підвищення рівня отриманих знання з теми започаткування соціального підприємства завдяки тренінгу. (95,5% відповідей – «повністю погоджуюся», 1,5% відповідей – «скоріше погоджуюсь», 1,5% – «скоріше не погоджуюся» та 1,5% учасників не змогли дати відповідь).

Здійснено узагальнений аналіз зворотного зв'язку учасників на підставі аналізу відповідей на питання «Будь ласка, прокоментуйте, які фактори є сприятливими для заснування Вами соціального підприємства та які бар'єри/перешкоди для заснування. До вище згаданих факторів учасники віднесли такі: цільова аудиторія, команда, фінансові ресурси, особисті цілі та бажання, потреби громади, взаємодія з органами місцевої влади, досвід, натхнення, відсутність великої кількості малих та середніх підприємств у громаді, однодумці зі спільними цілями, державна підтримка, податкові пільги, бажання покращити життя громади та ін. Серед відповідей учасників на питання «Будь ласка, прокоментуйте, які бар'єри/перешкоди для заснування Вами соціального підприємства» найбільш поширеними є такі: відсутність фінансових ресурсів, недостатність підприємницького досвіду, недостатність знань, страх ризикувати, відсутність кваліфікованого персоналу, страх невдачі, непорозуміння між зацікавленими сторонами, брак часу та ін.

Література:

1. Dyvnych, H. Regulations on social entrepreneurship: European experience. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, 2022. (2), 47–52. DOI: <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2022-2-8>.

2. Нагорна Н.С. Особливості розвитку соціального підприємництва в умовах воєнного стану. *Психологічні студії*. 2023. № 2. С. 146–154.

3. Dyvnych H., Verbytska A. University strategy on social entrepreneurship development: the potential for veterans` reintegration. *Knowledge, Education, Law, Management*, 2023. (56), 208–213. DOI: <https://kelmczasopisma.com/en/viewpdf/10776>.

4. Коленіченко Т. І. Інституційні суб'єкти соціальної реінтеграції ветеранів в умовах війни: стейкхолдерський підхід. Стратегія сучасного розвитку України: синтез правових, освітніх та економічних механізмів : колективна монографія / за загальною редакцією професора Старченка Г. В. REICST. С. 269–282. DOI: <https://doi.org/10.54929/monograph-12-2022-06-03>.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-357-9-75>

РОЛЬ РИТОРИКИ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Волкова Г. В.

доктор філософії за спеціальністю культурологія,

викладач

КЗПСО Школа мистецтв № 3

м. Одеса, Україна

Антична грецька культура характеризується позачасовою актуальністю знання і суспільно-культурного піднесення. Антична епоха сформувала наукову базу для подальшого розвитку філософії, математики, астрономії тощо. Особливу цінність для давньогрецької культури становить риторика, яку ми можемо інтерпретувати, як мистецтво якісно і чітко доносити свої думки. «Головне завдання риторики з давніх часів полягало у вихованні гармонійної, інтелектуально і духовно розвиненої, соціально-активної особистості, яка володіє культурою мислення та мистецтвом слова, що слугує досягненню суспільно– корисних цілей» [1, с. 38]. П. Гіро визначає риторіку як «одну з античних галузей знання, яка найбільшою мірою достойна йменуватися наукою» [2, с. 436]. Тобто виділяючи ораторське