



БАШТАНСЬКА МІСЬКА РАДА  
БАШТАНСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ  
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

**Р І Ш Е Н Н Я**

від «» \_\_\_\_\_ 2021 року

Баштанка

№

Про попередній розгляд проекту рішення  
Баштанської міської ради «Про хід виконання  
Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ  
(Баштанської об'єднаної територіальної  
громади) на 2019–2026 роки за 2020 рік  
та I півріччя 2021 року»

На підставі пункту 22 частини 1 статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», заслухавши та обговоривши інформацію начальника відділу з питань засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю Олени ВІНОГРАДОВОЇ про хід виконання Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ (Баштанської об'єднаної територіальної громади) на 2019–2026 роки, затвердженої рішенням міської ради від 25 червня 2019 року №4, за 2020 рік та I півріччя 2021 року, виконавчий комітет міської ради

**ВИРІШИВ:**

Схвалити проект рішення Баштанської міської ради «Про хід виконання Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ (Баштанської об'єднаної територіальної громади) на 2019–2026 роки за 2020 рік та I півріччя 2021 року» та винести даний проект рішення на розгляд чергової сесії міської ради (проект рішення додається).

Міський голова

Олександр БЕРЕГОВИЙ



БАШТАНСЬКА МІСЬКА РАДА  
БАШТАНСЬКОГО РАЙОНУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Р І Ш Е Н Н Я**

від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_ XIV сесія восьмого скликання  
Баштанка

Про хід виконання Комунікаційної стратегії  
Баштанської ОТГ (Баштанської об'єднаної  
територіальної громади) на 2019–2026 роки  
за 2020 рік та I півріччя 2021 року

На підставі пункту 22 частини 1 статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», заслухавши та обговоривши інформацію начальника відділу з питань засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю Олени ВІНОГРАДОВОЇ про хід виконання Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ (Баштанської об'єднаної територіальної громади) на 2019–2026 роки, затвердженої рішенням міської ради від 25 червня 2019 року №4, за 2020 рік та I півріччя 2021 року, міська рада

**ВИРІШИЛА:**

1. Інформацію начальника відділу з питань засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю Олени ВІНОГРАДОВОЇ про хід виконання Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ (Баштанської об'єднаної територіальної громади) на 2019–2026 роки, затвердженої рішенням міської ради від 25 червня 2019 року №4, за 2020 рік та I півріччя 2021 року прийняти до відома (додаток 1, 2).

2. Доручити керівникам структурних підрозділів посилити контроль за виконанням плану заходів Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ на 2019–2026 роки.

3. Фінансовому відділу Баштанської міської ради при плануванні річних бюджетів передбачити кошти на реалізацію Комунікаційної стратегії.

Міський голова

Олександр БЕРЕГОВИЙ

Додаток 1

до рішення сесії

«»\_\_\_\_\_2021р. №

**Про хід виконання Комунікаційної стратегії Баштанської ОТГ  
(Баштанської об'єднаної територіальної громади) на 2019–2026 роки за 2020 рік**

<b>Стратегічні цілі</b>	<b>Операційні цілі</b>	<b>Відповідає за виконання</b>	<b>Статус виконання</b>	<b>Показник ефективності</b>
<b>Стратегічна ціль 1.</b> Підвищення довіри громади	<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 з	<ul style="list-style-type: none"><li>Визначено канали та інструменти комунікації з цільовими аудиторіями:<ul style="list-style-type: none"><li>- сайт;</li><li>- соціальні мережі: Фейсбук, Інстаграм та Ютуб-канал;</li><li>- інформаційні стенди;</li><li>- вкладка «Баштанська міська територіальна громада» до районної газети «Голос Баштанщини».</li></ul></li><li>Підвищення ефективності наявних каналів та інструментів комунікації<ul style="list-style-type: none"><li>- щодня здійснюється інформування</li></ul></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 Фейсбук-сторінки громади:<ul style="list-style-type: none"><li>- за день – 5-15 осіб.</li></ul></li><li>✓ По мірі необхідності оновлюються Інформаційні стенди</li><li>✓ Щодня оновлюється</li></ul>

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
	<b>Оперативна ціль 1.2.</b> Покращення зворотного зв'язку від громади та механізмів діалогу громада-влада (моя думка важлива)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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>;</li> <li>• Організували опитування та обговорення на різних каналах комунікації.</li> <li>• Регулярно оприлюднювати результати опитувань, думки та позиції мешканців з різних питань, а також відповіді та коментарі керівництва ОТГ, зовнішніх експертів та ін.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Надішло три петиції, одна набрала необхідну кількість голосів.</li> <li>✓ Проведено два опитування.</li> <li>✓ Через зворотній зв'язок надійшло 5 звернень</li> </ul>
	<b>Оперативна ціль 1.3.</b> Роз'яснення викликів, які стоять перед ОТГ, та ролі кожного у розвитку		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Впроваджується використання спрощені формати донесення складної інформації (інфографіка).</li> <li>• Через відсутність апаратури не запровадили спеціальний</li> </ul>	✓ 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><b>Операційна ціль 1.4.</b> Підвищення рівня залученості громади до реалізації Стратегічного плану Баштанської ОТГ на 2017–2025 роки</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Завдяки співпраці з Кризовим медіа центром розроблено логотип громади.</li> <li>• Розповсюджуються рекламно-інформаційні матеріали через постери (виготовлені на принтері) на інфостендах у громадських місцях, мережі Facebook – для використання у Facebook-групі Баштанської ОТГ</li> <li>• Розроблено макет для вісника «Баштанська МТГ».</li> </ul>	
<p><b>Стратегічна ціль 2.</b> Підвищення обізнаності про Баштанську ОТГ як про найкращі практики децентралізації та об'єднання громад</p>	<p><b>Операційна ціль 2.1.</b> 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"> <li>• Інтерв'ю з міським головою виходили на національних та регіональних ЗМІ.</li> <li>• Історії успіху громади друкувалися на сайті Децентралізація.</li> <li>• Проводився фестиваль байкарів, у якому брали участь учасники з різних областей України.</li> </ul>	<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><b>Стратегічна</b></p>	<p><b>Операційна ціль</b></p>	<p>КП</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводилися інформаційно-</li> </ul>	<p>✓</p>

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

<b>Стратегічна ціль 6.</b> 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"> <li>• Працюють над розробкою 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 ОТГ		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розробляється відповідний туристичний розділ на сайті.</li> <li>• Розроблена частина сувенірної продукції громади.</li> </ul>	

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

Олена ВІНОГРАДОВА

Додаток 2

до рішення сесії

«» \_\_\_\_\_ 2021р. №

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

<b>Стратегічні цілі</b>	<b>Операційні цілі</b>	<b>Відповідальні за виконання</b>	<b>Статус виконання</b>	<b>Показник ефективності</b>
<b>Стратегічна ціль 1. Підвищення довіри</b>	<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>• Організовували 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