

Додаток 2

до рішення сесії

09 вересня 2021 р. № 4

**Про хід виконання Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ  
(Баштанської об'єднаної територіальної громади) на 2019–2026 роки  
за I півріччя 2021 року**

Стратегічні цілі	Операційні цілі	Відповідальні за виконання	Статус виконання	Показник ефективності
<b>Стратегічна ціль 1.</b> Підвищення довіри	<b>Оперативна ціль 1.1.</b> Покращення поінформованості громади про ініціативи, проекти та досягнення керівництва ОТГ (хочу знати, що робить та зробила влада)	Відділ з питань ЗМІ та зв'язків	<ul style="list-style-type: none"><li>Запроваджено публічне звітування керівництва Ради на вебсторінці, оперативно публікуються поточні новини про діяльність Голови громади (зустрічі, візити тощо); запроваджено єдиний формат публічних звітів керівництва громади та депутатів, що відбуваються не рідше одного разу на рік; звіти супроводжуються якісними фото та відеоматеріалами, інтерв'ю.</li><li>Підвищено рівень політичної культури депутатів та комунікацій-</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Середня кількість відвідувачів сайту громади:<ul style="list-style-type: none"><li>- за день понад 1 тис. осіб;</li><li>- тиждень – понад 6 тис. осіб;</li><li>- місяць – понад 10 тис. осіб.</li></ul></li><li>✓ Середня кількість підписантів Фейсбуксторінки громади:<ul style="list-style-type: none"><li>- за день – 5-15 осіб.</li></ul></li><li>✓ По мірі необхідності</li></ul>

<p>громади до влади ОТГ, підвищення рівня місцевого патріотизму та згуртованості громади навколо спільних інтересів та цілей розвитку</p>		<p>з громадськістю</p>	<p>ної культури.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Комунікаційні потоки у громаді оптимізовані та координуються з єдиного комунікаційного департаменту. Процедури щодо обміну інформацією та створення кінцевих інформаційних продуктів для різних аудиторій є узгодженими.</li> <li>• Проактивна та креативна комунікація забезпечує вчасне роз'яснення подій у громаді, прийнятих проєктів, обґрунтування запланованих або прийнятих рішень з максимальним охопленням у засобах масової інформації, інших засобах масової інформації та соціальних мережах. Особливу увагу приділяється роз'ясненню проєктів, які у разі прийняття впливають на спосіб життя значної частини населення громади.</li> <li>• Продовжуємо працювати над каналами та інструментами комунікації з цільовими аудиторіями: <ul style="list-style-type: none"> <li>- сайт;</li> <li>- соціальні мережі: Фейсбук, Інстаграм та Ютуб-канал;</li> </ul> </li> </ul>	<p>оновлюються Інформаційні стенди ✓ Щодня оновлюється інформація на сайті не менше 3 повідомлень,</p>
---	--	------------------------	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- месенджери: Телеграм, Вайбер;</li> <li>- інформаційні стенди;</li> <li>- вкладка «Баштанська міська територіальна громада» до районної газети «Голос Баштанщини».</li> <li>• Працюємо над підвищенням ефективності наявних каналів та інструментів комунікації: <ul style="list-style-type: none"> <li>- щодня здійснюється інформування громади про події, заходи через сайт та соціальні мережі та месенджери;</li> <li>- раз або два рази на місяць випускається вкладка;</li> <li>- постійно здійснюється оновлення стендів;</li> <li>- поширюються оголошення та важливі новини про громаду на інших, приватних сторінках і групах членів громади.</li> </ul> </li> </ul>	<p>У 2021 році створили месенджери у Вайбері та Телеграмі</p> <p>За півроку випущено 10 вкладок</p> <p>Стенд біля міської ради потребує заміни</p>
	<p><b>Оперативна ціль 1.2.</b> Покращення зворотного зв'язку від громади та механізмів діалогу громада-влада (моя думка важлива)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Для зворотнього зв'язку у громаді застосовуються: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>додатки на сайті</u>: петиція, звернення, опитування, консультації з громадськістю, зворотній зв'язок;</li> <li>- використовуються <u>гул-форми</u>);</li> </ul> </li> <li>• Організували опитування та обговорення на різних каналах комунікації.</li> <li>• Регулярно оприлюднювати звіти</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• За півроку не надійшло жодної петиції</li> <li>• Проведено два опитування, в яких взяли участь понад 2 тис. осіб</li> <li>• Надійшло сім звернень через форму Зворотній зв'язок</li> </ul>

			про результати опитувань, думки та позиції мешканців з різних питань, а також відповіді та коментарі керівництва ОТГ, зовнішніх експертів та ін.	
	<b>Оперативна ціль 1.3.</b> Роз'яснення викликів, які стоять перед ОТГ, та ролі кожного у розвитку громади (розумію, в чому проблеми, та що саме я можу зробити)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Впроваджується використання спрощені формати донесення складної інформації (інфографіка).</li> <li>• Через відсутність апаратури не запровадили спеціальний регулярний формат комунікацій для Голови (відео)</li> </ul>	✓ Підготовленої/розміщеної інфографіки 6 шт.
	<b>Операційна ціль 1.4.</b> Підвищення рівня залученості громади до реалізації Стратегічного плану Баштанської ОТГ на 2017–2025 роки		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводиться робота з популяризації логотипу громади.</li> <li>• Розповсюджуються рекламно-інформаційні матеріалів через постери (виготовлені на принтері) на інфостендах у громадських місцях, мережі Facebook – для використання у Facebook-групі Баштанської ОТГ</li> </ul>	✓
<b>Стратегічна ціль 2.</b> Підвищення обізнанос-	<b>Операційна ціль 2.1.</b> Збільшення частки Баштанської ОТГ у публікаці-	Відділ з питань ЗМІ та зв'язків з громадськістю	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Досягнення та офіційний сайт громади використовується у навчальних матеріалах на сайті Децентралізація та мобільному до-</li> </ul>	✓ У кожному номері вкладки публікуються сюжети про життя ОТГ

ті про Баштанську ОТГ як про найкращі практики децентралізації та об'єднання громад	ях/сюжетах національних та регіональних ЗМІ, присвячених цікавинкам та історіям з міст та сіл України	Відділ культури та туризму	датку Дія, розробленого Міністерством цифрової трансформації України. <ul style="list-style-type: none"> <li>Фестиваль байкарів «Чупакабра» заплановано на кінець серпня.</li> <li>Планується фестиваль «FEST VARENYK» на 28.08.2021</li> </ul>	✓ Кількість учасників фестивалів
<b>Стратегічна ціль 3.</b> Заохочення відповідальної (до громадського простору) та екологічно свідомої поведінки мешканців	<b>Операційна ціль 3.1.</b> Залучення мешканців до участі в екологічних та творчих акціях	КП «Добробут»  Відділ з питань ЗМІ та зв'язків з громадськістю	<ul style="list-style-type: none"> <li>Проводилися інформаційно-роз'яснювальні кампанії та екологічні акції з демонстрації правил сортування сміття</li> <li>Виготовлялися та розповсюджувалися постери про шкоду доквіллю від спалювання листя та сухої трави</li> </ul>	✓ В екологічних акціях взяли участь понад 1 тис. осіб ✓ Розроблено/випущено 30 шт. інформаційної продукції
<b>Стратегічна ціль 4.</b> Заохочення підприємницької ініціативи	<b>Операційна ціль 4.1.</b> Залучення мешканців до Інкубатора розвитку підприємства або «Бізнес-хабу»	Відділ з питань енергоефективності, муніципальних ініціатив та інвестицій	<ul style="list-style-type: none"> <li>Інформаційна кампанія для залучення молоді до Інкубатора підприємства або «Бізнес-хабу» не проводилася через відсутність Інкубатора</li> <li>Оновлено інвестиційний паспорт громади.</li> <li>Брали участь в інвестиційно-економічних національних заходах.</li> </ul>	
<b>Стратегічна</b>	<b>Операційна ціль</b>	Відділ з питань	<ul style="list-style-type: none"> <li>Розроблені макети міні-буклетів</li> </ul>	✓ Розроблено два

<p><b>ціль 5.</b> Покращення інвестиційної привабливості громади</p>	<p><b>5.1.</b> Розробка презентаційної продукції для потенційних інвесторів</p>	<p>енергоефективності, муніципальних ініціатив та інвестицій</p>	<p>тематичних коротких інформаційних довідок для потенційних інвесторів</p>	<p>презентації для потенційних інвесторів</p>
<p><b>Стратегічна ціль 6.</b> Формування туристично-привабливого образу громади</p>	<p><b>Операційна ціль 6.1.</b> Розробка туристичного бренду ОТГ</p>	<p>Відділ культури та туризму</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продовжують працювати над розробкою туристичного логотипу та інших візуальних атрибутів бренду.</li> <li>• Розроблено маркетинговий план для просування туристичної пропозиції Баштанської ТГ</li> </ul>	
	<p><b>Операційна ціль 6.2.</b> Розробка презентаційно-сувенірної продукції ОТГ</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• На офіційному сайті у розділі меню розміщено туристичні маршрути Баштанської ТГ.</li> <li>• Виготовлена частина сувенірної продукції громади.</li> </ul>	<p>✓ Розроблено сувенірну продукцію</p>

Начальниця відділу з питань засобів масової інформації

та зв'язків з громадськістю

Олена ВІНОГРАДОВА