

Додаток 1

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 2020 рік**

Стратегічні цілі	Операційні цілі	Відповідає за виконання	Статус виконання	Показник ефективності
Стратегічна ціль 1. Підвищення довіри громади	Оперативна ціль 1.1. Покращення поінформованості громади про ініціативи, проекти та досягнення керівництва ОТГ (хочу знати, що робить та зробила влада)	Відділ з питань ЗМІ та зв'язків з	<ul style="list-style-type: none">Визначено канали та інструменти комунікації з цільовими аудиторіями:<ul style="list-style-type: none">- сайт;- соціальні мережі: Фейсбук, Інстаграм та Ютуб-канал;- інформаційні стенди;- вкладка «Баштанська міська територіальна громада» до районної газети «Голос Баштанщини».Підвищення ефективності наявних каналів та інструментів комунікації<ul style="list-style-type: none">- щодня здійснюється інформування	<ul style="list-style-type: none">✓ Середня кількість відвідувачів сайту громади:<ul style="list-style-type: none">- за день понад 1 тис. осіб;- тиждень – понад 6 тис. осіб;- місяць – понад 10 тис. осіб.✓ Середня кількість підписантів Фейсбук-сторінки громади:<ul style="list-style-type: none">- за день – 5-15 осіб.✓ По мірі необхідності оновлюються Інформаційні стенди✓ Щодня оновлюється

до влади ОТГ, підвищення рівня місцевого патріотизму та згуртованості громади навколо спільних інтересів та цілей розвитку		громадськістю	громади про події, заходи через сайт та соціальні мережі та месенджери; - раз або два рази на місяць випускається вкладка; - по мірі необхідності здійснюється оновлення стендів; - поширюються оголошення та важливі новини про громаду на інших, приватних сторінках і групах членів громади.	інформація на сайті не менше 3 повідомлень ✓ За 2020 рік випущено 20 вкладок
	Оперативна ціль 1.2. Покращення зворотного зв'язку від громади та механізмів діалогу громада-влада (моя думка важлива)		<ul style="list-style-type: none"> • Для зворотнього зв'язку у громаді застосовуються: - <u>додатки на сайті</u>: петиція, звернення, опитування, консультації з громадськістю, зворотній зв'язок; - використовуються <u>гул-форми</u>; • Організували опитування та обговорення на різних каналах комунікації. • Регулярно оприлюднювати результати опитувань, думки та позиції мешканців з різних питань, а також відповіді та коментарі керівництва ОТГ, зовнішніх експертів та ін. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Надішло три петиції, одна набрала необхідну кількість голосів. ✓ Проведено два опитування. ✓ Через зворотній зв'язок надійшло 5 звернень
	Оперативна ціль 1.3. Роз'яснення викликів, які стоять перед ОТГ, та ролі кожного у розвитку		<ul style="list-style-type: none"> • Впроваджується використання спрощені формати донесення складної інформації (інфографіка). • Через відсутність апаратури не запровадили спеціальний 	✓ Підготовлено/розміщено п'ять екземплярів інфографіки

	<p>громади (розумію, в чому проблеми, та що саме я можу зробити)</p>		<p>регулярний формат комунікацій для Голови (радіо чи відео)</p>	
	<p>Операційна ціль 1.4. Підвищення рівня залученості громади до реалізації Стратегічного плану Баштанської ОТГ на 2017–2025 роки</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Завдяки співпраці з Кризовим медіа центром розроблено логотип громади. • Розповсюджуються рекламно-інформаційні матеріали через постери (виготовлені на принтері) на інфостендах у громадських місцях, мережі Facebook – для використання у Facebook-групі Баштанської ОТГ • Розроблено макет для вісника «Баштанська МТГ». 	
<p>Стратегічна ціль 2. Підвищення обізнаності про Баштанську ОТГ як про найкращі практики децентралізації та об'єднання громад</p>	<p>Операційна ціль 2.1. Збільшення частки Баштанської ОТГ у публікаціях/сюжетах національних та регіональних ЗМІ, присвячених цікавинкам та історіям з міст та сіл України</p>	<p>Відділ з питань ЗМІ та зв'язків з громадськістю Відділ культури та туризму</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Інтерв'ю з міським головою виходили на національних та регіональних ЗМІ. • Історії успіху громади друкувалися на сайті Децентралізація. • Проводився фестиваль байкарів, у якому брали участь учасники з різних областей України. 	<p>✓ П'ять інтерв'ю посадових осіб було опубліковано в місцевих та регіональних ЗМІ ✓ У кожному випуску вкладки публікувалися сюжети про життя ОТГ в ЗМІ ✓ Через карантин у 2020 році фестиваль не відбувся</p>
<p>Стратегічна</p>	<p>Операційна ціль</p>	<p>КП</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Проводилися інформаційно- 	<p>✓</p>

<p>ціль 3. Заохочення відповідальної (до громадського простору) та екологічно свідомої поведінки мешканців</p>	<p>3.1. Залучення мешканців до участі в екологічних та творчих акціях</p>	<p>«Добробут» Відділ з питань ЗМІ та зв'язків з громадськістю</p>	<p>роз'яснювальні кампанії та екологічні акції з демонстрації правил сортування сміття</p> <ul style="list-style-type: none"> • Виготовлялися та розповсюджувалися постери про шкоду довкіллю від стихійних сміттєзвалищ 	<p>Понад тисячу мешканців залучалися до участі в екологічних акціях ✓ Розроблено/випущено 100 екземплярів інформаційної продукції</p>
<p>Стратегічна ціль 4. Заохочення підприємницької ініціативи</p>	<p>Операційна ціль 4.1. Залучення мешканців до Інкубатора розвитку підприємництва або «Бізнес-хабу»</p>	<p>Відділ з питань енергоефективності, муніципальних ініціатив та інвестицій</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Інформаційна кампанія для залучення молоді до Інкубатора підприємництва або «Бізнес-хабу» не проводилася через відсутність Інкубатора • Розроблено інвестиційний паспорт громади. • Брала участь в інвестиційно-економічних національних заходах. 	<p>✓ Залучено близько 100 учасників в інвестиційно-економічних національних заходах</p>
<p>Стратегічна ціль 5. Покращення інвестиційної привабливості громади</p>	<p>Операційна ціль 5.1. Розробка презентаційної продукції для потенційних інвесторів</p>	<p>Відділ з питань енергоефективності, муніципальних ініціатив та інвестицій</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Розроблені макети міні-буклетів тематичних коротких інформаційних довідок для потенційних інвесторів 	<p>✓ Розроблено два екземпляри презентаційної продукції для потенційних інвесторів</p>
	<p>Операційна ціль 6.1.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Проведено маркетингову оцінку 	

Стратегічна ціль 6. Формування туристично- привабливого образу громади	Розробка туристичного бренду ОТГ	Відділ культури та туризму	ринку та визначено коло туристів, яких може зацікавити пропозиція Баштанської ТГ. <ul style="list-style-type: none"> • Працюють над розробкою логотипу та інших візуальних атрибутів бренду. • Розробляється маркетинговий план для просування туристичної пропозиції Баштанської ТГ 	
	Операційна ціль 6.2. Розробка презентаційно- сувенірної продукції ОТГ		<ul style="list-style-type: none"> • Розробляється відповідний туристичний розділ на сайті. • Розроблена частина сувенірної продукції громади. 	

Начальниця відділу з питань засобів масової інформації
та зв'язків з громадськістю

Олена ВІНОГРАДОВА