

Додаток 7

до протоколу засідання  
Наглядової ради АТ «НСТУ»  
від 21 грудня 2023 року № 82

**СХВАЛЕНО**

Рішення правління АТ «НСТУ»  
від 20 листопада 2023 року № 400

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Рішення Наглядової ради АТ «НСТУ»  
від 21 грудня 2023 року № 82

**РІЧНИЙ ПЛАН ДІЯЛЬНОСТІ АТ «НСТУ»  
на 2024 рік**

## СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ

Стати надійним, незалежним та безпечним джерелом інформації для більшості населення України.

Сприяти підвищенню рівня критичного мислення, зменшенню тривожності, стимулювати рефлексію колективної травми.

Бути осередком дискусій, що впливають на консолідоване бачення майбутнього України, додають впевненості та виваженості.

Створювати якісний контент для задоволення культурних та освітніх потреб різноманітних спільнот.

**Для реалізації стратегічних цілей Суспільне:**

### 1. Розширює сукупну аудиторію нових і традиційних медіа:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2024
1.1	Суспільне створює інформаційний контент із найвищим рівнем довіри	Рівень довіри серед аудиторії Суспільного до новин Суспільного не нижче ніж 75%
1.2	Суспільне розвиває напрями виробництва історичного, культурно-мистецького, освітнього, дитячого й спортивного контенту	Виготовлено: <ul style="list-style-type: none"> <li>– 24 історичних проєкти;</li> <li>– 44 культурно-мистецьких проєкти;</li> <li>– 10 освітніх проєктів;</li> <li>– 3 дитячих проєкти;</li> <li>– 37 спортивних проєктів</li> </ul>
1.3	Суспільне розбудовує розгалужену національну інформаційну мережу на базі регіональних філій та гіперлокального мовлення	Розроблено онлайн-курс для безперервного навчання гіперлокальних журналістів. Новини Суспільного – № 1 за дотриманням журналістських стандартів на підставі зовнішніх моніторингів. 10% обсягу річного інформаційного продукту Суспільного цитується іншими медіа. Суспільне в п'ятірці новинних брендів за рівнем довіри

		(серед аудиторії Суспільного до новин Суспільного). Модернізовано технологічну інфраструктуру та виробничу базу національної інформаційної мережі
1.4	Суспільне розширює технічне покриття, канали комунікацій та вдосконалює зручність доступу різноманітних аудиторій до контенту	Розширено технічне покриття радієних медіа-активів Суспільного: <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Українське радіо» – 100%;</li> <li>– «Радіо «Культура» – усі обласні центри*;</li> <li>– «Радіоточка» – інтернет-покриття, м. Київ, прифронтові території.</li> </ul> <p>Розроблено концепцію розвитку мереж мовлення та дистрибуції VOD-контенту на OTT-платформи, інтернет-портали та серед провайдерів.</p> <p>Змінено топологію мережі доставки теле- та радіосигналів</p>

## 2. Просуває бренд Суспільного, який є ознакою якості та підставою для довіри до контенту:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2024
2.1	Бренд Суспільного відомий більшості українців завдяки стійкій системі ідентифікації медіа-активів. Ця система враховує розмаїття суспільства та типів контенту, які його обслуговують	Перша згадка як джерела інформації – не менш ніж 4%. Впізнаваність бренду Суспільного (з підказкою) – не менш ніж 70%. Споживання бренду Суспільного (з підказкою) – не менш ніж 45%
2.2	Проекти Суспільного сприймаються як безпечні, якісні й такі, що викликають довіру. Для цього реалізується системна політика просування медіа-активів через внутрішні	Працює експертна панель для вимірювання якісних показників. Ключові проекти Суспільного оцінюються більшістю учасників

\* Крім тимчасово окупованих.

платформи та зовнішні партнерства	експертної панелі як безпечні, якісні й такі, що викликають довіру
-----------------------------------	--------------------------------------------------------------------

### 3. Створює середовище для безпечної роботи та розвитку талантів Суспільного:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2024
3.1	Фізична, ментальна й емоційна безпека стає основою для створення якісного контенту та слідування цінностям Суспільного. Компанія розбудовує та посилює психологічну підтримку й захист працівників, впроваджує відповідні практики та політики. Враховує ризики при створенні та збереженні робочих місць, проводить навчання й інформування команди щодо особистої та спільної безпеки. Удосконалює та запроваджує протоколи безпеки з урахуванням нових загроз, зокрема в зоні бойових дій	Проведено тренінги для внутрішніх тренерів (25 осіб) щодо зворотного зв'язку. Актуалізовано протоколи безпеки. Забезпечено проходження навчання: з домедичної підготовки – для працівників, які працюють поряд з територіями, на яких ведуться бойові дії; з роботи та безпеки у ворожому середовищі – для працівників, які виїжджають до зони бойових дій Забезпечено страхування працівників, які виїжджають до зони бойових дій
3.2	Суспільне впроваджує програми навчання та підвищення кваліфікації з метою розвитку внутрішніх талантів. Для просування бренду роботодавця Суспільне інформує зовнішні таланти про принципи й переваги роботи в компанії	Розроблено професійний стандарт (професійні стандарти) Кваліфікаційним центром Суспільного
3.3	Суспільне впроваджує корпоративні цінності, які допомагають у повсякденній роботі та в міжособистісному спілкуванні. Культура, орієнтована на якість і співтворчість, сприяє сприйняттю компанії суспільством як прикладу, коли в центрі стоїть людина та її потреби	Проведено оцінювання за методом «360 градусів» для 60 керівників

#### 4. Удосконалює систему управління для створення якісного контенту на засадах співтворчості:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2024
4.1	<p>Суспільне запроваджує нову операційну модель і сервісний підхід як для зовнішніх партнерів, так і всередині компанії. Автоматизує бізнес-процеси, поліпшує правила й процедури, прискорює процеси прийняття рішень та концентрує ресурс на виробництві контенту</p>	<p>Розділено напрями управління контентом та майном у філіях Суспільного.</p> <p>Інтегровано 70% бізнес-процесів національної інформаційної мережі в основні та допоміжні групи бізнес-процесів центральної дирекції.</p> <p>Впроваджено перший етап створення єдиного інформаційного простору Суспільного.</p> <p>Розроблено концепцію управління послугами сервісних підрозділів (Enterprise Service Management)</p>
4.2	<p>Цілі компанії зрозумілі працівникам усіх рівнів і допомагають ефективно співпрацювати та впроваджувати місію Суспільного</p>	<p>Проведено дві внутрішні інформаційні кампанії.</p> <p>Проведено базове дослідження розуміння працівниками місії та цілей компанії</p>

#### 5. Розширює можливості для розвитку компанії та медійної індустрії:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2024
5.1	<p>Суспільне створює можливості для креативного середовища через інвестування у виробництво якісного контенту, бере участь у формуванні трендів і принципів функціонування галузі, стає активним її учасником</p>	<p>Замовлення контенту шляхом аутсорсингу (напряма – кількість одиниць):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– телебачення – 3;</li> <li>– радіо – 2;</li> <li>– соціально важливий контент та спеціальні проекти – 4;</li> <li>– діджитал – 3;</li> <li>– регіональне мовлення – 5</li> </ul>

5.2	Суспільне створює контент у копродукції з європейськими суспільними мовниками, обмінюючись кращими індустріальними практиками	Підписано щонайменше один контракт щодо копродукції
5.3	Суспільне адвокує приведення профільного українського законодавства до відповідних правових норм Європейського Союзу	Після прийняття ЕМФА створено пакет пропозицій змін до українського законодавства щодо суспільного мовлення та ознайомлено ключових стейкхолдерів

### 6. Адвокує втілення стійкої та адаптивної фінансової моделі:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2024
6.1	Суспільне вживає заходів з імплементації більш захищеної моделі фінансування за рахунок публічних коштів	Актуалізовано модель фінансування
6.2	Суспільне розвиває додаткові напрями надходжень, у тому числі через міжнародну підтримку, розбудовуючи якісні партнерські відносини, засновані на довірі, звітності та розумінні українського контексту	Надходження від реклами та спонсорства ~ 23,18 млн грн. Продаж прав, монетизація діджитал та інші доходи ~ 4,86 млн грн. Надходження від оренди ~ 13,15 млн грн. Підписано нових контрактів з донорської підтримки не менше ніж на ~ 4,5 млн дол. США

## ЗАВДАННЯ РІЧНОГО ПЛАНУ ДІЯЛЬНОСТІ

### НОВИНИ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	1.1 1.3	<p>Забезпечити середній показник сайту suspilne.media щомісяця в таких проміжках:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– від 4 млн до 4,5 млн унікальних користувачів – у першому півріччі;</li> <li>– від 4,5 млн до 5 млн унікальних користувачів – у другому півріччі</li> </ul>
2	1.1	Збільшити кількість підписників новинних сторінок на 10%
3	1.1	Забезпечити середній показник переглядів новинних каналів на YouTube щомісяця в проміжку від 50 млн до 70 млн, у тому числі кількість переглядів «Суспільне Новини» – не менш ніж 15–20 млн
4	1.1 1.3	Збільшити кількість випусків новин на місцевих телеканалах та на телеканалі «Суспільне Новини» до 16 на день у будні та до 6 – у вихідні
5	1.1	<p>Збільшити кількісні показники підсумкових новин у телемарафоні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– діапазон відхилення сукупної середньої частки аудиторії слотів Суспільного в телемарафоні від середньої частки аудиторії телемарафону (18+, 50+) – 9,5%</li> </ul>
6	1.1	Виробити 4 мультимедійних документальних проекти-розслідування

**ДІДЖИТАЛ**

<b>№ з/п</b>	<b>№ стратегічного завдання</b>	<b>Завдання</b>
1	1.1 1.2	Підвищити кількісні показники цифрових платформ (центральні сторінки цифрових платформ без інформаційного контенту): <ul style="list-style-type: none"> <li>– Facebook – річне зростання кількості підписників не менш ніж 5%;</li> <li>– Instagram – річне зростання кількості підписників не менш ніж 15%;</li> <li>– YouTube – річне зростання кількості підписників не менш ніж 15%;</li> <li>– Telegram – річне зростання кількості підписників не менш ніж 10%;</li> <li>– TikTok – річне зростання кількості підписників не менш ніж 10%</li> </ul>
2	1.2	Виробити 1 історичний проєкт
3	1.2	Виробити 10 культурно-мистецьких проєктів
4	1.2	Виробити 2 дитячих проєкти (у т. ч. аутсорсинг відповідно до п. 6)
5	1.2	Виробити 3 освітніх проєкти (у т. ч. аутсорсинг відповідно до п. 6)
6	5.1	Виробити 3 проєкти із залученням аутсорсингу

**РАДІО**

<b>№ з/п</b>	<b>№ стратегічного завдання</b>	<b>Завдання</b>
1	1.1 1.2	Збільшити кількісні показники медіа-активу – радіоканалу «Українське радіо»: <ul style="list-style-type: none"> <li>– тижневе охоплення (18–65, 50+) – 8,38%;</li> <li>– частка 15-хвилинного інтервалу AQH Share (18–65, 50+) – 4,4%;</li> </ul>



2	1.1 1.2	Збільшити кількісні показники медіа-активу – радіоканалу «Радіо Промінь»:  – тижневе охоплення (18–65, 50+) – 7,38%; – частка 15-хвилинного інтервалу AQH Share (18–65, 50+) – 2,85%
3	1.1 1.2	Утримати кількісні показники медіа-активу – радіоканалу «Радіо «Культура»»:  – тижневе охоплення (18–65, 50+) – 3,77%; – частка 15-хвилинного інтервалу AQH Share (18–65, 50+) – 1,02%
4	1.2	Виробити 5 історичних проєктів
5	1.2	Виробити 11 культурно-мистецьких проєктів
6	1.2	Виробити 5 освітніх проєктів (у т. ч. аутсорсинг відповідно до п. 9)
7	1.2	Виробити 1 дитячий проєкт
8	1.2	Виробити 2 спортивних проєкти
9	5.1	Виробити 2 проєкти із залученням аутсорсингу

## ТЕЛЕБАЧЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	1.1 1.2	Досягнути кількісного показника медіа-активу – телеканалу «Суспільне Культура»:  – середня частка телеканалу «Суспільне Культура» (18+, 50+) – 0,85%
2	1.1 1.2	Збільшити кількісні показники медіа-активу – телеканалу «Перший»:  – діапазон відхилення сукупної середньої частки аудиторії слотів Суспільного в телемарафоні від середньої частки аудиторії телемарафону (18+, 50+) – 9,5%
3	1.2	Виробити 6 історичних проєктів (у т. ч. аутсорсинг відповідно до п. 6)
4	1.2	Виробити 8 культурно-мистецьких проєктів

5	1.2	Виробити 2 освітніх проекти
6	5.1	Виробити 3 проекти із залученням аутсорсингу

## РЕГІОНАЛЬНЕ МОВЛЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	1.1 1.3	Забезпечити кількісні показники національної інформаційної мережі згідно з даними телевізійної панелі для телеканалу «Суспільне Київ»: <ul style="list-style-type: none"> <li>– збільшення середньої частки інформаційних слотів регіонального виробництва – річне зростання на 20%</li> </ul>
2	1.3	Розробити онлайн-курс для безперервного навчання гіперлокальних журналістів
3	5.1	Виробити 5 проектів із залученням аутсорсингу

## СОЦІАЛЬНО ВАЖЛИВИЙ КОНТЕНТ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	1.1 1.2	Забезпечити досягнення таких критеріїв успіху продуктів наряду соціально важливого контенту та спеціальних проектів для лінійних медіа (досягнення двох з трьох критеріїв вважається успіхом): <ul style="list-style-type: none"> <li>– частка продукту більша за середню частку каналу в день сповіщення (прем'єрного показу);</li> <li>– індекс внутрішньої динаміки продукту більший за одиницю;</li> <li>– позитивне оцінювання учасниками експертної панелі не менш як 65%</li> </ul>

2	1.1 1.2	<p>Забезпечити досягнення таких критеріїв успіху продуктів напряму соціально важливого контенту та спеціальних проєктів для нелінійних медіа (досягнення двох з трьох критеріїв вважається успіхом):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 30% продуктів у десятці найкращих за переглядами на національних YouTube-каналах Суспільного;</li> <li>– не менше 10 згадок у соціальних мережах публічних осіб (публічна особа має понад 5000 підписників);</li> <li>– позитивне оцінювання учасниками експертної панелі не менш як 65%</li> </ul>
3	1.1 1.2	<p>Забезпечити кількісні показники соціальних мереж та месенджерів «Суспільне Спорт»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– зростання кількості підписників YouTube на 20%;</li> <li>– зростання кількості підписників Telegram на 25%;</li> <li>– запуск сторінки в Instagram;</li> <li>– запуск сторінки в TikTok</li> </ul>
4	1.2	Виробити 12 історичних проєктів (у т. ч. аутсорсинг відповідно до п. 7)
5	1.2	Виробити 15 культурно-мистецьких проєктів (у т. ч. аутсорсинг відповідно до п. 7)
6	1.2	Виробити 35 спортивних проєктів
7	5.1	Виробити 4 проєкти із залученням аутсорсингу
8	5.2	Підписати щонайменше один контракт щодо копродукції

## МАРКЕТИНГ ТА КОМУНІКАЦІЇ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	2.1	<p>Забезпечити досягнення показника:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– перша згадка бренду Суспільного як джерела інформації – не менш ніж 4%</li> </ul>

2	2.1	Забезпечити досягнення показника: – впізнаваність бренду Суспільного (з підказкою) – не менш ніж 70%
3	2.1	Забезпечити досягнення показника: – споживання бренду Суспільного (з підказкою) – не менш ніж 45%
4	1.1	Провести 30 промокампаній з просування брендів та продуктів Суспільного
5	1.1	Досягнути 15 000 згадок Суспільного та його проєктів в онлайн-медіа за рік
6	1.1	Провести промокампанію до 100-річчя Українського радіо

## ДОСЛІДЖЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	2.2	Створити експертну панель дослідження якісних показників
2	2.2	Провести дослідження ключових проєктів Суспільного на відповідність критеріям безпеки, якості й таким, що викликають довіру в більшості учасників експертної панелі
3	2.1	Провести дослідження сприйняття бренду Суспільного
4	1.1	Забезпечити сталість вимірювань споживання та довіри до новинних брендів
5	1.1	Розробити методологію контент-аналізу інформаційного мовлення Суспільного

## ВЗАЄМОДІЯ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	5.3	Провести репутаційний аудит серед стейкхолдерів Суспільного
2	5.3 6.1	Розробити GR-стратегію на 2024–2025 роки

3	5.3 6.1	Актуалізувати стратегію комунікації зі стейкхолдерами до 2025 року
4	5.3 6.1	Провести не менше двох власних адвокаційних заходів

## ТЕХНОЛОГІЇ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	1.1 1.3	Побудувати повний резерв новинного виробництва
2	1.1 1.3	Оснастити національну інформаційну мережу сучасним знімальним обладнанням
3	1.1 1.3	Оснастити національну інформаційну мережу сучасним монтажним обладнанням
4	1.1 1.3	Оснастити національну інформаційну мережу двома пересувними телевізійними станціями
5	1.1 1.3	Створити моніторинговий центр (ефірне мовлення, ІТ-мережі, мережі доставки, інженерна інфраструктура)
6	1.1 1.3	Централізувати зберігання фізичних носіїв архівних відео (I етап)
7	1.1 1.3	Розподілити систему збереження даних для готового контенту (II етап)
8	1.1 1.3	Впровадити апаратно-програмні комплекси для оцифрування архіву аудіовізуальних творів
9	1.1 1.3	Модернізувати позастудійне радійне виробництво в центральній дирекції
10	1.1 1.3	Модернізувати студійне радійне виробництво студії «Радіо «Промінь» та центральної радійної апаратної
11	1.1 1.3 4.1	Провести ІТ-аудит Суспільного
12	1.1 4.1	Розробити концепцію управління послугами інформаційних технологій (Information technology service management, ITSM)
13	1.1 4.1	Побудувати корпоративну хмару Суспільного та модернізувати корпоративну ІТ-мережу

**МЕРЕЖІ МОВЛЕННЯ**

<b>№ з/п</b>	<b>№ стратегічного завдання</b>	<b>Завдання</b>
1	1.1 1.4	Розширити відповідно до наявного вільного частотного ресурсу технічне покриття радійних медіа-активів Суспільного: <ul style="list-style-type: none"> <li>– «Українське радіо» – 100%;</li> <li>– «Радіо «Культура» – усі обласні центри*;</li> <li>– «Радіоточка» – інтернет-покриття, м. Київ, прифронтові території</li> </ul>
2	1.1 1.4	Розробити та затвердити концепцію розвитку мереж мовлення та дистрибуції VOD-контенту на OTT-платформи, інтернет-портали та серед провайдерів
3	1.1 1.4	Розробити план реалізації концепції розвитку мереж мовлення та дистрибуції VOD-контенту на OTT-платформи, інтернет-портали та серед провайдерів
4	1.1 1.4	Змінити топологію мережі доставки теле- та радіосигналів, виключити зі схеми доставки технічні комплекси філій Суспільного, що не мають цілодобової інженерної підтримки та є зайвими ланцюгами (точками відмови)
5	1.1 1.4	Розробити та затвердити схеми формування та доставки сигналу до постачальників телекомунікаційних послуг. Визначити вимоги якості сигналу, плани реагування під час надзвичайних ситуацій тощо

**УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ**

<b>№ з/п</b>	<b>№ стратегічного завдання</b>	<b>Завдання</b>
1	1.1 3.1	Актуалізувати грейдингову систему оплати праці з урахуванням ринку праці та стратегії залучення, розвитку та підтримки талантів Суспільного
2	3.2	Розробити професійний стандарт (професійні стандарти) Кваліфікаційним центром Суспільного

\* Крім тимчасово окупованих.

3	3.3	Провести оцінювання за методом «360 градусів» для 60 керівників
4	3.1	Провести тренінг для внутрішніх тренерів (25 осіб) щодо зворотного зв'язку
5	3.1	Актуалізувати протоколи безпеки
6	3.1	Забезпечити проходження навчання: з домедичної підготовки – для працівників, які працюють поряд з територіями, на яких ведуться бойові дії; з роботи та безпеки у ворожому середовищі – для працівників, які виїжджають до зони бойових дій
7	3.1	Застрахувати працівників, які виїжджають до зони бойових дій

## СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	4.1	Розподілити напрями діяльності в регіонах: виробництво контенту та управління майном
2	4.1	Інтегрувати 70% бізнес-процесів національної інформаційної мережі в основні та допоміжні групи бізнес-процесів центральної дирекції
3	4.1	Впровадити перший етап створення єдиного інформаційного простору Суспільного
4	4.1	Розробити концепцію управління послугами сервісних підрозділів (Enterprise Service Management)

## ІНФРАСТРУКТУРА

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання
1	1.1	Створити Львівський хаб Академії суспільного мовлення та музеї
2	4.1	Розробити концепцію дизайн-проєкту головного офісу (вул. Хрещатик, 26) та дизайн-коду офісів у регіонах
3	4.1	Реалізувати пілотний проєкт щодо відчуження майна

**НАДХОДЖЕННЯ**

<b>№ з/п</b>	<b>№ стратегічного завдання</b>	<b>Завдання</b>
1	6.2	Забезпечити надходження від реклами та спонсорства ~ 23,18 млн грн
2	6.2	Забезпечити продаж прав, монетизацію діджитал та інші доходи ~ 4,86 млн грн
3	6.2	Забезпечити надходження від оренди ~ 13,15 млн грн
4	6.2	Забезпечити підписання нових контрактів з донорської підтримки ~ 4,5 млн дол. США

**Директор департаменту  
організаційного розвитку**

**Микола КОВАЛЬЧУК**