

# 2018



## КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ Слобожанської територіальної громади

Цей матеріал розроблений у рамках Стратегії розвитку Слобожанської селищної ради, Програми «DOBRE», Програми соціально-економічного розвитку Слобожанської селищної ради з метою врегулювання різноманітних проблемних аспектів комунікації, які виникають у роботі місцевого виконавчого органу.

## ВСТУП

В умовах реформи децентралізації в Україні Слобожанська об'єднана територіальна громада отримала більш широкий спектр повноважень та важливих завдань щодо розвитку сучасної спроможної громади та активізації громадської активності. У нашій громаді в нових реаліях з'явилися нові перспективи й нові можливості. Кожної хвилини відбуваються речі, які так чи інакше впливають на життя кожного представника територіальної громади. І при цьому головним чинником прийняття будь-яких рішень є кожен представник Слобожанської громади, саме люди мають впливати на прийняття життєво важливих рішень, направлених на головну мету – комфортне життя кожного мешканця громади.

Саме Комунікаційна стратегія має визначити шляхи та способи побудови шляхів комунікації між владою та громадою, громадськими організаціями, владою та жителями населених пунктів.

Стратегічним планом розвитку громади декларується, що Слобожанська селищна територіальна громада – конкурентоспроможна фінансово незалежна, з розвиненою промисловою зоною, сучасними логістичними центрами, з інвестиційними можливостями, яка ефективно використовує природні ресурси для розвитку фермерства та агропромислового комплексу, комфортна та безпечна для проживання територія, з розвиненою енергоощадливою інфраструктурою, гарним житлом, дорогами та транспортним сполученням, зелене селище з місцями для відпочинку та занять спортом, з унікальними дошкільними закладами та школами, що використовують сучасні освітні технології, в якій служить людям духовний центр, що сприяє культурному розвитку особистості, ініціативна активна громада, яка забезпечує власний розвиток та місцеве самоврядування.

Для досягнення цієї стратегічної мети необхідна ефективна інформаційна діяльність та активна комунікація. Наші комунікаційні заходи мають сприяти реалізації рішень, цілей та бачень стратегічного розвитку громади. Добре продумана та цілеспрямована комунікаційна політика допомагає наданню високоякісних послуг та забезпечує ефективне використання ресурсів. Органи управління, жителі та підприємці мають можливість вести діалог виходячи зі своїх цілей та цільових груп. Але комунікаційний зміст має сповіщати, що *наша громада з отриманими новими можливостями впевнено прямує до нового життя.*

Комунікаційна політика територіальної громади демонструє відношення селищної ради до комунікаційних питань. Ця політика чітко вказує на те, *із ким ми спілкуємося та чому.* Тут також указуються цілі та меседж, права та обов'язки.

## ПЕРЕДУМОВА ДЛЯ КОМУНІКАЦІЙ

*Слобожанська селищна територіальна громада* – одна з перших, утворених в Україні об'єднаних територіальних громад. Вона утворена шляхом добровільного об'єднання територіальних громад селища міського типу Слобожанське та села Степове відповідно до Конституції України, Європейської хартії місцевого самоврядування, Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», ст. 19, п. 48 ст. 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», рішення Дніпропетровської обласної ради «Про утворення Ювілейної селищної територіальної громади Дніпропетровського району Дніпропетровської області» від 14.08.2015 року № 671-33/VI, з метою реалізації системи та гарантій місцевого самоврядування, врахування історичних, національно-культурних, соціально-економічних особливостей здійснення розвитку територіальної громади, для забезпечення порядку діяльності територіальної громади, її органів та посадових осіб, гарантії прав жителів села, селища, які входять до складу територіальної громади. Адміністративним центром територіальної громади є селище міського типу Слобожанське, в якому розміщені її органи місцевого самоврядування.

Територія громади згідно з адміністративно-територіальним устроєм України входить до складу Дніпровського району Дніпропетровської області. Відстань від адміністративного центру громади до районного центру – 1.5 км. Відстань від адміністративного центру громади до обласного центру – 10.7 км.

### *Комунікація повинна сприяти реалізації цілей та завдань*

Комунікаційна Стратегія має сприяти результативній роботі жителів громади в напрямку створення комфортних умов та досягненню ними цілей і завдань, що впроваджуються в рамках Стратегії територіальної громади, Програми соціально-економічного розвитку, Програми DOBRE та інших проектів і програм, що реалізуються на території громади. Ця політика має спрямовуватися на розвиток ставлення до територіальної громади, як до лідера серед об'єднаних громад, що розташована на території, однієї з найпривабливіших на Дніпропетровщині для життя, відпочинку та ведення бізнесу.

Складність структури ставить додаткові вимоги до внутрішньої комунікації. Комунікаційний процес – це процес загальної підтримки місцевої влади в усіх видах діяльності, наша задача, щоб цей процес сприяв співучасті всіх членів громади. Людина, яка, комфортно почувається та відчуває мотивацію для самореалізації, сприяє розвитку рідної громади та виступає її послом, як на теренах України, так і за кордоном.

### *Через комунікації ми творимо імідж громади*

У свідомості зацікавлених сторін наша громада має бути чітко виражена. Всі члени громади мають взяти участь у формуванні іміджу громади. Чим більше одностайними ми будемо у комунікаційних питаннях, тим чіткіше буде наш образ в очах інвесторів, іноземних партнерів, інших громад України. Ми маємо знайти

свою родзинку, чітко визначити свої переваги та використати їх на благо громади. Ми доводимо свою надійність, і це сприяє формуванню образу громади як відповідальної, доступної та динамічної. Чіткий та позитивний імідж громади стає важливим та корисним для нас у побудові нових партнерських взаємовигідних стосунків.

## СПІЛЬНІ ЦІННОСТІ

- ✓ *Щаслива родина, що живе в достатку – всебічний розвиток дітей, яким розвивати громаду в майбутньому*

Ставлення влади до жителів громади, і особливо підростаючого покоління, повинно показуватися в щоденній роботі, заходах та проектах, що готуються до реалізації. Це має також віддзеркалюватися у формі ведення комунікацій.

Дії та комунікації, що будуть ґрунтуватися на наших цінностях – позитивно сприятимуть сприйняттю місії громади.

Своїм ставленням ми сповіщаємо про свою *надійність* та беремо відповідальність за свої вчинки.

Ми *доступні* завдяки своїй відвертості, відкритості, чутливості та ввічливості.

Ми *активні* та сучасні, наші дії динамічні, що відповідають довгостроковому баченню розвитку об'єднаної територіальної громади.

## ПЛАНУВАННЯ ТА ДОТРИМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

**Комунікація** – це ефективний управлінський засіб розвитку та реалізації заходів, необхідних для досягнення поставлених цілей. Тому комунікативна діяльність має застосовуватися стратегічно, бути продуманою та належно контролюватися.

У Слобожанській територіальній громаді комунікації мають сприйматися як звичайна складова планування різних видів діяльності та прийняття рішень. Усі заклади, організації та підприємства повинні відслідковувати та оцінювати свій комунікативний внесок по відношенню до власних комунікативних цілей.

### **Зацікавлені сторони**

Зацікавлені учасники – це об'єднання людей, організації колективи закладів та підприємств до/від яких Слобожанська ОТГ має інтерес або залежність. Зацікавлені сторони можуть існувати, як сьогодні, так і в перспективі.

Комунікативна діяльність спрямовується на цільові групи, які присутні серед зацікавлених сторін.

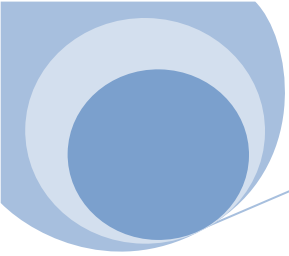
Зацікавлені сторони в громаді:

*жителі;*

*виконавча влада;*

*підприємці;*

*депутати;*



**громадські організації;**  
**гості;**  
**журналісти;**  
**ті, хто формує суспільну думку (opinionsbildare);**  
**партнери;**  
**інші учасники.**

Комунікативні повідомлення **доступні** через:

**Відкритість.** Наші повідомлення з різних контекстів завжди відкриті та достовірні. Ми бачимо цінність діалогу та відкриті до різних точок зору та ініціатив. Ми усвідомлюємо ті вимоги, які ставлять принципи публічності щодо повідомлень.

**Зрозумілість.** Ми висловлюємося чітко та зрозуміло. Про найважливіше ми повідомляємо на мові зрозумілою для адресата. Завжди зазначається автор та контактна інформація.

**Простоту.** Інформація про наші заходи має легко знаходитися виходячи з передумов адресата. Належне використання Інтернету спрощує процес пошуку інформації для зацікавлених сторін.

Наші повідомлення **дієві** через:

**Цільові групи.** Повідомлення завжди плануються, що свідчить про підлаштування правильного меседжу під цільову групу, виходять у слушний момент та через належні канали задля досягнення бажаного ефекту.

**Відповідність.** Інформаційна перенасиченість у суспільстві ставить вимоги до необхідності зважання на відповідність інформації справжнім потребам цільової групи. Наші повідомлення відповідні та змістовні.

**Оперативність.** Наші зацікавлені сторони очікують, що в Слобожанській ОТГ часом події відбуваються непередбачувано, та мають ва швидко та ефективно. Тому забезпечено високу готовність при потребі швидких комунікативних дій.

## КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

Комунікаційна стратегія (далі – Стратегія) полягає в довгостроковому способі дії, який відповідає на питання *яким чином* ми досягнемо пріоритетних цілей для внутрішньої комунікації.

### ❖ ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ

Слобожанська територіальна громада має три пріоритетні цілі щодо *внутрішніх комунікацій*:

✓ *Жителі громади мають відчувати, що внутрішні комунікативні заходи сприяють здоровому робочому клімату та надають доступ до інформації необхідної для виконання своєї роботи.*

✓ *Населення має відчувати, що власна діяльність кожного є частиною чогось цілісного та всі види діяльностей сприяють покращенню якості життя в громаді.*

✓ *Жителі громади мають відчувати свою долученість до розвитку території через усвідомлення того, що їхня робота впливає, як на власні цілі, так і на загальні цілі.*

**1. Ми чітко доведемо, що передбачає захід та рішення для кожного жителя.**

Добре поінформовані, підготовлені та мотивовані жителі відчують свою співучасть та відповідальність. Внутрішня комунікація має дати мешканцям уявлення про актуальні пріоритети та цілі заходів громади, а також пояснити яким чином цілі та рішення впливають на самих жителів.

**2. Повідомлення про рішення або зміни мають надходити з урахуванням потреб та передумов адресата.**

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 рішення та як воно впливає на роботу жителів.

**3. Новини та зміни мають спочатку повідомлятися внутрішніми каналами.**

Доки це можливо, новини та зміни мають повідомлятися внутрішніми каналами перед тим як виноситися назовні. Таким чином ми даємо всім учасникам Стратегії можливість надати зацікавленим сторонам коректну інформацію.

**4. Особисті зустрічі, друковане видання часопис «Громада нашого життя» та Інтернет є нашою пріоритетною внутрішньою мережею контактів.**

Через поєднання особистих зустрічей, друкованого видання та Інтернету надається учасникам Стратегії можливість діалогу та обміну ідеями, постійного погляду на події та рішення в рамках заходів громади.

*Особисті зустрічі* надають змогу прямої співучасті, впливу та обміну знаннями.

Діалог означає обопільний обмін інформацією та ідеями задля підвищення знань та розуміння. Керівники мають добру нагоду під час ділових та інших зустрічей повідомити, пояснити та розповісти про цілі заходів.

*Інтернет* – це форум для інтерактивного спілкування між учасникам Стратегії та може використовуватися як знаряддя в повсякденній роботі. Інтернет

також сприяє координації та управлінню Слобожанською територіальною громадою.

### ❖ ЗОВНІШНІ КОМУНІКАЦІЇ

Слобожанська територіальна громада ставить перед собою чотири пріоритетні цілі щодо зовнішньої комунікації:

✓ *Наші зовнішні зацікавлені сторони мають відчутти, що заходи Слобожанської територіальної громади сприяють покращенню якості життя в місті та покращують його привабливість.*

✓ *Зацікавлені сторони мають відчутти позитив та можливість діалогу з представниками селищної ради.*

✓ *Зацікавлені сторони мають відчутти, що послуги Слобожанської територіальної громади корисні громаді та сама селищна рада є рушійною силою в розвитку Дніпропетровського регіону.*

✓ *Жителі міста мають відчутти, що Слобожанська територіальна громада створює можливості нагляду та впливу, а також захищає демократію.*

#### **1. Ми маємо інтегрований погляд на зовнішні комунікації.**

Інтегрований погляд означає, що ми працюватимемо стратегічно над створенням узгодженої та цілісної зовнішньої комунікації, яка чітко презентує на довгу перспективу.

#### **2. Зовнішня комунікація має створити правильні очікування від наших послуг.**

Через активну роботу з доведення до відома зацікавлених сторін інформації про наші послуги ми створюємо правильні очікування.

#### **3. Зовнішня комунікація має стимулювати діалог та співучасть.**

Рішення, яке має відношення до громадськості повинно завжди доводитися через Інтернет та при потребі через інші канали контактів. Процеси прийняття рішень та можливості впливу мають бути зрозумілими. Ми створимо форум для діалогу, інтерактивності та ініціюватимемо проведення зустрічей навколо різних питань у випадку потреби співучасті зовнішніх зацікавлених сторін.

#### **4. Ми маємо запропонувати хороші приклади та результати.**

У нашій зовнішній комунікації ми маємо активно попрацювати над тим, щоб запропонувати хороші приклади та успішні заходи з метою демонстрації досягнутих результатів.



**5. Особисті зустрічі, часопис, Інтернет та медіа є нашою пріоритетною зовнішньою мережею контактів.**

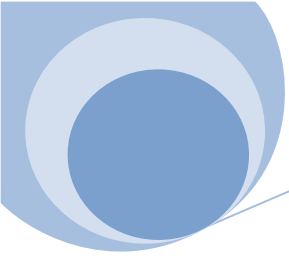
Ми активно доводимо інформацію, яка представляє особливий інтерес для громади та наших зацікавлених сторін через свою мережу контактів.

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

*Інтернет* є важливим каналом швидкого розповсюдження актуальної інформації до великої групи громадян. Інтернет може застосовуватися для інтерактивного спілкування, швидкої зворотної реакції та з'ясування ставлення зацікавлених сторін громади.

*Медіа* відіграють три важливі функції для Слобожанської територіальної громади. Вони виступають джерелом розповсюдження інформації, формують імідж та досліджують проведені заходи. Тому ми повинні бути готові до вимог медіа щодо оперативності відповідей та права на детальну інформацію. Ми особисто не можемо впливати на публікацію тієї чи іншої інформації, проте ми можемо, виходячи з цінності новини, запропонувати її у такій формі, яка б викликала інтерес.





КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ СЛОБОЖАНСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ РАДИ  
**ЕТАПИ РОЗРОБКИ І ВТІЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ**

Процес комунікаційної діяльності передбачає проходження ряду послідовних взаємопов'язаних етапів:

1. Визначення цільової аудиторії, на яку будуть спрямовуватися заходи комунікаційного впливу.
2. Визначення конкретних цілей комунікаційної політики.
3. Вибір інструментів комунікаційного впливу.
4. Вибір і підготовка комунікаційного звернення.
5. Розробка детального плану комунікаційної політики.
6. Розробка бюджету комунікаційної політики.
7. Реалізація запланованих заходів комунікаційного впливу та їх фінансове забезпечення.
8. Розробка й налагодження системи зворотного зв'язку з метою своєчасного коректування комунікаційної політики.

Фактично два останні етапи повинні здійснюватися одночасно. Це дасть можливість з однієї сторони оптимізувати витрати, а з іншої – досягти вищого рівня комунікаційного впливу.

Секретар селищної ради

Л.В. Лагода