

ЗАТВЕРДЖЕНО

**Протокол засідання
Наглядової ради ПАТ «НСТУ»**

від 28.02.2020 № 40

Голова Наглядової ради ПАТ «НСТУ»

_____ **С.В. ОСТАПА**

**РІЧНИЙ ПЛАН ДІЯЛЬНОСТІ
ПАТ «НСТУ»
на 2020 рік**

ОСНОВНІ ЦІЛЬОВІ ПОКАЗНИКИ ПАТ «НСТУ» у 2020 році

1. Стратегічні цільові показники

№ з/п	Цілі	Показники
1.1	Сприяти розвитку соціального та культурного капіталу українців, зростанню довіри в українському суспільстві	1. Рівень довіри серед аудиторії Суспільного зростає. 2. З метою визначення додаткових показників у 2020 році має бути проведено: <ul style="list-style-type: none">– дослідження ключових складових розуміння соціального та культурного капіталу (фокус-групові дослідження);– базове кількісне соціологічне опитування.
1.2	Посилювати критичне мислення, зменшувати тривожність, додавати впевненості та виваженості в оцінюванні	Рівень впевненості у завтрашньому дні після споживання контенту Суспільного зростає. Кількість людей, які обирають для прийняття рішення більше ніж одне джерело, у тому числі Суспільне, – зростає
1.3	Бути надійним джерелом новин та безпечним джерелом інформації	Найбільша довіра до новин серед інформаційних медіа України в розрізі платформ

1.4	Бути осередком дискусій, що впливають на те, як суспільство визначає свої пріоритети	Кількість людей, які обговорюють у своєму соціальному середовищі інформацію, отриману на Суспільному, зростає. Аудиторія сприймає Суспільне як майданчик для обговорення важливих тем
-----	--	--

2. Контентні цільові показники

№ з/п	Цілі	Показники
2.1	<ul style="list-style-type: none"> – Всебічно, об’єктивно і збалансовано інформує про суспільно значущі події в Україні та за кордоном, надаючи пріоритет суспільним інтересам над комерційними та політичними. – Пояснює політичні процеси, які відбуваються в країні та світі, висвітлює позиції різних політичних сил, дає змогу зрозуміти суть і складність таких процесів 	Відповідає стандартам інформаційного мовлення
2.2	<ul style="list-style-type: none"> – Забезпечує розумний баланс між аргументованою критикою та позитивним висвітленням суспільних здобутків. – Надихає історіями успіху українців – здобутками наших спортсменів, музикантів, науковців, досягненнями держави, несе сенси для своєї аудиторії – Будує міцні зв’язки з аудиторією, залучає якнайширше коло спільнот, людей різних вікових груп і людей з інвалідністю, національних та інших меншин, інших соціальних груп, надаючи їм можливість бути представленими в 	<p>Розроблено загальну та тематичні контентні політики.</p> <p>Впроваджено систему обліку та кількісного аналізу досягнення контентних цільових показників</p>

	<p>інформаційному полі як невід’ємна складова єдиного суспільства.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Забезпечує задоволення інформаційних, культурних та освітніх потреб суспільства. – Налагоджує громадський діалог, піднімає для обговорення на рівні всієї країни найважливіші суспільні питання, залучає громадян до їхнього вирішення, стимулює до самостійного пошуку рішень. – Розвиває українську мову та культуру, спрямовує зусилля на посилення національної ідентичності та єдності суспільства. – Формує попит на якісно інший контент, направлений на просвітництво, культуру, розвиток людини, способи виходу зі складних ситуацій та історичну правду. – Допомагає зрозуміти сучасні тренди культури та мистецтва, сучасної психології, сприяє особистому зростанню та розвитку 	
2.3	Пропонує інформацію під надійним брендом, який дає змогу довіряти джерелам і не губитися в оцінках	Висока довіра до бренду Суспільного (у 2020 році має бути проведене базове дослідження довіри до бренду Суспільного мовлення, впізнаваності його медіаактивів як частини суспільного мовлення)
2.4	Сприяє достатній обізнаності в справах держави, регіону, громади, допомагає подолати фрагментації суспільства	Наявність регіонального контенту на національних медіаактивах

2.5	Зацікавлює дитячу та молодіжну аудиторію, створюючи привабливий контент, який водночас спрямований на формування їхніх цінностей, їхнього особистого розвитку, медіаграмотності та критичного мислення, на формування їхньої спроможності взаємодіяти між собою та навколишнім світом, який допомагає їм знайти відповіді на складні питання їхнього віку	Підтверджується експертною оцінкою, отриманою за підсумками щорічного експертного опитування, яке проводиться НСТУ.
2.6	Створює (самостійно та у співробітництві) художні та документальні фільми, серіали, мультфільми	Працює спільне виробництво (за умови ухвалення відповідного закону, 30 – 50 % коштів виробництва спрямовуються на виготовлення художніх та документальних фільмів, серіалів, мультфільмів залежно від фінансування)
2.7	Записує та зберігає для майбутніх поколінь значний архівний фонд: народні пісні, симфонічні твори, музичні записи, документальні нариси, історичні факти, які допомагають досліджувати історію культури та відновлювати українську ідентичність	Створено систему зберігання та управління правами інтелектуальної власності

3. Аудиторні цільові показники

№ з/п	Медіаактиви	Показники
3.1	UA: ПЕРШИЙ	Shr % (частка) – 1,30 % (в аудиторії 18+). Співвідношення суспільно-політичного контенту до інших – 30/70
3.2	UA: КУЛЬТУРА	Shr % (частка) – зростання на 50 %* (в аудиторії 18+)

3.3	УКРАЇНСЬКЕ РАДІО*	Reach 900 000. TLS dly – зростання на 10-15 %. Shr – зростання на 4-7 %
3.4	НОВИНИ	Телебачення Shr новин – зростання на 15 %. Радіо Shr новин – зростання на 5-7%
3.5	suspilne.media	2 000 000 переглядів щомісяця на кінець 2020 року
3.6	РЕГІОНАЛЬНЕ МОВЛЕННЯ	Довіра зростає. Впізнаваність брендів філій як частини Суспільного зростає

* з коригуванням після додаткових досліджень

4. Корпоративні цільові показники

№ з/п	Цілі	Показники
4.1	Трансформувати системи управління	Впроваджено систему управління проектами. Описано та оптимізовано 20 % бізнес-процесів
4.2	Трансформувати корпоративну культуру	Розроблено ціннісний профіль. Розроблено HR-стратегію
4.3	Модернізувати виробничу базу	Основні засоби виробництва модернізовано на 5 % від загального річного бюджету

4.4	Розширити мережі мовлення	Розширено загальнонаціональні FM-мережі поширення сигналу Українського радіо, Радіо «Промінь», Радіо «Культура»
4.5	Створити комфортні та безпечні умови праці	Ремонт виробничих та офісних приміщень

5. Фінансові цільові показники

5.1.	План господарських надходжень	~ 25 млн грн
5.2.	План комерційних надходжень	~ 42 млн грн
5.3.	План донорської підтримки	~ 3 млн доларів США

ПЛАН ДІЯЛЬНОСТІ на 2020 рік

№ з/п	№ цілі	Завдання	Відповідальний	Строки	Примітки
-------	--------	----------	----------------	--------	----------

1. КОНТЕНТНА ТРАНСФОРМАЦІЯ

Відповідальні особи – члени правління Лодигін Я.О (телебачення) та Хоркін Д.М. (радіо)

1.1	1.1 – 1.4 2.1 – 2.7	Адаптувати концепції медіаактивів під стратегію ПАТ «НСТУ»	Головні продюсери платформ	Травень	
1.2	1.1 – 1.4 2.1 – 2.7	Адаптувати цільові сітки мовлення лінійних	Головні продюсери платформ	Травень	

		медіаактивів під стратегію ПАТ «НСТУ»			
1.3	3.1 – 3.6	Описати цільові аудиторії всіх медіаактивів	Департаменти маркетингу медіаактивів	Травень	
1.4	3.1 – 3.6	Спозиціонувати всі медіаактиви	Департаменти маркетингу медіаактивів	Липень	
1.5	3.1 – 3.6	Розробити концепції всіх медіаактивів	Головні продюсери медіаактивів	Жовтень	
1.6	3.1 – 3.6	Створити ефективну систему ефірного та позаефірного промо	Головні продюсери медіаактивів	Вересень	
1.7	3.1 – 3.6	Провести промокампанію впізнаваності Суспільного	Промовідділи платформ	Жовтень	Спільно з департаментом комунікацій зі ЗМІ та громадськістю
1.8	3.1 – 3.6	Розробити цільові сітки мовлення всіх лінійних медіаактивів	Програмні служби лінійних медіаактивів	Травень	
1.9	3.1 – 3.6	Розробити контентні стандарти та політики	Профільні члени правління	Грудень	

1.10	2.1 – 2.5	Розробити та впровадити механізм контролю відповідності контенту стандартам та політикам Суспільного	Профільні члени правління	Грудень	
1.11	3.1 – 3.6	Провести навчання та тестування творчих працівників щодо цільових аудиторій медіаактивів Суспільного	Управління «Академія суспільного мовлення»	Жовтень	
1.12	3.1 – 3.6	Розробити комунікаційний план та провести промокампанію щодо збільшення впізнаваності брендоутворювальних облич Суспільного	Промовідділи платформ	Вересень	Спільно з департаментом комунікацій зі ЗМІ та громадськістю
1.13	3.1 – 3.6	Розробити комунікаційний план та провести промокампанію щодо різниці Суспільного від інших медіа	Промовідділи платформ	Вересень	Спільно з департаментом комунікацій зі ЗМІ та громадськістю
1.14	3.1 – 3.6	Провести дослідження розуміння аудиторією різниці між Суспільним та іншими медіа	Управління дослідження аудиторій	Грудень	
1.15	1.4	Передбачити в концепціях основних медіаактивів формати програм для дискусій	Головні продюсери платформ	Травень	

1.16	1.4	Запустити дискусійні програми на основних медіаактивах Суспільного	Профільні члени правління та головні продюсери платформ	Грудень	
1.17	3.1 – 3.6	Розробити систему крос-промопрограм та медіаактивів Суспільного	Промовідділи платформ	Вересень	
1.18	2.1 – 2.5	Запустити проєкт «Суспільна студія»	Дирекція телебачення	Травень	
1.19	3.1 – 3.6	Впровадити систему внутрішнього та зовнішнього замовлення	Головні продюсери платформ	Березень	
1.20	2.1 – 2.5	Розробити та впровадити систему обліку та аналізу досягнення контентних цільових показників	Головні продюсери платформ	Травень	За погодженням з департаментом стратегічного планування та бізнес-моделювання
1.21	2.1 – 2.5 3.1 – 3.6	Розбудувати екосистему цифрових продуктів Суспільного	Головний продюсер цифрових платформ	Грудень	
1.22	4.1	Розробити стратегію охоплення аудиторій	Департамент стратегічного маркетингу	Грудень	

2. ТЕХНОЛОГІЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ

Відповідальна особа – член правління Чернотицький М.М.

2.1	4.3	Запровадити повний цикл мовлення в HD-форматі	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.2	4.1	Впровадити систему технічного контролю якості	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.3	4.3	Модернізувати технологічне ядро (інфраструктура виробництва та мовлення)	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.4	4.1 4.3	Стандартизувати та уніфікувати виробництво, мовлення та розповсюдження контенту	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.5	4.1	Розробити набір інструментів та регламентів для оперативного висвітлення подій	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.6	4.1	Розробити стратегічний план закупівлі техніки на 2021 – 2022 роки	Департамент технічних стандартів	Вересень	
2.7	4.3	Побудувати власну IP-інфраструктуру	Департамент технічних стандартів	Грудень	

2.8	4.3	Впровадити стандартизований технологічний комплекс	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.9	4.1	Розробити ІТ-стратегію	Департамент технічних стандартів	Грудень	Із залученням підрядників
2.10	4.1	Розробити ТЗ автоматизації бізнес-процесів	Департамент технічних стандартів	Жовтень	Спільно з департаментом стратегічного планування та бізнес-моделювання
2.11	4.1 4.3	Закупити системи автоматизації бізнес-процесів	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.12	4.1 4.3	Інтегрувати системи автоматизації бізнес-процесів з іншими ІТ-системами	Департамент технічних стандартів	Грудень	Із залученням підрядників
2.13	4.1 4.3	Налаштувати систему накопичення даних	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.14	4.1 4.5	Утворити групу адміністрування та технічного обслуговування ІТ-систем	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.15	4.1 4.5	Запустити систему технічної підтримки користувачів	Департамент інформаційних технологій	Грудень	
2.16	4.1	Провести аудит баз даних	Департамент	Вересень	

	4.3		технічних стандартів		
2.17	4.1	Запровадити правила роботи з даними	Департамент технічних стандартів	Жовтень	
2.18	4.1 4.3	Закупити обладнання для збереження даних	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.19	4.1 4.3	Впровадити систему накопичення даних та їх резервування	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.20	4.1	Створити політики використання обладнання та програмного забезпечення	Департамент технічних стандартів	Травень	
2.21	4.3	Відновити інфраструктуру ефірного комплексу	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.22	4.3	Модернізувати АСБ та центральну апаратну радіо	Департамент технічних стандартів	Вересень	
2.23	4.3	Модернізувати ефірні радійні комплекси філій	Департамент технічних стандартів	Грудень	
2.24	4.3	Уніфікувати ефірні апаратні філій та створити єдину	Департамент технічних	Вересень	

		апаратну регіонального мовлення	стандартів		
2.25	4.1 4.5	Розробити та впровадити політики інформаційної безпеки	Департамент інформаційних технологій	Вересень	

3. ТРАНСФОРМАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

Відповідальна особа – член правління Гребенюк І.І.

3.1	4.1	Провести діагностику системи управління компанією	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Червень	Із залученням підрядника
3.2	4.1	Визначити об'єкти управління та очікування від них	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Червень	Із залученням підрядника
3.3	4.1	Визначити модель бізнес-процесів верхнього рівня, яка сформована на базі об'єктів управління	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Вересень	Із залученням підрядника
3.4	4.1	Сформуванати набір показників ефективності, за якими буде проведено оцінювання діяльності як усієї компанії,	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Жовтень	Із залученням підрядника

		так і кожної ключової ролі, підрозділу			
3.5	4.1	Визначити та описати пріоритетні бізнес-процеси	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Грудень	Із залученням підрядника та стейкхолдерів компанії
3.6	4.1	Розробити програму розвитку керівного кадрового активу компанії	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Грудень	Із залученням підрядника
3.7	4.1	Впровадити систему збалансованих показників	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Жовтень	Із залученням підрядника
3.8	4.1	Впровадити систему управління проектами	Департамент стратегічного планування та бізнес-моделювання	Червень	
3.9	4.1	Розробити політики з управління ризиками, методика та процедури з управління ризиками	Управління ризиків	Вересень	Спільно з департаментом стратегічного планування та бізнес-моделювання
3.10	4.1	Розробити та впровадити комплаєнс-програми	Управління комплаєнс	Вересень	Спільно з департаментом стратегічного планування та бізнес-моделювання

3.11	4.1	Розробити та впровадити методологічне забезпечення процедур комплаєнсу	Управління комплаєнс	Вересень	
3.12	4.1	Створити систему дослідження аудиторій, відслідковування стратегічних та маркетингових цілей усіх медіаактивів та компанії загалом	Департамент стратегічного маркетингу	Жовтень	

4. ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Відповідальна особа – голова правління Аласанія З.Г.

4.1	4.2	Провести дослідження наявної та бажаної культури	Департамент управління людськими ресурсами	Червень	Із залученням підрядників
4.2	4.2	Зафіксувати рівень корпоративної культури на старті трансформації	Департамент управління людськими ресурсами	Червень	Із залученням підрядників
4.3	4.2	Утворити команду трансформації культури із залученням лідерів думок із різних рівнів організації	Департамент управління людськими ресурсами	Серпень	Із залученням підрядників
4.4	4.2	Розробити стратегію трансформації культури	Департамент управління	Серпень	Із залученням підрядників

			людськими ресурсами		
4.5	4.2	Розробити ціннісний профіль бажаної культури	Департамент управління людськими ресурсами	Жовтень	Із залученням підрядників
4.6	4.2	Створити компетентнісний софт-профіль та донести його до всіх рівнів співробітників	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Із залученням підрядників
4.7	4.2	Інтегрувати софт- та хард-профілі ключових позицій	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Із залученням підрядників
4.8	4.2	Провести внутрішню інформаційну кампанію щодо трансформації корпоративної культури	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Із залученням підрядників
4.9	4.2	Запустити систему внутрішнього моніторингу корпоративної культури	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Із залученням підрядників
4.10	4.2	Провести сесії з працівниками про довіру	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Із залученням підрядників

4.11	4.2	Створити курс у рамках програми підготовки керівників про постановку цілей, зворотний зв'язок та комунікації	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Із залученням підрядників та управління «Академія суспільного мовлення»
4.12	4.2	Впровадити систему комплексного оцінювання діяльності працівників	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	Спільно з департаментом організаційної роботи
4.13	4.2	Ухвалити грейдингову систему оплати праці	Департамент управління людськими ресурсами	Вересень	
4.14	4.2	Розробити HR-стратегію	Департамент управління людськими ресурсами	Жовтень	
4.15	4.2	Розробити HR-бренд	Департамент управління людськими ресурсами	Грудень	
4.16	4.2	Розробити концепцію розвитку управління «Академія суспільного мовлення»	Департамент управління людськими ресурсами	Жовтень	

5. СТВОРЕННЯ КОМФОРТНИХ ТА БЕЗПЕЧНИХ УМОВ ПРАЦІ

Відповідальна особа – член правління Чернотицький М.М.

5.1	4.5	Відремонтувати Будинки радіо Харківської та Чернігівської філій, організувати переїзд до них усіх працівників філій з орендованих приміщень	Департамент координації філій	Грудень	
5.2	4.5	Організувати проведення ремонтних робіт у виробничих приміщеннях філій ПАТ «НСТУ»	Департамент координації філій	Грудень	
5.3	4.5	Здійснити модернізацію автоматичних системам пожежної сигналізації та пожежогасіння будівель центральної дирекції	Департамент безпеки	Грудень	
5.4	4.5	Впровадити системи відеоспостереження та обліку робочого часу в приміщеннях центральної дирекції, філій та корпунктах	Департамент безпеки	Грудень	
5.5	4.5	Здійснити капітальний ремонт покрівлі будівлі на вул. Хрещатик, 26	Департамент сервісу	Грудень	

**6. СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ ЗБЕРІГАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ
ПРАВАМИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

Відповідальна особа – член правління Гребенюк І.І.

6.1	2.5	Провести аудит системи обліку контенту та управління правами інтелектуальної власності	Проектна група	Квітень	
6.2	2.5	Розробити концепцію системи обліку контенту та управління правами інтелектуальної власності	Проектна група	Травень	
6.3	2.5	Впровадити систему обліку об'єктів інтелектуальної власності	Проектна група	Серпень	Спільно з департаментом технічних стандартів
6.4	2.5	Розробити методичку визначення вартості авторських прав	Проектна група	Липень	Спільно з департаментом управління бюджетом
6.5	2.5	Інтегрувати облік договорів щодо використання контенту та системи власного виробництва контенту із системою обліку об'єктів інтелектуальної власності ПАТ «НСТУ»	Проектна група	Жовтень	Спільно з департаментом технічних стандартів
6.6	2.5	Провести навчання персоналу застосуванню єдиної системи	Проектна група	Жовтень	Спільно з управлінням «Академія суспільного

		обліку об'єктів інтелектуальної власності ПАТ «НСТУ»			мовлення»
--	--	--	--	--	-----------

7. РОЗШИРЕННЯ МЕРЕЖ МОВЛЕННЯ

Відповідальна особа – член правління Чернотицький М.М.

7.1	4.1 4.4	Запустити систему постійного моніторингу ринку операторів та провайдерів програмної послуги	Департамент організації та розвитку мереж телерадіомовлення	Грудень	
7.2	4.4	Запустити отримані частоти для трансляцій програм Українського радіо	Департамент організації та розвитку мереж телерадіомовлення	Жовтень	
7.3	4.4	Взяти участь у конкурсах на отримання додаткових FM-частот та тимчасових дозволів	Департамент організації та розвитку мереж телерадіомовлення	Грудень	
7.4	4.4	Реалізувати 2-й етап об'єднання радіопередавачів спільною мережею доставки	Департамент технічних стандартів	Грудень	Спільно з департаментом організації та розвитку мереж телерадіомовлення

8. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ СЕРВІСИ

Відповідальна особа – член правління Никоненко Р.Ю.

8.1	4.1	Створити систему управлінської звітності	Департамент управління бюджетом	Грудень	
8.2	4.1	Впровадити політику планування та інвестування	Департамент управління бюджетом	Червень	
8.3	4.1	Розробити методику оцінювання інвестиційних проєктів	Департамент управління бюджетом	Квітень	
8.4	4.1	Впровадити систему планування / звітування щодо виконання бюджету через центри фінансової відповідальності	Департамент управління бюджетом	Грудень	
8.5	4.1	Розробити політику формування управлінської звітності	Департамент управління бюджетом	Червень	
8.6	4.1	Впровадити автоматизовану систему управління ресурсами ERP	Департамент бухгалтерського обліку, департамент управління бюджетом, департамент управління	Грудень	

			активами, департамент кадрового адміністрування		
8.7	4.1	Забезпечити проведення незалежного аудиту фінансової звітності за 2019 рік	Департамент бухгалтерського обліку	Квітень	
8.8	4.1	Оптимізувати нормативно-грошову оцінку земельних ділянок	Департамент управління активами	Грудень	
8.9	4.1	Здійснити переоцінку рухоме майно, внесене до статутного капіталу ПАТ «НСТУ»	Департамент управління активами	Грудень	
8.10	4.1	Автоматизувати процес здачі майна в оренду	Департамент управління активами	Грудень	
8.11	5.3	Інтегрувати спонсоромні проекти в сітку мовлення лінійних медіаактивів	Департамент з комерційної діяльності	Грудень	Спільно з програмними службами лінійних медіаактивів