



Комунікація та залучення мешканців до процесів ухвалення рішень

В ПУСТОМИТІВСЬКІЙ МІСЬКІЙ
ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

Цю комунікаційну довідку підготовлено в межах співпраці ГО "Центр спільних дій" із Пустомитівською міською територіальною громадою.

Дякуємо за допомогу всім, хто був залучений до процесу створення цього аналітичного документа: міському голові Пустомитівської МТГ Олегу Серняку, заступнику міського голови з питань діяльності виконавчих органів ради Андрію Пелехатому, секретарю Пустомитівської міської ради Тарасу Салагаю, провідній спеціалістці з інформаційних питань та зв'язків із громадськістю Оксані Нері, мешканцям Пустомитівської МТГ та іншим залученим спеціалістам.



Центр спільних дій – громадська організація, яка працює в інтересах громадян України та є незалежною, політично нейтральною та незаангажованою в усіх аспектах своєї діяльності.

 **ЦЕНТР
СПІЛЬНИХ
ДІЙ**

Ми займаємось аналізом державної й місцевих політик, впроваджуємо інструменти залучення громадян до ухвалення рішень та участі в демократичних процесах, а також просуваємо демократичні зміни.

 centreua.org

 facebook.com/centreua.org

 [@centreua](https://youtube.com/centreua)

 [@centreof_ua](https://twitter.com/centreof_ua)

 [@centreua](https://instagram.com/centreua)



Зміст

МЕТОДОЛОГІЯ

4

ПОШИРЕНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ ОРГАНІВ
МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В
КОМУНІКАЦІЇ

6

ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ,
ЗОНИ ЗРОСТАННЯ

17

КОМУНІКАЦІЙНІ РЕСУРСИ
ПУСТОМИТІВСЬКОЇ МТГ

5

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

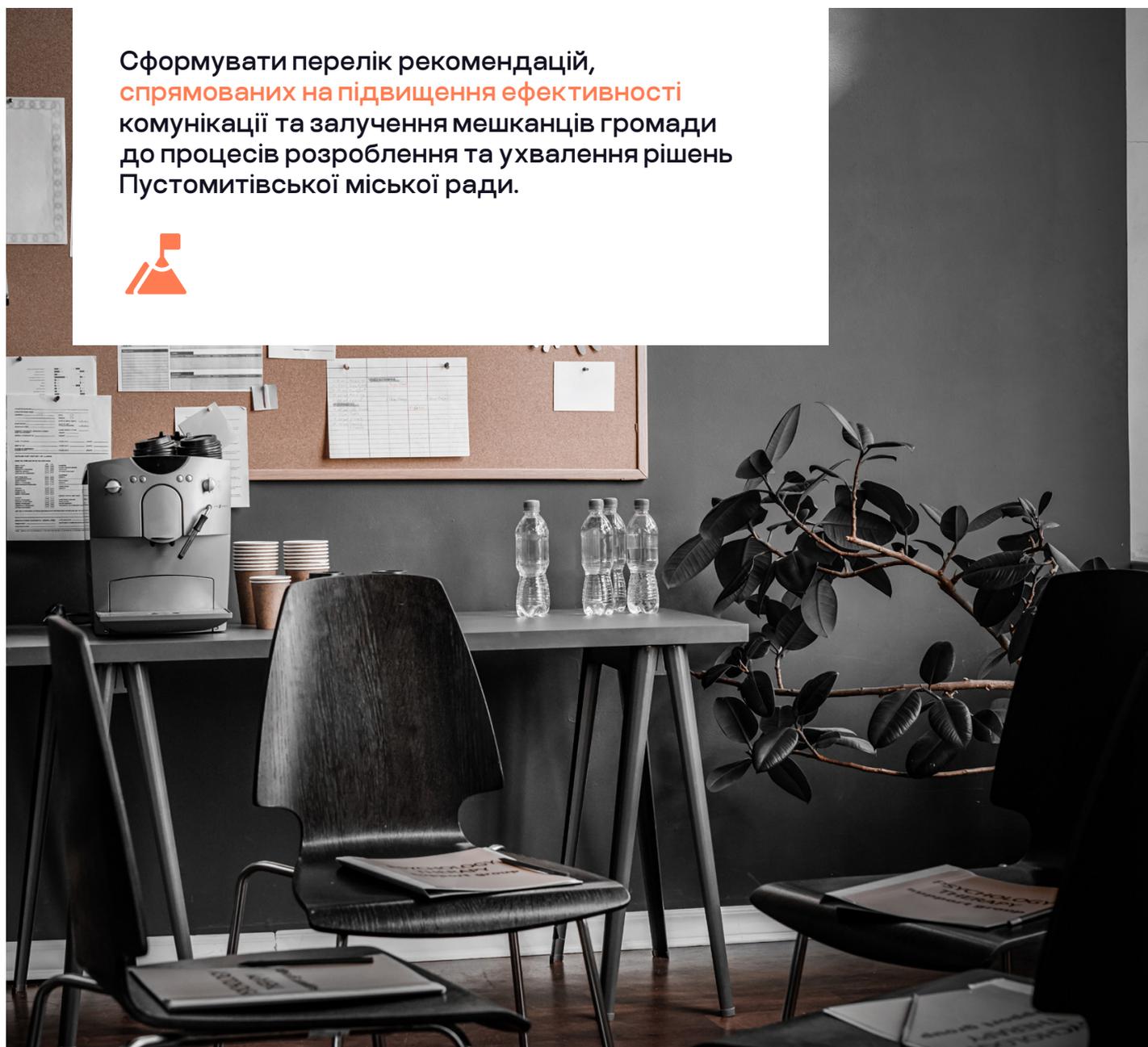
7

РЕКОМЕНДАЦІЇ

18

Мета

Сформувати перелік рекомендацій,
спрямованих на підвищення ефективності
комунікації та залучення мешканців громади
до процесів розроблення та ухвалення рішень
Пустомитівської міської ради.



Методологія

Щоб дослідити якість інформування та взаємодії міської ради з населенням Пустомитівської МТГ, а також визначити найефективніші способи вдосконалення комунікації та залучення громадян, ми:

Провели:



- З неопублічні консультації у форматі онлайн-інтерв'ю з управлінцями Пустомитівської міської ради, дотичними до комунікації з мешканцями громади;
- онлайн-опитування 186 мешканців громади щодо якості інформування та взаємодії міської ради з населенням громади.

Проаналізували:



- отриману від Пустомитівської міської ради статистику офіційної сторінки Пустомитівської МТГ у Facebook;
- дані з відкритих джерел, нормативно-правові акти, посібники з комунікацій для органів місцевого самоврядування.

Уся подальша інформація, що стосується проблеми, оцінки та рекомендацій, ґрунтується на даних, отриманих Центром спільних дій за допомогою вказаних вище методів.

Паспорт Пустомитівської МТГ



Адміністративний центр:
місто Пустомити

У складі громади
10 населених пунктів:

м. Пустомити	с. Милошевичі
с. Береги	с. Містки
с. Віняви	с. Наварія
с. Диб'янки	с. Полянка
с. Малинівка	с. Семенівка

Площа територіальної громади:

97,4 км²

Населення громади:

15 565 осіб

(станом на червень 2023 року).

Комунікаційні ресурси Пустомитівської МТГ

Пустомитівська міська рада застосовує такі канали інформування та взаємодії з мешканцями громади:

Вебсайт, який є офіційним ресурсом міськради. Він слугує платформою для публікації новин, нормативних документів, рішень міської ради та іншої актуальної інформації;

Офіційні сторінки у Facebook та Instagram, де висвітлюють роботу міської ради, публікують оголошення, звернення до мешканців та анонують події;

Чат-боти у Viber та Telegram, через які мешканці можуть дізнатися загальну інформацію про громаду, актуальні новини та ухвалені рішення;

YouTube-канал, на якому ведуть онлайн-трансляції сесій Пустомитівської міської ради.

В структурі міської ради визначена одна посада провідного спеціаліста з інформаційних питань та зв'язків із громадськістю. Ця посада передбачає:

- забезпечення комунікації органів місцевого самоврядування та його посадових осіб з жителями територіальної громади, взаємодії з суб'єктами у сфері медіа та громадськістю,
- здійснення заходів з розвитку інформаційного простору у територіальній громаді.



Архітектура комунікації Пустомитівської міської ради – це організована система взаємодії, яка об'єднує міську владу, мешканців громади, бізнес, громадські організації та медіа. Її головна мета – створення прозорого, відкритого та ефективного зворотного зв'язку.

Поширені виклики для органів місцевого самоврядування в комунікації

В умовах повномасштабної війни потреба в якісній комунікації з боку органів місцевого самоврядування (ОМС) вийшла на новий рівень. Загалом територіальні громади по всій Україні зіткнулися з низкою викликів у сфері комунікації та взаємодії з населенням.



Зріс запит жителів громад на якісну та оперативну інформацію від офіційних джерел.

Місцеві управлінці зазначають, що відсутність такої інформації негативно позначається на психологічному стані громадян і знижує рівень довіри до місцевих рад. Представники ОМС були вимушені навчитися оперативно та якісно надавати всю інформацію, яка могла б допомогти людям. Це стосувалося планів евакуації та роздачі гуманітарної допомоги, проведення навчань та оголошень про графіки відключень світла. Місцеві управлінці мусили навчитися протидіяти російській дезінформації та намаганням сіяти паніку.



Виникла необхідність налагодити комунікації з вразливими категоріями населення, зокрема ВПО та ветеранами.

Саме від вміння місцевої влади спілкуватися і взаємодіяти з вимушеними переселенцями у них формувалося перше враження про громаду та її спроможності. Крім того, саме на місцевій владі лежить обов'язок інтегрувати ветеранів до цивільного життя. Етап комунікації, роз'яснення та інформаційного супроводу є надважливим для того, щоб ця адаптація відбувалася якісно та ефективно. Щоб допомогти громадянам, які так чи інакше постраждали внаслідок російсько-української війни, громади створюють ветеранські центри та центри підтримки переселенців.



Напрямок комунікацій громад стикається з нестачею ресурсів та недостатнім фінансуванням

Лише фінансово спроможні громади можуть дозволити собі створювати окремі відділи комунікацій та взаємодії з громадянами. Загалом, всі громади стикаються з тим, що низькі заробітні плати, а, відповідно, і привабливість роботи стають перешкодами у пошуку необхідних спеціалістів. Крім того, проблемою є неврегульованість нормативно-правової бази, наприклад, діяльності та функціонування пресслужб місцевих рад. Це негативно впливає на можливості громад щодо створення таких органів та розуміння, в якому напрямі їх можна розвивати.

Результати опитування

МЕШКАНЦІВ ПУСТОМИТІВСЬКОЇ МТГ

Мета опитування

Визначити якість інформування, взаємодії та залучення мешканців громади, визначити ключові проблеми та потреби населення у сфері комунікації.



Обмеження опитування

- Опитування відбувалося шляхом самозаповнення респондентами онлайн-анкети, поширеної переважно через офіційну сторінку Пустомитівської МТГ у Facebook та на вебсайті громади. Це обмеження може призвести до викривлення результатів, оскільки не всі мешканці громади активно користуються соціальними мережами та вебресурсами громади або мають доступ Інтернету.
- Серед респондентів переважали жінки (72%), що може вплинути на загальний результат і не повністю відобразити погляди чоловіків у громаді.
- Більшість відповідей надійшли від жителів Пустомитів (58,1%), тоді як інші населені пункти громади представлені значно менше. Це може створити нерівномірність у врахуванні думок мешканців різних населених пунктів громади.

Результати опитування дали змогу сформулювати перелік рекомендацій (див. [Рекомендації](#)), спрямованих на вдосконалення управлінських рішень у сфері комунікації.

Дата проведення опитування:
03.06.2024–02.08.2024

Метод: **онлайн-опитування (CAWI)** шляхом самостійного заповнення анкети респондентами через платформу Microsoft Forms

Загальна кількість респондентів: **186 осіб**

Соціально-демографічний портрет опитаних мешканців громади

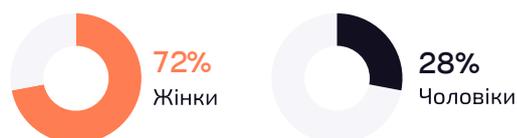


В опитуванні взяли участь 186 жителів громади, з них 72% жінки (134 особи) та 28% чоловіки (52 особи).

ЗАПИТАННЯ ?

Ваша стать (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



ЗАПИТАННЯ ?

Скільки вам років? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Найбільш представленими в опитуванні були вікові групи 36–45 років (38,7%), 26–35 років (22%) та 46–55 років (14%).

Меншою мірою представлені старші вікові групи: 56–65 років (4,3%) та старше 65 років (5,4%).

ЗАПИТАННЯ ?

Населений пункт (Один варіант відповіді.)

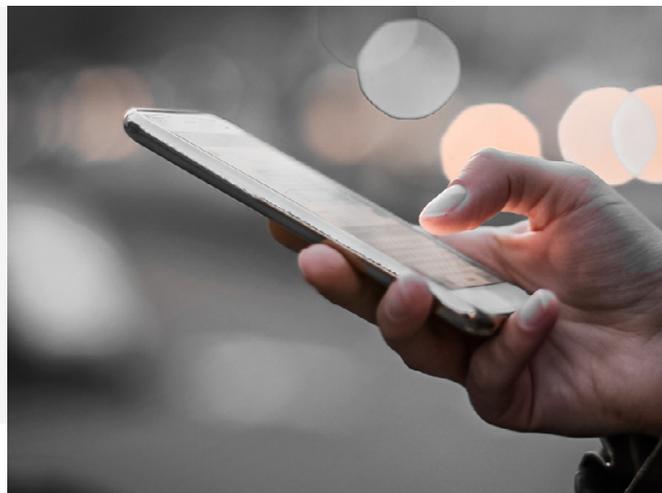
[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Більшість респондентів проживають у м. Пустомити (58,1%) та с. Семенівка (25,1%).

Респонденти з інших населених пунктів громади в дослідженні представлені значно менше: с. Наварія (6,5%), с. Містки (4,3%), с. Милошевичі (3,8%), с. Басівка, с. Диб'янки та с. Малинівка – по 0,5% кожен.

Використання соціальних мереж/ месенджерів мешканцями громади



Більшість опитаних мешканців Пустомитівської МТГ (96,8%) користуються соціальними мережами або месенджерами. Не користуються цими платформами лише 3,2% респондентів.

Представники міської ради зазначили, що для комунікації з мешканцями громади найчастіше використовують офіційний сайт і Facebook, що відповідає запиту громадян. Facebook є найпопулярнішою соціальною мережею серед мешканців Пустомитівської МТГ (89,4%). Більшість опитаних мешканців отримують інформацію про життя громади саме через офіційну сторінку міської ради у Facebook (68,9%).

Окрім Facebook, мешканці активно використовують Telegram (87,2%), Viber (85,0%), Instagram (70,6%) та YouTube (65,6%). Значно менше респондентів користуються WhatsApp (36,1%) і Signal (16,1%). 15,6% мешканців стежать за офіційними сторінками у Facebook та Instagram. Лише 5,6% опитаних отримують інформацію винятково з Instagram. Водночас 8,9% опитаних не читають офіційні сторінки громади в соціальних мережах.

ЗАПИТАННЯ

Чи користуєтеся ви соціальними мережами / месенджерами? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед жителів громади, які користуються соціальними мережами або месенджерами]

Так 96,8%
Ні 3,2%

ЗАПИТАННЯ

Якими соціальними мережами / месенджерами ви користуєтеся? (Більше одного варіанта відповіді.)

[% відповідей серед жителів громади, які користуються соціальними мережами або месенджерами]

Facebook	89,4%
Telegram	87,2%
Viber	85,0%
Instagram	70,6%
YouTube	65,6%
WhatsApp	36,7%
Signal	16,1%
Discord	7,2%
Інше	1,1%

ЗАПИТАННЯ

Чи читаєте ви офіційні сторінки міської ради в соціальних мережах? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед жителів громади, які користуються соціальними мережами або месенджерами]

68,9%	Так, у Facebook
15,6%	Так, у Facebook та Instagram
5,6%	Так, в Instagram
8,9%	Не читаю офіційні сторінки

Інформаційні потреби мешканців громади щодо діяльності міської ради

Більш ніж половина опитаних мешканців громади (64,0%) хотіли б отримувати більше інформації на офіційних сторінках міської ради про події громади та про рішення міської ради (58,3%). Крім того, жителів громади цікавить інформація про культурні заходи (47,3%), надзвичайні ситуації (45,7%), роботу фахівців міської ради (45,2%) та досягнення мешканців громади (44,1%).

За словами представників Пустомитівської міської ради, тем для комунікації дуже багато. На офіційних сторінках міської ради висвітлюють інформацію про події, сесії, засідання виконавчого комітету, зустрічі будь-якого формату – наради, засідання, комісій, а також інформацію від обласної та районної державних адміністрацій.

ЗАПИТАННЯ ②

Про що ви хотіли б більше дізнаватися на офіційних сторінках міської ради? (Більше одного варіанта відповіді.)

[% відповідей серед жителів громади, які користуються соціальними мережами або месенджерами]



Більшість опитаних мешканців громади (59,4%) вважають інформацію на офіційних сторінках міської ради достатньою для розуміння її діяльності. Водночас 40,6% вважають цю інформацію недостатньою. Саме із цією категорією громадян міській раді варто попрацювати, щоб вивчити й задовольнити їхні запити. Жителі, яким наразі не вистачає інформації, хотіли б знати більше про всі напрями роботи міської ради (19,2%), господарську діяльність (17,8%), бюджетування (17,8%) діяльність фахівців міської ради (15,1%) та про соціальне забезпечення, медицину та пільги (9,6%).

ЗАПИТАННЯ ③

Чи достатньо вам інформації в цих дописах для розуміння того, чим займається міська рада? (Один варіант відповіді.)

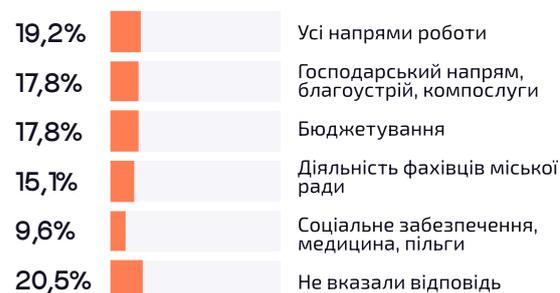
[% відповідей серед жителів громади, які користуються соціальними мережами або месенджерами]



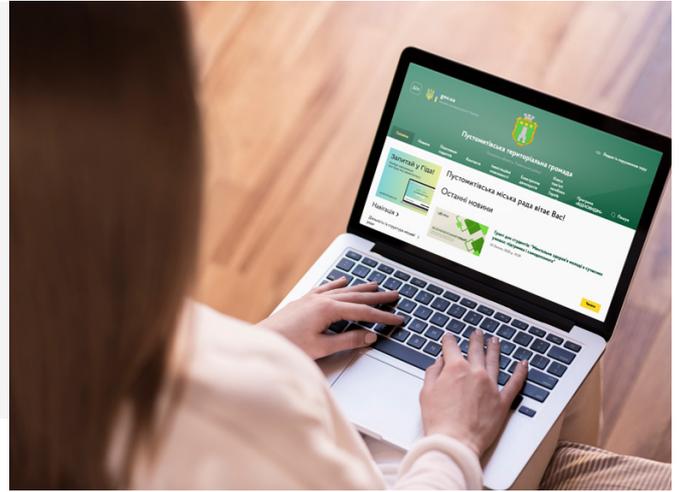
ЗАПИТАННЯ ④

Про який напрям роботи міської ради ви хотіли б знати більше? (Відкрите запитання.)

[% відповідей серед жителів громади, які користуються соціальними мережами або месенджерами, та серед тих жителів, яким недостатньо інформації в дописах, щоб зрозуміти, чим займається міська рада]



Доступність сайту громади



Більшість опитаних мешканців громади (69,9%) користувалися сайтом Пустомитівської міської ради. Серед тих, хто користувався сайтом, більшість (73,8%) змогли знайти необхідну інформацію в повному обсязі.

ЗАПИТАННЯ ?

Чи шукали ви коли-небудь потрібну вам інформацію на сайті Пустомитівської міської ради? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



ЗАПИТАННЯ ?

Чи змогли ви знайти необхідну інформацію в повному обсязі? (Один варіант відповіді.)

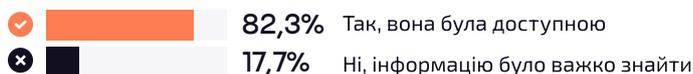
[% відповідей серед жителів громади, які шукали коли-небудь потрібну їм інформацію на сайті Пустомитівської міської ради]



ЗАПИТАННЯ ?

Чи легко було знайти потрібну інформацію на сайті? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей жителів громади, які коли-небудь шукали необхідну їм інформацію на сайті Пустомитівської міської ради]



Також більшість опитаних мешканців, які користувалися сайтом, зазначили, що інформацію на сайті громади знайти було легко та вона є доступною (82,3%).

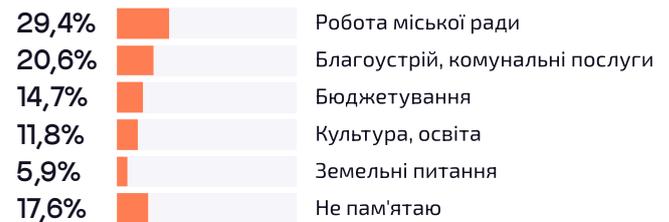
Однак майже третина жителів громади (30,1%) ніколи не використовувала сайт для пошуку необхідної інформації. Чверть тих, хто все ж користувався сайтом (26,2%) мали проблеми з пошуком необхідної інформації.

Серед жителів громади, яким було важко знайти інформацію на сайті міської ради, найбільше проблем виникло з пошуком інформації про роботу міської ради (29,4%), а також про благоустрій та комунальні послуги (20,6%). Тому спеціалістам міської ради варто зосередитися на подачі цих даних та загалом зробити сайт більш звичним для жителів громади джерелом інформації.

ЗАПИТАННЯ ?

Яку інформацію ви не змогли знайти на сайті міської ради? (Відкрите запитання.)

[% відповідей жителів громади, які коли-небудь шукали необхідну інформацію на сайті Пустомитівської міської ради, але не змогли її знайти]



Участь та відвідування сесій міської ради чи засідань її виконавчого комітету



Більшість опитаних мешканців громади зазначили, що не відвідували сесій міської ради або засідань її виконавчого комітету (73,7%).

Серед причин, через які опитувані мешканці не відвідували сесії міської ради, – вони працюють або навчаються в час проведення сесій або засідань виконкому (53,3%). Крім того, вони переконані, що не можуть вплинути на ухвалення рішень (40,9%).

ЗАПИТАННЯ ?

Чи відвідували ви сесії міської ради чи засідання виконавчого комітету міської ради? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



ЗАПИТАННЯ ?

Якщо ні, то чому? (Більше одного варіанта відповіді.)

[% відповідей серед тих жителів громади, які не відвідували сесії міської ради чи засідання виконавчого комітету міської ради]



ЗАПИТАННЯ ?

Чи дивилися ви коли-небудь трансляцію сесій міської ради в соціальних мережах? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Хоча майже три чверті опитаних не відвідували сесії міськради або її виконкому, **більш ніж половина мешканців громади все ж переглядали їхню онлайн-трансляцію в соціальних мережах (66,1%).**

Спеціалісти міської ради в інтерв'ю зазначали, що відеотрансляції сесій відбуваються постійно, тож багато мешканців можуть не приходити на сесію безпосередньо, а переглядають її онлайн.

Участь та відвідування громадських слухань

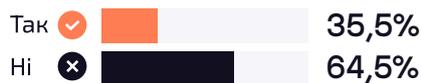


Більш ніж половина жителів громади (64,5%) не відвідувала громадські події (слухання, обговорення), ініційовані міською радою.

ЗАПИТАННЯ ②

Чи відвідували ви громадські події (слухання, обговорення), ініційовані міською радою? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]

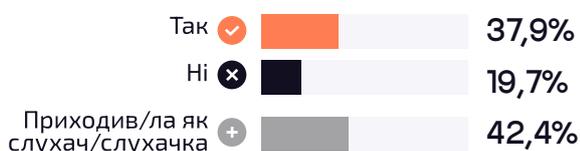


Однак, як зазначають місцеві управлінці, коли виникають нагальні питання, керівництво Пустомитівської МТГ організує зустрічі з мешканцями, особливо в сільській місцевості. Це дозволяє оперативно обговорювати проблеми й заходити оптимальні рішення. Більшість тих, хто відвідував громадські події, зазначили, що приходили як слухачі (42,4%), а також мали змогу висловити свою думку (37,9%). При цьому майже кожен п'ятий мешканець громади вказав, що не мав можливості висловити свою думку на громадських подіях (19,7%).

ЗАПИТАННЯ ②

Якщо так, то чи мали змогу висловити свою думку? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які відвідували громадські події (слухання, обговорення), ініційовані міською радою]

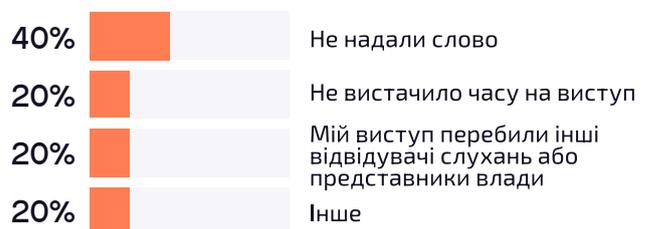


Найпоширенішою причиною того, що жителі громади не змогли висловити свою думку на громадських слуханнях було те, що їм не надали слово (40%). Серед інших причин – нестача часу на виступ (20%) або їхній виступ перебили інші відвідувачі слухань чи представники влади (20%). Відповідно місцевим управлінцям варто краще структурувати та регламентувати виступи жителів громади на таких заходах, аби кожен охочий мав можливість висловитися, адже мета таких заходів передусім – зібрати якнайбільше думок і поглядів на проблему, а конфлікти між учасниками громадських подій не сприяють цій меті.

ЗАПИТАННЯ ②

Якщо вам не вдалося висловити свою думку під час громадських подій, якою була причина? (Відкрите запитання.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, кому не вдалося висловити свою думку під час громадських подій]



Участь мешканців громади в опитуваннях



Більшість опитаних мешканців громади (73,7%) зазначили, що раніше не брали участі в опитуваннях, які проводила міська рада або організації, що співпрацювали з нею. Оскільки це майже $\frac{3}{4}$ населення громади, варто додатково проаналізувати, чому їхню думку не враховували. Адже інформація, яку в опитуваннях надавали лише частина мешканців, може суттєво викривлювати реальний стан справ і не давати повної картини проблем у громаді.

ЗАПИТАННЯ ②

Чи раніше ви брали участь в опитуваннях, які проводилися міською радою або організацією, що співпрацювала з міською радою? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Серед тих, хто раніше брав участь в опитуваннях, більш ніж половина опитаних жителів громади не бачили їхніх результатів (59,2%). Таке недостатнє висвітлення результатів може впливати й на подальшу мотивацію жителів громади долучатися до подібних заходів, ініційованих міською радою. Якщо люди не бачать, що їхню думку опрацьовано та враховано, вони можуть надалі ігнорувати організовані міськрадою заходи та загалом розчаруватися в роботі органів місцевого самоврядування.

ЗАПИТАННЯ ②

Чи бачили ви результати опитувань, у яких брали участь? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які раніше брали участь в опитуваннях, що проводилися міською радою або організацією, що співпрацювала з міською радою]



Подання письмових запитів

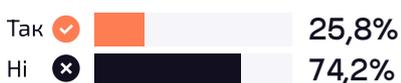


Більш ніж половина опитаних мешканців громади (74,2%) зазначили, що не подавали письмових запитів у міську раду. Це може свідчити про недостатню поінформованість громадян про механізми взаємодії з органами місцевого самоврядування або про відсутність у них потреби чи мотивації звертатися із запитами.

ЗАПИТАННЯ ②

Чи подавали ви письмові запити в міську раду? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Водночас серед тих, хто подавав запити, більшість (81,3%) отримала відповіді на них.

ЗАПИТАННЯ ②

Чи отримали ви відповідь на свій запит? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які подавали письмові запити в міську раду]



Відкритість міської ради до залучення громадян



Значна частина жителів громади (38,2%) готова брати участь в активностях міської ради, якщо їх зацікавить тема. Водночас кожен четвертий опитаний мешканець (26,3%) не планує цього робити, оскільки не бачить результатів цих активностей.

Близько третини респондентів (36,6%) не брали участі в громадських активностях, наприклад, не відвідували сесій і не долучалися до опитувань. Третина опитаних (33,3%) не висували жодних пропозицій під час цих заходів. При цьому майже кожен п'ятий житель (19,4%) зазначив, що його пропозиції не були враховані, а міська рада не внесла зміни до свого рішення. І лише 9,7% жителів громади зазначили, що місцева влада дослухалася до їхніх рекомендацій. Отже, лише незначна частка мешканців громади відчули, що влада намагається дослухатися до пропозицій громадськості та враховує їхню думку під час ухвалення рішень. Це знеохочує їх надалі долучатися до публічних заходів і перешкоджає налагодженню якісного діалогу між владою та місцевими жителями.

ЗАПИТАННЯ ?

Якщо ви брали участь хоча б в одній із вищезгаданих активностей (відвідування сесій міської ради, проходження опитування тощо), то чи плануєте надалі брати участь у них? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Щодо відкритості міськради до співпраці, то більшість опитаних відзначили позитивні зміни в цьому напрямі. Так, **39,2% опитаних вважають, що за останні 2 роки міська рада стала навіть активніше співпрацювати з громадою.** Ще 15,6% зазначають, що міська рада залишається такою ж відкритою до співпраці, як і раніше.

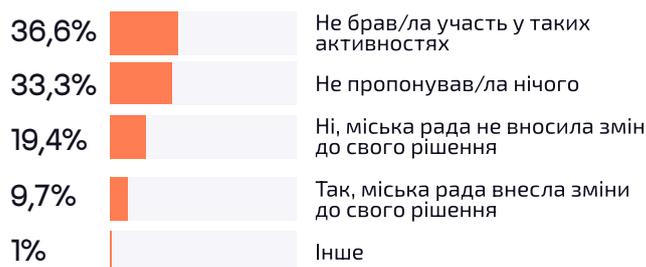
Водночас 26,9% опитаних зазначили, що за останні 2 роки міська рада не змінилася й залишається закритою до співпраці (26,9%) або навіть стала більш закритою у взаємодії з жителями (13,9%).

Загалом мешканці оцінюють готовність місцевих управлінців до співпраці радше позитивно, однак Пустомитівській міській раді варто продовжувати роботу в цьому напрямі, аби ефективно залучати якомога більше жителів громади до розроблення та ухвалення рішень.

ЗАПИТАННЯ ?

Якщо ви брали участь хоча б в одній із вищезгаданих активностей (відвідування сесій міської ради, проходження опитування тощо), то чи взяла до уваги міська рада ваші пропозиції чи зауваження? (Один варіант відповіді.)

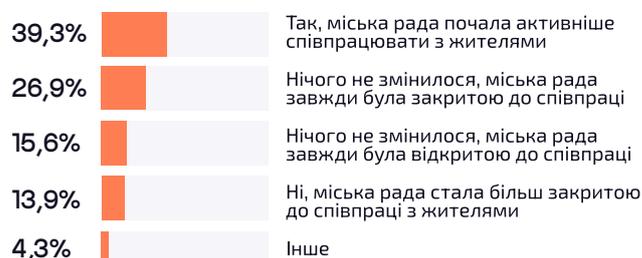
[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



ЗАПИТАННЯ ?

Чи стала міська рада більш відкритою до співпраці з жителями щодо вирішення проблем громади за останні два роки? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Неформальна взаємодія з представниками міської ради

Більш ніж половина опитаних жителів громади (55,9%) зазначили, що ніколи не використовували неформальні методи спілкування з представниками міської ради для розв'язання проблем чи висловлення своїх потреб. Водночас 44,1% мешканців мають досвід такого спілкування, що свідчить про суттєву частку громадян, які звертаються до неофіційних каналів комунікації.

За словами представників місцевої влади, кожен мешканець може прийти в зручний для нього час і отримати відповіді на свої запитання, що свідчить про відкритість органу місцевого самоврядування. Це забезпечує прямий доступ громадян до обговорення важливих питань без обмежень у часі чи форматі спілкування.

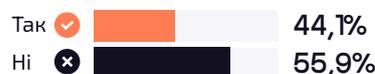
Ті мешканці, які неформально спілкувалися з представниками міської ради, найчастіше це робили у форматі розмови наживо (68,3%). Іншими, менш популярними форматами спілкування, були телефонні розмови (17,3%) та переписка через соціальні мережі в приватних чатах (14,4%).



ЗАПИТАННЯ

Чи спілкувалися ви неформально з представниками міської ради для вирішення проблем чи висловлення потреб у чомусь? (Один варіант відповіді.)

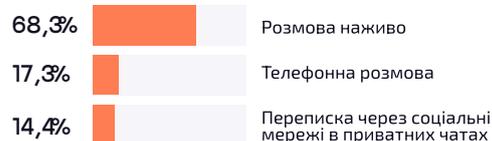
[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



ЗАПИТАННЯ

Який це був формат спілкування? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які спілкувалися неформально з представниками міської ради для вирішення проблем чи висловлення потреб у чомусь]



Формати взаємодії

Найпопулярнішими методами звернень до міської ради є поєднання офіційного та неофіційного спілкування (31,2%) і неформальне спілкування через телефон, соціальні мережі (30,6%).

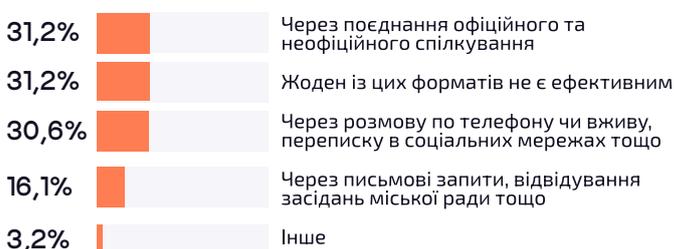
Водночас майже третина опитаних (31,2%) вважає, що жоден із форматів взаємодії не є ефективним. Це може вказувати на необхідність вдосконалити підходи міськради до комунікації. Лише 16,1% обирають офіційні механізми, наприклад, письмові запити чи відвідування засідань міської ради.



ЗАПИТАННЯ

Якщо вам потрібно вирішити проблему чи висловити потребу в чомусь, як вам вдається досягнути бажаного від міської ради? (Більше одного варіанта відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



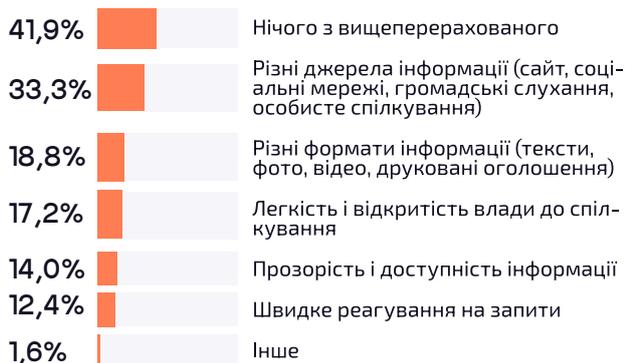
Переваги, недоліки, зони зростання

В комунікації міської ради мешканцям найбільше подобається кількість різних джерел інформації (сайт, соціальні мережі, громадські слухання, особисте спілкування) – 33,3%. Різноманітність каналів доступу дозволяє ефективно охоплювати різні групи населення з урахуванням їхніх потреб. Водночас значна частка опитаних (41,9%) обрали варіант відповіді “Нічого з вищеперерахованого”, що може свідчити про незадоволення поточним рівнем взаємодії.

ЗАПИТАННЯ ②

Чи подавали ви письмові запити в міську раду? (Один варіант відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Мешканці громади, які взяли участь в опитуванні, вказали на такі причини незадоволеності в комунікації з міською радою. Найбільший відсоток респондентів (38,2%) обрали варіант “Нічого з вищеперерахованого”. Це може бути ознакою низької поінформованості цієї частини населення або загальної байдужості через нестачу залучення до процесу ухвалення рішень.

Серед конкретних причин було зазначено відсутність регулярних звітів про діяльність міської ради (26,9%), повільну відповідь на звернення громадян або повну її відсутність (20,4%).

Значним є запит громадян на нові формати взаємодії, такі як опитування, а також на активнішу комунікацію через соцмережі. У цьому зацікавлені 39,2% та 34,4% респондентів відповідно.

Також жителі хочуть, щоб більше заходів відбувалися наживо – на це вказало 33,9% громадян. Це можуть бути постійні або періодичні зустрічі з керівництвом громади, відкриті обговорення, громадські слухання щодо ключових питань розвитку громади. Це підкреслює важливість розширення сучасних каналів комунікації та зацікавленість громадян у розвитку громади.

ЗАПИТАННЯ ②

Що вам найбільше не подобається в комунікації з міською радою? (Більше одного варіанта відповіді.)

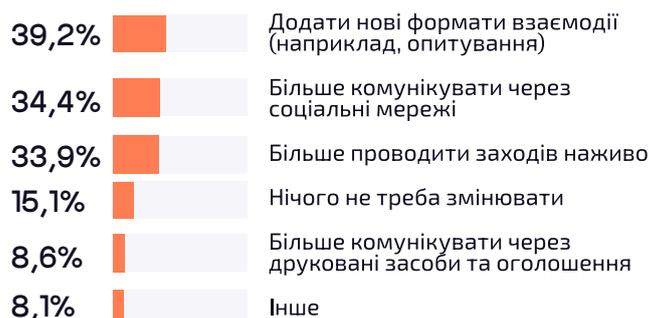
[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



ЗАПИТАННЯ ②

Що варто було б змінити в комунікації міської ради з мешканцями? (Більше одного варіанта відповіді.)

[% відповідей серед усіх жителів громади, які пройшли опитування]



Рекомендації

Рекомендація 1

Розширити команду працівників, відповідальних за комунікацію та роботу з громадськістю

Зважаючи на значний обсяг обов'язків і функціонал роботи провідного спеціаліста з інформаційних питань та зв'язків із громадськістю в Пустомитівській міській раді, рекомендуємо створити самостійний Сектор з питань комунікацій та роботи з громадськістю із посадами завідувача сектора та провідного спеціаліста.

Переваги створення Сектору:

Збільшення обсягу інформаційної діяльності

Сфера комунікацій охоплює широкий спектр різноманітних завдань. Це і моніторинг інформаційного простору, і висвітлення новин та адміністрування офіційних сторінок у соціальних мережах, і відповіді на коментарі та звернення. Також важливо налагоджувати внутрішню комунікацію, працювати з громадою через цифрові платформи та складати аналітичні матеріали. Такий широкий функціонал вимагає не лише часу, а й різнопрофільних навичок, що складно забезпечити однією посадою. Запровадження Сектору дозволить краще розподілити обов'язки між співробітниками, що значно підвищить ефективність комунікаційної роботи.

Можливість вивести напрям комунікацій громади на стратегічний рівень

Запровадження посади завідувача сектору дозволить не лише керувати щоденною діяльністю, а й розробляти довгострокові стратегії, включно з управлінням у кризових ситуаціях, впровадженням комунікаційних змін і створенням позитивного іміджу міста. Водночас провідний спеціаліст зосередиться на практичних аспектах, забезпечуючи високу якість виконання поточних завдань.

Відповідь на суспільний запит

Як показують результати опитування, мешканці громади мають високі очікування щодо своєчасного й прозорого інформування про діяльність органів місцевого самоврядування. Запровадження Сектору сприятиме оперативній відповіді на суспільні потреби, що забезпечить ефективну комунікацію з різними групами населення.

До прикладу, самостійний Сектор інформаційних технологій та зв'язків з громадськістю створено в Болградській міській раді Болградського району Одеської області.

Також сектор зв'язків з громадськістю та ЗМІ створено в Підгородненській міській раді Дніпровського району Дніпропетровської області, але він є структурним підрозділом у складі загального відділу.

Рекомендація 2

Вдосконалити роботу офіційних сторінок міської ради

📌 Оптимізація навігації на вебсайті громади

Вебсайт має бути джерелом офіційної та точної інформації для жителів громади. Оскільки частина опитаних мешканців (17,7%) зазначила, що не змогла знайти необхідної інформації на сайті, **важливо забезпечити зрозумілий і зручний дизайн із простою навігацією**. Найбільше проблем виникло з пошуком інформації щодо роботи міської ради (29,4%), а також щодо благоустрою та комунальних послуг (20,6%). Відтак можна створити для цього окремі розділи, наприклад “Плани та звіти”, де публікувати документи стратегічного планування, звіти про хід і результати виконання бюджету, програм соціально-економічного та культурного розвитку, та “Комунальні послуги та тарифи”, де розмістити інформацію про чинні тарифи, графіки надання послуг, контакти комунальних служб (наразі ця інформація розміщується в розділі “Громадськість”, що не зовсім відповідає суті та може плутати громадян).

📌 Instagram

Як зазначали в інтерв'ю представники Пустомитівської міської ради, Instagram поки що не зібрав великої аудиторії. Станом на січень 2025 року сторінка громади має 564 читачів.

Як покращити сторінку в Instagram:

- **Регулярно робити публікації.**
Рекомендуємо залучити ще одного фахівця, який володіє навичками роботи в Capva, для створення якісного контенту.
- **Більше візуального контенту.**
Уся ключова інформація має бути розміщена на зображенні. Опис має бути лаконічним і містити тільки найважливіше. Посилання в текстах постів використовувати не варто, оскільки це малоефективно.

📌 Facebook

Facebook для Пустомитівської МТГ є основною платформою для комунікації з мешканцями громади (наразі має 8,8 читачів). Рекомендуємо налагодити регулярний графік розміщення публікацій, протестувавши оптимальні часові відрізки для досягнення максимального охоплення аудиторії. Це варто також врахувати й під час напрацювання контент-планів. Для кращої організації матеріалів доцільно запровадити рубрикацію постів за хештегами, що дозволить мешканцям швидко знаходити необхідну інформацію. Відповідно до статистики офіційної сторінки Пустомитівської МТГ у мережі Facebook, дописи з відео мають значну популярність серед аудиторії – вони отримують більше переглядів, реакцій та поширень порівняно з текстовими чи фотопублікаціями. Тож відеоконтент є ефективним інструментом для привернення уваги мешканців та їхньої взаємодії зі сторінкою громади.

- **Сторіз як основний інструмент.**
Використовувати сторіз для інформування про актуальні події та залучення аудиторії. Посилання додавати винятково в сторіз, а не в пости.
- **Посилання в описі профілю.**
За потреби актуальні посилання можна залишати в розділі “Опис профілю”.
- **Підтримка громади через репости.**
Робити репости в сторіз важливих ініціатив громадян, акцій місцевого бізнесу та волонтерських ініціатив. Це підкреслить підтримку мешканців громади та підвищить довіру до сторінки міської ради.

⏏ Не використовувати Telegram як канал комунікації

Попри те, що Telegram є одним із найбільш поширених месенджерів (87,2%) серед тих мешканців Пустомитівської МТГ, які користуються соціальними мережами, **з метою безпеки не радимо використовувати цю платформу в робочих цілях**. В Україні вже почали впроваджувати обмеження щодо використання цього месенджера. Зокрема, Telegram заборонено встановлювати та використовувати на службових пристроях працівникам сектору безпеки та оборони, а також підприємствам критичної інфраструктури.

Альтернативою використанню Telegram у комунікації з мешканцями громади може бути Viber, яким користується 85,0% опитаних жителів, або інші месенджери: WhatsApp, Signal чи Discord.

⏏ YouTube

Наразі сторінка міської ради в YouTube має 174 підписники та використовується здебільшого для трансляцій сесій міської ради. Однак тут можна також публікувати короткі відео з оглядом найважливіших подій тижня або місяця, інтерв'ю з керівництвом громади чи активними мешканцями, підприємцями, анонсувати волонтерські акції, спортивні чи культурні заходи. Можна додати відео про історію міста, розповіді про місцеві пам'ятки або знайомство з талантами громади.

⏏ Viber

Viber є одним із найпоширеніших месенджерів серед мешканців Пустомитівської МТГ (85%), зокрема, й серед людей старше 35 років. Тож доцільно використовувати його для публікації новин громади. При цьому варто враховувати завантаженість спеціаліста з питань комунікацій і забезпечити належне планування часу та ресурсів для ефективного ведення всіх соціальних мереж.

Рекомендуємо створити окремий канал громади у Viber. До прикладу, такий канал створено в Роздільнянській МТГ Одеської області, у ньому громада розміщує основні новини з посиланням на офіційний сайт. Свій канал у Viber має і Кобеляцька міська рада Полтавської області, де розміщується інформація про рішення сесії міської ради, засідання постійних комісій, культурні заходи та інша роз'яснювальна інформація. При цьому новина має бути короткою, конкретною, бажано з інфографікою або посиланням на докладнішу інформацію.

Також можна створити чат громади у Viber, встановити правила користування ним та визначити модератора, щоб уникнути конфліктів під час спілкування та зосередити увагу винятково на обміні інформацією.

Рекомендація 3

Напрацювати контент-плани для систематизації роботи по напрямку комунікацій

За інформацією, отриманою від місцевих управлінців, наразі планування по напрямку комунікацій в Пустомитівській МТГ відбувається на початку тижня, однак в ідеалі воно має охоплювати не тільки короткострокові, а й довгострокові потреби. Формат контент-плану повинен враховувати основні завдання, специфіку цільової аудиторії, пріоритети міської влади та важливі події в житті громади.

Тижневий контент-план

На цьому рівні увага зосереджується на актуальних завданнях і деталізованому розподілі роботи. Це може включати публікацію анонсів заходів, оперативних новин про проєкти чи ініціативи, опитування громадської думки або відповідей на звернення або запити жителів із найпоширеніших питань. Кожен день тижня планується з урахуванням важливості подій, наприклад, інформування про рішення, ухвалені на сесії міської ради, анонс культурних подій чи популяризація нових ініціатив.

Місячний контент-план

Планування на місяць передбачає реалізацію масштабніших завдань. Сюди входить розроблення тематичних кампаній (наприклад, висвітлення важливих дат чи соціальних акцій), підготовка звітів про досягнення, співпраця з місцевими організаціями та забезпечення регулярної комунікації з громадянами. Місячний формат дозволяє враховувати сезонність у роботі: підготовка до свят, завершення або запуск нових проєктів. Для цього важливо гармонійно поєднувати інформаційний, розважальний та аналітичний контент.

Річний контент-план

Цей рівень планування має стратегічний характер і передбачає довгострокові ініціативи. Він включає ключові теми року, як-от масштабні інфраструктурні проєкти, культурні чи соціальні програми, а також календар важливих подій, таких як міські чи національні свята. Річний план враховує зміну сезонів, коригування пріоритетів протягом року й можливість адаптації до нових викликів. Важливим елементом є готовність до кризових ситуацій, що потребують швидкого реагування.

Комунікаційна стратегія

Комунікаційна стратегія має відповідати реальним потребам та планам діяльності громади, базуючись на стратегічних цілях її розвитку. Вона є своєрідною дорожньою картою для всіх учасників комунікаційного процесу в громаді: від голови до адміністратора веб-сайту або сторінок у соціальних мережах. Зазвичай документ комунікаційної стратегії розробляється на 3 роки, але за необхідності його можна переглядати. Важливо також забезпечити його узгодженість зі Стратегією розвитку громади. Детальніше про це можна ознайомитися в практичному посібнику "Розроблення комунікаційної стратегії для органів місцевого самоврядування".

Рекомендація 4

Працювати із цільовими аудиторіями

Щоб забезпечити ефективну комунікацію й донести важливу інформацію до мешканців громади, варто чітко визначити цільові аудиторії та ключових стейкхолдерів. Аудиторія має бути конкретною, а не узагальненою. За нею стоять реальні люди, і для того, щоб ваше повідомлення дійшло до них, слід сегментувати аудиторію.

Як сегментувати аудиторію?



01

Визначити критерії сегментації: вік, соціальний статус, професія, інтереси, переконання тощо.

02

Виокремити основні групи мешканців на основі цих критеріїв: наприклад, молодь, літні люди, батьки з дітьми, бізнес, ВПО тощо.

03

Проаналізувати їхні потреби та інтереси.

Наведемо приклад сегментації:

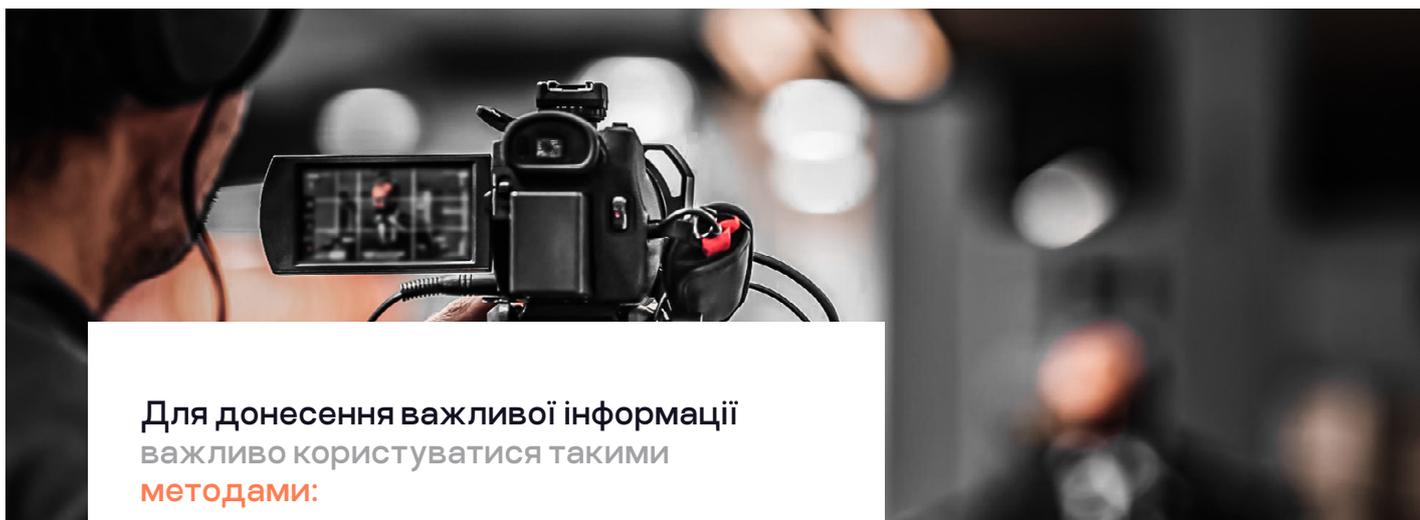
Вік	Молодь (14–35 років)	Люди середнього віку	Люди старшого віку
	Instagram, Facebook <i>Публікації про події, культурні та спортивні заходи, освітні курси, новин про молодіжні програми, стажування.</i>	Facebook, Viber <i>Інформація про місцеві та волонтерські ініціативи, еко-номічні програми, можливості працевлаштування, медичні послуги, соціальну підтримку.</i>	Viber, друковані оголошення, зустрічі. <i>Повідомлення про соціальні послуги, медичне забезпечення, пільги, дозвілля.</i>
Професійна діяльність	Військовослужбовці	Підприємці	Працівники установ бюджетної сфери
	Facebook, Viber, офіційний сайт, зустрічі. <i>Інформація про соціальний захист, підтримка сімей, медичне обслуговування, навчальні програми.</i>	Facebook, зустрічі. <i>Новини про гранти, державну підтримку бізнесу, консультації, форуми для підприємців.</i>	Facebook, офіційний сайт. <i>Інформація про професійний розвиток, зміни в законодавстві, події в громаді.</i>

Професійна діяльність	Наймани працівники Facebook, Viber. <i>Публікації про права працівників, можливості підвищення кваліфікації, вакансії.</i>	Студенти Instagram. <i>Повідомлення про освітні програми, волонтерські ініціативи, культурні заходи, стажування, можливості працевлаштування.</i>	Безробітні Facebook, офіційний сайт. <i>Вакансії, курси перекваліфікації, інформація про державну підтримку.</i>	
Соціальний статус	Учасники бойових дій Facebook, Viber, офіційний сайт, зустрічі. <i>Інформація про соціальні пільги, реабілітацію, юридичну підтримку, спільноти ветеранів.</i>	Члени сім'ї загиблих військовослужбовців Viber, локальні групи, адресна допомога. <i>Інформація про соціальні виплати, державну підтримку, психологічну допомогу.</i>	Особи з інвалідністю Facebook, Viber, зустрічі. <i>Публікація про безбар'єрне середовище, реабілітаційні послуги, програми працевлаштування.</i>	
	Внутрішньо переміщені особи Facebook, офіційний сайт. <i>Інформація про доступне житло, соціальні пільги, гуманітарну допомогу, інтеграційні заходи, працевлаштування та культурні заходи.</i>	Багатодітні сім'ї Facebook, Viber. <i>Повідомлення про пільги, освітні програми, дозвілля для дітей, матеріальну допомогу.</i>	Малозабезпечені сім'ї Facebook, Viber. <i>Інформація про соціальні виплати, гуманітарну допомогу, курси підвищення кваліфікації.</i>	
Інтереси	Культурно-освітні Facebook, Instagram, афіші подій. <i>Анонси культурних подій, гуртки, майстер-класи.</i>	Спортивні Facebook, Instagram. <i>Розклад спортивних заходів, секцій, програми підтримки активного способу життя.</i>	Екологічні Facebook, Instagram. <i>Інформація про екологічні ініціативи, акції, сортування відходів, суботники, програми збереження природи.</i>	Волонтерські Facebook, Instagram. <i>Оголошення про ініціативи допомоги, збори коштів, координування дій волонтерів.</i>
Потреби	Освіта Facebook, Instagram, офіційний сайт. <i>Інформація про курси, семінари, грантові програми, навчальні заклади.</i>	Дозвілля Facebook, Instagram. <i>Анонси заходів, можливості долучення.</i>	Працевлаштування Facebook, офіційний сайт. <i>Вакансії, тренінги, ярмарки вакансій.</i>	Медичне обслуговування Facebook, Viber. <i>Інформація про роботу лікарні, доступні послуги, профілактичні заходи.</i>
	Доступне житло Facebook, офіційний сайт. <i>Інформація про житлові програми, субсидії, можливості оренди.</i>	Збереження довкілля Facebook, Instagram. <i>Оголошення про екологічні заходи, посадку дерев, ініціативи з очищення території.</i>	Соціальна підтримка та пільги Facebook, Viber, офіційний сайт. <i>Публікації про пільги, соціальні ініціативи, адреси центрів підтримки.</i>	

Рекомендація 5

Розвивати співпрацю з медіа, громадськими організаціями, місцевими активістами

Для ефективної співпраці з медіа потрібно будувати партнерські відносини з місцевими та обласними журналістами, регулярно спілкуватися, за потреби організувати інтерв'ю, а також своєчасно інформувати медійників про події, рішення та ініціативи міської ради. Основними принципами успішної комунікації є відкритість та прозорість у підходах.



Для донесення важливої інформації важливо користуватися такими методами:

→ Створення якісного контенту.

Додавайте візуальні матеріали, уникайте складної термінології, пояснюйте доступно, покажуйте історії мешканців громади.

→ Регулярна комунікація.

Організуйте заходи, які дозволять людям побачити роботу ради, наприклад, дні відкритих дверей, інформаційні кампанії або співпрацюйте з громадськими організаціями для поширення інформації. Також корисно використовувати рекламу та співпрацювати з лідерами думок чи активістами, які популярні серед мешканців.

→ Використання зворотного зв'язку.

Діліться результатами роботи, залучайте мешканців до обговорень і рішень через опитування або голосування. У кризових ситуаціях оперативно реагуйте, надавайте чітку інформацію, щоб уникнути дезінформації.

Рекомендація 6

Розвивати інструменти залучення громадян до розроблення та ухвалення рішень

▾ Сесії міської ради

Сесії ради проводяться гласно із забезпеченням права кожного бути присутнім на них, крім випадків, передбачених законодавством. Порядок доступу до засідань визначається радою відповідно до закону. Сесія ради скликається в міру необхідності, але не менше одного разу на квартал, а з питань відведення земельних ділянок та надання документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності – не рідше ніж один раз на місяць (Закон України “Про місцеве самоврядування”).

Хоча більшість мешканців Пустомитівської МТГ не були присутні особисто на сесіях або засіданнях (73,7%), більшість опитаних (66,1%) переглядали їх онлайн через соціальні мережі.

Основними причинами неучасті особисто є зайнятість на роботі чи навчанні в час проведення цих заходів (53,3%), а також відчуття, що їхня присутність не вплине на ухвалення рішень (40,9%).

Важливо заохочувати громадян до участі в таких заходах, а також забезпечувати доступність інформації про час і порядок денний засідань. Пустомитівська міська рада може активно демонструвати приклади, коли пропозиції чи зауваження мешканців вплинули на ухвалені рішення. Цю інформацію можна публікувати в соціальних мережах, на офіційному сайті або розповідати під час відкритих обговорень. Важливо забезпечити детальний зворотний зв'язок для тих, хто надсилає пропозиції, щоб вони бачили, що їхні думки враховуються.

▾ Громадські слухання та обговорення

Зважаючи на результати опитування, зокрема те, що більш ніж половина респондентів (64,5%) не брали участі в громадських слуханнях чи обговореннях, для кращого залучення Пустомитівській міській раді слід зосередитися на таких аспектах:

→ **Комунікувати про важливість громадських слухань.** Необхідно робити наголос на важливості громадських слухань як способу впливу громадян на місцеву політику та життя громади. Мешканці громади мають усвідомлювати, в чому полягає їхній інтерес долучитися до громадських обговорень, і яким чином це може змінити їхнє життя на місці.

→ **Інформувати громадян.** Розширити канали комунікації: публікувати оголошення на офіційних сторінках міської ради, у групах в соціальних мережах, розміщувати оголошення на інформаційних дошках у публічних місцях. Це підвищить обізнаність мешканців про заплановані заходи й дасть змогу залучити більшу кількість охочих до громадських слухань.

→ **Використовувати різні інструменти для проведення слухань.** Організовувати громадські слухання, використовуючи зручніші формати обговорення (наприклад, онлайн-зустрічі).

→ **Підтримувати відкритість.** Створення умов для довіри, зокрема прозорість в ухваленні рішень після слухань.

📌 Опитування

Проведення опитувань жителів громади сприяє ефективній комунікації між міською радою та мешканцями громади. Активна участь мешканців у таких опитуваннях свідчить про відкритість людей до діалогу з місцевою владою. Жителі громади розуміють, що їхня думка буде почута і врахована під час розроблення майбутніх політик, що зміцнює довіру до органів місцевого самоврядування.

Переваги проведення опитувань:

- **Допомагають виявити сфери, які потребують вдосконалення, наприклад, обізнаність про послуги, програми чи проекти громади.**
- **Дають можливість мешканцям висловити власну думку про роботу міської ради, її прозорість, оперативність та ефективність її комунікації, задоволеність рівнем послуг, які надає міська рада.**
- **Результати опитувань можуть вказати на потребу в нових інструментах чи підходах для взаємодії з громадянами, таких як публічні консультації, додаткові онлайн-платформи чи офлайн-зустрічі. Зібрані дані дозволяють врахувати думки жителів під час розроблення стратегій, удосконалення управлінських процесів і планування розвитку громади.**

Оскільки більш ніж половина опитаних жителів громади не бачили результати опитувань, у яких брали участь (59,2%), варто забезпечити публікацію результатів опитувань у зрозумілому та доступному форматі та пояснювати, які заходи було вжито на основі отриманих даних. Це допоможе продемонструвати, що думка мешканців враховується і впливає на ухвалення рішень. Опитування мають бути регулярними, щоб це стало звичною практикою для мешканців. Можна використовувати різні формати опитувань — від коротких запитань до глибоких досліджень, залежно від потреб.

📌 Запити та звернення громадян

Для підвищення ефективності співпраці з громадою Пустомитівській міській раді варто приділити увагу популяризації електронних сервісів, спрощенню процесу подання запитів та звернень і проведенню роз'яснювальної роботи щодо прав громадян на це. Важливим є вчасне надання громадянам відповідей із дотриманням строків розгляду. Також можна підготувати та опублікувати на сайті відповіді на найпоширеніші питання, з якими звертаються мешканці громади. Усе це допоможе зміцнити довіру громади до органів місцевого самоврядування.

📌 Петиції

Електронні петиції – інструмент для активної участі мешканців в ухваленні та висловленні власної позиції. Завдяки можливостям електронних петицій громадяни можуть впливати на роботу місцевої влади.

В електронній петиції має бути викладено суть звернення, зазначено прізвище, ім'я, по батькові автора (ініціатора) електронної петиції, адресу електронної пошти. На вебсайті відповідного органу або громадського об'єднання, що здійснює збір підписів, обов'язково зазначаються дата початку збору підписів та інформація про загальну кількість та переліку осіб, які підписали електронну петицію.

Станом на січень 2025 року на сайті Пустомитівської міської ради розміщено 3 електронні петиції, 2 з яких набрали необхідну кількість голосів та були розглянуті міською радою.

Важливо пам'ятати, що електронна петиція, яка в установленний строк не набрала необхідної кількості голосів на її підтримку, після завершення строку збору підписів розглядається як звернення громадян відповідно до закону.

Над документом працювали

Автори

Марина Охріменко, аналітикиня політик,
дослідниця

Данило Ящук, аналітик політик,
дослідник

Методологічний супровід

Євген Мартинюк, керівник напрямку
аналізу політик та досліджень

Андрій Карпенко, менеджер із залучення
громадян

Редактура

Марина Євтушок, головна редакторка

Верстка

Наталія Зуєва, графічна дизайнерка



CENTREUA.ORG

 **ЦЕНТР
СПІЛЬНИХ
ДІЙ**