



КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

Компаніївської селищної об'єднаної територіальної громади

Кіровоградської області

на 2019 – 2024 роки

Зміст

Звернення до громади _____	3
ВСТУП _____	4
Термінологія _____	4
Користувачі та бенефіціари комунікаційної стратегії _____	5
Фундамент комунікаційної стратегії ОТГ _____	5
Розділ 1. Загальні положення	
1.1. Місія та бачення Компаніївської селищної ОТГ _____	6
1.2. Мета та завдання комунікаційної стратегії Компаніївської ОТГ _____	7
Розділ 2. Комунікаційна спроможність та позиціонування Компаніївської ОТГ. Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу (SWOT-аналіз) _____	8
Розділ 3. Цільові аудиторії	
3.1. Визначення цільових аудиторій _____	10
3.2. Канали комунікації _____	11
Розділ 4. Визначення партнерських організацій _____	12
Розділ 5. Маседжі комунікаційної стратегії _____	14
Розділ 6.	
6.1. Механізми посилення комунікаційної спроможності _____	15
6.2. Розробка бренду та використання правил брендингу _____	15
6.3. Просвітницька та заохочувальна робота з депутатським корпусом та старостами _____	16
Розділ 7.	
7.1. Комунікація задля досягнень стратегічних цілей ОТГ _____	16
7.2. Стратегічні цілі та заходи розвитку зв'язків з громадськістю _____	19
Розділ 8. Очікувані результати	
8.1. Загальні очікувані результати _____	23
8.2. Очікувані результати за завданнями _____	24
Розділ 9. Фінансове забезпечення виконання стратегії _____	24

Шановні жителі Компаніївської об'єднаної територіальної громади!

Сьогодні ми живемо в швидкісний інформаційний вік - «хто володіє інформацією, той володіє світом», - сказав колись Уїнстон Черчілль, і він дійсно був правий. 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, може стати «містком» до здійснення мрій.

Тож створюючи Комунікаційну стратегію Компаніївської селищної ОТГ, ми сподіваємось на краще порозуміння у громаді, залучення громадськості до прийняття важливих рішень, активізації молодіжного руху, співпраці бізнесу з громадою, залучення інвесторів та грантів на розвиток нашого краю.

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

Тому, необхідність розроблення Комунікаційної стратегії Компаніївської громади є одним з важливих завдань органу місцевого самоврядування, що спрямований на посилення ролі територіальної громади.

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

З повагою
голова Компаніївської ОТГ
Олександр Маслюков

ВСТУП

Компаніївська ОТГ була створена 29 жовтня 2017 року завдяки об'єднанню Компаніївської селищної ради і Голубієвицької сільської ради, та приєднанню згодом, у 2018 році, громади Першотравенської сільської ради. В результаті сформована громада площею 20032,10 га, у якій мешкають 6102 жителі. Це - Компаніївка, Живанівка, Громадське, Лужок, Голубієвичі, Антонівка, Першотравенка, Вишнівка, Володимирівка, Гордіївка. Голубієвичі та Першотравенка є зараз старостинськими округами у межах колишніх громад.

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 поставлених цілей.
- Канали комунікації – медійні та немедійні: власні, які є у розпорядженні Компаніївської об'єднаної 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 засобів та заходів, що реалізуються Компаніївською ОТГ, насамперед виконавчим комітетом селищної ради, у частині організаційного, інформаційного, експертно-аналітичного і матеріально-технічного забезпечення діяльності Компаніївської селищної ради, депутатів в рамках їх взаємодії із цільовими аудиторіями.
- Цільова аудиторія – мешканці громади; органи влади; бізнес; політики; громадські організації; гості; туристи, ті, хто формує суспільну думку.
- Бенефіціари реалізації комунікаційної стратегії ОТГ - громада, тобто мешканці ОТГ.
- Комунікаційна спроможність – комплекс ресурсів (людських, технічних, фінансових) та функцій Компаніївської ОТГ, які забезпечують здатність місцевої ради здійснювати комунікаційну діяльність.
- Позиціонування ОТГ – комунікації, спрямовані на формування чіткого сприйняття в конкретних цільових аудиторіях – як місця для життя, роботи, інвестицій.
- Меседжі (ключові повідомлення) – твердження щодо цінностей Компаніївської ОТГ, які мають слугувати орієнтиром для працівників органів місцевого самоврядування у спілкуванні з цільовими аудиторіями.
- Спікери ОТГ – офіційні особи, які представляють селищну раду та регулярно взаємодіють з цільовими аудиторіями ОТГ.
- Партнери – ГО, грантодавці, бізнес-структури, організації створені сприяти ОТГ та розвитку місцевого самоврядування.
- ЗМІ – засоби масової інформації
- Візуальні засоби – фото, відеоролики, фільми, відео кліпи.

- Залучення – заохочення співпраці та участі цільових аудиторій у розвитку громади через громадянську активність та самоорганізацію.
- Зворотній зв'язок – відгук, реакція; інформація, яку передають цільові аудиторії спікерам ОТГ у відповідь на їхні повідомлення.

Користувачі та бенефіціари комунікаційної стратегії

Комунікаційна стратегія – це дороговказ для всіх, хто долучається до комунікацій ОТГ – від Голови ОТГ до адміністратора веб-сайту, директора школи, членів молодіжної ради, тощо.

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

Стратегічний рівень

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

Виконавчий рівень

Усі співробітники апарату виконкому селищної ради ОТГ, які долучені до комунікацій. За наявності спеціально виділених співробітників – це прес-секретар, редактор сайту чи вісника ОТГ, керівники структурних підрозділів (культура, освіта, тощо), 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. Це небайдужі активні громадяни, які ініціюють спільні з владою проекти та жваво відгукуються на ініціативи влади з розвитку ОТГ. Для них Комунікаційна стратегія – це орієнтир щодо напрямів спільних проектів, помічник у діалозі з владою та у залученні інших громадян.

Бенефіціарами реалізації комунікаційної стратегії ОТГ є громада, тобто мешканці ОТГ.

Фундамент комунікаційної стратегії ОТГ

На чому базується цей документ?

Комунікаційна стратегія ОТГ 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 Стратегія сталого розвитку Компаніївської ОТГ на 2019-2027 роки, розроблена в рамках програми «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність (DOBRE)», яка фінансується USAID. Цей документ став можливим завдяки ширій підтримці

американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Зміст є відповідальністю Фонду Розвитку Місцевої Демократії і не обов'язково відображає точку зору USAID чи уряду Сполучених Штатів.

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

Розділ 1. Загальні положення

1.1. Місія та бачення Компаніївської селищної ОТГ

Компаніївська селищна ОТГ - самодостатня, енергетично незалежна, заможна територіальна громада, з якісними адміністративними, медичними, освітніми послугами, з розвиненою логістичною структурою, з інвестиційно-привабливими малими населеними пунктами за рахунок високотехнологічного с/г виробництва, відновлення природних джерел енергії, розвитку підприємств з використанням новітніх технологій на основі місцевих природних ресурсів, розвитку бізнесу, джерело дитячих мрій, перлина відпочинку та оздоровлення, комфортне, екологічно чисте місце, де працюють висококваліфіковані спеціалісти та проживають успішні, забезпечені, здорові, культурні, дружньо-згуртовані, з культурними традиціями, освічені люди в злагоді з довкіллям.

З метою підвищення ефективності діяльності Компаніївської ОТГ та покращення рівня поінформованості громадян, налагодженню комунікації та обміну досвідом з вже діючими та потенційними ОТГ було прийнято рішення про розробку Комунікаційної стратегії.

Комунікаційна стратегія розвитку Компаніївської об'єднаної 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, закордонними громадами.

Комунікаційна стратегія Компаніївської ОТГ 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 є:

- 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. Спрямована на вибір пріоритетних інструментів комунікацій, їх оптимальне поєднання для посилення та впливу на цільові аудиторії громади. Цим документом ми підтверджуємо свою відкритість,

запрошуємо до діалогу та реалізації спільних проектів, адже лише об'єднавши зусилля, ми допоможемо у розвитку Компаніївської ОТГ задля свободи та процвітання майбутніх поколінь.

1.2. Мета Комунікаційної стратегії Компаніївської ОТГ

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

Стратегія має сприяти реалізації рішень, цілей та бачень ОТГ. Добре продумана та цілеспрямована комунікаційна політика допомагає наданню високоякісних послуг та забезпечує ефективне використання ресурсів. Органи управління ОТГ, мешканці та підприємці мають 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 Компаніївської ОТГ та з якими вона співпрацює.

Стратегія ОТГ демонструє відкритість та неупередженість у прийнятті рішень, вона чітко вказує на те, із ким ми спілкуємося та чому. У Стратегії також указуються цілі та меседжі, права та обов'язки.

Стратегія має сприяти результативній роботі мешканців ОТГ та досягненню ними цілей і завдань, що впроваджуються в рамках Стратегії розвитку.

1.3. Завдання Комунікаційної стратегії Компаніївської ОТГ

Завданням Стратегії є:

- сприяти позитивному іміджу ОТГ шляхом налагодження системних та скоординованих комунікацій, запровадженню правил брендингу, розробленню кодексу етики працівника місцевого самоврядування;
- підвищити рівень довіри населення, їх активність шляхом забезпечення зворотного зв'язку з жителями ОТГ, а саме: підзвітності громадськості усіх керівних органів ОТГ, депутатського корпусу, створення умов для участі мешканців у прийнятті рішень, інформуванні про процеси, які відбуваються у громаді, через проведення зустрічей, особистих прийомів, перемовин, заходів спрямованих на розвиток активної молоді тощо.
- забезпечити обізнаність громадян про процеси, які відбуваються у громаді шляхом удосконалення внутрішньої та зовнішньої комунікації, інформування через комунікаційні канали та ЗМІ, наданням доступу до публічної інформації про діяльність керівних органів ОТГ та депутатського корпусу;

Розділ 2. Комунікаційна спроможність та позиціонування Компаніївської ОТГ

Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу (SWOT-аналіз)

Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів ставить за мету виявити сильні та слабкі сторони ОТГ, позиціонування її як громади для життя, роботи, інвестицій та туризму, а також спланувати можливості для покращення комунікаційної складової роботи ОТГ. Після проведення SWOT-аналізу працівники ОМС мають докласти зусиль до використання сильних сторін й посилення слабких для запобігання виникненню внутрішніх ризиків, що можуть призвести до невиконання стратегії.

Таблиця для аналізу (SWOT-аналізу).

СИЛЬНІ СТОРОНИ (STRENGTHS)	СЛАБКІ СТОРОНИ (WEAKNESSES)
<ul style="list-style-type: none">- Наявність Стратегії сталого розвитку Компаніївської ОТГ на 2019-2027 роки.- Зручне географічне розташування (громада знаходиться близько до обласного центру – міста Кропивницький 30 км, гарна дорога).- Природні багатства (родючий чорнозем, висока врожайність, розвиток сільського господарства, землеробства та тваринництва).- Згуртована команда селищної ради (авторитет Голови, активні комунікації заступника та членів виконкому, участь ради в грантових проектах).- Наявність сучасного веб-сайту ОТГ із електронними інструментами взаємодії для громадян (електронні петиції, громадський бюджет тощо).- Розгалужена мережа сторінок у соціальних мережах (Компаніївська ОТГ, Інформаційно-сервісний методичний центр Компаніївської ОТГ, Ініціативні групи тощо).- Наявність власного бюлетеня «Компаніївський Вісник».- Участь Компаніївської ОТГ у Програмах та проектах: DOBRE, DESPRO, U-LEAD, що дає можливість покращувати матеріально-технічну базу для комунікацій, брати участь у сучасних тренінгах та обмінюватись важливим практичним досвідом.- Сталі традиції проведення великих масових заходів як у центрі ОТГ, так і в її	<ul style="list-style-type: none">- Соціальна пасивність (більшість домогосподарств не бере участь у вирішенні спільних проблем і створенні загального блага).- Бренд та логотип відсутні, практично немає жодних культурних пам'яток.- Слабка інформатизація сіл, мало центрів відкритого доступу до Інтернету.- Інертність (не всі люди шукають інформацію через місцеві ЗМІ, перевіряють плани, рішення та інші місцеві документи через веб-сайт).- Недостатня кількість громадських організацій та інших самоорганізованих цільових груп мешканців; товариств; кооперативів.- Відсутня Молодіжна рада.

<p>населених пунктах, безпосередні зустрічі та комунікація між «владою», мешканцями, різними соціальними групами та віковими категоріями (наприклад, фестиваль «Етновир»).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Обдарована молодь (НВК - 24 місце серед шкіл області, переможці обласних конкурсів, працюють гуртки та спортивні секції, чемпіони Європи та світу. - Систематичні звіти голови ОТГ. 	
<p>МОЖЛИВОСТІ (OPPORTUNITIES)</p>	<p>ЗАГРОЗИ (THREATS)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Поступова активізація громади через реалізацію Комунікаційної стратегії, залучення більш ширшої аудиторії громадськості до прийняття рішень громади. - Наявність в ОТГ неформальних груп «за інтересами»: екологічних, благодійних тощо, які в подальшому можуть стати ефективними інструментами для комунікацій між ОМС та жителями громади. - Розвиток туризму (гарний ландшафт з фрагментами степу, лісу і ставками). - Залучення інвесторів для розвитку територій (сприятливі кліматичні умови для інвестицій в галузі відновлюваної енергії; розвиток тваринництва і переробки молока, пекарства тощо) - Залучення донорів та грантодавців. - Безкоштовне навчання працівників ОТГ. 	<ul style="list-style-type: none"> - Низький рівень довіри серед мешканців. - Завищені очікування серед жителів громади від різногалузевих реформ, поступових та ґрунтовних змін в ОТГ, невміння (небажання) мешканців працювати на перспективу, а не лише на миттєвий особистісний результат. - Низький рівень активності громадян, байдужість до того, що відбувається в громаді. - Низька ефективність реалізації Комунікаційної стратегії через брак кадрів, системності та послідовності у реалізації, завищені очікування "швидких результатів". - Нестабільна політична ситуація та законодавство, яке змінюється в залежності від того, яка політична сила отримує важелі впливу на загальнодержавному рівні та місцевих рівнях управління спільними ресурсами.

Розділ 3. Цільові аудиторії

Завдяки комунікаціям можливе залучення широкого кола громадян до створення стратегічного плану розвитку ОТГ, що дозволяє, знайти прийнятні шляхи усунення проблем громади, забезпечити налагодження діалогу між громадськістю та владою. Визначення цільових аудиторій комунікаційної діяльності Компаніївської ОТГ 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 розробленим Стратегічним планом розвитку, цільовими групами для Компаніївської ОТГ 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 Компаніївської ОТГ спрямована на роботу саме з цими цільовими групами.

Компаніївська ОТГ 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 ОТГ.

3. Мешканці мають відчувати свою долученість до розвитку громади через усвідомлення того, що їхня думка та робота впливає на загальні цілі Компаніївської ОТГ.

Основні аудиторії	Потреби аудиторії в комунікації	Канали комунікації	Немедійні канали
Громадськість	Розуміння роботи ОМС; обізнаність про прийняття рішень в ОТГ, здатність контролювати діяльність ОМС та депутатів.	Власний інформаційний бюлетень; офіційний сайт ОТГ, листівки, оголошення, соціальні мережі – сторінка «Компаніївська селищна об'єднана територіальна громада» у соціальній мережі Facebook, ЗМІ.	Робочі зустрічі; прийоми громадян, громадські слухання, збори, тощо.
Громадські організації, активісти	Обізнаність та активна участь в житті ОТГ; можливість надати допомогу або підтримку у вирішенні проблем громади;	Власний бюлетень; офіційний сайт ОТГ, соціальні мережі – сторінки ОТГ ЗМІ, і т.д.	Різні заходи, зустрічі за участю громадських організацій
ЗМІ - друковані	Своєчасне отримання актуальної та цікавої	Розсилки новин про ОТГ,	Експерсії, виставки, фестивалі, тощо.

видання, ТВ, радіо; Інтернет-медіа; незалежні журналісти	інформації про події, як відбуваються в ОТГ можливість прямих трансляцій та швидкого повідомлення новин	повідомлення на сайті, прес-заходи, у соцмережах, можливість прямої трансляції через соцмережі.	
--	---	---	--

Розділ 3.2. Канали комунікації

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

Медійні канали, які є у наявності Компаніївської ОТГ:

- інформаційний бюлетень «Компаніївський Вісник» – здійснює публікацію, висвітлює діяльність громади, депутатського корпусу, органів місцевого самоврядування;
- веб-сайт – містить базову інформацію про структуру Компаніївської селищної ради та її апарату, співробітників. 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 «Компаніївська селищна об'єднана територіальна громада» у соціальній мережі Facebook – охоплює 720 читачів та спрямована на молодіжну аудиторію.

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

- розсилки;
- спільні заходи за участю громадськості, представників ГО, політичних партій тощо;
- зустрічі з виборцями, прийом виборців, робота в округах;

Ми маємо запропонувати цільовим аудиторіям гарні приклади розвитку та досягнення нашої громади, її перспективи розвитку та можливості для інвесторів.

Ми доводимо інформацію, яка представляє особливий інтерес для громади та інших зацікавлених аудиторій через свою мережу комунікацій.

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 застосовуватися для інтерактивного спілкування, швидкої зворотної реакції та з'ясування ставлення зацікавлених сторін міста.

ЗМІ відіграють важливу функцію для Компаніївської ОТГ. Вони виступають джерелом розповсюдження інформації серед молоді та людей середнього віку, формують імідж громади та висвітлюють процеси, які відбуваються у ОТГ. Тому ми повинні бути готові до вимог ЗМІ щодо оперативності відповідей та права на детальну інформацію. Компаніївська ОТГ не може впливати на публікації ЗМІ, проте може, виходячи з цінності інформації, запропонувати її у такій формі, яка б викликала інтерес.

Компаніївська селищна об'єднана територіальна громада інформує про свою діяльність та веде діалог з жителями на офіційному сайті ОТГ за електронною адресою: <http://www.kompanievaska-selrada.gov.ua>, який працює з 2014 року, та сторінку у соціальній мережі Facebook (<https://www.facebook.com/Компаніївська-селищна-об'єднана-територіальна-громада-583353025336648>), яка є популярною серед відвідувачів, також безкоштовно розповсюджує друкований кольоровий інформаційний бюлетень «Компаніївський вісник», який випускається накладом 1500 шт. та виходить двічі/раз на місяць, починаючи з 25 травня 2018 року та є місцевим засобом інформації.

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

Розділ 4. Визначення партнерських організацій

Компаніївська ОТГ встановлює партнерські зв'язки з іншими інституціями, організаціями громадянського суспільства, малим та середнім бізнесом, органами влади та місцевого самоврядування, перелік яких подано нижче:

Назва партнера	Формалізація відносин (є підписаний договір про співпрацю, меморандум)	Діяльність (виконували спільні проекти, організовували спільні заходи, обмінювалися інформацією)
ГО «Успішна взаємодія»	Формалізовані стосунки відсутні, партнерська співпраця	Планування та проведення спільних ініціатив Підтримка та впровадження в життя громадських ініціатив
Компаніївський осередок Кіровоградської обласної ГО матерів дітей-інвалідів та інвалідів «Серце матері»	Керівник – депутат Компаніївської селищної ради ОТГ Лушний І.І.	Планування та проведення спільних заходів Піклування про дітей з особливими потребами - всього 67 дітей громади
Компаніївська селищна громадська організація «Позитив»	Формалізовані стосунки відсутні, партнерська співпраця	Спільний проект (в Компаніївському ДНЗ № 1 було встановлено 78 шт, віконних та дверних металоконструкцій (2013 р.), підтримка та впровадження в життя громадських ініціатив.

Програма Асоціація міст України	Партнерська співпраця. Підписано договір про співпрацю.	Підготовка стратегічного плану відбувалася у відповідності до методології, запропонованої Проектом Європейського Союзу «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні» за сприяння програми АМУ (асоціації міст України) Проект USAID «Розробка курсу на зміцнення місцевого самоврядування в Україні» (ПУЛЬС)
Кіровоградський ВП «Центр розвитку місцевого самоврядування»	Формалізовані стосунки відсутні, маємо добрі контакти, підтримку в діяльності	Консультавання, допомога в опрацюванні ідей та ініціатив
Програма DOBRE	Підписано Меморандум про співпрацю	Планування спільної діяльності у рамках проектів Стратегії розвитку
Компаніївська районна державна адміністрація	Приватно-партнерські стосунки	Реалізації спільних ініціатив
Компаніївський коледж ветеринарної медицини БНАУ	Формалізовані стосунки відсутні, партнерська співпраця	Планування та впровадження спільних ініціатив
Програма розвитку ООН	Партнерська співпраця	Ралізація проекту Світового банку "Фонд соціальних інвестицій». (2013 р.), підтримка діяльності
Український Фонд соціальних інвестицій	Партнерська співпраця	реалізація проекту «Покращення доступу громади смт Компаніївка до якісної питної води. Першочергові заходи по реконструкції водогону» (2013-2015 р.)
Губівська сільська рада Петрівська сільська рада	Партнерська співпраця	Компаніївська ОТГ з 2017 році здійснює підвезення жителів сусідніх сіл до райцентру - відкрито 2 приміські автобусні маршрути загального користування Компаніївка – Губівка та Компаніївка – Інженерівка. Сільська рада сплачує за утримання автобуса.
Софіївська сільська рада Виноградівська сільська рада	Партнерська співпраця	Компаніївська ОТГ з 2019 року здійснює підвезення жителів сусідніх сіл до райцентру - відкрито приміський автобусний

		маршрут загального користування Компаніївка – Виноградівка. Сільські ради сплачують за утримання автобуса Компаніївської ОТГ
ОСББ	Партнерська співпраця	В 2015-2016 роках спільними зусиллями забезпечили водовідведення 3 житловим багатоквартирним будинкам в смт Компаніївка по вулиці Першотравнева

Також Компаніївська ОТГ має партнерські відносини з бізнес-структурами, які допомагають у діяльності селищної ради:

Назва партнера	Формалізація відносин (є підписаний договір про співпрацю, меморандум)	Діяльність (виконували спільні проекти, організували спільні заходи, обмінювалися інформацією)
СФГ «Кондратенко»	Партнерська співпраця без формалізованих стосунків	Планування та проведення спільних ініціатив
ФГ «Родина»		
ФГ «Прищепа»		
ФГ «Качинський»		
ФГ «Павленко»		

Розділ 5. Меседжі комунікаційної стратегії

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

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

1. Ми чітко доведемо, що передбачає захід та його 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 заходів, а також пояснити яким чином цілі та рішення впливають на самих мешканців.

2. Повідомлення про рішення та запроваджені зміни мають надходити з урахуванням потреб та передумов адресата, 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.

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.

Ставлення Компаніївської ОТГ 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.

6.1. Механізми посилення комунікаційної спроможності

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

- Запровадження системних зв'язків з громадськістю, до цього процесу потрібно залучати депутатів, старост;

- Проводити роз'яснювальні роботи серед населення стосовно структури та діяльності ОТГ;

- Проводити просвітницькі заходи з громадськістю (семінари, тренінги та тематичні кампанії).

6.2. Розробка бренду та використання правил брендингу

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

Через комунікації ми підтримуємо бренд Компаніївської ОТГ. Бренд Компаніївської ОТГ – це відображення діяльності громади у свідомості зацікавлених сторін. Всі члени громади беруть участь у формуванні іміджу Компаніївської ОТГ. Чим більше одностайними 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 ОМС необхідно проводити просвітницьку та роз'яснювальну роботу із депутатським корпусом та старостами округів.

Розробити Кодекс етики депутата, працівників ОМС, який є ключовим фактором, що впливатиме на дотримання принципів бренду ОТГ та покращення її іміджу в цілому. Депутати та мешканці громади мають брати участь в розробленні кодексу й після прийняття дотримуватись його положень задля підвищення рівня поваги та довіри до діяльності ОТГ з боку громадськості.

Під час просвітницьких заходів та особистого спілкування з депутатами та працівниками ОМС проводитиметься роз'яснювальна робота щодо способів здійснення комунікації зі засобами масової інформації та громадськістю від імені ОТГ. Має бути підготовлений пакет з інструкціями та рекомендаціями щодо здійснення комунікації та звітування.

Розділ 7.

7.1. Комунікації задля досягнення стратегічних цілей ОТГ

Ключові сфери розвитку Компаніївської громади, відповідно до Стратегії ОТГ:

1. Розвиток місцевої економіки,
2. Підтримка громадянського суспільства
3. Підтримка розвитку сільських територій громади
4. Публічні послуги та інфраструктура

Оскільки за основу для розробки комунікаційної стратегії була взята наявна Стратегія розвитку Компаніївської ОТГ, то усі рекомендовані нижче комунікаційні підходи мають працювати саме на реалізацію загальної Стратегії розвитку ОТГ.

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

➤ **Напрямок 1. Комунікації для активізації підприємництва: Розвиток місцевої економіки**

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

- Проблема	- Вирішення
Обізнаність	Низька поінформованість про Базова фінансова та правова

	юридичні та фінансові умови, необхідні для старту та ведення бізнесу (податки, кредити тощо).	грамотність щодо малого бізнесу
	Нерозуміння, який саме вид бізнесу можна успішно розвивати в громаді, окрім вже наявних, зокрема, через брак власного споживацького досвіду.	Підвищення обізнаності про актуальні види дозвілля, громадської активності та спеціальні освітні заходи з сприяння бізнесплануванню
Ставлення	Низька мотивація через популярні стереотипи щодо складності/неможливості чесного ведення бізнесу з огляду на корупцію чи інші зловживання правоохоронних органів	1. Демонстрація максимально прозорої та чесної взаємодії з місцевою владою, податковою та правоохоронними органами 2. Антикорупційні комунікації.
	Низька мотивація через загальний песимізм щодо перспектив розвитку громади – недовіру до влади загалом.	1. Послідовна та збалансована комунікація «маленьких успіхів», наявних викликів та проблем. 2. Демонстрація успішного досвіду підприємництва у власній та інших громадах.
	Низька мотивація через інертність більшості населення та громадську думку, яка не сприяє індивідуальній ініціативі та підприємництву в громаді («нащо воно тобі треба», «краще не висовуватись»).	1. Послідовна підтримка та заохочення будь яких, навіть мінімальних, проявів громадської активності. 2. Активна робота молодіжного напрямку. 3. Демонстрація успішного досвіду підприємництва у власній та інших громадах.
Поведінка	Неготовність зробити перший крок через побоювання невдачі на старті (старт-ап).	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.

➤ **Напрямок 3. Ефективні комунікації = Активна громада:
Підтримка громадянського суспільства**

Важливим інструментом для інформування жителів про плани та проекти, які має на меті втілити керівництво громади є офіційний веб-сайт та сторінка ОТГ у мережі Facebook. Окрім систематичного інформування, жителям важливо брати

активну участь в тих чи інших процесах, що відбуваються у громаді. Для цього на сайті ОТГ функціонують наступні електронні інструменти: - Електронні петиції, - Громадський бюджет.

До завдань місцевої влади у цій сфері належить:

- Налагодження комунікації з внутрішніми суспільними партнерами, напрацювання ефективної моделі співпраці з ГО та ОСН
- підготовка спільних заходів, проектів, цільових стратегічних планів
- постійний пошук, комунікація та співпраця з зовнішніми партнерами: органами самоврядування, установами, організаціями.

➤ **Напрямок 3. Медіа та комунікації: Підтримка розвитку сільських територій громади**

Сільські території Компаніївської ОТГ мають 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 бізнес-партнерів (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 4. 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.

Загальноприйнятим шляхом для покращення надання послуг в громаді - є створення Центру надання адміністративних послуг. Інструментами для оцінки задоволеності послуг, попиту на них серед жителів ОТГ є опитування громадської думки, які проводяться як онлайн, з відвідинами домогосподарств згідно випадкової вибірки та заповненням анкет.

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 об'єднаної 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 влади ОТГ, підвищення рівня місцевого патріотизму та згуртованості громади навколо спільних інтересів та цілей розвитку

Цілі	Заходи
Оперативна ціль 1.1. Покращення поінформованості громади про ініціативи, проекти та досягнення керівництва ОТГ.	Узгодження каналів та інструментів комунікації з цільовими аудиторіями. Перед кожним повідомленням потрібно: 1) Визначити, для кого саме воно (цільова аудиторія) і що саме ми від них хочемо (очікуваний результат) 2) Вибрати, де і коли краще цим людям його донести (оптимальний канал та інструмент комунікації) 3) Розробити такий текст та/або графічний чи відео-матеріал, щоб він найкраще підходив для цих людей та цього формату. Наприклад, повідомлення, адресоване фермерам та розміщене виключно на фейсбук-сторінці громади, досягне лише незначну частину цільової аудиторії
1.1.2. Підвищення ефективності наявних каналів та інструментів комунікації	Для покращення ефективності новин для сайту та/ або фейсбук-сторінки ОТГ: <ul style="list-style-type: none"> • Щоденно інформувати про життя громади (а не лише заходи за участі керівництва), завантажувати на сторінки та сайт ОТГ 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)	Організовувати опитування та обговорення на різних каналах комунікації. На фейсбук-сторінці ОТГ 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.
	Регулярно оприлюднювати результати опитувань, думки та позиції мешканців з різних питань, а також відповіді та коментарі

	керівництва ОТГ, зовнішніх експертів та ін. Запровадьте спеціальні регулярні рубрики з відповідями на питання та зауваження громадян (на сайті, у Віснику), регулярні експрес-опитування - заклики
Оперативна ціль 1.3. Роз'яснення викликів, які стоять перед ОТГ та ролі кожного у розвитку громади	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.
	Запровадити спеціальний регулярний формат комунікацій для Голови (аудіо чи відео) - Альтернативою або додатком можуть бути онлайнканали із аудіозаписом (подкастом) виступу Голови чи короткими відеозверненнями - Кожне аудіо/відео- звернення можна починати з «Ви питали, чому...»
Операційна ціль 1.4. Підвищення рівня залученості громади до реалізації Стратегії розвитку Компаніївської ОТГ на 2019 – 2027 роки	1. Зацікавити Створити привабливий образ майбутньої громади для мешканців. 2. Заохотити повірити Проводити системні, послідовні та ефективні комунікації влади про прогрес у реалізації цих цілей. 3. Залучити Через спільні ініціативи та проекти дати людям «відчути» на собі спільні інтереси та цілі громади, 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 замученості, проведення додаткових спеціальних комунікаційних заходів для конкретних цільових аудиторій.	

Стратегічна ціль 2. Підвищення обізнаності про Компаніївську ОТГ як про найкращі практики децентралізації та об'єднання громад

Через активну участь у проектах міжнародної співпраці, конференціях та інших заходах, які проводить зокрема програма DOBRE, Компаніївська ОТГ вже має певний досвід зовнішньої промоції. До громади прикута увага різних зовнішніх аудиторій (напр., ЗМІ), тому рекомендовано використати цей потенціал таким чином.

Цілі	Заходи
Операційна ціль 2.1. Збільшення частки Компаніївської ОТГ у публікаціях/сюжетах національних та регіональних ЗМІ,	- Регулярно (раз на 1-2 місяці) Голові виходити з інтерв'ю/ колонкою/ сюжетом на національних та регіональних (не тільки

присвячених цікавинкам та історіям	обласних) ЗМІ - Сформувані 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

Існують механізми додаткового заохочення населення до екологічно свідомої поведінки, серед яких актуальними для Компаніївської ОТГ можуть бути наступні заходи.

Операційна ціль 3.1. Залучення мешканців до участі в екологічних та творчих акціях

Заходи	Цільові аудиторії:	Ключові повідомлення:	Канали комунікації:	Інструменти комунікації:
3.1.1. Запровадити екологічні акції з демонстрації правил сортування сміття	Діти шкільного віку (батьки й інші члени родини), Вчителі, викладачі, тренери спортивних секцій тощо Активна молодь. Усі мешканці громади	Сортуй сміття – рятуй життя.	- Фейсбук, сайт - Інформаційні стенди/дошки – розміщення там кольорових постерів А3 - Парламент школи як лідери думки - Вісник громади - Розповсюдження інформації (афіші, флаєри) через громадські заклади (школи, ФАП, дитсадки, тощо)	- Толоки за участі лідерів думки, відомих громадян - Конкурси, квести та ін. розважальні заходи для додаткового заохочення участі молоді та сімейної аудиторії.

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 докільню від стихійних сміттєзвалищ у вигляді стендів.

Стратегічна ціль 4. Заохочення підприємницької ініціативи

Заходи	Цільові аудиторії:	Ключові повідомлення:	Канали комунікації:	Інструменти комунікації:
<p>Операційна ціль 4.1. Навчально-консультаційна підтримка місцевих підприємців. 4.1.1. Залучення мешканців до розвитку підприємництва</p> <p>4.1.1. Провести інформаційну кампанію для залучення молоді до підприємництва</p>	<p>Активна молодь, шкільний парламент та ін. молодіжні організації як лідери думки</p>	<p>- Компаніївська ОТГ - перспективна громада з баченням та стратегією розвитку (+ низька конкуренція, привабливість інвестпропозицій тощо), стабільна та прогнозована завдяки відкритості місцевої влади</p>	<p>- Сайт, фейсбук - Спеціальні заходи</p>	<p>- Відкриття громадського простору для молоді; зробити Програму заходів, мотиваційні лекції/семінари, перегляд та обговорення тематичних фільмів, презентації та обговорення бізнес-кейсів, мозкові штурми творчих ідей тощо. Активним видавати сертифікати.</p> <p>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.</p>

Стратегічна ціль 5. Покращення інвестиційної привабливості громади

Наразі основним презентаційним продуктом громади для інвесторів є інформація на сайті ОТГ. У цілому, цей продукт відповідає стандартам якості, містить інтерактивні інструменти, проте потребує доопрацювання задля покращення ефективності та розширення цільової аудиторії.

Заходи	Цільові аудиторії:	Ключові повідомлення:	Канали комунікації:	Інструменти комунікації:
<p>Операційна ціль 5.1. Розробка презентаційної продукції для потенційних інвесторів</p> <p>5.1.1. Підготувати тематичні короткі інформаційні довідки для потенційних</p>	<p>- Первинна – потенційні інвестори у галузі АПК, ефективної енергетики, туризму, тощо - Вторинна – міжнародні організації-партнери та ін.</p>	<p>- Компаніївська ОТГ - перспективна громада з баченням та стратегією розвитку (+ низька конкуренція, привабливість</p>	<p>- Сайт, фейсбук - Стислий презентаційний буклет про громаду та її інвестиційну привабливість</p>	<p>- Розповсюдження інформації через спеціальні сайти, брошури, тощо (у галузі АПК,</p>

інвесторів у конкретну галузь у форматі міні-буклету. Такий тематичний буклет має за мету зацікавити потенційного інвестора інвестиційною привабливістю конкретної галузі, яка співпадає зі сферою його комерційних інтересів та діяльності.	консультанти, представники великого та середнього бізнесу, влада	інвестпропозиції (й тощо), стабільна та прогнозована завдяки відкритості місцевої влади		ефективної енергетики, туризму тощо)
--	--	---	--	--------------------------------------

Розділ 8. Очікувані результати

Стратегія визначає організаційно-методологічні засади діяльності Компаніївської об'єднаної територіальної громади, очікувані результати від її здійснення протягом 2019-2024 років та механізми посилення комунікаційної спроможності Компаніївської ОТГ.

8.1. Загальні очікувані результати

- ✓ Підвищити рівень довіри населення до ОТГ.
- ✓ Підвищити відсоток громадян, які вважають діяльність селищної ради ефективною.
- ✓ У засобах масової інформації переважають повідомлення, присвячені фаховому обговоренню діяльності Компаніївської ОТГ, а не вчинків окремих депутатів, скандальної інформації тощо.
- ✓ Сприяти позитивному іміджу ОТГ шляхом налагодження системних та скоординованих комунікацій, запровадженню правил брендингу, розробленню кодексу етики працівника місцевого самоврядування.
- ✓ Підвищити рівень довіри населення, їх активність шляхом забезпечення зворотного зв'язку з жителями ОТГ, а саме: підзвітності громадськості усіх керівних органів ОТГ, депутатського корпусу, створення умов для участі мешканців у прийнятті рішень, інформуванні про процеси, які відбуваються у громаді, через проведення зустрічей, особистих прийомів, перемовин, заходів спрямованих на розвиток активної молоді тощо.
- ✓ Забезпечити обізнаність громадян про процеси, які відбуваються у громаді шляхом удосконалення внутрішньої та зовнішньої комунікації, інформування через комунікаційні канали та ЗМІ, наданням доступу до публічної інформації про діяльність керівних органів ОТГ та депутатського корпусу;

8.2. Очікувані результати за завданнями:

Виявлені очікування пересічних громадян щодо діяльності ОТГ та висвітлення діяльності були враховані у даній Стратегії, в тому числі при

формулюванні меседжів (ключових повідомлень), визначенні каналів комунікацій, посиленні спроможності до виконання та прогнозуванні очікуваних результатів.

1. Забезпечити участь громадськості у процесі прийняття рішень Компаніївської ОТГ:

- Жителі громади беруть активну участь у прийнятті рішень, які стосуються життя в ОТГ, активісти відвідують засідання селищної ради, працює бюджет громади, жителі мають можливість голосувати за ті проекти, які вважають найкращими для громади тощо.

2. Покращити імідж працівників органів місцевого самоврядування та ОТГ:

- Здійснюється постійне публічне звітування голови ОТГ та депутатів селищної ради на офіційному сайті, у соцмережах, через ЗМІ, листівки, зустрічі з виборцями.

Розділ 9. Фінансове забезпечення виконання стратегії

Виконання стратегії забезпечуватиметься за рахунок і в межах бюджетних призначень, передбачених на діяльність ОТГ. Задля виконання окремих заходів стратегії передбачається залучення фінансової та технічної підтримки донорських організацій, фондів, неурядових організацій тощо. Обсяги фінансування стратегії підлягають уточненню.