



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Komunikační strategie obce Šestajovice

Realizováno v rámci projektu Přívětivý úřad Šestajovice

Registrační číslo projektu CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016883

Spolufinancováno z Evropského sociálního fondu

Zpracovatel: M.C.TRITON, spol. s r.o.

Realizační tým zpracovatele: Veronika Němečková, Ing. Lukáš Jakubec





OBSAH

SEZNAM GRAFŮ A OBRÁZKŮ	3
SEZNAM ZKRATEK A POJMŮ	4
1 VÝCHODISKA	5
1.1 STRUKTURA VÝSTUPU	5
1.2 DEFINICE TERMÍNŮ A POJMŮ	6
1.3 POPIS OBCE	10
1.4 VYHODNOCENÍ STRATEGICKÝCH DOKUMENTŮ OBCE, AKČNÍCH PLÁNŮ VE VZTAHU K ŘEŠENÉMU PROBLÉMU	12
2 ANALÝZA KOMUNIKACE	13
2.1 ANALÝZA EXTERNÍ KOMUNIKACE	14
2.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – EXTERNÍ KOMUNIKACE	28
2.3 SWOT ANALÝZA EXTERNÍ KOMUNIKACE	32
2.4 SUMARIZACE ZJIŠTĚNÍ A DOPORUČENÍ PRO NÁVRHOVOU ČÁST STRATEGIE	33
3 NÁVRH STRATEGIE A JEJÍ IMPLEMENTACE	34
3.1 CÍLE A PROJEKTY (ŘEŠENÍ)	34
3.2 IMPLEMENTACE KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE	46
4 PŘÍLOHY	48
4.1 PŘÍLOHA Č. 1 – ZADÁNÍ A PRŮBĚH PROJEKTU	48
4.2 VÝSLEDNÁ ZPRÁVA Z DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	49
O ZPRACOVATELI – M.C.TRITON	50





SEZNAM GRAFŮ A OBRÁZKŮ

Seznam grafů:

Graf 1: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 2)	28
Graf 2: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 5)	29
Graf 3: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 6)	29
Graf 4: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 7)	30
Graf 5: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 8)	30
Graf 6: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 24)	31

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Počet obyvatel obce ve vybraných letech (údaj platný vždy k 31.12. daného roku).....	11
Tabulka 2: Pohyb obyvatelstva obce (údaj platný vždy k 31.12. daného roku)	11
Tabulka 3: Index staří ve vybraných letech (údaj platný vždy k 31.12. daného roku).....	11
Tabulka 4: Matice cílových skupin externí komunikace	16

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Komunikační mix v prostředí územní samosprávy	6
Obrázek 2: Obecné cíle interní a externí komunikace v prostředí veřejné správy	7
Obrázek 3: Cílové skupiny externí komunikace	7
Obrázek 4: Komunikační proces	9
Obrázek 5: Letecký snímek obce	10
Obrázek 6: Znak a vlajka obce	10
Obrázek 7: Ukázka titulní strany šestajovického zpravodaje Dostavník	20
Obrázek 8: Aktuální podoba webových stránek obce	23
Obrázek 9: Náhled hlavní stránky diskuzního fóra	25
Obrázek 10: Umístění úředních desek před obecním úřadem v Šestajovicích	26
Obrázek 11: Schéma návrhové části Koncepce moderní komunikace	34





SEZNAM ZKRATEK A POJMŮ

ČOV – Čistička odpadních vod

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

MěÚ – Městský úřad

MŠ – Mateřská škola

OÚ – Obecní úřad

PO – Příspěvkové organizace

SC – Strategický cíl

SW - Software

VS – Veřejná správa

ZŠ – Základní škola





1 VÝCHODISKA

1.1 STRUKTURA VÝSTUPU

Výstup je strukturován v několika provázaných kapitolách.

- **Kapitola 1: Úvod a východiska**
 - Popis struktury výstupy
 - Definice klíčových pojmů
- **Kapitola 2: Analýza externí komunikace**
 - Výsledky dotazníkového šetření
 - Interpretace externího dotazníkového šetření
 - Závěry a doporučení pro návrhovou část za dotazníkové šetření
 - Analýza komunikačních nástrojů externí komunikace s vazbou na obsahy komunikace, cílové skupiny komunikace a procesy

Poznámka: Jedná se o klíčovou část analytické části, kdy byl zvolen primární pohled na komunikaci přes komunikační nástroje (ČÍM / JAK komunikujeme) a s nimi spojené další oblasti komunikace, jako jsou obsahy komunikace (CO komunikujeme), cílové skupiny komunikace (KOMU komunikujeme), případně procesy (JAKÝM způsobem komunikace probíhá).
 - Případná další zjištění nad rámec analýzy přes komunikační nástroje
 - SWOT analýza
 - Doporučení cílů pro návrhovou část
- **Kapitola 3: Návrh strategie a akčního plánu**
 - Nastavení vize a prioritních oblastí komunikace
 - Definování strategických cílů a konkrétních opatření včetně detailního popisu jednotlivých opatření
- **Kapitola 4: Přílohy**
 - Šablony dotazníků (pro případné další využití)

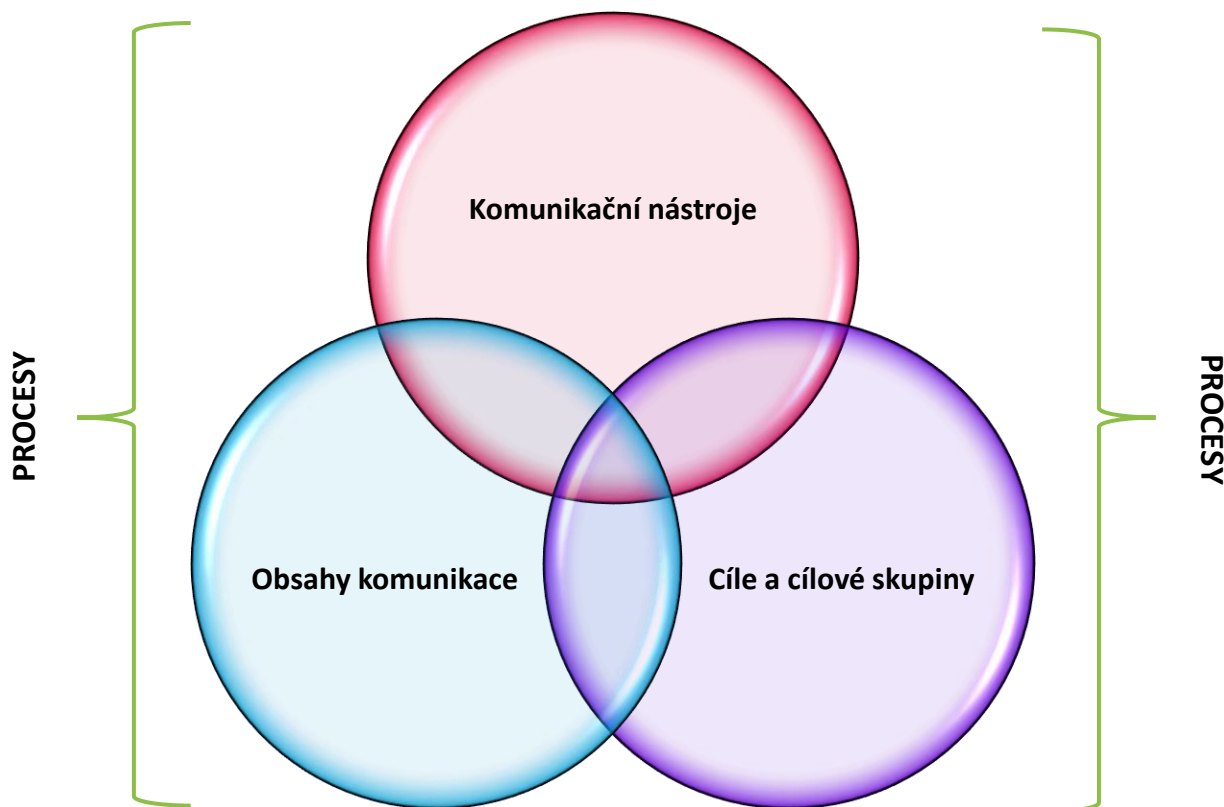




1.2 DEFINICE TERMÍNŮ A POJMŮ

Komunikace v prostředí územních samospráv probíhá ve 3 provázaných oblastech:

Obrázek 1: Komunikační mix v prostředí územní samosprávy



Z výše uvedeného důvodu není vhodné od sebe 3 hlavní oblasti oddělovat, neboť jsou vzájemně provázané a jedna bez druhé by nemohly fungovat a plnit svou roli. Při nastavování komunikační strategie neexistuje univerzální přístup, který by definoval, od které ze 3 zmiňovaných oblastí se má začít¹ a vázat na ní. Obecně ovšem platí, že první by měly být stanoveny cíle (případně cílové skupiny) a na ně až vázat ostatní oblasti.

- Cíle a cílové skupiny = ČEHO chceme dosáhnout a KOMU to chceme komunikovat.
- Nástroje komunikace = ČÍM / JAK budeme sdělení komunikovat.
- Obsahy komunikace = CO budeme komunikovat.

1.2.1 Cíle a cílové skupiny

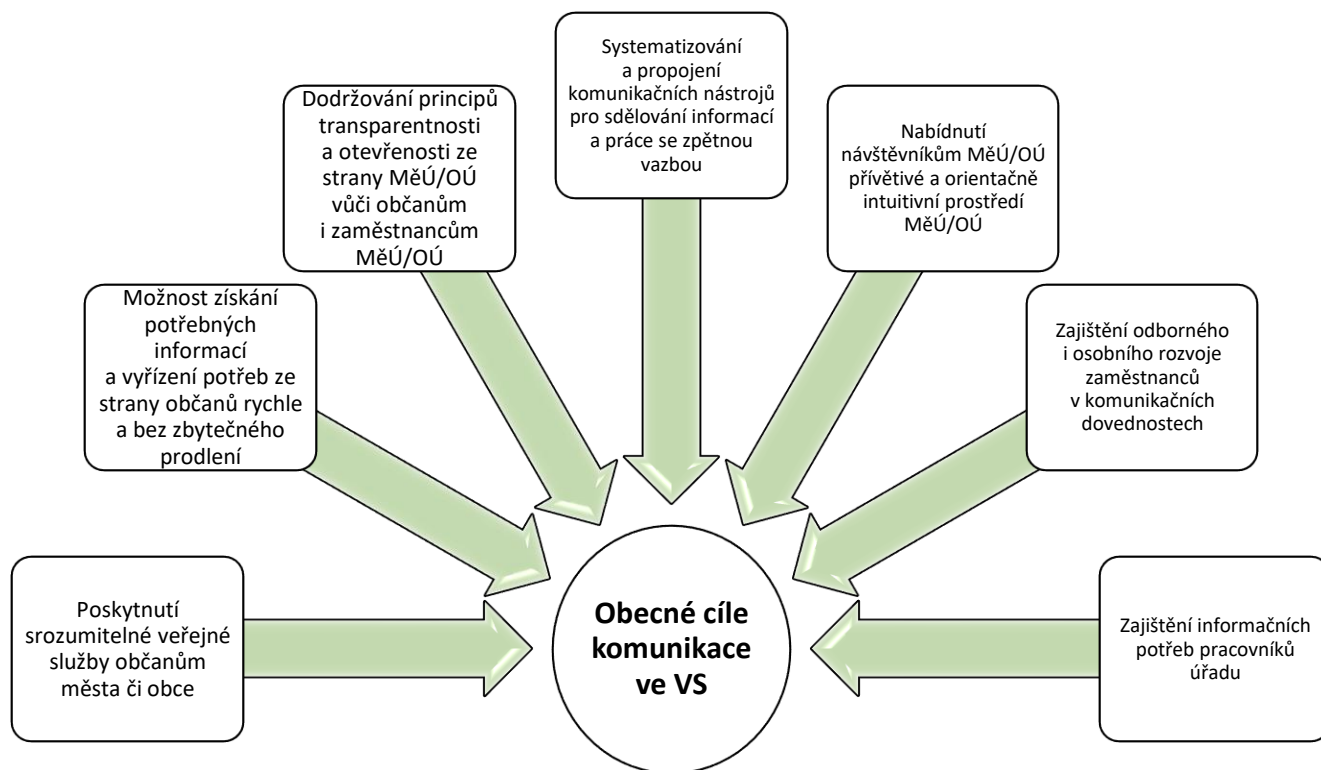
Cíle i cílové skupiny jsou v prostředí územních samospráv de facto dané a plynou z poslání poskytování veřejné služby (navenek vůči občanům) a zajištění předávání informací v potřebné kvalitě, rozsahu atd. (dovnitř vůči zaměstnancům).

¹ Nejčastěji dochází k tomu, že jsou definovány cíle a cílové skupiny komunikace, na ně jsou nastaveny obsahy komunikace, a poté vybrány nástroje, kterými bude komunikováno. Tento přístup je však možné volit např. v obchodě při nutnosti komunikace nového produktu. Nelze ho však univerzálně uplatnit v prostředí veřejné správy, kde jsou cílové skupiny a z části i obsahy definovány podstatnou subjektu veřejné správy a poskytováním veřejné služby. Proto je pro potřeby této strategie volena kombinace přístupů dle potřeby.

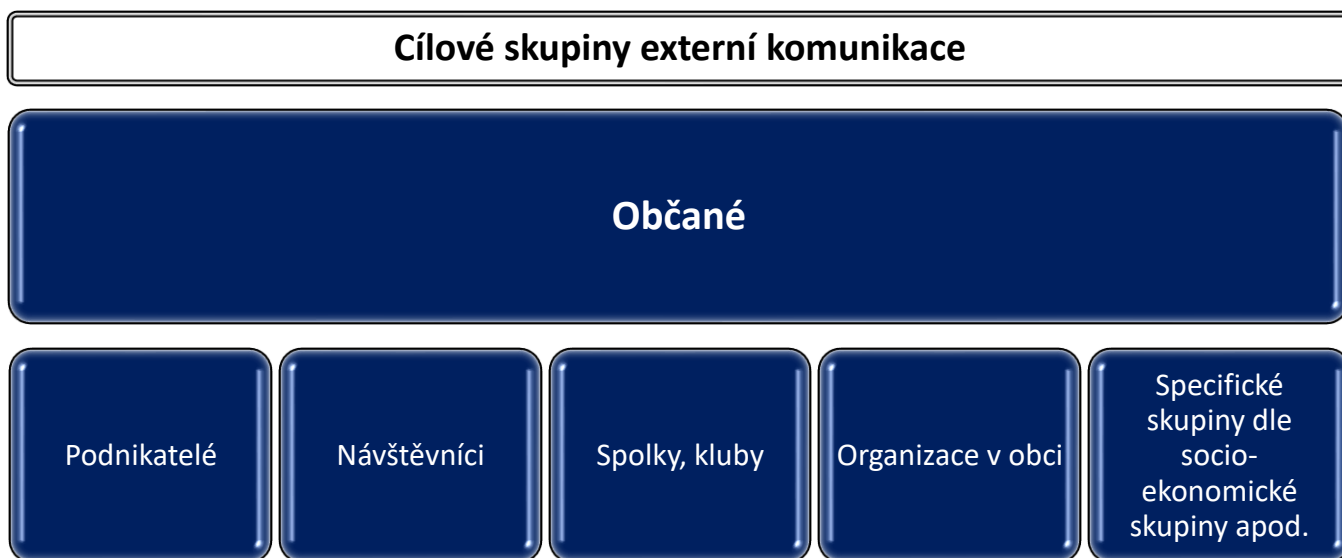




Obrázek 2: Obecné cíle interní a externí komunikace v prostředí veřejné správy²



Obrázek 3: Cílové skupiny externí komunikace



1.2.2 Komunikační nástroje

Komunikační nástroj je prostředek, kterým se uskutečňuje přenos informace. Efektivní a úspěšná komunikace je založená na důvěryhodnosti, jasném sdělení (obsahu) a správném zvolení komunikačních nástrojů (kanálů) a znalosti cílové skupiny.

² Detailnější rozpad cílů externí komunikace budou popsány v samostatné kapitole





Nástroje komunikace volíme nejčastěji poté, kdy známe cílové skupiny a klíčová sdělení vzhledem k nim. V prostředí veřejné správy jsou cílové skupiny i obsahy z velké části dané a uvedené v předchozích kapitolách. Z toho důvodu bude analýza vycházet primárně z využívání komunikačních nástrojů.

1.2.3 Obsahy komunikace

Obsahem komunikace je informace (sdělení). Obsah komunikace je proto stěžejním aspektem každé komunikace. U obsahů komunikace je třeba detailněji oddělit komunikaci obecního úřadu a obce.

Obsahy komunikace jsou tak z velké části podmíněny výkonem veřejné správy a poskytováním veřejné služby.

Z pohledu úřadu lze (nebo je dokonce nutné) komunikovat následující obsahy (jednotlivé obsahy se mohou doplňovat nebo jsou spolu provázané):

- Organizační členění úřadu.
- Odborné agendy úřadu dle jeho odborů / útvarů.
- Kontaktní údaje na zaměstnance úřadu.
- Podporu v životních situacích obyvatelům – návody, formuláře, tipy / doporučení apod.
- Povinné informování občanů plynoucí z legislativy nebo posláni úřadu jako orgánu veřejné správy a vykonávající veřejnou službu.
- Plánované akce, investice, záměry apod. ze strany úřadu.

Z pohledu obce lze (nebo je dokonce nutné) komunikovat následující obsahy (jednotlivé obsahy se mohou doplňovat nebo jsou spolu provázané):

- Organizační členění samosprávy (zastupitelstvo, vedení obce).
- Kontaktní údaje na zástupce samosprávy (zastupitelstvo, vedení obce, zaměstnanci obecního úřadu).
- Zápisy z jednání zastupitelstva, rozpočty města a rozpočtové výhledy apod.
- Další povinné informace občanům plynoucí z legislativy nebo posláni úřadu / obce jako orgánů veřejné správy a vykonávající veřejnou službu.
- Informace (vč. kontaktů apod.) o příspěvkových a zřizovaných organizacích.
- Plánované akce, investice, záměry apod. ze strany úřadu / obce
 - Plus zpětné zhodnocení – informování o výše uvedeném.
- Informování o ad hoc situacích, které se týkají obyvatel obce (případně vybraných cílových skupin).
- Zajímavosti o obci (historie, specifikace, spolupráce s jinými městy, cestovní ruch apod.)

1.2.4 Komunikační procesy

Komunikační proces ve vztahu k externí komunikaci lze charakterizovat jako průběh komunikace krok po kroku (co je vstupem a výstupem; kdo do ní vstupuje; jaké pomůcky jsou využívány). Komunikační proces a jeho dodržování je základním předpokladem fungování komunikace.

Proces se poté skládá z 5 atributů:

1. Sdělovatel³ = osoba (může jít o skupinu, tj. více osob), která odesílá sdělení (informaci)

³ Používá se i termín odesílatel sdělení, komunikátor atd.





2. Sdělení⁴ = informace (zpráva / oznámení), která je sdělována a má vždy vlastní obsah a formu
3. Adresát⁵ = příjemce, kterému je sdělení určeno
4. Nástroj⁶ = prostředek, kterým je sdělení předáváno
5. Zpětná vazba = specifický nástroj, kterým dostává sdělovatel zpět informaci, že obdržel sdělení

Obrázek 4: Komunikační proces



4 Používá se i termín zpráva, komuniké atd.

5 Používá se i termín příjemce, posluchač atd.

6 Používá se i termín kanál, prostředek pro zprávu atd.





1.3 POPIS OBCE

Základní charakteristika

Obec Šestajovice se nachází v okrese Praha-východ ve Středočeském kraji. Leží asi dvacet kilometrů východně od centra Prahy, v severním sousedství pražské čtvrti Klánovice, deset kilometrů jižně od města Brandýs nad Labem-Stará Boleslav, západně od obce Jirny. Obec je tvořena jedním katastrálním územím s celkovou rozlohou 5,42 km². Mimo městskou část Klánovice obec dále sousedí s pražskou městskou částí Horní Počernice a se středočeskými obcemi Jirny, Nové Jirny a Zeleneč.

Centrum obce tvoří zároveň její historická část, které dominuje náměstíčko s kapličkou a s pomníkem obětem světových válek. Historické centrum bylo zrekonstruováno v roce 2012 a navazuje na něj rybník Panská.⁷ Znak obce je mutací původního řádu Křížovníků, kteří vlastnili obec Šestajovice od roku 1277 až do husitských válek. Vlajku obce představuje šikmo dělený bílo červený list.

Obec je plně vybavena veřejnými sítěmi včetně ČOV, nachází se zde mateřská škola, základní škola, pošta, několik restauračních zařízení, obchodů a dalších podnikatelských subjektů. V obci je celkem pět dětských hřišť a park pro cvičení v přírodě. Pro sport je dále k dispozici velká sportovní hala, nafukovací sportovní hala, sportovní areál a in-line stezka.

Obrázek 5: Letecký snímek obce



Zdroj: Oficiální webové stránky obce

Obrázek 6: Znak a vlajka obce



Zdroj: Registr komunálních symbolů

⁷ Zdroj: Oficiální webové stránky obce





Sociodemografická situace

Dle údajů Českého statistického úřadu žilo v obci k 1.1.2021 celkem 3 988 obyvatel, z toho 1 928 mužů a 2 060 žen. Při rozloze 5,42 km² to představuje hustotu osídlení 735,8 obyvatele na 1 km². Průměrný věk obyvatele obce Šestajovice činil 36,6 let (údaj platný k 31. 12. 2020). Jedná se o nižší hodnoty, než je celorepublikový průměr, který ke stejnému datu činil 42,6 let.

Tabulka 1: Počet obyvatel obce ve vybraných letech (údaj platný vždy k 31.12. daného roku)

		2016	2017	2018	2019	2020
Počet obyvatel celkem		3 621	3 699	3 833	3 905	3 988
v tom podle pohlaví	muži	1 763	1 791	1 848	1 881	1 928
	ženy	1 858	1 908	1 985	2 024	2 060
v tom ve věku (let)	0-14	890	911	957	957	952
	15-64	2 366	2 392	2 447	2 498	2 556
	65 a více	365	396	429	450	480
Průměrný věk		35,4	35,8	36,0	36,3	36,6

Zdroj: Veřejná databáze ČSÚ

Tabulka níže ukazuje změnu počtu obyvatel ve vybraných letech 2016 – 2020. V rámci pohybu obyvatelstva se obvykle sleduje, zda v dané obci / městě dochází k migračním ztrátám či naopak populace obce roste. Pozitivním zjištěním je, že počet obyvatel v průběhu posledních 4 let významně neklesal, naopak je zaznamenán trend růstu. V roce 2016 žilo v obci Šestajovice 3 621 obyvatel, v roce 2020 (potažmo na začátku roku 2021) 3 988 obyvatel. V posledních čtyř letech lze zaznamenat trend růstu počtu obyvatel ve všech věkových kategoriích.

Tabulka 2: Pohyb obyvatelstva obce (údaj platný vždy k 31.12. daného roku)

		2016	2017	2018	2019	2020
Živě narození		50	33	55	43	43
Zemřelí		22	17	16	17	21
Přistěhovalí		190	227	222	180	174
Vystěhovalí		88	165	127	134	113
Přírůstek (úbytek)	přirozený	28	16	39	26	22
	stěhováním	102	62	95	46	61
	celkový	130	78	134	72	83

Zdroj: Veřejná databáze ČSÚ

Index stáří je používanou charakteristikou věkové struktury obyvatelstva, která vypovídá o stárnutí populace. Výsledná hodnota vypovídá o tom, kolik obyvatel ve věku 65 a více let připadá na 100 dětí do 15 let věku. Převyšuje-li výsledná hodnota indexu sto, počet osob na 65 let je vyšší než počet dětí v populaci. V případě Šestajovic jsou hodnoty indexu stáří po celou dobu sledovaného období velmi nízké, obecně lze říci, že v populaci obce počet dětí dvojnásobně převyšuje počet osob nad 65 let.

Tabulka 3: Index stáří ve vybraných letech (údaj platný vždy k 31.12. daného roku)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Index stáří (v %)	40,7	41	43,5	44,8	47	50,4

Zdroj: Veřejná databáze ČSÚ





1.4 VYHODNOCENÍ STRATEGICKÝCH DOKUMENTŮ OBCE, AKČNÍCH PLÁNŮ VE VZTAHU K ŘEŠENÉMU PROBLÉMU

Níže je provedena základní analýza strategických dokumentů obce, akčních plánů relevantních ve vztahu k řešenému problému komunikace. Účelem této analýzy je zhodnotit, zdali se strategické dokumenty nějakým způsobem věnují tématu externí komunikace a jestli mají jejich řešená témata (cíle, opatření atp.) nějaký vztah (případně jaký) na komunikaci obce Šestajovice.

NÁZEV SUBJEKTU A STRATEGICKÉHO DOKUMENTU	STRATEGICKÝ CÍL A ŘEŠENÍ ZAMĚŘENÉ NA KOMUNIKACI	VZTAH KE KOMUNIKACI OBCE ŠESTAJOVICE
Strategický dokument rozvoje obce Šestajovice (08/2008)	Celá návrhová část strategického dokumentu	Komunikace veřejnosti záměrů jednotlivých opatření strategických cílů (proč a jak se co realizuje).
Program obnovy obce Šestajovice (09/2012)	3.1. Udržení, obnova a rozvíjení místních kulturních a společenských tradic	Hlavní myšlenkou tohoto cíle je podpora těch akcí a projektů, které vedou k rozvoji sounáležitosti místních obyvatel s jejich obcí a přirozenými regiony, dále podpora osvětových, kulturních a společenských akcí, přispívajících k informovanosti občanů a přípravě a realizaci programu podněcujících jejich ochotu se na obnově a rozvoje obce spolupodílet. Správně nastavená komunikace může pomoci dosáhnout tohoto cíle. Externí komunikace, jejíž cílovou skupinou jsou především občané obce, podnikatelé, zástupci neziskových organizací a dalších služeb.
Program obnovy obce Šestajovice (09/2012)	3.2. Rozvíjení partnerských vztahů mezi menšími městy a obcemi.	Externí komunikace jejíž cílovou skupinou jsou jiné obce, svazky, města. Nastavení komunikace s touto specifickou cílovou skupinou.
Program obnovy obce Šestajovice (09/2012)	3.3. Podpora rozvoje hospodářství, podnikání a rozvoje služeb	Hlavní myšlenkou tohoto cíle je podporovat takové projekty, které vedou k rozvoji místního průmyslu a podnikání, k obnově řemesel, k rozvoji obchodu a služeb, k podpoře cestovního ruchu. Externí komunikace jejíž cílovou skupinou jsou především podnikatelé, řemeslníci.





2 ANALÝZA KOMUNIKACE

Vstupní analýza komunikace (dále také „analýza“) je zcela klíčovým a nezbytným východiskem pro nastavení a realizaci samotné Strategie. Právě poznatky získané v této části projektu budou sloužit jako základ k nastavení Strategie a její následné implementaci.

Vstupní analýza komunikace úřadu a obce byla zpracována v období leden–únor 2022. Důvodem zpracování vstupní analýzy komunikace je nezbytnost vytvořit základní / vstupní dokument, který popíše aktuální stav vnitřní i vnější komunikace Úřadu a obce, a vytvoří tak základ pro tvorbu komunikační strategie a následného akčního plánu.

K provedení Analýzy byly využity řízené rozhovory s vybranými zástupci úřadu a obce, dotazníkové šetření a sběr dobré praxe u jiných samospráv v ČR. Sběr dobré praxe je stále populárnější přístup, jak realizovat změnu a zlepšení fungování organizace a využívá praktických zkušeností, které se zdají být fungující a úspěšné někde jinde. Tento přístup neformuluje abstraktní ideál, ale rozvíjí to, co skutečně bylo či je realizováno a opravdu se osvědčilo někde jinde. Při tvorbě samotné Strategie se tedy využije benchmark (sdílení zkušeností a nejlepší praxe a identifikace příležitosti ke zlepšení procesů a postupů na Úřadu) z obdobně velkých samospráv v ČR.

Analýza komunikace se primárně zaměřuje na následující faktory:

- jak probíhá komunikace,
- jak probíhá tok informací,
- vymezení pravomocí a odpovědností v procesu komunikace,
- co se komunikuje a jakým způsobem,
- jaké nástroje jsou využívány,
- jak vypadá komunikační proces a jeho pravidla,
- jak je vnímána komunikace a její kvalita ze strany cílové skupiny.





2.1 ANALÝZA EXTERNÍ KOMUNIKACE

Externí komunikace se týká primárně toho, jak úřad komunikuje s občany obce, **neboť oni jsou hlavní cílová skupina**. Sekundární cílovou skupinou externí komunikace mohou být poté podnikatelé nebo další zainteresované subjekty, jež přicházejí do kontaktu se zaměstnanci obecního úřadu Šestajovice. **Analýza se však prioritně zaměřuje na občany jako na cílovou skupinu.**

Smyslem externí komunikace je, aby úřad naplnil své poslání, tj. poskytl veřejnou službu. Externí komunikace je druh komunikace, kterým se úřad **prezentuje navenek**, a na jejím základě je často **vnímán a posuzován ze strany občanů (primární cílové skupiny)**. I s ohledem na hlavní poslání každého úřadu, tj. poskytování veřejné služby, se musí úřad snažit maximálně vyjít vstříc potřebám klientů (občanů), brát v potaz a do své praxe zařazovat nové trendy v oblasti poskytování veřejné služby, s čímž komunikace velmi úzce souvisí.

Externí komunikace zabezpečuje primárně informační tok mezi úřadem a občany, vytváří ale také pozitivní obraz obce, a to jak vůči občanům Šestajovic, tak vůči obyvatelům celého regionu a jeho návštěvníkům. I z toho důvodu je vhodné, aby úřad disponoval vhodným komunikačním mixem za pomoci dostupných a moderních nástrojů, které má k dispozici.

U fungující externí komunikace:

- občan má informace o chodu úřadu, jeho záměrech a změnách v něm, jež se ho mohou bezprostředně dotýkat;
- občanovi jsou na úřadu poskytovány informace v požadované kvalitě a vhodným způsobem z hlediska komunikace (jednání / chování úředníka při vyřizování záležitosti);
- občan se cítí dobře v prostředí úřadu a dobře se v něm orientuje;
- občan dostává informace více kanály, aby se tak předešlo skutečnosti, kdy v případě výpadku jednoho kanálu nedostane potřebnou informaci;
- k občanovi „doputují“ informace ve vhodný čas a od správného sdělovatele.

Principy komunikačního procesu jsou úplně stejné jako u komunikace interní.

2.1.1 Obsahy a tok komunikace

Obsah komunikace je u externí komunikace jednodušší než u interní komunikace. Úřad by měl směřem k občanům komunikovat svou agendu. Je poté klíčovou záležitostí volba vhodných nástrojů a typů informací, co komu komunikovat a kdy. Stejně je ovšem nabídnout občanům možnost, aby k nim informace doputovala.

Obsahy komunikace jsou tak z velké části podmíněny výkonem veřejné správy a poskytováním veřejné služby.

Z pohledu úřadu lze (nebo je dokonce nutné) komunikovat následující obsahy (jednotlivé obsahy se mohou doplňovat nebo jsou spolu provázané):

- Organizační členění úřadu.
- Odborné agendy úřadu dle jeho odborů / útvarů.
- Kontaktní údaje na zaměstnance úřadu.
- Podporu v životních situacích obyvatelům – návody, formuláře, tipy / doporučení apod.
- Povinné informování občanů plynoucí z legislativy nebo poslání úřadu jako orgánu veřejné správy a vykonávající veřejnou službu.
- Plánované akce, investice, záměry apod. ze strany úřadu.

Z pohledu obce nebo města lze (nebo je dokonce nutné) komunikovat následující obsahy (jednotlivé obsahy se mohou doplňovat nebo jsou spolu provázané):

- Organizační členění samosprávy (zastupitelstvo, vedení obce).





- Kontaktní údaje na zástupce samosprávy (zastupitelstvo, vedení obce, zaměstnanci obecního úřadu).
- Zápisy z jednání zastupitelstva, rozpočty obce a rozpočtové výhledy apod.
- Další povinné informace občanům plynoucí z legislativy nebo posílání úřadu / obce jako orgánů veřejné správy a vykonávající veřejnou službu.
- Informace (vč. kontaktů apod.) o příspěvkových a zřizovaných organizacích.
- Plánované akce, investice, záměry apod. ze strany úřadu / obce.
 - Plus zpětné zhodnocení – informování o výše uvedeném.
- Informování o ad hoc situacích, které se týkají obyvatel obce (případně vybraných cílových skupin).
- Zajímavosti o obci (historie, specifikace, spolupráce s jinými obcemi a městy, cestovní ruch apod.).

2.1.2 Cílové skupiny

Cíle komunikace:

- Systematizovat komunikační nástroje (kanály) úřadu s klienty (občany) včetně zajištění zpětné vazby.
- Poskytnout kvalitně a srozumitelně veřejnou službu občanům obce.
- Nabídnout občanům získat potřebné informace a vyřídit jejich potřeby na úřadu, pokud možno rychle a bez velkých prodlení.
- Dodržovat principy transparentnosti a otevřenosti úřadu směrem navenek.
- Návštěvníkům úřadu poskytnout přívětivé a orientačně intuitivní prostředí úřadu, a to včetně slušného a přátelského chování úředníků.

Cíle komunikace nejsou nikde formálně stanoveny, nicméně cíle vycházejí primárně z poslání. S ohledem na další zjištění v analýze je možné konstatovat, že v tomto směru naplňuje úřad / obec cíle komunikace správně. Ke zvážení do návrhové části je nastavení dílčích, specifických cílů komunikace, kterých by mělo být dosaženo nad rámec standardních cílů pramenících z podstaty subjektu veřejné správy. Tyto cíle mohou vycházet např. ze SPRM a je třeba k nim vhodně přiřadit obsahy, cílové skupiny a nástroje.

Cílové skupiny:

- Občané města
- Podnikatelé
- Zástupci příspěvkových a zřizovaných organizací
- Specifické skupiny (senioři, rodiče s dětmi, studenti apod.)
- Spolky, kluby

Stejně jako u cílů není nastaven princip práce s cílovými skupinami, respektive obec / úřad komunikují plošně, tj. vůči občanům. Nedochází tedy k rozlišování obsahů (a případně volbě nástrojů) pro komunikaci vůči konkrétním cílovým skupinám. S ohledem na velikost obce (menší samospráva do 6 tis. obyvatel) by ovšem nebylo vhodné komunikaci z velké míry parcelovat dle cílových skupin.





2.1.3 Matice cílových skupin

Matice cílových skupin se snaží jednoduchou formou strukturovat a popsat:

- cílové skupiny
- jejich základní popis (jak je má čtenář chápat)
- komunikační nástroje, které jsou dnes pro komunikaci využívány
- jaké typy informací by měly být dané skupině (nebo s danou skupinou) komunikovány
- doporučení pro komunikaci s touto cílovou skupinou

Pozn.: Matice cílových skupin je vytvořena pro externí komunikaci, neboť komunikační strategie je zaměřena zejména na externí rovinu, čemuž poté odpovídá i např. analýza komunikačních nástrojů.

Tabulka 4: Matice cílových skupin externí komunikace

CÍLOVÁ SKUPINY	POPIS CÍLOVÉ SKUPINY	STÁVAJÍCÍ VYUŽÍVÁNÉ NÁSTROJE	CO KOMUNIKOVAT	DOPORUČENÍ
Obyvatelé obce	Největší cílová skupina. Jde o všechny občany žijící na území obce. Svou povahou je tato skupina velmi různorodá. Z pohledu obce jde především o to, mít jasně definované, co této skupině chce komunikovat.	Web Zpravodaj Diskuzní fórum Úřední desky Výleповé plochy Mobilní rozhlas	Z pohledu obce jde zejména o komunikaci běžné agendy samospráv. Tomu by měly být uzpůsobeny i obsahy na komunikačních platformách (nástrojích).	Zachovat stávající mix komunikačních nástrojů. Nedoporučuje se vytváření nových komunikačních nástrojů, ale spíše rozvoj a „kultivace“ nástrojů stávajících. Realizovat doporučení týkající se komunikačních nástrojů (samostatná kapitola).
Neziskové organizace, spolky, kluby atp.	Neziskové organizace poskytující služby na území obce, zapsané spolky.	Web Zpravodaj Mobilní rozhlas Výleповé plochy	Informování o subjektech a jejich aktivitách v komunikačních nástrojích obce. Informace o projektech pro tyto aktéry. Propagace aktivit těchto subjektů.	Ke zvážení je informování o událostech a akcích, které tyto spolky pořádají na internetových stránkách. Obec by mohla poskytnout zajištění přesahových informací. Tato aktivita by ovšem vyžadovala jednak prvotní zajištění informací na web, ale následně i udržování jejich aktuálnosti.





Podnikatelé				V hojném rozsahu o spolcích a jejich aktivitách informuje zpravodaj. Doporučuje se však více informovat o chystaných akcích (na úkor rozsáhlého informování o proběhlých akcích).
	Subjekty podnikající v obci.	Web Zpravodaj	Informovat o podnikatelských subjektech v regionu.	Možností je informace o podnikatelských subjektech na stránkách obce. Další možností je informovat o volných pracovních místech. Zde však vyvstává stejný problém jako u předchozí možnosti. Navíc by se jednalo o sekci, kterou by bylo nutné udržovat aktuální a lze jen těžko odhadovat jakou by měla návštěvnost ze strany uchazečů o zaměstnání.
	Poskytovatelé zdravotních a sociálních služeb	Soukromé, neziskové i veřejné instituce poskytující dané služby na území obce.	Web (vybraná sekce) Zpravodaj	Pokrytí služeb – prezentace poskytovatelů vůči veřejnosti. Zásadní sdělení – např. výluky nebo ukončení provozu zařízení (případně otevření zařízení či nových služeb).
Pořadatelé kulturních, sportovních a volnočasových akcí/aktivit	Subjekty pořádající (nebo plánující) aktivity na území obce. Může jít o subjekty spojené	Web (kalendář akcí, aktuality) Zpravodaj	Informace o akcích a volnočasových aktivitách.	Zde je důležité mít aktuální informace na webu, nejlépe v sekci kalendář (více v návrhové části tohoto





Státní a krajské instituce	s obcemi/krajem nebo soukromé či neziskové.			dokumentu a v doporučení).
	Státní instituce, vůči kterým musí obec vykazovat potřebné formální náležitosti.	Web Nástroje státu/kraje na sdílení informací	Formální náležitosti v oblasti rozpočtu a financování. Formální náležitosti týkající se zákona o veřejných zakázkách.	Bez doporučení na změnu. Komunikace podléhá zákonným nařízením.

2.1.4 Nástroje externí komunikace obce Šestajovice

Mezi nejčastější nástroje externí komunikace patří:

- Osobní komunikace:
 - osobní jednání, pravidelné i nepravidelné setkávání s občany, tiskové zprávy
- Tištěná komunikace:
 - úřední desky v prostorách úřadu a před úřadem, výlepové plochy po městě, tištěný zpravodaj, tiskové zprávy, letáky, plakáty, informační bulletiny
- Digitální / elektronická komunikace
 - internet, e-mail, telefon, elektronická úřední deska, sociální sítě, hromadné emaily, SMS/mobilní rozhlas

Obec Šestajovice aktuálně využívá tyto komunikační nástroje:

Šestajovický zpravodaj Dostavník	
Internetové stránky obce (web)	
Diskuzní fórum na webových stránkách	
Úřední desky	
Mobilní rozhlas	
Výlepové plochy	

2.1.5 Šestajovický zpravodaj Dostavník

Periodický tisk územního samosprávného celku, vydáván Obecním úřadem Šestajovice, v pravidelném intervalu jednou měsíčně. V době letních prázdnin se vydává dvojčíslo, které vychází v polovině července. Zpravodaj vytváří redakční rada složená z šéfredaktora a redaktora, kterým je místostarosta obce a současně tak zpracovává příspěvky za obecní úřad. Občané mohou zasílat své příspěvky či náměty elektronickou či písemnou formou. Šestajovický zpravodaj Dostavník vychází v nákladu 1700 výtisků a je distribuován všem občanům do poštovních





schránek zdarma. V elektronické podobě je také dostupný na webových stránkách obce a v rámci mobilního rozhlasu. Na webových stránkách obce jsou k dispozici v archivu i starší vydání. Zpravodaj přináší zpravodajské, kulturní a sportovní informace, vč. přehledu kulturních a společenských akcí, a obsahuje také inzerci.



Základní popis nástroje:

- Tištěné periodikum územního samosprávného celku adresované do schránek občanům.
- Tisk zpravodaje zajišťuje externí dodavatel, distribuci si zajišťuje sama obec.
- Rozsah periodika se pohybuje okolo 20-24 stran.
- Zpravodaj je k dispozici i v jedné elektronické verzi (standardní podoba). Elektronická verze je k dispozici na internetových stránkách obce (samostatný odkaz), včetně archivu.
- Obsah periodika připravuje redakční rada obce tvořená šéfredaktorem a redaktorem. Za úřad redakční radu zastupuje místostarosta. Tisk zajišťuje externí dodavatel.



Obsah:

- Obsah je možné rozdělit do několika sekcí:
 - Informace obecního úřadu - činnost OÚ, technických služeb obce, obecní policie, praktické informace pro občany, oznámení, výzvy, zápisy z veřejných jednání zastupitelstva obce atd.
 - Názory, komentáře - příspěvky čtenářů
 - Mateřská škola - informace o činnosti MŠ
 - Základní škola - informace o činnosti ZŠ
 - Život v obci - informace o činnosti sdružení v obci
 - Ekologie - články o třídění odpadů a další ekologická témata
 - Kultura - blahopřání, články z kulturních akcí, články o historii obce, pozvánky na kulturní akce (bezplatně jsou umísťovány pozvánky na kulturní akce bez účasti obce do velikosti A6, u větších pozvánek se umístění hradí dle ceníku inzerce)
 - Inzerce - placené inzeráty



Cílové skupiny:

- Všichni občané obce
- Obecní instituce
- Inzerenti – podnikatelé



Hodnocení:

Po stránce obsahové i z hlediska zaměření na cílové skupiny nevybočuje šestajovický zpravodaj Dostavník z dobrého standardu podobných periodik na dalších českých samosprávách. Stejně je tomu tak i v oblasti dosahu, kdy je distribuován fyzicky, ale i elektronicky. Obvyklým trendem v ČR je bezplatná distribuce do všech poštovních schránek ve městě.





Vzhledem k celoobecnímu zacílení musí obsáhnout zpravodaj svým zaměřením klasickou širší agend – informace obecního úřadu, aktuality z mateřské a základní školy, krátké zprávy ze života v obci (aktuality z TJ Sokola Šestajovice, Atletičtí Šestajovice ad.), kulturní přehled a informování o volnočasových akcích a událostech.

S ohledem na velikost nákladu i rozsahu časopisu (cca 20 stran, tedy spíše střední rozsah) je logické, že část prostoru dostává placená inzerce. Tento krok lze hodnotit jako správný. Obsah zpravodaje je proložen fotodokumentací, což může zvyšovat čtivost tohoto periodika. Od konce roku 2021 vychází Dostavník v barevném provedení.

Z hlediska grafiky a vizuálního provedení, lze konstatovat, že vzhled zpravodaje nepůsobí moderním dojmem, nelze mu však upřít snahu o přehledné členění a rozlišení sekcí jednotlivých témat.



Hodnocení občanů

Z dotazníkové šetření v obci vyplynulo, že by občané ve zpravodaji uvítali více informací o plánovaných akcích a dále si přejí prostor věnovaný diskuzi, názorům a podnětům od občanů. Negativně byl hodnocen vzhled zpravodaje a grafické zpracování, občané by uvítali přehlednější zpracování. Ze všech hodnocených komunikačních nástrojů byl šestajovický zpravodaj Dostavník hodnocen nejlépe.

Obrázek 7: Ukázka titulní strany šestajovického zpravodaje Dostavník



Zdroj: Oficiální webové stránky obce

2.1.6 Internetové stránky obce (web)

Internetové stránky patří se zpravodajem a mobilním rozhlasem k nejdůležitějším komunikačním nástrojům (51,8 % dle dotazníkového šetření). Na rozdíl od zpravodaje, který má omezený rozsah, a navíc svým obsahem musí být živý (tj. informace se v každém čísle mění, aby byly pro čtenáře zajímavé), internetové stránky v sobě agregují de facto všechny povinné a dle rozhodnutí obce i nepovinné informace o obci a jejím úřadu. Z pohledu obsahů i zacílení jde o největší / nejrobustnější komunikační nástroj. To může zaprvé klást vysoké nároky na jeho správu a obsluhu, zadruhé to znamená potenciální riziko z pohledu tzv. „zaplevelení“ informacemi, přehlednosti, uživatelské přívětivosti (tj. především schopnosti dohledat potřebné informace s minimální námahou a intuitivně) apod.



Základní popis nástroje:

- Internetové stránky spravuje místostarosta obce, který má na starosti především vkládání nových





příspěvků, správu diskuzního fóra a komplexní technickou správu (složitější technické záležitosti a záležitosti týkající se programování stránek v systému, na kterém stránky běží, zajišťuje externí dodavatel).

- Webové stránky obce Šestajovice jsou rozděleny horizontálními a vertikálními záložkami (sekcemi), na úvodní stránce jsou dále k dalšímu zobrazení sekce „Nejnovější akce,“ „Aktuality,“ a „Probíhající klíčové projekty“
- Vklad nových příspěvků administruje místostarosta obce
- Iniciativa o nutnosti aktualizace informací nebo vkládání nových informací je na vedení obce, případně dalších osobách, které vstupují do komunikace
- Internetové stránky kombinují část informací statických (jsou zde pevně dané sekce, oblasti, které se nemění) a část dynamická (jde o sekce, oblasti, kde se obsah mění – jde např. o oblast novinek z úřadu, aktualit obce, chystané akce, oznámení apod.).
- Na internetových stránkách je archiv novinek (až do roku 2013).
- Úvodní strana (tzv. homepage) je velmi zahuštěná informacemi a odkazy. Pro uživatele, kteří stránky nenavštěvují pravidelně tak může být složitější se zde vyznat. Může to být i důsledek toho, proč webové stránky na první pohled nepůsobí vizuálně přitažlivě.
- Na internetových stránkách jsou některé sekce (tzv. záložky) duplicitní: na vrchní horizontální liště je celkem 8 záložek (tj. hlavních sekcí), některé z nich jsou dále jako samostatné odkazy na vertikálních lištách vlevo či vpravo (například záložky: Obecní úřad, Služby, Sport)
 - Může být matoucí, zda se jedná o stejné sekce (viz část hodnocení nástroje).



Obsah:

Internetové stránky obsahují velké množství údajů (povinné i nepovinné):

- Obecní úřad: Úřední deska (aktuální vývěska), kontakty, poskytování informací, služby OÚ, zastupitelstvo obce, rozpočet a hospodaření obce a PO, územní plán, vyhlášky, nařízení, řády, formuláře, výběrová řízení, evakuační plán obce ad.
- Informace o obci: aktuality, současnost, historie, rozvoj obce, dění v obci
- Fotogalerie: sekce je dále rozdělená na podsekce: Obec Šestajovice, co se podařilo, kultura a dění v obci, historické fotografie
- Mapy: mapy obce, historické mapy a listiny
- Služby: Czech POINT, Česká pošta, knihovna, technické služby, obecní policie, odpady, elektřina, péče o zvířata, sbor dobrovolných hasičů, školství, nabídky práce v regionu, zdravotnictví, info systém
- Sport a rekreace: Botanická zahrada, cvičení v přírodě, cyklostezka, dětská hřiště, historické centrum, nafukovací sportovní hala, polní aleje, velká sportovní hala, sportovní areál, vodní nádrž Beranka, Val u ČOV
- Doprava
- Diskuzní fórum: občané mohou své dotazy vkládat do předem připravených 8 témat: Administrativa, volené orgány OÚ; Doprava a údržba komunikací; Služby a firmy v obci; Kultura, sport a volný čas; Školství; Životní prostředí; Šestajovický Dostavník; Volná diskuze



Cílové skupiny:

- Občané města





- Návštěvníci města
- Návštěvníci kulturních akcí
- Uživatelé knihovny
- Specifické skupiny (podnikatelé, senioři apod.)



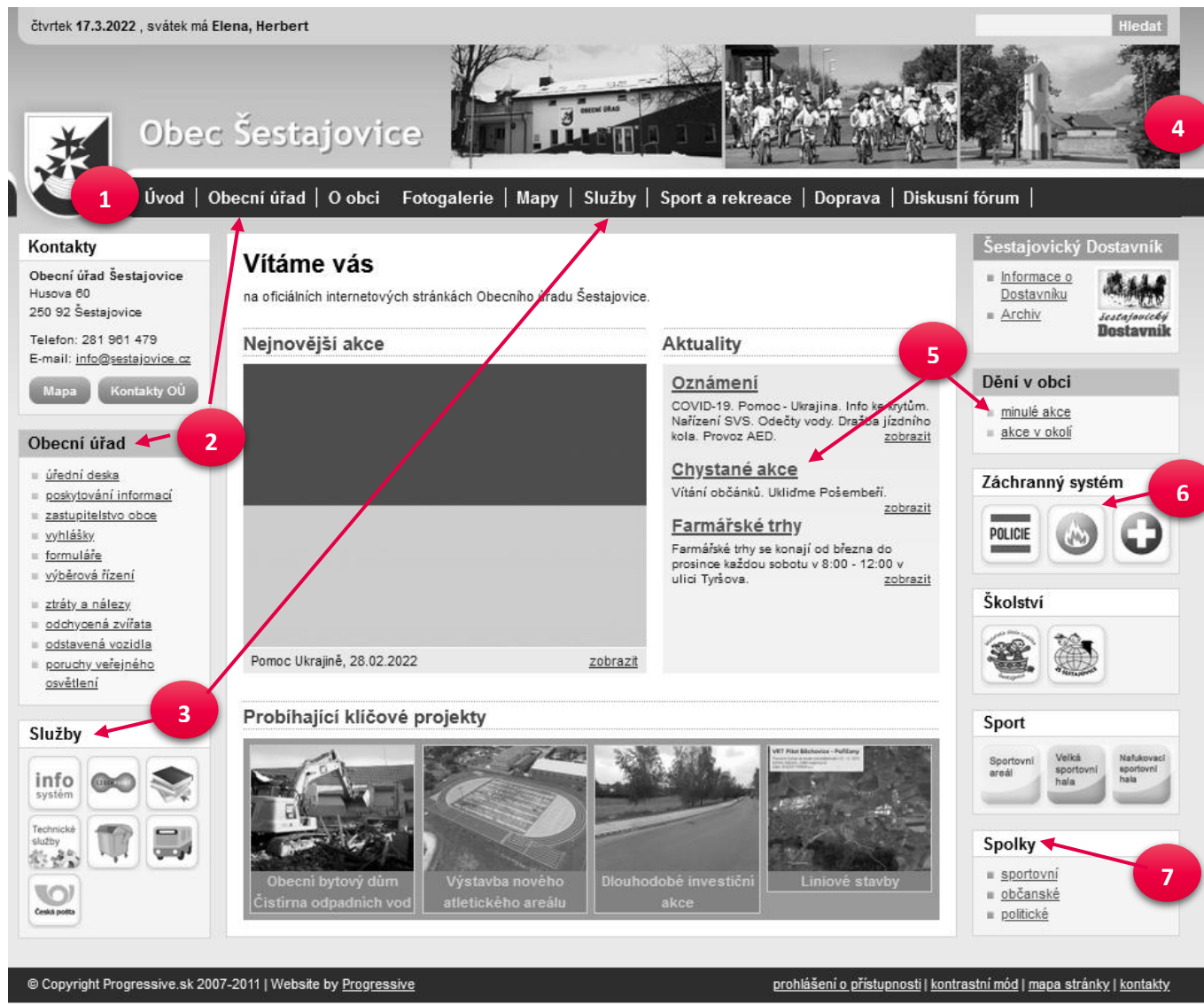
Hodnocení:

Doba vzniku webových stránek obce je již staršího data, což se samozřejmě odráží na způsobu, jak jsou webové stránky koncipovány i na jejich grafickém provedení (tj. vzhledu) a přehlednosti. Nachází se zde hned několik hlavních sekcí, které jsou na hlavní stránce (tzv. homepage) umístěny jak na horizontální, tak i na vertikálních lištách (vpravo a vlevo), přičemž nabízejí stejný obsah. Matoucí pro návštěvníky webu může být například rozbalování jednotlivých hlavních záložek. Například záložka „Služby,“ nabídne na hlavní stránce automaticky první zde uvedenou službu - *Czech Point*, pro další služby si návštěvník vybírá ze záložek v levé vertikální liště. Naopak při rozbalení záložky „Sport a rekreace“ se na hlavní stránce zobrazí stejný rozcestník s možnostmi sportovního vyžití, jaký nabízí vertikální lišta umístěná vlevo, možnosti sportovního vyžití jsou zde ale navíc uvedeny v jiném pořadí. Tato nejednotnost v nastavení u hlavních témat webových stránek přispívá k nepřehlednosti a vytrácí se intuitivní způsob práce při vyhledávání potřebných informací. Web není responzivní pro různá zařízení. Více už grafické znázornění hodnocení na následujícím popisném obrázku.



Obrázek 8: Aktuální podoba webových stránek obce

(*pro lepší přehlednost jednotlivých bodů je obrázek zpracovatelem převeden do černobílé verze)



1. Není zřejmý účel toho, proč jsou tematické záložky na horní liště (horizontální) a levé i pravé liště (vertikální). Tato skutečnost může být matoucí a navíc „rozbíjí“ strukturu stránek. Některé záložky jsou navíc duplicitní.
 - Doporučuje se nastavit jednotný systém záložek (nejlépe na horní horizontální liště).
 - Duplicitní záložky odstranit.
2. Duplicitní horizontální i vertikální záložka „Obecní úřad“ (viz předchozí bod).
3. Duplicitní horizontální i vertikální záložka „Služby“ (viz bod č. 1).
4. Na hlavní stránce (tzv. homepage) jsou umístěny v horní části jen tři poměrně malé statické obrázky z obce. Doporučuje se nastavit například banner, na kterém se jednotlivé fotografie budou měnit, každá fotografie tak může dostat více prostoru (fotografie mohou navíc odpovídat ročnímu období, což přidá webovým stránkám na jejich aktuálnosti).
5. Nejčastější informace, pro které si občané na webové stránky svých obcí chodí je „kalendář“ chystaných akcí a událostí. Na hlavní stránce se kalendář akcí nenachází, je zde však v liště vpravo sekce „Děni v obci“ a v sekci aktuality „Chystané akce.“ Sekce *Děni v obci* nabízí však pouze minulé akce a akce, které se konají





v okolí. Rovněž sekce *Chystané akce* neobsahuje plnohodnotný kalendář chystaných událostí v obci.

6. Vizually příjemně zpracované ikony upozorňující na informace složek záchranného systému.
7. Podobně jako ikony složek záchranného systému by mohly být graficky zpracované ikony pro spolky sportovní, občanské a politické. Využít například pravou stranu hlavní stránky, respektive pravou lištu pro ikony s tématy, která nejsou uvedena na horní liště a vyhnout se tak dalšímu zahlcení úvodní stránky textem, se jeví jako jedna z možností.

Hlavní doporučení z analýzy tohoto nástroje je, aby byla provedena detailní analýza a vyhodnocení internetových stránek a na základě této inventury navržená restrukturalizace a redesign. V souvislosti s tím nastavit jasný proces správy a aktualizace webu tak, aby nedošlo k zaplevelení webu a současně byly informace stále aktuální:

- Kdo co dělá
- Kdo za co odpovídá
- Kdo má, co kdy dodávat
- Kdy se má co stát



Hodnocení občanů

V rámci dotazníkového šetření měli občané možnost se otevřeně vyjádřit či navrhnout změnu k webovým stránkám a k jejím jednotlivým záložkám (Obecní úřad, Služby, Sport a rekreace). Z otevřených odpovědí vyplynulo, že někteří občané by uvítali moderní vzhled a strukturu webových stránek obce. Webové stránky jsou pro občany ve své aktuální podobě nepřehledné, řazení jednotlivých témat není logické, web není responzivní. Zapomínat by se podle názoru respondentů nemělo ani na pravidelnou aktualizaci informací, například z oblasti služeb.

2.1.7 Diskuzní fórum na webových stránkách

Specifickým komunikačním nástrojem obce Šestajovice je diskuzní fórum umístěné na webových stránkách obce.



Základní popis nástroje

- Diskuzní fórum je místo na webových stránkách, kam lidé vkládají své dotazy, názory, reakce či připomínky a ty se následně na stránce zobrazují.
- Zástupci vedení obce poté na tyto příspěvky mohou reagovat. Příspěvatelé nemusí být k webové stránce připojeni současně a reagovat bezprostředně, ale mohou reagovat i s odstupem několika dní a příspěvek zůstává viditelný, dokud není smazán.
- Diskuzní fórum umožňuje zakládat nová diskusní témata (stránky) a členit je do skupin podle jednotlivých témat. Diskutující mohou na sebe i na své příspěvky reagovat.
- Pro zachování přehlednosti obec Šestajovice průběžně odstraňuje témata, ke kterým nebyl po dobu minimálně 6 měsíců zaslán nový příspěvek.



Obsah:

Aktuální diskuzní fórum obce Šestajovice obsahuje tato témata:

- Administrativa, volené orgány OÚ
- Doprava a údržba komunikací





- Služby a firmy v obci
- Kultura, sport a volný čas
- Školství
- Životní prostředí
- Šestajovický dostavník
- Volná diskuze



Cílové skupiny:

- Občané města
- Návštěvníci kulturních akcí
- Specifické skupiny (podnikatelé, senioři apod.)



Hodnocení:

Existenci diskuzního fóra z hlediska jeho smyslu a účelu lze hodnotit pozitivně, vzhledem k tomu, že je fórum umístěno na webových stránkách platí zde stejné poznatky, které byly uvedeny u webu výše. Modernizace by tento nástroj pozvedla nejen o úroveň výše z pohledu vzhledu a uživatelské přívětivosti, mohlo by také dojít k propojení s mobilním rozhlasem, kdy by občané obdrželi zprávu o umístění nového dotazu, reakce či odpovědi.



Hodnocení občanů:

V rámci dotazníkového šetření se k diskuznímu fóru otevřenou formou odpovědi vyjádřilo 16 respondentů. Nejčastější odpovědí bylo, že dotčený respondent nemá žádný návrh na zlepšení či změnu tohoto nástroje (například z důvodu, že fórum nenavštěvuje). Mezi dalšími komentáři bylo uvedeno, že odpovědi ze strany úřadu by měly být rychlejší.

Obrázek 9: Náhled hlavní stránky diskuzního fóra

Diskusní fórum			Hledat
Témata	Zobrazení	Komentáře	
Administrativa, volené orgány OÚ Obecní úřad, Czech POINT, starosta, místostarosta, zastupitelstvo, výbory obce. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	11876	17	Poslední komentář: 11.08.2021 11:49
Doprava a údržba komunikací Autobusová doprava, silnice a chodníky. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	10460	8	Poslední komentář: 15.11.2021 10:42
Služby a firmy v obci Technické služby, vodovody a kanalizace, veřejné osvětlení, knihovna, obecní policie. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	6896	16	Poslední komentář: 19.01.2021 13:27
Kultura, sport a volný čas Kulturní akce, sportovní akce, volnočasové aktivity. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	4126	0	
Školství Mateřská škola, základní škola, základní umělecká škola. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	5309	0	
Životní prostředí Zeleň v obci, zviřata, rušení klidu. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	12226	10	Poslední komentář: 28.07.2021 10:35
Šestajovický Dostavník Obecní zpravodaj. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	5631	9	Poslední komentář: 21.06.2021 11:23
Volná diskuse Všeobecná diskuse. Vytvořeno: Admin 29.06.2011	11457	0	

Zdroj: Webové stránky obce





2.1.8 Úřední desky

Úřední desky patří ke standardním nástrojům externí komunikace obce a jeho úřadu směrem k občanům. Přes úřední desky je komunikována vesměs odborná a nutně povinně zveřejňovaná agenda samosprávy a jejího úřadu (obecně územní vyhlášky, předpisy, oznámení).

Fyzická úřední deska se nachází před budovou a uvnitř obecního úřadu. V prostředí obce se zatím nenachází elektronická úřední deska.



Základní popis nástroje:

- Fyzická úřední deska se nachází před budovou obecního úřadu:
- Formální / úřední komunikace.



Cílové skupiny:

- Specifické skupiny, kterých se týká daná informace, např. podnikatelé, vlastníci movitého i nemovitého majetku apod. (odvíjí se od tématu).



Hodnocení:

Formální, povinný nástroj. Lze doporučit pořízení elektronické verze úřední desky.⁸

Obrázek 10: Umístění úředních desek před obecním úřadem v Šestajovicích



Zdroj: Google mapy

⁸ V době dokončování komunikační strategie měla již obec elektronickou úřední desku v pilotní testovací verzi.



2.1.9 Mobilní Rozhlas

Mobilní Rozhlas je platforma, přes kterou poskytuje obec informace občanům, kteří se registrují do určeného systému. Informace mohou občanům chodit do mobilní aplikace Mobilní Rozhlas (kterou je nutné si instalovat) nebo do emailu (pokud si nechce občan instalovat aplikaci).

Mobilní Rozhlas funguje na bázi předvoleb, kdy uživatel nastaví, jaké typy informací chce z města dostávat a tyto informace poté dostává. Nastavení je samozřejmě možné v průběhu času měnit



Základní popis nástroje:

- Hlasové zprávy nejsou využívány, pouze písemné.



Obsah:

- Obsah je velmi různorodý – prakticky všechny možné aktuality, informační systém, upozornění, kulturní akce atp.
- Role kanálu bude vždy omezena možnostmi informovat v čase.



Cílové skupiny:

- Občané města.

Hodnocení:

Velmi důležitý kanál se vztahem ke krizovému řízení. Role kanálu bude vždy omezena možnostmi informovat v čase. Doporučuje se začít využívat aplikaci obousměrně, tzn. získávat skrze ni i informace od občanů (ankety, dotazníky).

2.1.10 Výlepové plochy

Výlepové plochy jsou komunikační nástroj, který slouží k informování občanů prostřednictvím několika vymezených ploch v určených lokalitách. Informování probíhá formou tištěných plakátů.

2.1.11 Sociální síť

Vedení obce aktuálně nespravuje žádnou sociální síť (facebook, YouTube kanál, Instagram či Twitter). Existuje veřejná skupina Šestajovice, kde se sdružují občané, a která má aktuálně cca 2700, tento profil však není spravován ze strany vedení obce. Probíhá však intenzivní spolupráce – vedení obce komunikuje s administrátory (především v případech, kdy je potřeba sdílet informace o nenadálých událostech (např.: výpadek elektřiny apod.). Tuto spolupráci lze hodnotit pozitivně.

2.1.12 Statistické ukazatele využívání komunikačních nástrojů

- **Šestajovický zpravodaj Dostavník** – je distribuováno 1700 fyzických výtisků, dále je možné volné stažení
- **Sekce Diskuzní fórum** – nejnavštěvovanějším tématem je *Životní prostředí* – 12236 zobrazení, celkem 10 příspěvků pod tímto tématem, dále téma *Administrativa, volené orgány OÚ* – 11889 zobrazení, 17 příspěvků





2.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – EXTERNÍ KOMUNIKACE

V rámci projektu vytvoření komunikační strategie bylo provedeno mezi obyvateli obce Šestajovice dotazníkové šetření, jako jeden z podkladů k tvorbě analýzy komunikace, která je nezbytným základem pro vytvoření samotné strategie. Některé výsledky z průzkumu již byly načrtnuty v předchozích kapitolách. Tato kapitola se mu ovšem věnuje samostatně a detailněji.

Občané měli možnost dotazník vyplnit v elektronické i písemné podobě. O dotazníkovém šetření byli informováni na oficiálních webových stránkách obce, kde byly také elektronické odkazy na veřejnou adresu dotazníku. Zároveň bylo možné si na obecním úřadě vyzvednout dotazník ve fyzické podobě a po vyplnění ho opět na obecním úřadě v rámci otevíracích hodin odevzdat.

K vyplnění dotazníků měli občané Šestajovic prostor od 1. do 28. února 2022 a kompletně jej vyplnilo 140 obyvatel.

Občané zodpovídali anonymně a dobrovolně 30 otázek, které byly zaměřeny na četnost a důvod návštěv na úřadě, spokojenost s orientací na jednotlivých komunikačních kanálech, dostatečnost informací o dění a změnách na úřadu, informační zdroje/komunikační kanály, „dohledatelnost“ potřebných informací a hodnocení vybraných komunikačních kanálů. Byl zde také prostor pro návrhy, podněty nebo komentáře, které pomáhají lépe pochopit danou odpověď a lépe interpretovat výsledky.

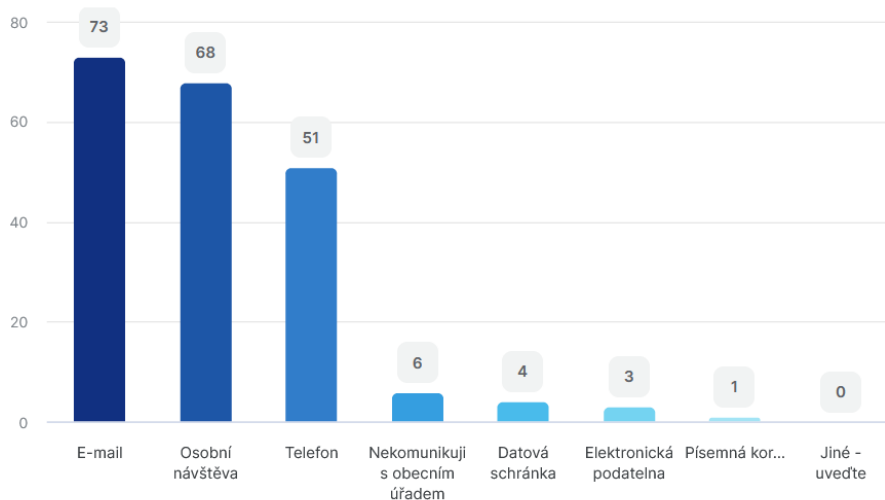
Níže je uvedeno hodnocení některých otázek včetně slovních komentářů. Kompletní výstup z dotazníkové šetření je samostatnou přílohou strategie. V příloze je rovněž uveden vzor dotazníku.

2.2.1 Závěry z externího dotazníkového šetření

Z provedeného šetření lze vyvodit následující závěry:

- Občané Šestajovic nejčastěji komunikují s úřadem **pomocí e-mailu (73 hlasů)**, dále úřad **osobně navštíví (68 hlasů)** nebo si na úřad **zatelefonují (51 hlasů)**. Ostatní možnosti (písemnou korespondenci, elektronická přes podatelnu či datovou schránku) získaly pouze jednotky hlasů. Více graf č. 1.

Graf 1: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 2)

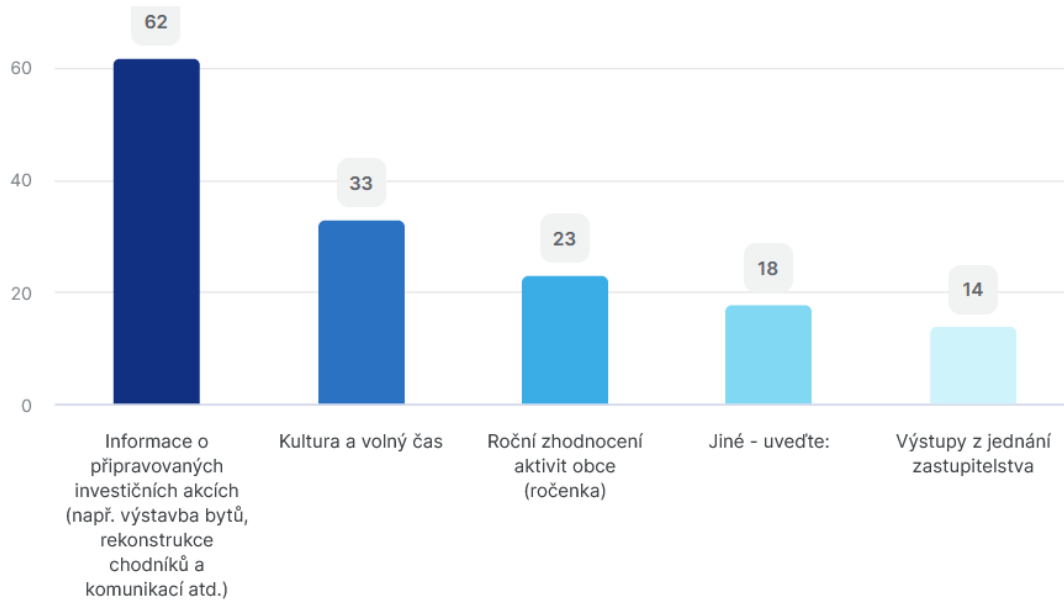


- Občanům Šestajovic nejvíce **schází informace o připravovaných investičních akcích** (např. výstavba bytů, rekonstrukce chodníků a komunikací apod.) – celkem 62 responzí. Více informací by občané uvítali dále z oblasti kultury a volného času a roční zhodnocení aktivit obce (tzv. ročenka). Více graf č. 2.



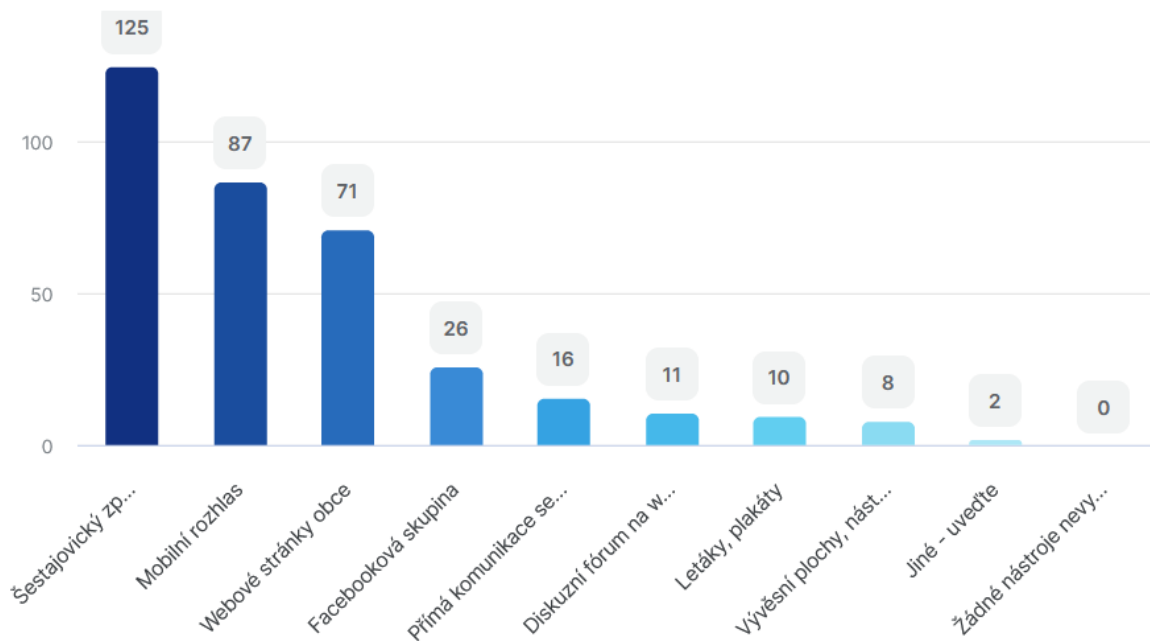


Graf 2: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 5)



- Pro sledování dění v obci občané nejvíce využívají Šestajovický zpravodaj Dostavník (125 responzí), dále aplikaci mobilní rozhlas (87 responzí) a webové stránky obce (71 responzí). Nejhůře hodnocené, tedy nejméně využívané jsou poté dle výsledků dotazníkového šetření letáky a plakáty (10 responzí) či vývěsní plochy a nástěnky (8 responzí). Více graf č. 3.

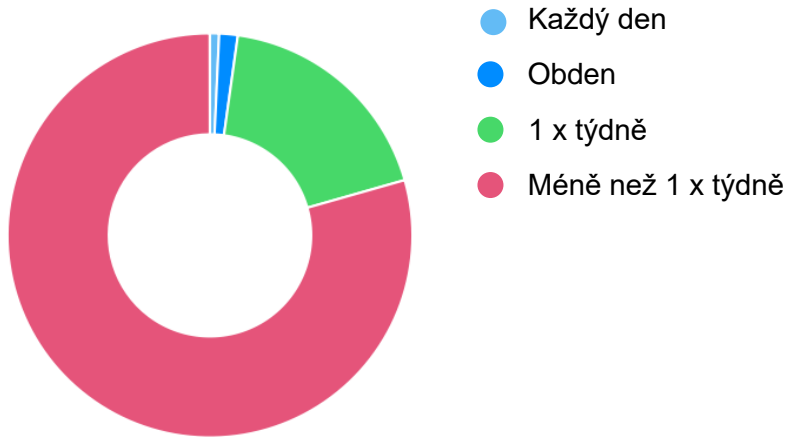
Graf 3: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 6)





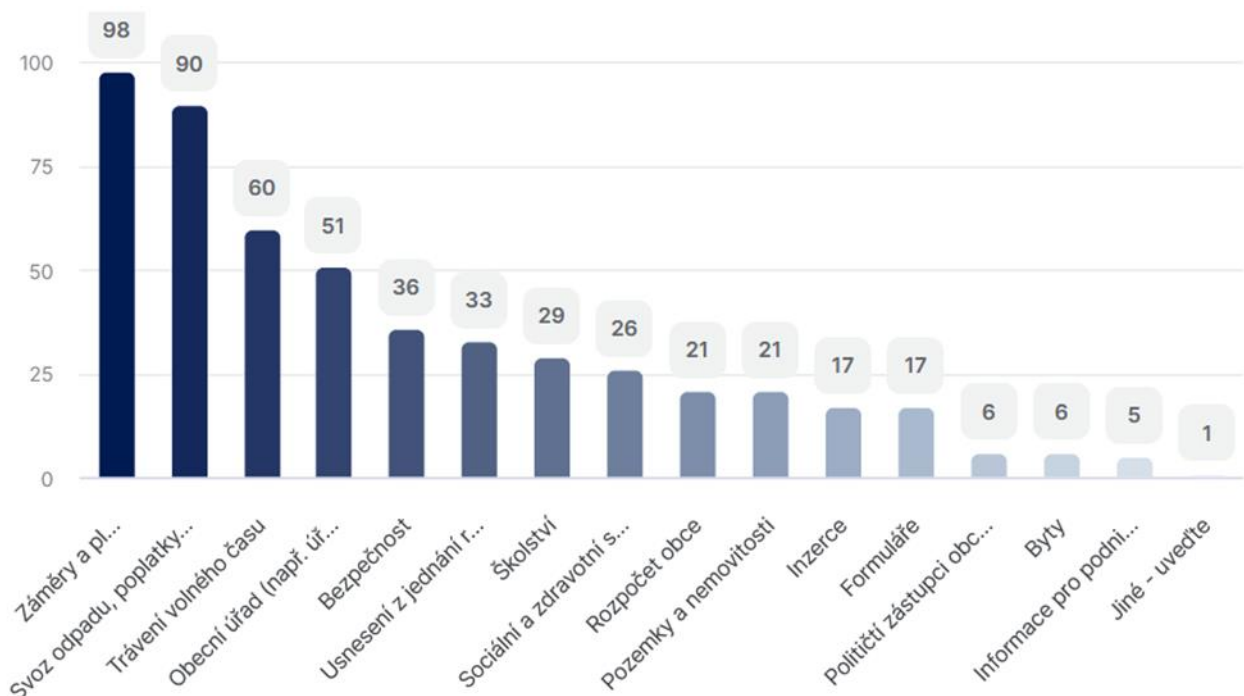
- Téměř 80 % respondentů odpovědělo, že webové stránky obce navštěvuje méně než 1 x za týden, 18 % poté uvedlo, že webové stránky navštíví 1 x za týden. Více Graf č. 4.

Graf 4: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 7)



- V otázce po tématech, která si občané nejčastěji vyhledávají získalo nejvíce hlasů téma: *Záměry a plány obce do budoucna* (např. plánované investice, opravy a záměry atd.). Na druhém místě se nachází téma svozu odpadů a poplatků za komunální odpad (90 hlasů), dále téma trávení volného času (60 hlasů) a informace o obecním úřadě – například úřední hodiny, kontakty (51 hlasů). Více graf č. 5.

Graf 5: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 8)



- Téměř 80 % respondentů uvedlo, vždy a snadno (30 %) či téměř vždy (49,3 %) našli bez problémů co hledali. Pouze 3 lidé uvedli, že se jim stává poměrně často, že hledáním potřebných informací strávili větší množství času a informaci nedohledali.
- Níže je uvedena sumarizace otevřených odpovědí na téma: Proč se vám nepodařilo potřebné informace dohledat:

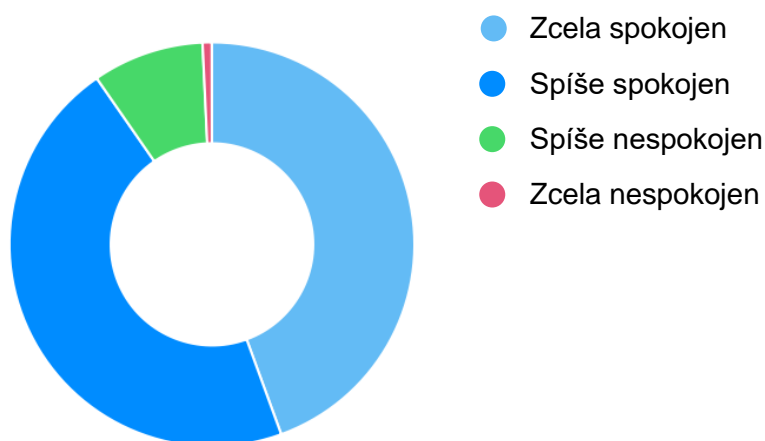




Nebyly zveřejněny, chybějí	11
Nepřehlednost webových stránek	11
Zastaralost webových stránek	3
Nevím	3
Nevhodné zařazení	3
Nemám zkušenosti	3
Neintuitivní prostředí	3
Neproběhla aktualizace na webu	2
Nedostatečné fulltextové vyhledávání	1
Nefunkční odkazy	1

- Při otázce na hodnocení kvality a obsahu komunikačních kanálů dopadl nejlépe Šestajovický zpravodaj Dostavník. Téměř 81 % respondentů mu v hodnocení udělilo hodnoty 1 nebo 2 (známkování jako ve škole). Na druhém místě se umístila aplikace mobilní rozhlas. Celkem 45 respondentů mu přidělilo hodnocení 1 a 28 respondentů hodnocení 2. U těchto komunikačních nástrojů uvedlo přibližně kolem 40 respondentů odpověď „nevím“ a dá se tedy předpokládat, že daný nástroj nepoužívají: Diskuzní fórum na webových stránkách (31,6 %), plakáty a letáky (31,6 %), facebooková skupina (32,4 %) a úřední desky (28,7 %).
- Nejhorší hodnocená kvality a obsahu informací získalo diskuzní fórum na webových stránkách obce.
- Přes 90 % respondentů uvedlo, že je spokojeno či spíše spokojeno se způsobem úhrady poplatků (za vodné a stočné, za komunální odpad, za psa). Více graf č. 6.

Graf 6: Grafické znázornění výsledků z dotazníkového šetření (otázka č. 24)



- Celkem 37 občanů uvedlo, že by určitě (37 hlasů) či spíše (40 hlasů) využili možnost úhrady těchto poplatků přes platební bránu (službu, kterou provozuje Středočeský kraj). Tuto službu by naopak spíše nevyužilo 49 občanů a určitě nevyužilo 5 občanů.
- Z otevřené otázky po způsobu úhrady poplatků bylo zjištěno, že občané jsou spokojeni s aktuálním způsobem úhrady (např. úhrada přes QR kód) a preferují elektronický způsob úhrady. Na tuto otevřenou otázku však odpovědělo pouze 29 respondentů z celkových 139. Několik respondentů dále uvádí, že by ocenili přehled uhrazených a neuhrazených poplatků.





2.3 SWOT ANALÝZA EXTERNÍ KOMUNIKACE

S	VNITŘNÍ SILNÉ STRÁNKY
1	Distribuce obecního zpravodaje – vychází v nákladu 1700 výtisků, je distribuován do poštovních schránek, na webových stránkách obce je možné si stáhnout elektronickou verzi aktuálního čísla i starší vydání.
2	Aplikace mobilní rozhlas - informování v případě akutních situací, pozvánky na kulturní a sportovní akce, informace o uzavírkách silnic a odstávek sítí.
3	Dobře nastavený komunikační mix (počet komunikačních nástrojů, obsahy komunikace).
4	

W	VNITŘNÍ SLABÉ STRÁNKY
1	Nepřehlednost a zahuštěnost internetových stránek, což poté vede k uživatelské nepřívětivosti a složitosti dohledávání informací.
2	Menší množství informací o plánovaných investičních akcích/plánech obce.
3	Chybí vyšší využití obousměrné komunikace obec / úřad – občan (sběr zpětné vazby).
4	Chybí kalendář plánovaných akcí.
5	Minimální zastupitelnost při správě komunikačních kanálů.

O	VNĚJŠÍ PŘÍLEŽITOSTI
1	Posílit externí komunikační nástroje o konkrétně zaměřené elektronické nástroje – chatbot na internetových stránkách (vyřízení potřeb občana jednoduše a rychle přes chatovací okno).
2	Provést „audit“ internetových stránek a na základě doporučení je nechat znovu „vystavět“. V souvislosti s tím nastavit jasná pravidla pro správu webu – procesy.
3	Využít mobilní aplikace na získávání zpětné vazby od občanů.
4	Pravidelné vyhodnocování webových stránek, jejich layout a struktura.
5	Zlepšit kategorizaci na internetových stránkách.
6	Ankety, sběr nápadů, hlášení závad přes Mobilní Rozhlas/na webu.
7	Zachovat současný komunikační mix, který je dostatečný (nepřidávat nové kanály, ale rozvíjet a „kultivovat“ ty stávající).

T	VNĚJŠÍ HROZBY
1	Dlouhodobá pracovní neschopnost webmastera/správce komunikačních nástrojů.
2	Zvyšování „zaplevelování“ internetových stránek a nižší přehlednost a dohledatelnost informací na nich.
3	Nevyužití potenciálu facebooku jako důležitého komunikačního kanálu. Hrozba ukončení dobré spolupráce mezi správcem facebookového účtu a vedením obce.
4	
5	





2.4 SUMARIZACE ZJIŠTĚNÍ A DOPORUČENÍ PRO NÁVRHOVOU ČÁST STRATEGIE

2.4.1 Externí komunikace

- Mezi nejčastější formu komunikace s obecním úřadem patří (v tomto pořadí): email, osobní návštěva a telefonický kontakt. Vyšší míra hodnoty u formy osobní návštěvy může poukazovat na slabší vliv ostatních nástrojů, zároveň však lze s tímto zjištěním pracovat v návrhové části a ostatní nástroje tak do budoucna více posilovat.
- Nejlépe hodnoceným komunikačním nástrojem byl zvolen zpravodaj Dostavník. Jedná se o velmi důležitý komunikační nástroj, doporučuje se ho dále rozvíjet a kultivovat. Dále se doporučuje lépe a s předstihem informovat o budoucím dění v obci, o chystaných akcích (ne pouze informování o akcích již proběhlých).
- Za prioritní se považuje modernizace webových stránek (výstavba nových). Zastaralost webových stránek způsobuje, že pro návštěvníky nejsou stránky přívětivé a intuitivní. Současně s modernizací webových stránek dojde k eliminaci aktuálně negativně hodnocených jevů – nefungující fulltextové vyhledávání, web není responzivní pro různá zařízení apod.).
- Vzhledem k tomu, že se velmi doporučuje výstavba nových internetových stránek a zároveň lze doporučit i vizuální a částečně obsahovou úpravu zpravodaje, lze doporučit zároveň navržení nové vizuální identity obce. Oba nástroje by tak byly vytvořené ve stejném vzhledu.
- Doporučuje se vytvoření specifické sekce – kalendář - na webových stránkách. Kalendář může sloužit občanům jako hlavní informační kanál, co se kde v obci děje a co se chystá.
- Současně s modernizací webových stránek se předpokládá i modernizace diskuzního fóra (specifického komunikačního nástroje umístěného aktuálně na webových stránkách obce. Může dojít k propojení s aplikací Mobilní rozhlas, systémem pro hlášení závad apod.
- Doporučuje se pořízení elektronické úřední desky. Obec Šestajovice je obcí, kde populace roste, svou velikostí odpovídá menším městům, pořízení elektronické úřední desky je zcela žádoucí.⁹
- Lze doporučit pořízení elektronického nástroje Portál Občana.
- Vedení Šestajovic aktuálně nespravuje oficiální stránku obce na sociální síti Facebook. Aktivace tohoto nástroje se při aktuálních personálních kapacitách nedoporučuje. Na Facebooku je již velmi aktivní otevřená skupina obyvatel Šestajovic, jejíž správci spolupracují s vedením úřadu. Úřad tak v situacích, kdy je žádoucí oznámit určitou nenadálou situaci v rychlém čase využívá i tento nástroj.¹⁰

⁹ V době dokončování této strategie již má obec pořízenou elektronickou úřední desku a umístěnou před obecním úřadě (fáze pilotního testování).

¹⁰ Za možné riziko tohoto způsobu nastavení využívání sociální sítě lze vnímat dlouhodobé udržení tohoto vztahu a nastavené spolupráce.





3 NÁVRH STRATEGIE A JEJÍ IMPLEMENTACE

Návrh strategie vychází ze zpracované analytické části koncepce, provedených dotazníkových šetření a společné práce s realizačním týmem na straně obce Šestajovice.

Koncepce moderní komunikace obce Šestajovice se opírá o hlavní prioritní oblast – externí komunikaci, která je dále rozpracována do úrovně 2 strategických cílů a jednotlivých projektů pro naplnění Koncepce. Schéma návrhové části Koncepce je tak následující:

Obrázek 11: Schéma návrhové části Koncepce moderní komunikace



Komunikační strategie obce Šestajovice je tvořena ve 3 úrovních:

1. Definované základní strategické cíle, kterých chceme dosáhnout (jejich základní popis a související náležitosti).
2. Návrh projektů a řešení vedoucích k naplnění cílů.
3. Detailní popis vybraných projektů.

3.1 CÍLE A PROJEKTY (ŘEŠENÍ)

Každý strategický cíl je charakterizován v podobě popisu cílů, dále prostřednictvím důvodů a cílových hodnot (čeho bude dosaženo). Tato komplexní charakteristika slouží k základnímu pochopení filosofie a smyslu daného cíle.

U každého strategického cíle je dále uvedena matice vlivu, která identifikuje vnější a vnitřní faktory, které mají pomoci k naplnění cíle nebo jeho naplnění brání. Tato matice slouží především pro osoby odpovědné za plnění cíle k tomu, aby věděli o identifikovaných rizicích i aspektech, které mohou naplnění cíle podpořit.

Stanovený cíl je vždy nutné naplnit prostřednictvím konkrétních opatření. Jde vždy o sadu opatření, která má své dílčí termíny plnění, cílové skupiny, na které jsou zaměřené a rovněž jsou u nich stanoveny priority.

U priorit opatření rozlišujeme:





- Realizace – Priorita 1 = opatření je doporučeno k realizaci a z hlediska naplnění by mělo jít o prioritní opatření, na které jsou věnovány finanční i personální kapacity obce. Tato opatření tvoří základ k naplnění daného cíle.
- Realizace – Priorita 2 = opatření je doporučeno k realizaci, ale z hlediska prioritizace řešení by měly přijít na řadu ve druhém sledu, tj. po vyřešení nebo zahájení řešení priorit č. 1. Také může jít o opatření, která navazují na prioritu č. 1 a tím pádem je nutné počkat s jejich zahájením.
- Zásobník = opatření není v tuto chvíli doporučeno k realizaci. Realizace není možná z časových nebo finančních důvodů (obec nedisponuje prostředky na realizaci nebo se čeká na vhodný dotační titul).

3.1.1 Návrh strategických cílů

SC1

Kontinuálně optimalizovat/modernizovat stávající komunikační nástroje obce

SC2

Posílit elektronizaci stávajících či zavedení nových elektronických komunikačních nástrojů





3.1.1 Strategický cíl 1) Kontinuálně optimalizovat/modernizovat stávající komunikační nástroje obce

3.1.1.1 Charakteristika cíle

Popis cíle: Aktualizovat (modernizovat) vybrané komunikační nástroje tak, aby byly uživatelsky přívětivější a informace na nich bylo možné snáze a jednodušeji dohledat, případně aby sekce s potřebnými informacemi byly do těchto nástrojů nově dodány.

Důvody:

- Zkvalitnění nástrojů v komunikačním mixu, ale s respektem k současným personálním kapacitám obecního úřadu.
- Posílení komunikace obce vůči cílovým skupinám.

Cílová hodnota:

- Aktualizované komunikační nástroje obce odpovídající potřebám a cílovým skupinám.

Matice vlivu:

	Co brání dosažení cíle	Co podporuje dosažení cíle
Vnější vliv	Zastavení dotačních podpor pro obce na projekty v oblasti komunikace a strategického řízení obecně	Dotační tituly na národní i evropské úrovni
Vnitřní vlivy	Nezájem zaměstnanců úřadu o nové nástroje	Podpora zaměstnanců obecního úřadu k rozvoji komunikačních nástrojů
	Přílišná závislost na externím financování	Finanční podpora k rozvoji komunikačních nástrojů ze strany krajů, státu
	„Nezachycení“ vhodných dotačních titulů	
	Znalosti, dovednosti správce komunikačních nástrojů	





3.1.1.2 Navržený seznam projektů, termíny projektů, cílové skupiny a prioritizace

Návrh opatření	Termín plnění	Cílové skupiny	Priorita
SC1.01) Modernizace internetových stránek obce	II. polovina roku 2022	Všechny cílové skupiny	Realizace – Priorita 1
SC1.02) Proškolení interního týmu v práci s novými internetovými stránkami	II. polovina roku 2022	Zaměstnanci obecního úřadu	Realizace – Priorita 1
SC1.03) Modernizace šestajovického zpravodaje	2022-2023	Všechny cílové skupiny	Realizace – Priorita 2
SC1.04) Vytvoření nové vizuální identity obce	2023	Všechny cílové skupiny	Realizace – Priorita 2
SC1.05) Průběžná práce s Google Analytics - sledování chování uživatelů na webu	2022 – dále kontinuálně	Zaměstnanci obecního úřadu	Realizace – Priorita 2

3.1.1.3 Popis konkrétních projektů

Tato kapitola detailněji popisuje navržené projekty (řešení), které jsou doporučeny k zavedení.

SC1.01) MODERNIZACE INTERNETOVÝCH STRÁNEK OBCE
Důvod
<p>Současný web obce je již zastaralý, což se odráží na jeho vzhledu, uživatelské přívětivosti a v neposlední řadě i absenci některých již běžně využívaných funkcionalit (responzivní web, fulltextové vyhledávání, systém na hlášení závad apod.). Internetové stránky obce dále vykazují vyšší míru problémových aspektů – velké množství textu a odkazů, špatná orientace a <i>dohledatelnost</i> informací pro uživatele.</p>
Popis a doporučení
<p>Z pohledu obce se nabízí situaci s internetovými stránkami řešit 2 variantami:</p> <p>V1) Provést důkladný „audit“ současných stránek, který zhodnotí veškerý obsah, design a strukturu. „Audit“ navrhne konkrétní problémy a zlepšení, která je třeba provést.</p> <p>„Audit“ bude proveden externím subjektem.</p> <p>Změna internetových stránek bude provedena ve spolupráci externího subjektu a interního správce webu.</p> <p>Výhodou tohoto řešení je nižší nákladovost řešení; rychlejší realizace a alespoň dílčí zlepšení.</p> <p>Nevýhoda je, že nedojde k systémovému předělání stránek a pouze dílčím zlepšením, což potenciálně do budoucna nemusí vyřešit problém s webovými stránkami.</p> <p>V2) Nechat vybudovat na zakázku externím subjektem zcela nový web. – DOPORUČUJE SE</p>





Tato varianta se doporučuje. Současně se doporučuje využít závěry z analytické části této Strategie a využít je při práci a návrzích nových webových stránek. Součástí dodávky nového webu by měly být rovněž navržené procesy a odpovědnosti jeho správy a aktualizace.

Důležitou podstatou by bylo využití grafických prvků, vizualizace, fontů, barev atd., které by poté mohly převzít i další kanály komunikace – například šestajovický zpravodaj Dostavník i diskuzní fórum. Mohly by tak být položeny základy jednotné vizuální / grafické tzv. corporate identity obce.

Výhodou je, že web bude vystaven znovu dle aktuálních standardů a dobré praxe u webů na územních samosprávách. Budou tak eliminovány všechny problémy, které současný web má, včetně toho, že dostane nový „layout“ (vzhled).

Toto řešení se jeví z pohledu provedené analýzy v rámci komunikační strategie jako čistší a účelnější.

Nevýhodou je vyšší cena oproti V1.

Doporučena je varianta 2.

Cílová hodnota

1. Modernizované internetové stránky.
2. Zajištění údržby stránek.
3. Jasně určené rolí a odpovědností při správě nástroje.

Finanční náklady za obec

- V1) 50 – 100 tis. Kč
- V2) Nižší jednotky stovek tisíc Kč

Poznámka: Bude-li vypsána tematicky obdobná výzva z OP Zaměstnanost jako byla výzva č. 109, doporučuje se ji využít k žádosti o podporu na realizaci tohoto projektu

Doba realizace

- 2 měsíce (zadání)
- 6 měsíců (tvorba nového webu)

SC1.02) PROŠKOLENÍ INTERNÍHO TÝMU V PRÁCI S NOVÝMI INTERNETOVÝMI STRÁNKAMI

Důvod

S výstavbou nových webových stránek je nutné počítat i s novým administrátorským prostředím, se kterým bude potřeba interní tým úřadu seznámit.

Popis a doporučení

Předpokládá se zaškolení ze strany externího subjektu, které nové webové stránky připraví.

Cílová hodnota





1. Proškolení v práci s novými webovými stránkami – osvojení si práce s nástrojem ze strany interního týmu obecního úřadu.
2. Zaškolení pracovníci úřadu, kteří nový nástroj zcela ovládají.

Finanční náklady za obec

- Předpokládá se, že jde o součást nabídky výstavby nových webových stránek.

Doba realizace

- Předpokládá se realizace v závěrečné části implementace nových webových stránek. Časová dotace v řádech jednotek hodin.

SC1.03) MODERNIZACE ŠESTAJOVICKÉHO ZPRAVODAJE

Důvod

Z dotazníkového šetření i z analýzy vyplynulo, že zpravodaj, který obec vydává je nejoblíbenějším a zároveň nejpoužívanějším komunikačním nástrojem. Z tohoto důvodu je žádoucí zaměřit se na jeho vizuální podobu, přehlednost, grafické zpracování i obsah.

Popis a doporučení

Doporučuje se využít služeb externího subjektu (například grafika), který by novou vizuální podobu navrhnul. Zároveň se však doporučuje sjednotit vizuální identitu všech komunikačních nástrojů (viz následující projekt SC1.04). V případě zpravodaje to znamená držet například vizuální identitu, která bude odpovídat nově vystavěným webovým stránkám.

Po stránce obsahu se doporučuje více se zaměřit na kalendář plánovaných událostí a akcí.

Cílová hodnota

1. Moderní vzhled zpravodaje.
2. Informace o plánovaných akcích (kalendář událostí).
3. Sjednocená vizuální identita obce.

Finanční náklady za obec

- 10 – 20 tis. Kč

Doba realizace

- 1 - 2 měsíce (zadání a implementace)





SC1.04) VYTVOŘENÍ NOVÉ VIZUÁLNÍ IDENTITY OBCE

Důvod

Jednotná vizuální identita (styl) je vizuální způsob, jakým se obec, město, instituce či firma představuje a komunikuje s veřejností.

Popis a doporučení

Základní prvky jednotné vizuální identity jsou logo (logotyp), písmo, typografie, barva, propagační materiály a další doplňkové vizuální prvky. Jednotnou vizuální identitu poté drží všechny materiály, kterými obec komunikuje s veřejností, ale i se svými zaměstnanci: administrativní tiskoviny, formuláře, informační systém, tiskové zprávy, ale i legitimace. Vše je zpracované v jednotném grafickém stylu.

Cílová hodnota

1. Vytvoření manuálu jednotné vizuální identity.
2. Všechny komunikační nástroje „nesou“ stejnou vizuální identitu a jsou tak velmi snadno rozpoznatelné, ztotožnitelné s obcí.

Finanční náklady za obec

- 30 - 40 tis. Kč

Doba realizace

- V řádech měsíců

SC1.05) PRŮBĚŽNÁ PRÁCE S GOOGLE ANALYTICS - SLEDOVÁNÍ CHOVÁNÍ UŽIVATELŮ NA WEBU

Důvod

Sledování chování uživatelů na webu ukáže, které sekce jsou například na webu nejnavštěvovanější, a které naopak vůbec.

Popis a doporučení

Práce s Google Analytics se doporučuje ve 2 rovinách:

- I) Poskytnout data zpracovateli modernizace webu – ten na jejich základě může vyhodnotit funkčnost jednotlivých oblastí dnešního webu.
- II) Po modernizaci webu pravidelně (např. 1x měsíčně) sledovat, které sekce jsou na webu nejnavštěvovanější a na které se lidé vrací (to by měly být z pohledu správce dva základní ukazatele). Na základě toho je možné vyhodnocovat např. přínosnost jednotlivých sekcí webu nebo příspěvků.

Cílová hodnota

1. Znalost toho, které sekce jsou na webu nejnavštěvovanější, a které vůbec – následná úprava či





přizpůsobení těchto sekcí.

2. Práce s daty, která umožňuje profesionálnější způsob práce s webovými stránkami.

Finanční náklady za obec

- Bez finančních nákladů, časové náklady

Doba realizace

- 2022 – a poté kontinuálně





3.1.2 Strategický cíl 2) Posílit elektronizaci stávajících či zavedení nových elektronických komunikačních nástrojů

3.1.2.1 Charakteristika cíle

Popis cíle: Posilovat stávající či postupně zavádět nové elektronické komunikační nástroje: v rámci webových stránek implementovat chatbota, postupně začít zavádět elektronický nástroj Portál občana, pořízení elektronické úřední desky.

Důvody:

- Nabídnout občanům větší komfort při vyřizování agendy.
- Obec se neustále rozrůstá, prostřednictvím elektronických nástrojů může být odbaveno více občanů v čase.
- Zautomatizování jednotlivých procesů, které sebou elektronizace jednoznačně přináší umožňuje šetřit čas a kapacity zaměstnanců úřadu.

Cílová hodnota:

- Zavedené a fungující elektronické komunikační nástroje sloužící svým cílovým skupinám i obecnímu úřadu.

Matice vlivu:

	Co brání dosažení cíle	Co podporuje dosažení cíle
Vnější vliv	Zastavení dotačních podpor pro obce na projekty v oblasti komunikace a strategického řízení obecně	Dotační tituly na národní i evropské úrovni
Vnitřní vlivy	Neochota ze strany zaměstnanců obecního úřadu učit se s novými nástroji	Finanční podpora k rozvoji komunikačních nástrojů ze strany krajů, státu
	Závislost na externím financování	Podpora zaměstnanců obecního úřadu k rozvoji komunikačních nástrojů
	Časté „proškolení“ a učení se s novými nástroji a jejich aktualizacemi a tlak obecně na znalosti, dovednosti pro správce komunikačních nástrojů	

3.1.2.2 Navržený seznam projektů, termíny projektů, cílové skupiny a prioritizace

Tato kapitola detailněji popisuje navržené projekty (řešení), které jsou doporučeny k zavedení.

Návrh opatření	Termín plnění	Cílové skupiny	Priorita
SC2.01) Implementace portálu občana	2022 -2023	Všechny cílové skupiny	Realizace – Priorita 2
SC2.02) Implementace chatbota na webových stránkách	2022-2023	Všechny cílové skupiny	Realizace – Priorita 2
SC2.03) Pořízení elektronické úřední desky (už je v pilotním provozu)	2022	Specifické skupiny, kterých se týká daná informace, např. podnikatelé, vlastníci movitého	Realizace – Priorita 1 (již probíhá realizace)





	(první polovina roku)	i nemovitého majetku apod. (odvíjí se od tématu).	
--	-----------------------	---	--

3.1.2.3 Popis konkrétních projektů

SC2.01) IMPLEMENTACE PORTÁLU OBČANA	
Důvod	
<p>Počet obyvatel obce Šestajovice se za posledních 20 let zvýšil, a i nadále roste. Obec těží z umístění v blízkosti hlavního města Prahy a svou velikostí a strukturou úřadu se může srovnávat s městy, které portál občana již mají implementován.</p> <p>Zavedením Portálu občana na webových stránkách chtějí Šestajovice občanům zejména nabídnout větší komfort při vyřizování agendy příslušející obecnímu úřadu a obecnímu úřadu s rozšířenou působností.</p>	
Popis a doporučení	
<p>Podpoření aktivity vedoucí k úplnému elektronickému podání, tedy vytvoření podpůrných služeb elektronického podání, vytvoření samoobslužných míst pro úplné elektronické podání, elektronizace formulářů veřejné správy, implementace identifikace a autentizace ve smyslu nařízení eIDAS pro využívání služeb eGovernmentu prostřednictvím kontaktních míst a podpora sdílení identitních služeb na národní a regionální úrovni.</p>	
Cílová hodnota	
<ol style="list-style-type: none">1. Elektronické (vzdálené) vyřizování agendy příslušejícího úřadu.2. Zvýšení efektivity chodu úřadu a snížení administrativní zátěže jak pro občany, tak pro jeho zaměstnance.	
Finanční náklady za obec	
<ol style="list-style-type: none">3. 700 tis. – 1 milion	
Doba realizace	
<ol style="list-style-type: none">4. 12 měsíců	

SC2.02) IMPLEMENTACE CHATBOTA NA WEBOVÝCH STRÁNKÁCH	
Důvod	
<p>Pomoc návštěvníkům webu s dohledáním požadované sekce (podsekce). Ideální řešení pro návštěvníky webu, kteří nechtějí rozbalovat jednotlivé záložky a pocházet jednotlivé sekce.</p>	
Popis a doporučení	





Doporučuje se implementace chatbota, který návštěvníky pomocí nápověd pomůže nasměrovat do jimi požadované sekce.

Cílová hodnota

1. Návštěvník po napsání svého dotaz obdrží odpověď, kterou využije jako „proklik.“
2. Chatbot může některé informace nabízet automaticky v úvodním „pozdravu“ konverzace – úřední hodiny, Czech Point, formuláře (tento výběr může být sestaven z nejnavštěvovanějších sekcí /témat na webu obce).

Finanční náklady za obec

- Varianta 1: součástí projektu výstavby nových internetových stránek obce
- Varianta 2: desítky tisíc

Doba realizace

- Varianta 1: součástí projektu výstavby nových internetových stránek
- Varianta 2: 2 – 4 měsíce

SC2.03) POŘÍZENÍ ELEKTRONICKÉ ÚŘEDNÍ DESKY

Důvod

Úřední desky patří ke standardním nástrojům externí komunikace obce a jeho úřadu směrem k občanům. Elektronické úřední desky umožňují prostorově i časově neomezené informování občanů, které je odbavováno z pohodlí webového prohlížeče.

Popis a doporučení

V rámci projektu došlo k pořízení jedné elektronické úřední desky. Probíhá pilotní testování, Bez dalšího doporučení.

Cílová hodnota

1. Moderní způsob komunikace s občany (digitální formou).
2. Provoz je zajištěn v režimu 24 hodin, 7 dní v týdnu, 365 dní v roce.
3. Neomezený prostor na sdílení dokumentů.

Finanční náklady za obec

- cca 200 tisíc (včetně SW)

Doba realizace

- projekt již běží – pilotní (testovací) verze





3.1.2.4 Implementaci portálu občana – zdůvodnění potřeby

Portál občana na adrese <https://obcan.portal.gov.cz/> zřídilo Ministerstvo vnitra v roce 2018 pro lepší komunikaci mezi českými občany a státem. Většina větších samospráv již tuto službu využívá, v současnosti je nabízeno zhruba 37 funkcionalit a v budoucnu se budou služby rozšiřovat. Počet obyvatel obce Šestajovice se za posledních 20 let zvýšil, a i nadále roste. Obec těží z umístění v blízkosti hlavního města Prahy a svou velikostí a strukturou úřadu se může srovnávat s městy, které portál občana již mají implementován. Šestajovice ovšem nemají potřebnou infrastrukturu z hlediska IT techniky či softwarového řešení spisové služby. Pro implementaci portálu občana je tedy nezbytné pořídit novou spisovou službu, server a poté samotné propojení na portál občana (propojení systému a migraci dat).

Zavedením Portálu občana na webových stránkách chtějí Šestajovice občanům zejména nabídnout větší komfort při vyřizování agendy příslušející obecnímu úřadu a obecnímu úřadu s rozšířenou působností. Současně tímto krokem přispěje ke zvýšení efektivnosti chodu úřadu a snížení administrativní zátěže jak pro občany, tak pro jeho zaměstnance. Aktuálně se musí občan k řešení svých životních situací dostavit na úřad osobně, nově je bude moci vyřídit z domova. Potřeba realizace této klíčové aktivity je výsledkem analýzy i návrhové části této komunikační strategie.

Cílem klíčové aktivity je zavedení Portálu občana a podpora aktivity vedoucího k úplnému elektronickému podání, tedy vytvoření podpůrných služeb elektronického podání, vytvoření samoobslužných míst pro úplné elektronické podání, elektronizace formulářů veřejné správy, implementace identifikace a autentizace ve smyslu nařízení eIDAS pro využívání služeb eGovernmentu prostřednictvím kontaktních míst a podpora sdílení identitních služeb na národní a regionální úrovni.

Portál občana bude součástí webových stránek obce. Bude zobrazovat vybrané informace z informačního systému a zároveň občanům a podnikatelům umožní s úřadem komunikovat on-line. Přes web budou moci kontrolovat své závazky vůči městu, platit, objednávat se, podávat žádosti či celkově řešit životní situace. Portál občana a úplné elektronické podání představují základní pilíře eGovernmentu a strategií ČR v této oblasti. Umožní lidem rychlé a pohodlné vyřizování záležitostí s úřadem jednoduše a bezpečně z pohodlí domova prostřednictvím internetu (navštívit tak úřad 24 hodin denně, 7 dní v týdnu).





3.2 IMPLEMENTACE KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

V rámci návrhové části byla doporučena realizace konkrétních opatření k naplnění cílů včetně termínů jejich plnění nebo jejich prioritizace z hlediska realizace. Tyto podklady slouží jako výchozí bod v práci se strategií.

Hlavní odpovědnost za práci se strategií má starosta obce, kterému pomáhají další zaměstnanci obce (místostarosta, účetní). Hlavní schvalovací odpovědnost má poté starosta a vedení obce.

3.2.1 Aktualizace strategie

Aktualizovat je možné strategické cíle těmito způsoby:

- Reformulací stávajících cílů (název, zaměření atd.).
- Návrh zcela nových cílů, které budou odpovídat potřebám vedení obce nebo stávající situaci na území obce nebo v ČR.
- Vyškrtnutí některého ze současných cílů.

Návrhy na aktualizaci může podat starosta /zastupitel nebo jiný zaměstnanec obecního úřadu.

Návrh na změnu musí být řádně odůvodněn a přednesen vedení obce, které poté provede rozhodnutí.

Případné schválené změny provádí ve strategii starosta obce.

3.2.2 Akční plán

První akční plán je vytvořen v rámci tohoto projektu. Další akční plány budou aktualizovány vždy každoročně a projednány/schvalovány na poslední valné hromadě v daném kalendářním roce.

Aktualizaci akčního plánu provádí manažer svazku.

Aktualizace akčního plánu (co je možné aktualizovat; kdo podává návrhy, kdo schvaluje) probíhá stejně jako aktualizace celé strategie. U akčního plánu by jen mělo docházet k aktualizaci opatření a náležitostí, které s nimi souvisejí (cílové skupiny, termíny atd.).

3.2.3 Zpřístupnění dokumentu

Dokument bude zveřejněn na internetových stránkách obce a zároveň bude k nahlédnutí, případně i k zapůjčení v listinné podobě na úřadu obce.

3.2.4 Monitoring a hodnocení plnění strategie

Plnění strategie bude kontrolováno průběžně, bude vyhodnoceno, do jaké míry byly naplánované záměry skutečně realizovány či z jakých důvodů případně realizovány být nemohly. Současně budou případně přehodnoceny jednotlivé záměry z hlediska možnosti a potřebnosti jejich realizace a bude také zkontrolováno nastavení priorit záměrů. Přehodnocení mohou předcházet doplňující dotazníková šetření, které zaktualizují názor veřejnosti na jednotlivé aspekty života v obci a vyhodnotí dosavadní plnění strategie a budou sloužit jako zpětná vazba pro vyhodnocení, zda se řešené aspekty života v obci zlepšily či nikoli.

Vyhodnocení naplňování strategie předkládá starosta obce 1x ročně na zastupitelstvo (vhodné předkládat v souvislosti se schvalováním rozpočtu).





3.3 NÁVRH AKČNÍHO PLÁNU

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Číslo strategického cíle	ID opatře	Název opatření	Odpoví	Realizace / Zásobník	Priori	Termín zaháje	Termín ukončení	Finanční náklady pro obec	Poznámka	Legenda zkratk			
2	SC1	SC.1.O1	Modernizace internetových stránek obce	MS	Realizace	1	3/2022	6/2022	60000		S	Starosta		
3	SC1	SC.1.O2	Proškolení interního týmu v práci s novými internetovými stránkami	MS,ZOÚ	Realizace	1	Probíhá současně s opatřením SC.1.O1				MS	Místostarosta		
4	SC1	SC.1.O3	Modernizace šestajovického zpravodaje	MS	Realizace	2	1/2022		50000	Podrobnosti budou doplněny.				
5	SC1	SC.1.O4	Vytvoření nové vizuální identity obce	MS	Zásobník						ZOÚ	Zaměstnanec obecního úřadu		
6	SC1	SC.1.O5	Průběžná práce s Google Analytics - sledování chování uživatelů na webu	ZOÚ	Realizace	2	06/2022	kontinuálně		Probíhá kontinuálně.				
7	SC2	SC2.O1	Implementace portálu občana	S	Realizace	2				Podrobnosti budou doplněny.				
8	SC2	SC2.O2	Implementace chatbota na webových stránkách	ZOÚ	Zásobník									
9	SC2	SC2.O3	Pořízení elektronické úřední desky (už je v pilotním provozu)	S	Realizace	1	03/2022	04/2022						
10														





4 PŘÍLOHY

4.1 PŘÍLOHA Č. 1 – ZADÁNÍ A PRŮBĚH PROJEKTU

4.1.1 Zadání

PROJEKT BYL REALIZOVÁN VE 4 NAVAZUJÍCÍCH KROCÍCH

1) Přípravná fáze = V přípravné fázi došlo k nastavení principů spolupráce a komunikace mezi zpracovatelem a zástupci obce Šestajovice. K nastavení slouží především úvodní setkání, na kterém byla ověřena očekávání ze strany města a úřadu.

2) Analytická fáze = Východisko, které je nezbytné ke zmapování stávající situace a identifikace potřeb pro návrhovou část. Tato část je nejnáročnější jak z hlediska času, tak nákladu lidských zdrojů, nicméně její kvalitní a detailní provedení je základním pilířem úspěchu celého projektu.

3) Návrhová fáze = Zpracování samotné komunikační strategie, kdy důležitá je praktičnost využití, tj. maximální konkrétnost návrhů řešení dle jednotlivých oblastí a jejich vzájemné provázání / doplnění. V této části je klíčové zaměřit se čistě na návrh komunikační strategie pro obec Šestajovice.

4) Implementační fáze = Návrh harmonogramu a odpovědností zavádění navržených opatření - "Akční plán", včetně nastavení systému řízení implementace a vyhodnocení plnění navržené strategie.





4.2 VÝSLEDNÁ ZPRÁVA Z DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

4.3 VZOR DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Dokumenty jsou samostatnou přílohou strategie.





O ZPRACOVATELI – M.C.TRITON

Jsme česká společnost se silnou znalostí lokálního trhu

1. Jsme tým zkušených odborníků z praxe
2. Navrhujeme funkční řešení a zavedeme jej do praxe
3. Měníme a rozvíjíme postoje lidí ve firmě a úřadu
4. Poskytujeme interim manažery



Dle žebříčku Czech TOP 100 patříme již několik let mezi
100 nejobdivovanějších firem na českém trhu.

PŘINÁŠÍME FIRMÁM A ÚŘADŮM ODPOVĚDI A ŘEŠENÍ NA TYTO OTÁZKY:

STRATEGIE

Podstatou strategie je odlišení.

Máme ji?

Rozumí ji naši lidé?

Pomáhá nám v řízení organizace a poskytování služeb?

**OBCHOD
A MARKETING**

Je náš obchodní model dostatečně výkonný?

Pracujeme dobře se vztahy, vytěžujeme potenciál zákazníků?

Obsluhujeme dobře největší zákazníky?

VÝROBA

Jak zkrátíme výrobní časy?

Jak snížíme prostoje?

Jak zapojíme lidi do zefektivňování?

Jak pomůžeme mistrům ve vedení lidí?

PROCESY A ŘÍZENÍ

Umíme zajistit, aby každá práce měla smysl a svého zákazníka?

Je průběh činnosti organizací efektivní alespoň jako u dobrých příkladů z praxe?

LIDÉ

Máme kompetentní, motivované a loajální lidi?

Umíme je rozvíjet a vychovávat si nástupce?

Jak být úspěšným vedoucím / lídrem?

INOVACE

Jakým způsobem jsme uchopili proces inovací?

Jak podporujeme inovativní lidi a budujeme inovativní DNA organizace?

Jak efektivně řídíme vývoj služeb?

INTERIM MANAGEMENT

Jak rychle stabilizujeme chod v určitém útvaru?

Co můžeme dělat, když nemůžeme obsadit klíčovou pozici?

Jak dobře odřídíme změnu?

ZÁSOPY A LOGISTIKA

Jak efektivní je pohyb zboží a surovin uvnitř společnosti?

Jak funguje distribuce zákazníkům či dalším partnerům?

Kolik financí nám vážou zásoby?

Více informací o M.C.TRITON najdete na www.mc-triton.cz

