



Výbor pro digitalizaci, IT a Otevřený kraj Zastupitelstva Plzeňského kraje

Číslo zasedání 9
Datum konání 5. 10. 2022 – 15.30 hod.
Místo konání Zasedací místnost č. 326, III. patro budovy KÚPK
Zapisovatel Lucie Mrázová, DiS.

Prezence

Přítomni předseda: JUDr. Milan Chaloupka, MBA, LL.M.

členové:

Ing. Martin Barták, MBA

Martin Dittrich

Ing. Vlastimil Hebr

Lucie Pernglau

Pavel Šrámek

Milan Brož

David Soukup

Mgr. Karel Filipčík

Omluveni Jiří Novák
Ing. Jan Štěpán

Hosté Zástupci OEK – Ing. Karel Hladký, Ing. Milena Nová,
Bc. Jan Antony DiS.

Bc. Patrik Pátek – pověřen zastupováním vedoucího odd. mediální komunikace

Petr Vanka – náměstek hejtmana

Program

1. zahájení
2. formální náležitosti (prezence, usnášeníschopnost, volba ověřovatele zápisu)
3. host: Bc. Patrik Pátek – pověřen zastupováním vedoucího odd. mediální komunikace, téma: „Seznámení s tvorbou příspěvků na sociální síť Plzeňského kraje, příprava nových webových stránek Plzeňského kraje, plány jednotné grafické vizualizace vkládaných příspěvků“
4. hosté: Ing. Karel Hladký, Ing. Milena Nová, Bc. Jan Antony DiS. – zástupci ekonomického odboru KÚPK, téma: „Rozklikávací rozpočet“
5. diskuse, různé
6. závěr

Zápis z jednání


Číslo	Text
1	Zahájení Předseda výboru, JUDr. Milan Chaloupka, MBA, LL.M., přivítal přítomné členy vč. hostů a zahájil 9. zasedání Výboru pro digitalizaci, IT a Otevřený kraj ZPK.
2	Formální náležitosti a) výbor byl usnášeníschopný (9/11) b) program jednání byl jednomyslně schválen (9/11) c) ověřovatelem zápisu byla zvolena paní Lucie Pernglau (9/11)
3	Bc. Patrik Pátek – pověřen zastupováním vedoucího odd. mediální komunikace, téma: „Seznámení s tvorbou příspěvků na sociální síť Plzeňského kraje, příprava nových webových stránek, plány jednotné grafické vizualizace vkládaných příspěvků“ <ul style="list-style-type: none">- vyjádřil radost z toho, že je úřad přívětivý ke změnám- seznámil se sledovaností (grafy), např. Facebook PK má 16,5 tisíce sledujících- sociální síť slouží jako nástroj k oslovení veřejnosti, proto je nutné zaujmout. Lidé zde hledají, co kraj nabízí- je důležitý jednotný vzhled příspěvků – identifikace je zásadní pro

- rozpoznávání (kraj využívá barvy: žlutá, zelená, modrá)
- kraj na sociálních sítích občany informuje, zve, upozorňuje
 - příspěvky jsou vkládány v podvečerních hodinách, to jsou sledující nejaktivnější
 - dále zmínil podcastový kanál, který běží již rok
 - informoval o tom, že se uskutečnila schůzka s vedoucími odborů a zaměstnanci, kteří vkládají články na web PK
 - připomněl, že změna a modernizace webových stránek není v případě kraje jednoduchá (spousta odborů a oddělení apod.)
 - zmínil, že u článku je důležitá kvalitní fotka, titulek a perex
 - dále také uvedl, že krajské logo se používá již 20 let a poukázal na to, že by bylo dobré ho modernizovat
 - předseda hosty vyzval k případným dotazům
 - **David Soukup:** „Kdo na kraji rozhodl o tom, že se bude používat oproti jiným sociálním sítím právě facebook, když statistiky momentálně ukazují, že minimálně sledovanost u mladých lidí klesá a ti přecházejí spíše ke Twitteru a Instagramu? Proč tedy fcb a ještě k tomu placený?“
 - **Patrik Pátek:** „Jsou nějak nastavená pravidla. Já jsem se jako první zasloužil o snížení poplatků z dřívějších 40 000,- Kč/měsíc na 5 000,- Kč/měsíc. Je ale nutné, aby kraj byl vidět, nicméně denně není zase tolik příspěvků a mnohdy se nepřidávají ihned bezprostředně po skončení (nebo během dané akce) tak, jak je zrovna např. na Instagramu obvyklé.“
 - **David Soukup:** „Jak tedy podle Vás oslovovat i mladou generaci? Na druhou stranu chválím nový grafický vizuál.“
 - **Patrik Pátek:** „Instagram jsme zvažovali. Zřídil se instagramový účet „Zdravá krajina,“ který je obrazově velmi hezký a lákavý. Chce to především kvalitní vizuální materiál, ne textový. Je také na místě zvážit spolupráci s mladým člověkem, který by pomáhal se zacílením článků na „náctileté.“ Instagram je velmi rychlá a dynamická síť.“
 - **Milan Chaloupka:** „Nemusíme mít Instagram a přesto na něm můžeme promovat příspěvky z Facebooku.“
 - **Milan Brož:** „Existují procenta využitelnosti komunikačních kanálů kraje?“
 - **Patrik Pátek:** „Z hlavy je nevím. Využíváme deníky, týdeníky, měsíčníky, spolupracujeme s regionální TV, využíváme web, Facebook, youtube atd. Dalo by se „pouštět“ cokoli, ale je nutné příspěvky upravovat např. do autobusů, aby to lidé přečetli a správně se příspěvek zobrazoval. Nemá cenu komunikační kanály využívat jen proto, aby byly, ale aby byly občanům k užítku.“
 - **Pavel Šrámek:** „Jaké informace má kraj za cíl předávat občanům skrz komunikační kanály?“
 - **Patrik Pátek:** „Kraj se v 1. řadě musí zajímat o lidi. Vnímám to tak, že je správné ukázat, že stojí za to Plzeňský kraj navštívit.“
 - **Pavel Šrámek:** „Jak tedy docílíte té sledovanosti od lidí?“
 - **Patrik Pátek:** „Největší reklama nás ve skutečnosti nic nestojí, stačí, když kraj zaujme a TV se pak ozývají sami. Každé médium má svého čtenáře, diváka, posluchače. Proto musím co nejvíce rozhazovat síť, abychom oslovili co nejvíce občanů.“
 - **Pavel Šrámek:** „Myslíte si, že i tištěný magazín má ve společnosti


	<p>stále svůj význam?“</p> <ul style="list-style-type: none"> - Patrik Pátek: „Smysl má, ale měla by být jasně daná koncepce, jakým stylem bude pojatý. Nyní bude opět vydáván ve větším rozsahu. Dle mého názoru to však nejsou efektivně vynaložené peníze.“ - Petr Vanka: „Jdeme cestou změn, ale jde to pomalu. Politici v měsíčníku nestojí o publicitu. Měli bychom se zamyslet, komu měsíčník zasílat (malé obce, starší občané...). Snažíme se zveřejňovat informace a novinky z oblasti přírody, památek, škol, dopravy, nemocnic atd.“ - Milan Chaloupka: „Jakou věc byste chtěl udělat jako první v rámci rebrandingu?“ - Patrik Pátek: „Chtěl bych, aby nové logo evokovalo to, čím Plzeňský kraj je a hlavně mít jasná pravidla jak věci dělat jednotně.“
4	<p>Ing. Karel Hladký, Ing. Milena Nová, Bc. Jan Antony DiS., téma: „Rozklikávací rozpočet“</p> <p><u>Karel Hladký</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - vysvětlil, jaké jsou druhy rozpočtů - uvedl, že systém NAVISION používají zatím jen 2 kraje - rozklikávací rozpočet odpovídá struktuře schváleného rozpočtu (ten je ze zákona vyvěšen) na bázi údajů a čísel uzavřených rozpočtů jednotlivých měsíců (=uzavřené hospodaření daného období) <p><u>Jan Antony</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - informoval o tom, že v rozklikávacím rozpočtu jsou nahraná data i z let 2020 a 2021 - v roce 2010 proběhla změna struktury dle vyhlášky MF ČR - dále seznámil členy výboru se strukturou rozpočtu a vysvětlil odborné pojmy - uvedl, že rozpočet je každý měsíc aktualizován - texty jednotlivých položek v tzv. stromu byly upraveny tak, aby byly pro občany srozumitelnější - možnost exportu dat - uvedl, že de facto jediným větším nákladem byly dražší penetrační testy, aby se zamezilo případným hrozbám - pan Hladký ještě uvedl, že firma Marbes přišla s hotovým řešením, doladilo se „pouze“ zabezpečení - u některých krajů nastávají technické komplikace, v PK zatím vše funguje výborně <ul style="list-style-type: none"> - Karel Filipčík: „Dle mého názoru se jedná o vydařený projekt, ale z jakého důvodu proběhla jeho implementace až nyní?“ - Milan Chaloupka: „Bohužel dříve nebyla vůle ze strany vedení kraje.“

5	Různé, diskuse - bez dalších dotazů
6	Závěr - pan předseda poděkoval všem zúčastněným, připomněl termín dalšího zasedání (tj. 30. listopadu 2022) a jednání ukončil.

Zápis byl vyhotoven dne 21. 10. 2022


Lucie Mrazová
zapisovatel


Lucie Perniglas
ověřovatel


JUDr. Milan Chaloupka, MBA, LL.M.
předseda výboru

