

## SWOT-аналіз комунікаційної діяльності Могилівської ОТГ

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Конкурентна перевага – «транзитна» громада (розташування на національній трасі Н - 31 Дніпро - Кобеляки - Решетилівка та регулярне автобусне сполучення в ОТГ: рух транспорту у напрямку м.Дніпро та сел.Царичанка з 5:00 год до 23:00 з періодичністю в 30 хв.).</li> <li>• Природні багатства (родючі чорноземи для розвитку сільського господарства, чиста річка Оріль, озера та ліси для розвитку агротуризму та оздоровлення мешканців).</li> <li>• Діяльність закордонного інвестора ТОВ "Маїсадур Семанс Україна" (це не просто роботодавець, а суб'єкт господарювання, який несе європейський досвід у сфері підприємництва).</li> <li>• Згуртована команда сільської ради (авторитет Голови, активні комунікації заступника та членів виконкому, участь ради в грантових проектах).</li> <li>• Лояльність до місця проживання ( абсолютна більшість мешканців не має намірів покидати свій край).</li> <li>• Наявність сучасного веб-сайту ОТГ із електронними інструментами взаємодії для громадян: електронні петиції, е-консультації, громадський бюджет, тощо.</li> <li>• Розгалужена мережа сторінок у соціальних мережах: Могилівська громада, її заклади культури, соціального захисту, освіти, незалежні медіа, тощо.</li> <li>• Сталі традиції проведення великих масових заходів як у центрі ОТГ, так і в її населених пунктах, безпосередні зустрічі та комунікація в реальному часі між «владою», мешканцями, різними соціальними групами та віковими категоріями.</li> <li>• Наявність активних громадських організацій та інших самоорганізованих цільових груп мешканців; створення при сільській раді: Молодіжної ради, Громадської ради, Координаційної гендерної ради.</li> <li>• Участь Могилівської ОТГ у Програмах: DOBRE, DESPRO, EGAP, U-LEAD, що дає можливість покращувати матеріально-технічну базу для комунікацій, брати участь у сучасних тренінгах та обмінюватись важливим практичним досвідом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Монопрофільність економіки громади (сільськогосподарсько-орієнтована; базується на галузі "Рослинництво").</li> <li>• Старіння громади (кадровий склад окремих установ та організацій, а також – велика кількість людей пенсійного віку, які не вміють користуватися сучасними інструментами комунікації).</li> <li>• Низький показник соціального капіталу (взаємної довіри та підтримки між мешканцями).</li> <li>• Ментальні особливості – чекати рішення «зверху» та перекладати відповідальність на "владу".</li> <li>• Соціальна пасивність (більшість домогосподарств ніхто не бере участь у житті громади).</li> <li>• Економічна пасивність (багато мешканців користуються соціальною допомогою і працюють неофіційно).</li> <li>• Слабке позиціонування ОТГ, як об'єднаної громади, на противагу окремих сіл (під час святкування Днів сіл, через онлайн-ресурси і т.д.).</li> <li>• Бренд та логотип відсутні - Назва громади (Могилівська ОТГ) важка для унікального позиціонування через наявність інших ОТГ з ідентичною назвою та більшою кількістю згадок в інтернеті.</li> <li>• Брак кваліфікованих кадрів для комплексного розвитку туризму, відсутність туристичної стратегії - Відсутність туристичної інфраструктури та промоції.</li> <li>• Слабка інформатизація сіл, мало центрів відкритого доступу до Інтернету.</li> <li>• Недостатньо сучасне та ефективне ведення онлайн-ресурсів (сайт та фейсбук).</li> <li>• Перевага традиційних форм комунікацій - найчастіше джерело інформації про те, що відбувається в громаді, є розмова із сусідом або іншими людьми.</li> <li>• Інертність (люди рідко активно шукають інформацію через місцеві ЗМІ, перевіряють плани, рішення та інші місцеві документи через веб-сайт, вирішують справи в сільській раді )</li> </ul>