

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Софіївської селищної ради

«» _____ 2019 рік

№

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

**Софіївської об'єднаної
територіальної громади**

ЗМІСТ

| | <i>стор.</i> |
|---|--------------|
| ВСТУП | 3 |
| Передумова для комунікацій | 4 |
| Спільні цінності | 5 |
| Планування та дотримання комунікаційних заходів | 5 |
| Комунікаційна стратегія | |
| Внутрішні комунікації | 7 |
| Зовнішні комунікації | 8 |
| Етапи розробки і втілення комунікаційної стратегії | 10 |

ВСТУП

В умовах реформи децентралізації в Україні Софіївська об'єднана територіальна громада отримала більш широкий спектр повноважень та важливих завдань щодо розвитку сучасної спроможної громади та активізації громадської активності. У громади 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 Софіївської 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 Софіївська об'єднана 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. 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.

ПЕРЕДУМОВА ДЛЯ КОМУНІКАЦІЙ

Софіївська об'єднана територіальна громада – утворилася шляхом добровільного об'єднання територіальних громад Софіївської селищної ради та Запорізької і Миколаївської сільських рад 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», 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 Софіївка, в якому розміщені її органи місцевого самоврядування.

Територія громади згідно з адміністративно-територіальним устроєм України входить до складу Софіївського району Дніпропетровської області. Відстань від адміністративного центру громади до обласного центру – 110,0 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 та культурного 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 більш однотайними 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

Софіївська об'єднана територіальна громада – це громада, в якій об'єднана місцева спільнота має гарні умови життя, які виникають з оптимального динамічного зростання якості інфраструктури та громадських послуг, охорони здоров'я, доступності робочих місць, пов'язаних з спеціалізованим виробництвом та переробкою аграрної продукції.

Громада, яка в повній мірі використовує: можливості розташування біля великого міста, що генерує інвестиційну активність; можливості туристичного потенціалу з урахуванням турботи про навколишнє середовище; можливості територіального планування та місцевого культурного спадку.

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 управлінській засіб розвитку та реалізації заходів необхідних для досягнення поставлених цілей. Тому комунікативна діяльність має застосовуватися стратегічно, бути продуманою та належно контролюватися.

В Софіївській об'єднаній територіальній громаді комунікації мають сприйматися, як звичайна складова планування різних видів діяльності та прийняття рішень. Усі відомства та підприємства повинні відслідковувати та оцінювати свій комунікативний внесок по відношенню до власних комунікативних цілей.

Зацікавлені сторони

Зацікавлені учасники – це об'єднання людей, організацій або щось подібне до/від яких Софіївська об'єднана територіальна громада має інтерес або залежність. Зацікавлені сторони можуть існувати, як сьогодні, так і в перспективі.

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

Зацікавлені сторони в Софіївській об'єднаній територіальній громаді:

мешканці;

органи влади;

бізнес;

політики;

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 слухний 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 місто діятиме 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

Софіївська об'єднана територіальна громада має три пріоритетні цілі щодо *внутрішніх комунікацій*:

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

✓ *Мешканці мають відчувати, що власна діяльність є частиною чогось цілісного та всі види діяльностей сприяють покращенню якості життя в Софіївській громаді.*

✓ *Мешканці мають відчувати свою долученість до розвитку Софіївської об'єднаної територіальної громади через усвідомлення того, що їхня робота впливає як на свої власні цілі так і на загальні цілі міста.*

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

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

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 мешканців.

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 та Інтернет є нашою пріоритетною внутрішньою мережею контактів.

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

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 містом.

❖ ЗОВНІШНІ КОМУНІКАЦІЇ

Софіївська об'єднана територіальна громада ставить перед собою чотири пріоритетні цілі щодо зовнішньої комунікації:

✓ *Наші зовнішні зацікавлені сторони мають відчувати, що заходи в Софіївській громаді сприяють покращенню якості життя в громаді та покращують її привабливість.*

✓ *Зацікавлені сторони мають відчувати позитив та можливість діалогу з представниками селищної влади.*

✓ *Зацікавлені сторони мають відчувати, що послуги Виконавчого комітету Софіївської селищної ради корисні суспільству та саме громади є рушійною силою в розвитку Софіївського району.*

✓ *Мешканці громади мають відчувати, що 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, у т.ч. торгову марку Софіївської об'єднаної територіальної громади.

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.

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

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

Ми активно доводимо інформацію, яка представляє особливий інтерес для міста 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 міста.

Медіа відіграють три важливі функції для Софіївської 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.

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 і 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.І. Назаренко