

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням Курісовської
сільської ради
від 03 квітня 2024 року
№ 710-VIII



**Комунікаційна стратегія
Курісовської сільської
територіальної громади
на 2024-2028 роки**

**Курісове
2024**

ЗМІСТ

1. Звернення сільського голови до громади _____	3
2. ВСТУП _____	4
3. Термінологія _____	4
4. Користувачі та бенефіціари комунікаційної стратегії _____	5
5. Фундамент комунікаційної стратегії громади _____	5
6. Розділ 1. Загальні положення	
1.1. Місія та бачення Курісовської ТГ _____	6
1.2. Мета та завдання комунікаційної стратегії Курісовської ТГ _____	7
Розділ 2. Комунікаційна спроможність та позиціонування Курісовської громади.	
2.1. Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) _____	8
Розділ 3. Цільові аудиторії	
3.1. Визначення цільових аудиторій _____	11
3.2. Канали комунікації _____	12
Розділ 4. Визначення партнерських організацій _____	13
Розділ 5. Маседжі комунікаційної стратегії _____	14
Розділ 6. Очікувані результати _____	14
Розділ 7. Комунікації задля досягнення стратегічних цілей _____	15
Розділ 8. Комунікаційна спроможність об'єднаної громади _____	22
Розділ 9. Фінансове забезпечення виконання стратегії _____	22

Шановні жителі Курісовської громади!

Ми живемо в швидкісний інформаційний вік . Інформація у сучасному світі – це стратегічний ресурс, її спотворення або замовчування може призвести до непередбачуваних наслідків. І навпаки, вчасно отримана інформація, може сприяти розвитку та процвітанню як громади так держави в цілому.

Метою створення Комунікаційної стратегії та реалізації її заходів є краще порозуміння у громаді, залучення громадськості до прийняття важливих рішень, активізація молодіжного руху, співпраця бізнесу з громадою, залучення інвесторів та грантів на розвиток нашого краю.

Постійне та систематичне висвітлення усіх подій, які відбуваються у Курісовській територіальній громаді, відкритий бюджет, звітування голови громади та депутатського корпусу, дасть гарний результат – сформує відповідальність влади та розуміння прав і обов'язків жителями нашої громади.

Прозорість та відкритість влади є одним з надважливих завдань органу місцевого самоврядування та визначає необхідність розроблення Комунікаційної стратегії Курісовської сільської територіальної громади.

Щиро дякую всім, хто долучився до розроблення Комунікаційної стратегії, бажаю усім нам Перемоги , успіхів та процвітання нашої громади!

З повагою,

Курісовський сільський голова



Валентин ГРИГОРЖЕВСЬКИЙ

ВСТУП

Курісовська сільська територіальна громада Березівського району Одеської області, Код КАТОТТГ UA51020130000060117 (далі – ТГ) утворена 17.07.2020 року шляхом добровільного об'єднання територіальних громад Каїрської, Курісовської, Новомиколаївської та Сербківської сільських рад Лиманського району Одеської області.

Адміністративним центром громади є село Курісове.

Територія ОТГ – 258,2 кв. км.

Населення становить 7702 осіб.

Щільність населення 29,83 .

До складу ТГ входить 8 населених пунктів:

Населені пункти громади

№ п/п	Назва Населеного пункту	До складу якої сільської ради входив населений пункт до об'єднання	Статус населеного пункту після об'єднання	Чисельність населення станом на 01.01.2022 року	Відстань до адмін.центру громади
1	Курісове	Курісовська сільська рада	Центр громади	3674	-
2	Каїри	Каїрська сільська рада	У складі громади	680	3
3	Нове Селище	Каїрська сільська рада	У складі громади	77	12
4	Олександрівка	Новомиколаївська сільська рада	У складі громади	462	3
5	Новомиколаївка	Новомиколаївська сільська рада	У складі громади Центр Новомиколаївського старостинського округу	755	10
6	Капітанівка	Новомиколаївська сільська рада	У складі громади	100	6
7	Сербка	Сербківська сільська рада	У складі громади Центр Сербківського старостинського округу	1940	16
8	Вишневе	Сербківська сільська рада	У складі громади	14	23
	ВСЬОГО			7702	

В громаді створено Новомиколаївський та Сербківський старостинський округи.

ТЕРМІНОЛОГІЯ

- ОМС – органи місцевого самоврядування
- МСБ – малий та середній бізнес
- ОТГ – об'єднана територіальна громада
- ГО – громадські організації
- Комунікаційна стратегія – (далі – Стратегія) ефективний управлінський засіб розвитку та реалізації заходів необхідних для досягнення максимальної відкритості та прозорості влади
 - Канали комунікації – медійні та немедійні: власні, які є у розпорядженні територіальної громади, також усі засоби, які будуть використовуватись для поширення інформації та засоби масової інформації за допомогою яких і через які громада здійснює комунікаційну діяльність
 - Комунікаційна діяльність – комплекс заходів, що реалізуються виконавчим комітетом сільської ради, у частині організаційного, інформаційного, експертно-аналітичного і матеріально технічного забезпечення діяльності Курісовської сільської ради, депутатів в рамках їх взаємодії із цільовими аудиторіями
 - Цільова аудиторія – мешканці громади, органи влади, бізнес, громадські організації, тощо
 - Бенефіціари реалізації комунікаційної стратегії - мешканці громади
 - Комунікаційна спроможність – комплекс ресурсів (людських, технічних, фінансових), які забезпечують здатність сільської ради здійснювати комунікаційну діяльність
 - Позичування громади – комунікації, спрямовані на формування чіткого сприйняття в конкретних цільових аудиторіях – громади як місця для життя, роботи, інвестицій
 - Спікери – офіційні особи, які представляють сільську раду та регулярно взаємодіють з цільовими аудиторіями громади
 - Партнери – ГО, грантодавці, бізнес-структури, організації створені сприяти громаді та розвитку місцевого самоврядування
 - ЗМІ – засоби масової інформації
 - Візуальні засоби – фото, відеороліки, фільми, відео кліпи
 - Залучення – заохочення до співпраці та участі цільових аудиторій у розвитку громади через громадянську активність та самоорганізацію
 - Зворотній зв'язок – відгук, реакція, інформація, яку передають цільові аудиторії у відповідь на їхні повідомлення.

Користувачів комунікаційної стратегії можна умовно поділити на 3 групи осіб, залежно від ролей:

Стратегічний рівень - керівництво громади, яке відповідає за реалізацію Стратегії розвитку. Для них Комунікаційна стратегія – перш за все, один із інструментів для досягнення стратегічних цілей, зокрема, залучення інвестицій, створення нових робочих місць, активізація громадської ініціативи, тощо.

Виконавчий рівень - всі співробітники апарату виконкому сільської ради, які долучені до комунікацій та керівники структурних підрозділів та підприємств, які організують комунікацію з громадою через спеціальні заходи.

Для виконавців Комунікаційна стратегія потрібна, щоб підвищити ефективність процесів, систематизувати роботу та налагодити взаємодію з колегами задля виконання спільних цілей.

Громадський рівень - члени молодіжної ради та інші громадські активісти, які є рушієм позитивних змін у житті громади, небайдужі активні громадяни, які ініціюють спільні з владою проекти та жваво відгукуються на ініціативи влади з розвитку громади.

Для них Комунікаційна стратегія – це орієнтир щодо напрямів спільних проектів, помічник у діалозі з владою та у залученні інших громадян. Бенефіціарами реалізації комунікаційної стратегії є мешканці громади.

Комунікаційна стратегія відображає реальний стан речей у громаді та у середовищі, що її оточує, - у онлайн-просторі, у ЗМІ, у громадській думці, тощо. Основою Комунікаційної стратегії є Стратегічний план розвитку Курісовської сільської територіальної громади на 2022-2028 роки.

Комунікаційна стратегія є допоміжною для реалізації стратегічного плану та спирається на визначені в ній цілі та завдання

Розділ 1. Загальні положення

1.1. Місія та бачення Курісовської сільської ради - Курісовська сільська територіальна громада є самодостатньою, заможною громадою з якісними адміністративними, медичними, освітніми послугами, з розвиненою логістичною структурою, з інвестиційно привабливими населеними пунктами за рахунок високотехнологічного сільськогосподарського виробництва, відновлення природних джерел енергії, розвитку підприємств з використанням новітніх технологій на основі місцевих природних ресурсів, розвитку бізнесу, зеленого туризму, центр відпочинку та оздоровлення, комфортне, екологічно чисте місце, де працюють висококваліфіковані спеціалісти та проживають успішні, забезпечені, здорові, культурні люди зі сталими традиціями.

З метою підвищення ефективності діяльності Курісовської громади та покращення рівня поінформованості громадян, налагодження комунікації та обміну досвідом з розроблена Комунікаційна стратегія.

Комунікаційна стратегія розвитку Курісовської сільської територіальної громади – документ інформаційного планування, що визначається на певний період в залежності від стратегічних, оперативних цілей громади та сприяє ефективному

зв'язку з громадськістю, бізнесом, партнерами, інвесторами, керівництвом району, області, держави та політичними партіями та закордонними громадами. Комунікаційна стратегія спрямована на інформаційну підтримку та висвітлення впровадження Стратегії розвитку, яка передбачає покращення життя мешканців громади, поліпшення бізнес та інвестиційного клімату, туристичної і культурної привабливості, якості системи надання адміністративних та ринкових послуг.

Очікуваними результатами втілення Комунікаційної стратегії повинні стати:

- підвищення довіри населення;
- підвищення бізнесової та туристичної привабливості через поширення бренду;
- підвищення рівня комфортності проживання у громаді та покращення якості надання послуг.
- реалізація Комунікаційної стратегії передбачається в рамках стратегічного партнерства влади, громади, бізнесу, де кожен партнер зможе знайти своє місце та внести відповідний вклад у розвиток громади.

Дана Комунікаційна стратегія – це комплексна програма дій, яка спрямована на вибір пріоритетних інструментів комунікацій, їх оптимальне поєднання та посилення впливу на цільові аудиторії громади.

Стратегія формується на основі встановленої місії та розробленого Стратегічного плану розвитку Курісовської сільської територіальної громади на 2022-2028 роки.

Цим документом ми підтверджуємо свою відкритість, запрошуємо до діалогу та реалізації спільних проєктів, адже лише об'єднавши зусилля, ми допоможемо розвитку нашої громади задля свободи та процвітання майбутніх поколінь.

1.2. Мета Комунікаційної стратегії Курісовської сільської територіальної громади

Мета комунікаційної стратегії – налагодження системи скоординованого і дієвого використання комунікаційних можливостей сільської ради для підвищення рівня довіри громадськості до неї та сприйняття її як ефективного органу місцевого самоврядування.

Стратегія має сприяти реалізації рішень, цілей та бачень громади. Добре продумана та цілеспрямована комунікаційна політика допомагає наданню високоякісних послуг та забезпечує ефективне використання ресурсів.

Органи управління сільської ради, мешканці та підприємці повинні мати можливість вести діалог виходячи зі своїх цілей та цільових груп.

Стратегія приділяє значну увагу сучасній і зрозумілій комунікації з громадянами, громадськими об'єднаннями, шляхом своєчасного донесення важливої інформації комунікаційними каналами, які є в наявності Курісовської сільської ради та з якими вона співпрацює.

Ця Стратегія демонструє відкритість та неупередженість у прийнятті рішень.

У Стратегії також указуються цілі та меседжі, права та обов'язки. Стратегія має сприяти результативній роботі мешканців громади та досягненню ними цілей і завдань, що впроваджуються в рамках Стратегії розвитку.

1.3. Завдання Комунікаційної стратегії Курісовської територіальної громади.

Завданням Стратегії є:

- сприяння позитивному іміджу громади шляхом налагодження системних та скоординованих комунікацій;

- запровадження правил брендингу;

- розроблення кодексу етики працівника місцевого самоврядування;

- підвищення рівню довіри населення шляхом забезпечення зворотного зв'язку з жителями, а саме:

а) підзвітність громадськості усіх керівних органів громади та депутатського корпусу;

б) створення умов для участі мешканців у прийнятті рішень;

в) інформування жителів про процеси, які відбуваються у громаді у вигляді проведення зустрічей, особистих прийомів, перемовин, заходів спрямованих на розвиток активної молоді, тощо;

г) забезпечення обізнаності громадян про процеси, які відбуваються у громаді шляхом удосконалення внутрішньої та зовнішньої комунікації, інформування через комунікаційні канали та ЗМІ, надання доступу до публічної інформації про діяльність керівних органів депутатського корпусу.

Розділ 2. Комунікаційна спроможність та позиціонування Курісовської сільської територіальної громади.

Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) має на меті виявлення сильних та слабких сторін громади, позиціонування її як громади для життя, роботи, інвестицій та туризму та планування можливостей покращення комунікаційної складової роботи сільської ради.

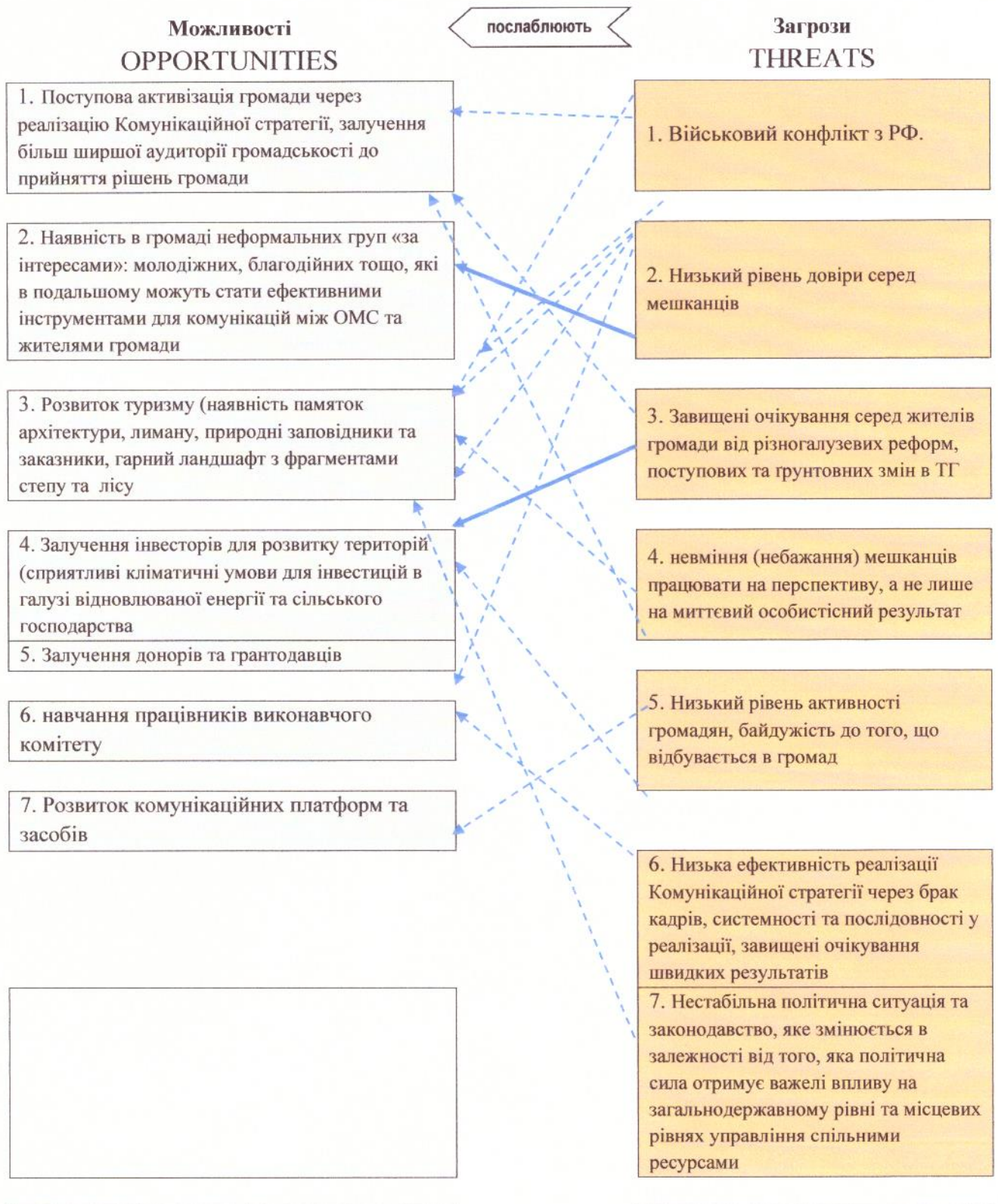
За результатами SWOT-аналізу працівники виконавчого комітету мають докласти зусиль до використання сильних сторін й посилення слабких з метою недопущення внутрішніх ризиків, що можуть призвести до невиконання Стратегії.

SWOT-АНАЛІЗ

Порівняльні переваги (наступальна стратегія)



Взаємозв'язки факторів SWOT



Розділ 3. Цільові аудиторії

Завдяки комунікаціями можливе залучення широкого кола громадян до пошуку прийнятних шляхів усунення проблем громади, забезпечення діалогу між громадськістю та владою.

Визначення цільових аудиторій комунікаційної діяльності громади дозволяє врахувати їхні потреби та обрати найбільш оптимальні канали комунікації наявні в громаді.

3.1. Визначення цільових аудиторій

Цільові аудиторії визначаються з огляду на визначені цілі та завдання Стратегії.

Згідно з розробленою Стратегією, цільовими групами для Курісовської сільської територіальної громади є: мешканці громади, органи влади, учнівська та студентська молодь, бізнес-структури (малий і середній бізнес), політики, громадські організації, гості, журналісти, партнери, туристи, усі ті, хто формує суспільну думку.

Цільові аудиторії можуть існувати, як сьогодні, так і в перспективі. Комунікативна діяльність громади спрямована на роботу саме з цими цільовими групами.

Курісовська сільська громада має має пріоритетні цілі щодо комунікацій:

1. Мешканці мають відчувати, що внутрішні комунікативні заходи сприяють здоровому робочому клімату та надають доступ до інформації необхідної для виконання своєї роботи.

2. Мешканці мають відчувати, що власна діяльність є частиною цілісного та всі види діяльності сприяють покращенню якості життя в громаді.

3. Мешканці мають відчувати свою долученість до розвитку громади через усвідомлення того, що їх думка та робота впливають на загальні цілі громади.

Забезпечено контроль громади над діяльністю влади.

Для реалізації Стратегії можуть використовуватися наступні види комунікації:

- власний бюлетень;
- офіційний сайт громади;
- листівки, оголошення;
- сторінки в соціальних мережах;
- ЗМІ ;
- Інтернет-медіа;
- робочі зустрічі;

- прийоми громадян;
- громадські слухання, збори, тощо;
- виставки, фестивалі, тощо.

Розділ 3.2. Канали комунікації

До каналів комунікації належать внутрішні медійні і немедійні канали, які є у розпорядженні курісовської сільської територіальної громади та зовнішні канали комунікації - ЗМІ, через які громада може розповсюджувати інформацію про свою роботу та досягнення.

Медійні канали, які є у наявності громади: - веб-сайт – містить базову інформацію про структуру сільської ради, діяльність сільської ради, тощо.

На офіційному сайті розміщується інформація про рішення сесій, оприлюднюються документи, які стосуються життя громади, мешканці мають можливість надавати електронні звернення та петиції, коментувати рішення та висувати свої пропозиції в онлайн режимі.

- сторінка в соціальній мережі Фейсбук – охоплює 2127 .

- немедійні канали - це зустрічі з представниками громадськості, громадські обговорення, розповсюдження листівок, агіток, екскурсії, концерти, масові свята, фестивалі, різні заходи, які сприяють покращенню іміджу громади.

- спільні заходи за участю громадськості, представників ГО, політичних партій, тощо.

- зустрічі з виборцями, прийом виборців, робота в округах.

Курісовська сільська територіальна громада ставить перед собою пріоритетні цілі щодо комунікації:

- цільові аудиторії мають відчутти, що громада створює комфортні та безпечні умови проживання, покращується якість та доступність освіти і надання первинної медичної допомоги;

- цільові аудиторії мають відчутти позитив та можливість діалогу з представниками влади.

Сільська рада та її виконавчий комітет мають запропонувати цільовим аудиторіям гарні приклади розвитку та досягнення громади, її перспективи розвитку та можливості для інвесторів.

Інформація, яка представляє особливий інтерес для громади та інших зацікавлених аудиторій розповсюджується через свою мережу комунікацій. інтернет ресурсах.

Особисті зустрічі дають можливість прямої співучасті та впливу, вони надають також можливість для діалогу та передбачають обопільний обмін інформацією та ідеями.

Інтернет та соціальні мережі є важливим каналом швидкого розповсюдження актуальної інформації до великої групи громадян. Інтернет може

використовуватися для інтерактивного спілкування, швидкої зворотної реакції та з'ясування позицій зацікавлених сторін.

ЗМІ відіграють важливу функцію, вони виступають джерелом розповсюдження інформації серед всіх вікових категорій громадян, формують імідж громади та висвітлюють процеси, які відбуваються в громаді.

Курісовська сільська територіальна громада інформує про свою діяльність та веде діалог з жителями на офіційному сайті ТГ, який працює з 2021 року, та сторінку у соціальній мережі Facebook (Курісовська сільська рада), яка є популярною серед відвідувачів.

Усі ці зовнішні комунікації є надійними, мають певне документальне підтвердження.

Розділ 4. Визначення партнерських організацій

Курісовська територіальна громада встановлює партнерські зв'язки з іншими інституціями, організаціями громадянського суспільства, малим та середнім бізнесом, органами влади та місцевого самоврядування.

Наразі Курісовською сільською радою Березівського району Одеської області укладено меморандуми про співпрацю з Доброславською селищною територіальною громадою Одеського району Одеської області, Березівською міською територіальною громадою Березівського району Одеської області, ГО «Вікторія» Тилигульським аграрним фаховим коледжем, ГО «ВETERАНИ АТО ЛИМАНЩИНИ» БФ «Європейська фундація для України», ГО «Тракія» БФ «Місце зустрічі», Громадським рухом «Віра, Надія, Любов».

Розділ 5. Меседжі комунікаційної стратегії

Меседжі (ключові повідомлення) висловлюють основну думку, яку намагаються донести служби Курісовської громади у спілкуванні зі своїми аудиторіями.

Меседжі ґрунтуються на місії Курісовської територіальної громади і відображають очікування аудиторій.

Подальша комунікаційна діяльність Курісовської громади має будуватися навколо цього переліку ключових повідомлень, які здатні покращити її імідж, сприяти позитивному ставленню громадян та зростанню рівня довіри до неї.

1. Добре поінформовані, підготовлені та мотивовані мешканці відчувають свою співучасть та відповідальність. Внутрішня комунікація має дати мешканцям розуміння актуальних пріоритетів та цілей заходів, а також розуміння яким чином цілі та рішення впливають на самих мешканців.

2. Повідомлення про рішення та запроваджені зміни мають надходити з урахуванням потреб та передумов адресата та давати відповідь на питання: що, чому та які наслідки. Необхідне чітке пояснення того, що передбачає певне рішення та як воно впливає на роботу та життя мешканців.

3. Новини та зміни мають спочатку повідомлятися внутрішніми каналами перед тим як виноситися назовні.

Таким чином ми даємо всім учасникам Стратегії можливість надати зацікавленим сторонам коректну інформацію. Ставлення сільської ради до мешканців повинно показувати їм щоденну роботу, яка відбувається у громаді та відображати культуру організації. Це має також віддзеркалюватися у формі ведення комунікацій.

Своїм ставленням до жителів ми сповіщаємо про свою надійність та беремо відповідальність за свої вчинки. Ми доступні завдяки своїй відвертості, відкритості, чуйності та ввічливості. Ми активні та сучасні, наші дії динамічні, що відповідають довгостроковому баченню розвитку нашої громади.

Розділ 6. Очікувані результати

6.1. Механізми посилення комунікаційної спроможності.

Належне виконання цієї Стратегії передбачає істотне посилення інституційної спроможності громади у здійсненні комунікаційної діяльності, що охоплює такі компоненти;

- Запровадження системних зв'язків з громадськістю, до цього процесу потрібно залучати депутатів, старост;
- Проведення роз'яснювальної роботи серед населення стосовно структури та діяльності сільської ради;
- Проведення просвітницьких заходів з громадськістю (семінари, тренінги та тематичні кампанії).

6.2. Розробка бренду та використання правил брендингу.

Реалізація сучасної Стратегії вимагає наявності бренду громади та використання його усіма представниками громади. Впровадження правил брендингу вимагатиме створення брендбуку і запровадження візуальних елементів бренду на каналах комунікації громади: офіційному веб-сайті, сторінках у соцмережах, бланках, візитках, розсилках, банерах, бюлетенях, тощо.

Через комунікації ми підтримуватимемо бренд Курісовської громади. Бренд – це відображення діяльності громади у свідомості зацікавлених сторін.

Всі члени громади беруть участь у формуванні іміджу громади. Чим більше однастайними ми будемо у комунікаційних питаннях, тим чіткіше буде наш образ в очах споживача, інвестора та більш міцнішою бренд громади.

Своїм брендом ми хочемо донести про свою надійність та сприяти формуванню образу відповідальної, відкритої та динамічної громади.

6.3. Просвітницька та заохочувальна робота з депутатським корпусом та старостами

Для підвищення іміджу керівництва громади та посилення довіри серед населення до роботи органу місцевого самоврядування необхідно проводити

просвітницьку та роз'яснювальну роботу із депутатським корпусом та старостами округів. Курісовською сільською радою прийнято Кодекс етики депутата, працівників органу місцевого самоврядування, дотримання яких є важливим фактором, що впливатиме на покращення іміджу громади.

Під час просвітницьких заходів та особистого спілкування з депутатами та співробітниками сільської ради має проводитись роз'яснювальна робота щодо способів здійснення комунікації зі засобами масової інформації та громадськістю від імені громади.

Має бути підготовлений пакет з інструкціями та рекомендаціями щодо здійснення комунікації та звітування.

Розділ 7. Комунікації задля досягнення стратегічних цілей

7.1. Комунікації задля досягнення стратегічних цілей громади

Ключові сфери розвитку Курісовської громади, відповідно до Стратегічного плану розвитку Курісовської сільської територіальної громади на 20022-2027 роки:

- Розвиток місцевої економіки,
- Підтримка громадянського суспільства
- розвиток інфраструктури.
- надання якісних публічних послуг.

Оскільки за основу для розробки комунікаційної стратегії був взятий Стратегічний план розвитку Курісовської сільської територіальної громади на 20022-2027 роки, то усі рекомендовані нижче комунікаційні підходи мають працювати саме на реалізацію цього Плану.

Отже, комунікації розглядаються не окремо від загальної Стратегії розвитку, а як невід'ємна частина та запорука її реалізації.

Напрямок 1. Комунікації для активізації підприємництва:

Роль комунікацій у заохоченні підприємницької активності є більш ніж важливою. У багатьох випадках бар'єрами для старту власного малого бізнесу є не стільки фінансова неспроможність особи, скільки комунікаційні фактори, а саме – обізнаність, ставлення та поведінка.

Таким чином маємо проблему - відсутність базової фінансової та правової грамотності щодо малого підприємництва, які необхідні для старту та ведення бізнесу .

Шляхом вирішення цієї проблеми через комунікацію є спеціальні освітні заходи з мешканцями щодо юридичних та фінансових аспектів започаткування та розвитку малого підприємництва, ознайомлення активного населення з наявними грантовими програмами щодо розвитку підприємництва, навчання плануванню власного бізнесу.

Ще однією проблемою для розвитку малого підприємництва є низька мотивація через популярні стереотипи щодо складності/ неможливості чесного

ведення бізнесу з огляду на корупцію чи інші зловживання правоохоронних органів
Шлях вирішення цієї проблеми теж лежить через комунікацію, а саме:

- Демонстрація максимально прозорої та чесної взаємодії з місцевою владою, податковою та правоохоронними органами шляхом проведення відкритих зустрічей активних мешканців громади, особливо молоді з представниками правоохоронних органів, податкової служби, органів захисту прав споживачів та місцевого самоврядування. Антикорупційні комунікації.

Проблемо розвитку підприємництва в малих громадах є і низька мотивація через загальний песимізм щодо перспектив розвитку громади – недовіру до влади загалом. Вирішення цієї проблеми також лежить через комунікацію:

- Послідовна та збалансована комунікація «маленьких успіхів» та наявних викликів та проблем.

- Демонстрація успішного досвіду підприємництва у власній та інших громадах.

- Послідовна підтримка та заохочення будь яких, навіть мінімальних, проявів громадської активності з боку органу місцевого самоврядування та доведення інформації про такі заходи до якомога більшої кількості жителів громади.

- Запровадження механізму консультаційної підтримки від більш досвідчених підприємців, місцевої влади та зовнішніх консультантів.

Комунікаційна стратегія у цьому питанні має розпочинатися з підвищення обізнаності та поступово впливати та ставлення і поведінку. При цьому успіх залежатиме від системного та комплексного підходу.

Аграрний сектор Курісовської сільської територіальної громади має потенціал до розвитку саме при правильному використанні комунікацій та налагодженні діалогу між аграріями, дрібними фермерами, виробниками харчових продуктів та місцевим самоврядуванням. Завдяки цьому можна отримати наступні якісні результати співпраці:

- створення виробничих кооперативів з метою отримання від бізнеспартнерів (посередників у торгівлі, одержувачів продукції) вищих цін завдяки збільшенню масштабів виробництва

- налагодження вирощування та виробництва популярних екологічно чистих продуктів, які користуються попитом у Європі та мають вищу собівартість, ніж продукти масового виробництва, вирощені з використанням широкого спектру добрив.

- залучення експертів та вивчення можливостей використання відновлювальних джерел енергії на базі відходів сільськогосподарської діяльності

Інструменти комунікації для підтримки розвитку сільських територій: Консалтинг та інформаційний супровід починаючих фермерських господарств, організація навчань, семінарів, обмінів досвідом тощо.

Додаткові можливості: Організація зеленого (сільського) туризму у поєднанні з веденням домашнього господарства, виробництва рослинної та тваринної продукції.

Напрямок 2. Ефективні комунікації = Активна громада.

Важливим інструментом для інформування жителів про плани та проекти, які має на меті втілити керівництво громади є офіційний веб-сайт та сторінка сільської ради у мережі Facebook.

Окрім систематичного інформування, жителям важливо брати активну участь в тих чи інших процесах, що відбуваються у громаді. До завдань місцевої влади у цій сфері належить налагодження комунікації з внутрішніми суспільними партнерами, напрацювання ефективної моделі співпраці з громадськими організаціями та об'єднаннями, підготовка спільних заходів, проектів, цільових стратегічних планів. Важливим є і постійний пошук, комунікація та співпраця з зовнішніми партнерами: органами самоврядування, установами, організаціями. Для надання більших можливостей громадянам приймати активну участь у житті громади на сайті запроваджено наступні електронні інструменти:

- Електронні петиції.
- Громадський бюджет.

Напрямок 3. Комунікації для покращення якості послуг.

Публічні послуги та інфраструктура сфери освіти, культури, соціального захисту та охорони здоров'я – на сьогоднішній день являють собою сукупність як широко відомих публічних послуг, так і таких, які не відомі або ж не користуються попитом у суспільстві.

Інвентаризація даних послуг, їх систематичний перегляд та вдосконалення – на це націлені комунікативні технології сьогодення.

Для покращення надання послуг в Курісовській сільській територіальній громаді створено Центр надання адміністративних послуг.

Інструментами для оцінки якості наданих послуг, попиту на них серед жителів громади є опитування громадської думки, які проводяться як онлайн, так і шляхом опитування під час візитів громадян до сільської ради.

Комунікаційні важелі є також дуже важливими при втіленні реформ освіти та соціальної сфери. Слід поширювати серед мешканців та самих працівників цих сфер переконання, що у новій громаді всі ми є господарями, і кошти на формування галузевих послуг для жителів громади слід витратити продумано і з максимальним ефектом.

7.2. Стратегічні цілі та заходи розвитку зв'язків з громадськістю

Стратегічна ціль 1.

Підвищення довіри громади до органів державної влади, керівництва громади, підвищення рівня патріотизму та згуртованості громади навколо

спільних інтересів та цілей розвитку громади, підтримка волонтерського руху в громаді.

Оперативна ціль 1.1. Покращення поінформованості громади про ініціативи, проекти та досягнення сільської ради, виконавчого комітету, структурних підрозділів, громадських організацій.

Заходи

1.1.1. Узгодження каналів та інструментів комунікації з цільовими аудиторіями. Перед кожним повідомленням потрібно:

- Визначити, для кого саме воно (цільова аудиторія) і що саме ми від них хочемо (очікуваний результат);

- Вибрати, де і коли краще цим людям його донести (оптимальний канал та інструмент комунікації);

- Розробити такий текст та/або графічний чи відеоматеріал, щоб він якнайкраще відповідав запиту цих людей та цього формату.

1.1.2. Підвищення ефективності наявних каналів та інструментів комунікації

Для покращення ефективності новин для сайту та/ або фейсбук-сторінки громади необхідно:

- Щоденно інформувати про життя громади (а не лише заходи за участі керівництва), завантажувати на сторінки та сайт статті, оголошення, новини, фото та відео-сюжети про громаду;

- Слід тримати в фокусі уваги цільову аудиторію, для якої пишеться текст, і планувати наперед, якою є мета кожного інформаційного повідомлення;

Оперативна ціль 1.2. Покращення зворотного зв'язку від громади та механізмів діалогу громада-влада (моя думка важлива)

Заходи

1.2.1. Організовувати опитування та обговорення на різних каналах комунікації. На фейсбук-сторінці громади регулярно проводити опитування, голосування та просто ініціювати обговорення важливих для громади питань. Для деяких опитувань/голосувань доцільно періодично стимулювати участь, наприклад, розіграшем квитків на культурні заходи, давати нематеріальні відзнаки. + закликати мешканців ділитися своїми думками та пропозиціями.

1.2.2. Регулярно оприлюднювати результати опитувань, думки та позиції мешканців з різних питань, а також відповіді та коментарі керівництва громади, зовнішніх експертів та ін. Запровадити спеціальні регулярні рубрики з відповідями на питання та зауваження громадян (на сайті, сторінці в фб), регулярні експрес-опитування – заклики.

Оперативна ціль 1.3. Роз'яснення викликів, які стоять перед громадою

Заходи

1.3.1. Використовувати спрощені формати донесення складної інформації - максимально використовувати наочні способи донесення складної інформації, зокрема, бюджетної, через інфографіку, формат «10 питань про...», тощо. - Використовувати у текстах зрозумілі заголовки-звернення по типу «Дізнайтеся, чому громада має скоротити витрати на ...» або «Хочете розібратися у бюджеті...?»

1.3.2. Запровадити спеціальний регулярний відеоформат комунікацій для Голови – публікації відеозвернень голови.

Кожне відеозвернення можна починати з «Ви питали, чому...»

Операційна ціль 1.4. Підвищення рівня залученості громади до реалізації Стратегії розвитку Курісовської сільської територіальної громади Березівського району одеської області на 2022 – 2027 роки. Кампанія має переслідувати наступні цілі та мати наступні три етапи:

- Зацікавити мешканців громади, а саме створити привабливий образ майбутньої громади для мешканців - «намалювати» майбутнє.

- Заохотити повірити в результати запровадження системних, послідовних дій та про прогрес у досягненні цілей. Це надасть аргументи на користь практичності та реалістичності Стратегії.

- Залучити мешканців громади до реалізації Стратегії через спільні ініціативи та проекти, дати людям «відчутти» на собі спільні інтереси та цілі громади та усвідомити свою роль та свій внесок. Реалізація цієї кампанії має охопити максимум цільової аудиторії та доступною мовою пояснити людям перспективи розвитку громади та переваги їхньої персональної залученості. Під загальною парасолькою кампанії (єдині гасла, стилістика і т.д.) мають бути проведені додаткові спеціальні комунікаційні заходи для конкретних цільових аудиторій.

Стратегічна ціль 2. Підвищення обізнаності про Курісовську територіальну громаду як про найкращі практики децентралізації та об'єднання громад.

Операційна ціль 2.1. Збільшення частки Курісовської громади у публікаціях/сюжетах національних та регіональних ЗМІ, присвячених цікавинкам та історіям. Через активну участь у проектах міжнародної співпраці, конференціях та інших заходах запровадити зовнішню промоцію. До громади має бути прикута увага різних зовнішніх аудиторій (напр., ЗМІ), тому рекомендовано використати цей потенціал наступним чином.

Заходи:

- Регулярно (раз на 1-2 місяці) Голові виходити з інтерв'ю/ колонкою/ сюжетом на національних та регіональних (не тільки обласних) ЗМІ - Сформувати

2-3 привабливі програми-маршрути для журналістів, під час яких вони могли б провести інтерв'ю зі старожилами, цікавою творчою молоддю, тощо.

- Розробити креативну ідею власного, унікального для України, формату заходу чи рекорду, який би став інформприводом для національних ЗМІ.

Стратегічна ціль 3. Заохочення відповідальної (до громадського простору) та екологічно свідомої поведінки мешканців.

Операційна ціль 3.1. Залучення мешканців до участі в екологічних та творчих акціях. Існують механізми додаткового заохочення населення до екологічно свідомої поведінки, серед яких актуальними для Курісовської громади можуть стати наступні заходи:

3.1.1. Запровадити екологічні акції з демонстрації правил сортування сміття У формі Масового заходу на центральних площах чи у зелених зонах (парк), із програмою для дітей, інтерактивними вікторинами, конкурсами, тощо. У формі менших мобільних заходів – наприклад, мобільна група активістів з відповідними реквізитами та демонстраційним матеріалом відвідує школи, дитсадки, влаштовує вуличні акції в різних населених пунктах і т.п. Наочна демонстрація шкоди довкіллю від стихійних сміттєзвалищ у вигляді стендів.

Цільові аудиторії:

Первинна - діти шкільного віку (батьки й інші члени родини), вчителі, викладачі, тренери спортивних секцій, активна молод.

Вторинна – усі мешканці громади.

Канали комунікації - фейсбук, сайт, Інформаційні стенди/дошки (розміщення там кольорових постерів А3) , через громадські заклади (школи, ФАПи, дитсадки, тощо).

Інструменти комунікації/спецпроекти - толоки за участі лідерів думки, відомих громадян, конкурси, квести та ін. розважальні заходи для додаткового заохочення участі молоді та сімейної аудиторії

Стратегічна ціль 4. Заохочення підприємницької ініціативи

Операційна ціль 4.1. Залучення мешканців до розвитку підприємництва

4.1.1. Провести інформаційну кампанію для залучення молоді до підприємництва.

Цільові аудиторії:

Первинна – активна молодь.

Ключові повідомлення:

- Курісовська громада – ти можеш працювати та жити тут!

-Громада прагне стати комфортною для молодих сімей: дізнайся, які переваги, інше...

Канали комунікації - фейсбук, сайт, шкільний парламент, молодіжні організації як лідери думки, інші...

Інструменти комунікації - задля заохочення підприємницької ініціативи серед молоді та працездатного населення середнього віку необхідно реалізувати комплексну кампанію:

- Відкриття громадського простору - «бізнес-хабу». Програма заходів «бізнес-хабу» - безкоштовні онлайн-курси, гостьові мотиваційні лекції/семінари, перегляд та обговорення тематичних фільмів, презентації та обговорення бізнес-кейсів, мозкові штурми творчих ідей, тощо. Активним «резидентам» хабу видається сертифікат, підписаний Головою громади та партнерами проекту (напр., одна з бізнес-школ та місцевий бізнес).

- Додаткові стимули для «резидентів» бізнес-хабу – програми стажувань у стартапах та ін.бізнесах, участь у хакатонах та ін.,

- Інформаційна кампанія - постери у школах (для учнів старших класів та їхніх батьків) з мотиваційним закликом планувати/ стартувати бізнес у громаді та контактами бізнес-хабу, кампанія на сторінці фейсбук: серія постів про малий бізнес, українські стартапи, мотиваційні цитати, рекомендації щодо перших кроків і т.д.

Стратегічна ціль 5. Покращення інвестиційної привабливості громади

Операційна ціль 5.1. Розробка презентаційної продукції для потенційних інвесторів. Необхідно створити путівник інвестора на сайті громади. У цілому, цей продукт має відповідати стандартам якості, містити англomовні варіанти інвестиційних пропозицій, інтерактивні інструменти.

Заходи 5.1.1. Доцільним було б підготувати більш адресні та тематичні короткі інформаційні довідки для потенційних інвесторів у конкретну галузь у форматі міні-буклету. Такий тематичний буклет повинен зацікавити потенційного інвестора інвестиційною привабливістю конкретної галузі, яка співпадає зі сферою його комерційних інтересів та діяльності.

Цільові аудиторії:

Первинна – потенційні інвестори у галузі АПК, ефективної енергетики, туризму, тощо.

Вторинна – міжнародні організації-партнери, посольства, «велика четвірка» та ін. консультанти, представники великого та середнього українського бізнесу, центральна влада.

Ключові повідомлення: - Курісовська ТГ - перспективна громада з баченням та стратегією розвитку, стабільна та прогнозована завдяки відкритості місцевої влади(+ низька конкуренція, привабливість інвестпропозицій тощо).

Канали комунікації - сайт, фейсбук, стислий презентаційний буклет про громаду та її інвестиційну привабливість.

Інструменти комунікації - розповсюдження інформації через спеціальні сайти, брошури, тощо (у галузі АПК, ефективної енергетики, туризму, тощо)

Розділ 8.

8.1. Очікувані результати.

Стратегія визначає організаційно-методологічні засади діяльності Курісовської територіальної громади, очікувані результати від її здійснення протягом 2024-2028 років та механізми посилення комунікаційної спроможності громади.

8.1.1. Загальні очікувані результати:

- підвищити рівень довіри населення до державної влади та керівництва громади;

- підвищити відсоток громадян, які вважають діяльність сільської ради ефективною.

- у засобах масової інформації переважають повідомлення, присвячені фаховому обговоренню діяльності Курісовської громади, а не вчинків окремих депутатів, скандальної інформації тощо.

- створення позитивного іміджу громади шляхом налагодження системних та скоординованих комунікацій, запровадження правил брендингу, розроблення кодексу етики працівника місцевого самоврядування

- підвищення рівня довіри населення шляхом забезпечення зворотного зв'язку з жителями громади, а саме: підзвітності громадськості усіх керівних органів громади, депутатського корпусу, створення умов для участі мешканців у прийнятті рішень, інформування людей про процеси, які відбуваються у громаді, через проведення зустрічей, особистих прийомів, перемовин, заходів спрямованих на розвиток активної молоді тощо.

- забезпечення обізнаності громадян про процеси, які відбуваються у громаді шляхом удосконалення внутрішньої та зовнішньої комунікації, інформування через комунікаційні канали та ЗМІ, надання доступу до публічної інформації про діяльність керівних органів громади та депутатського корпусу.

8.2. Очікувані результати за завданнями:

- виявлені очікування пересічних громадян щодо висвітлення діяльності сільської ради, виконавчого комітету та депутатського корпусу були враховані у даній Стратегії, в тому числі при формулюванні меседжів (ключових повідомлень), визначенні каналів комунікацій, посиленні спроможності до виконання та прогнозуванні очікуваних результатів.

- забезпечено участь громадськості у процесі прийняття рішень

- покращено імідж працівників органів місцевого самоврядування та громади

- здійснюється постійне публічне звітування голови громади та депутатів сільської ради на офіційному сайті, у соцмережах, , зустрічі з виборцями

Розділ 9. Фінансове забезпечення.

Виконання стратегії забезпечуватиметься за рахунок і в межах бюджетних призначень.

Для виконання окремих заходів стратегії може бути залучено фінансову та технічну підтримку донорських організацій, фондів, неурядових організацій тощо.

Секретар сільської ради



Наталія БУГАЙЧУК