

Додаток

до рішення міської ради

«26» травня 2023 р. № 1

**Про хід виконання Комунікаційної стратегії  
Баштанської міської територіальної громади на 2019–2026 роки  
за 2022 рік**

Стратегічні цілі	Операційні цілі	Відповіда- льні за ви- конання	Статус виконання	Показник ефективності
<b>Стратегічна ціль 1.</b> Підвищення довіри громади до влади ТГ, підвищення рівня місцевого патріотизму та згуртованості громади навколо спільних інтересів та цілей розвитку	<b>Оперативна ціль 1.1.</b> Покращення поінформованості громади про ініціативи, проекти та досягнення керівництва ТГ, <b>підвищення обізнаності громадян щодо процесів в громаді</b> (хочу знати, що робить та зробила влада)	Загальний відділ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Оперативно публікуються поточні новини громади (зустрічі, візити тощо)</li><li>• Комунікаційні потоки у громаді оптимізовані та координуються. Процедури щодо обміну інформацією та створення кінцевих інформаційних продуктів для різних аудиторій є узгодженими.</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>	✓ 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> ✓ Середня кількість підписантів Фейсбук-сторінки громади: <ul style="list-style-type: none"><li>- за день – 5-10 осіб.</li></ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- месенджери: Телеграм, Вайбер;</li> <li>- інформаційні стенди.</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>- 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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Щодня оновлюється інформація на сайті не менше 1-2 повідомлень,</li> <li>✓ По мірі необхідності оновлюються Інформаційні стенди</li> <li>✓ У 2022 році створили месенджери у Вайбері та Телеграмі</li> <li>✓ За рік випущено 2 вкладки</li> </ul>
	<p><b>Оперативна ціль 1.2.</b> Покращення зворотного зв'язку від громади та механізмів діалогу громада-влада; <b>забезпечення активної участі громадян у процесі прийняття рішень та налагодження зворотного зв'язку; посилення присутності співробітників ОМС на місцевому рівні (моя думка важлива)</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Для зворотнього зв'язку у громаді через війну не застосовувалися: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>додатки на сайті</u>: петиція, звернення, опитування, консультації з громадськістю, зворотній зв'язок.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• За рік не надійшло жодної петиції, не проведено жодного опитування</li> <li>• Звернень через форму Зворотній зв'язок не надходило</li> </ul>

	<p><b>Оперативна ціль 1.3.</b> Роз'яснення викликів, які стоять перед ТГ, та ролі кожного у розвитку громади, <b>оптимізація внутрішніх комунікацій та обміну інформацією всередині громади</b> (розумію, в чому проблеми, та що саме я можу зробити)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Впроваджували використання спрощених форматів донесення складної інформації (інфографіка).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Через відсутність апаратури не запровадили спеціальний регулярний формат комунікацій для Голови (відео)</li> </ul>
	<p><b>Операційна ціль 1.4.</b> Підвищення рівня залученості громади до реалізації Стратегічного плану Баштанської ТГ на 2017–2025 роки</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводилася робота з популяризації логотипу громади.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розповсюджували рекламно-інформаційні матеріали через постери (виготовлені на принтері) на інфостендах у громадських місцях, мережі Facebook, зокрема Facebook-групі «Баштанська міська рада»</li> </ul>
<p><b>Стратегічна ціль 2.</b> Підвищення обізнаності про Баштанську ТГ як про</p>	<p><b>Операційна ціль 2.1.</b> Збільшення частки Баштанської ТГ у публікаціях/сюжетах національних та регіональних ЗМІ, присвячених</p>	<p>Загальний відділ  Відділ розвитку культури та</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Фестиваль байкарів «Чупакабра» планувався на кінець серпня.</li> </ul>	<p>✓ Фестивалі не проводилися у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні</p>

найкращі практики децентралізації та об'єднання громад	цікавинкам та історіям з міст та сіл України; удосконалення співпраці влади, ОМС, депутатського корпусу з незалежними медіа і журналістами, у тому числі національними засобами масової інформації	туризму		
<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»  Загальний відділ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Інформаційно-роз'яснювальні кампанії та екологічні акції з демонстрації правил сортування сміття не проводилися</li> </ul>	
<b>Стратегічна ціль 4.</b> Заохочення підприємницької ініціативи	<b>Операційна ціль 4.1.</b> Залучення мешканців до Інкубатора розвитку підприємництва або «Бізнес-хабу»	Відділ розвитку економіки, інвестицій та торгівлі	<ul style="list-style-type: none"> <li>Інформаційна кампанія для залучення молоді до Інкубатора підприємництва або «Бізнес-хабу» не проводилася через відсутність Інкубатора</li> <li>Висвітлювали конкурсні можливості для представників бізнесу на сайті громади та мережі Facebook.</li> </ul>	
<b>Стратегічна ціль 5.</b> Покра-	<b>Операційна ціль 5.1.</b>	Відділ розвитку	<ul style="list-style-type: none"> <li>презентаційна продукція для по-</li> </ul>	

щення інвестиційної привабливості громади	Розробка презентаційної продукції для потенційних інвесторів	економіки, інвестицій та торгівлі	тенційних інвесторів не виготовлялася	
Стратегічна ціль 6. Формування туристично-привабливого образу громади	<b>Операційна ціль 6.1.</b> Розробка туристичного бренду ТГ	Відділ розвитку культури та туризму	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продовжують працювати над розробкою туристичного логотипу та інших візуальних атрибутів бренду.</li> <li>• Розробляється маркетинговий план для просування туристичної пропозиції Баштанської ТГ</li> </ul>	
	<b>Операційна ціль 6.2.</b> Розробка презентаційно-сувенірної продукції ТГ		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продовжують працювати над розробкою туристичних маршрутів Баштанської ТГ.</li> <li>• Сувенірна продукція громади не виготовлялася.</li> </ul>	Розроблено культурно-освітні маршрути: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Баштанка-Піски-Христофорівка;</li> <li>✓ м.Баштанка – с.Андріївка;</li> <li>✓ м.Баштанка-Шляхове-Плющівка.</li> </ul>

Начальник загального відділу

Любов ЗМІЄВСЬКА