

Додаток 4
до протоколу засідання
Наглядової ради АТ «НСТУ»
від 20 грудня 2024 року № 92

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Наглядової ради АТ «НСТУ»
від 20 грудня 2024 року № 92

Голова Наглядової ради

Світлана ОСТАПА

**РІЧНИЙ ПЛАН ДІЯЛЬНОСТІ АТ «НСТУ»
на 2025 рік**

СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ РОЗВИТКУ

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 розвитку Суспільне:

Ціль діяльності 1. Розширює сукупну аудиторію нових і традиційних медіа:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2025
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"> – 18 історичних проєктів; – 28 культурно-мистецьких проєктів; – 20 освітніх проєктів; – 5 дитячих проєктів; – 39 спортивних проєктів
1.3	Суспільне розбудовує розгалужену національну інформаційну мережу на базі регіональних філій та гіперлокального мовлення	Новини Суспільного – лідер за дотриманням журналістських стандартів на підставі зовнішніх моніторинрів. Суспільне в п'ятірці новинних брендів за рівнем довіри
1.4	Суспільне розширює технічне покриття, канали комунікацій та вдосконалює зручність доступу різноманітних аудиторій до контенту	Рівень охоплення оновленою топологією доставки сигналів телеканалів Суспільного до передавальних станцій

	<p>багатоканальної ефірної цифрової мережі (Т2) ТОВ «Зеонбуд» – 64%.</p> <p>Рівень охоплення оновленою топологією доставки сигналів радіоканалів Суспільного до передавальних станцій – 57,5%.</p> <p>Підписано договори зі 100% провайдерів України на ретрансляцію телерадіоканалів Суспільного.</p> <p>Оновлено концепцію розвитку мереж телерадіомовлення</p>
--	---

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

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2025
2.1	Бренд Суспільного відомий більшості українців завдяки стійкій системі ідентифікації медіаактивів. Ця система враховує розмаїття суспільства та типів контенту, які його обслуговують	<p>Перша згадка як джерела інформації – не менше ніж 7%.</p> <p>Впізнаваність бренду Суспільного (з підказкою) – не менше ніж 70%.</p> <p>Споживання бренду Суспільного (з підказкою) – не менше ніж 35%</p>
2.2	Проекти Суспільного сприймаються як безпечні, якісні й такі, що викликають довіру. Для цього реалізується системна політика просування медіаактивів через власні платформи та зовнішні партнерства	<p>Ключові проекти Суспільного оцінюються більшістю учасників експертної панелі як безпечні, якісні й такі, що викликають довіру.</p> <p>Впроваджено річне планування маркетингових комунікацій</p>

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

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2025
3.1	<p>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</p>	<p>Організовано заходи із психологічної підтримки не менше ніж для 80 працівників, які працюють поряд з територіями, на яких ведуться бойові дії, або відряджаються до зони бойових дій</p>
3.2	<p>Суспільне впроваджує програми навчання з метою розвитку внутрішніх талантів. Для просування бренду роботодавця Суспільне інформує зовнішні таланти про принципи й переваги роботи в компанії</p>	<p>Акредитовано кваліфікаційний центр Суспільного</p>
3.3	<p>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</p>	<p>Розроблено індивідуальні плани розвитку за результатами оцінки «360 градусів» не менше ніж для 55 працівників</p>

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

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2025
4.1	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	Впроваджено другий етап створення інформаційно-комунікаційної системи з автоматизації основних та допоміжних бізнес-процесів на базі платформи BPMS/ERP
4.2	Цілі компанії зрозумілі працівникам усіх рівнів і допомагають ефективно співпрацювати та впроваджувати місію Суспільного	Здійснено діагностику рівня поінформованості працівників про цілі Суспільного

Ціль діяльності 5. Розширює можливості для розвитку компанії та медійної індустрії:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2025
5.1	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	Замовлено зовнішнє виробництво на медіаринку 16* творчих проєктів. Експертиза Суспільного представлена не менше ніж на 3 ключових галузевих медійних подіях
5.2	Суспільне створює контент у копродукції з європейськими суспільними мовниками, обмінюючись найкращими індустріальними практиками	Підписано щонайменше 3 договори щодо копродукції

* Без урахування проєктів, виробництво яких почалося у 2024 році.

Ціль діяльності 6. Адвокує втілення стійкої та адаптивної фінансової моделі:

№	Стратегічне завдання	Ключовий результат – 2025
6.1	Суспільне розвиває додаткові напрями надходжень, зокрема через міжнародну підтримку, розбудовуючи якісні партнерські відносини, засновані на довірі, звітності та розумінні українського контексту	<p>Надходження від реклами та спонсорства ~ 30 млн грн.</p> <p>Продаж прав та надходження від монетизації диджитал-контенту ~ 7 млн грн.</p> <p>Надходження від оренди ~ 14 млн грн.</p> <p>Підписано нових контрактів з донорської підтримки не менше ніж на ~ 1,5 млн дол. США</p>

**ЗАВДАННЯ РІЧНОГО ПЛАНУ ДІЯЛЬНОСТІ
ІНФОРМАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ**

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1 1.3	Забезпечити такий середній показник сайту suspirne.media щомісяця: <ul style="list-style-type: none"> – від 4 млн унікальних користувачів у першому півріччі; – від 4,5 млн унікальних користувачів у другому півріччі
2	1.1	Збільшити кількість підписок новинних сторінок: <ul style="list-style-type: none"> – новинні сторінки філій – на 10%; – центральні сторінки «Суспільне Новини» – на 10%
3	1.1	Забезпечити середній показник переглядів новинних каналів на YouTube щомісяця від 110 млн, де сторінки філій мають не менше ніж 80 млн переглядів, а канал «Суспільне Новини» – не менше ніж 30 млн переглядів
4	1.1	Збільшити кількісні показники каналу «ПЕРШИЙ»: <ul style="list-style-type: none"> – середня річна частка аудиторії (віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) – 1,2%
5	1.1	Виробити 4 документальних проекти-розслідування
6	1.1	Виробити 10 регіональних проектів
7	1.1	Виробити 6 регіональних проектів-розслідувань (у межах грантового проекту SIDA)
8	1.1	Залучити 50 нових гіперлокальних кореспондентів

ДИДЖИТАЛ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1 1.2	Підвищити кількісні показники цифрових платформ (центральні сторінки цифрових платформ без інформаційного контенту): <ul style="list-style-type: none"> – Facebook – річне зростання кількості підписок не менше ніж 5%; – Instagram – річне зростання кількості підписок не менше ніж 20%; – YouTube – річне зростання кількості підписок не менше ніж 25%; – TikTok – річне зростання кількості підписок не менше ніж 20%
2	1.2	Виробити 1 історичний проєкт
3	1.2 5.1	Виробити 5 культурно-мистецьких проєктів
4	1.2 5.1	Виробити 2 освітніх проєкти
5	1.2 5.1	Виробити 4 дитячих проєкти
6	1.2	Відновити імплементацію та масштабувати на редакційні команди власне розроблення AI-тулбоксу
7	1.2	Запустити бета-версію сайту та мобільного застосунку дитячого активу «Бробакс». Зібрати спільноту («early adopters») для тестування продукту

РАДІО*

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1 1.2	Забезпечити кількісні показники медіаактиву – радіоканалу «Українське радіо»: – рівень знання серед радіоаудиторії (віком 18–70 років, уся Україна) – 35%; – рівень тижневого споживання серед радіоаудиторії (віком 18–70 років, уся Україна) – 17%
2	1.1 1.2	Забезпечити кількісні показники медіаактиву – радіоканалу «Радіо «Промінь»: – рівень знання серед радіоаудиторії (віком 18–70 років, уся Україна) – 27%; – рівень тижневого споживання серед радіоаудиторії (віком 18–70 років, уся Україна) – 7%
3	1.1 1.2	Забезпечити кількісні показники медіаактиву – радіоканалу «Радіо «Культура»: – рівень знання серед радіоаудиторії (віком 18–70 років, уся Україна) – 11%; – рівень тижневого споживання серед радіоаудиторії (віком 18–70 років, уся Україна) – 3%
4	1.2	Виробити 7 історичних проєктів
5	1.2	Виробити 12 культурно-мистецьких проєктів
6	1.2	Виробити 5 освітніх проєктів
7	1.2	Виробити 1 дитячий проєкт
8	1.2	Виробити 2 спортивних проєкти

* В умовах відсутності індустріального стандарту вимірювань аудиторії радіо показники фіксуватимуться власними зусиллями за наявності фінансових ресурсів.

ТЕЛЕБАЧЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1 1.2	Досягнути показника сукупної частки аудиторії (віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) лінійних телевізійних активів Суспільного – 2,75%
2	1.1 1.2	Досягнути кількісного показника медіаактиву – телеканалу «Суспільне Культура»: <ul style="list-style-type: none"> – середня частка телеканалу «Суспільне Культура» (за аудиторією віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) – 1%
3	1.1 1.2	Досягнути кількісного показника медіаактиву – телеканалу «ПЕРШИЙ»: <ul style="list-style-type: none"> – середня річна частка аудиторії (віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) – 1,2%
4	1.1 1.2	Досягнути кількісного показника медіаактиву – телеканалу «Суспільне Спорт» (включно з місцевими телеканалами): <ul style="list-style-type: none"> – середня частка телеканалу «Суспільне Спорт» (за аудиторією віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) – 0,55%
5	1.2	Виробити 1 історичний проєкт
6	1.2	Виробити 5 культурно-мистецьких проєктів
7	1.2	Виробити 1 освітній проєкт

СПОРТ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1 1.2	Досягнути кількісного показника медіаактиву – телеканалу «Суспільне Спорт» (включно з місцевими телеканалами): <ul style="list-style-type: none"> – середня частка телеканалу «Суспільне Спорт» (за аудиторією віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) – 0,55%

2	1.1 1.2	Забезпечити кількісні показники соціальних мереж і месенджерів «Суспільне Спорт»: – зростання кількості підписок Youtube на 20%; – зростання кількості підписок сторінки в Instagram на 75%
3	1.2	Виробити 35 спортивних проєктів
4	1.2	Виробити 2 події всеукраїнського рівня (Host Broadcasters)

СОЦІАЛЬНО ВПЛИВОВИЙ КОНТЕНТ ТА СПЕЦІАЛЬНІ ПРОЄКТИ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1 1.2	Забезпечити досягнення таких критеріїв успіху продуктів напряду соціально впливового контенту та спеціальних проєктів для лінійних медіа (досягнення двох із трьох критеріїв вважається успіхом)*: – частка аудиторії (віком від 18 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб) прем'єрного показу продукту більша за середню частку аудиторії цільового каналу в день сповіщення (без урахування спортивних трансляцій та великого подієвого контенту); – індекс внутрішньої динаміки продукту більший за одиницю; – позитивне оцінювання учасниками експертної панелі не менш як 65%
2	1.1 1.2	Забезпечити досягнення таких критеріїв успіху продуктів напряду соціально впливового контенту та спеціальних проєктів для нелінійних медіа (досягнення одного з двох критеріїв вважається успіхом): – щонайменше 30% проєктного відеоконтенту великих форматів (хронометражем понад 1 хвилину), який має від 60 тис. органічних (тих, що не були згенеровані цілеспрямованою

* Крім продуктів для національних спільнот.

		рекламною кампанією) переглядів, входить у десятку найпопулярніших на каналі публікації; – позитивне оцінювання учасниками експертної панелі не менш як 65%
3	1.2 5.1	Виробити 9 історичних проєктів
4	1.2	Виробити 6 культурно-мистецьких проєктів
5	1.2 5.1	Виробити 12 освітніх проєктів
6	1.2 5.1	Виробити 3 спецпроєкти
7	5.2	Підписати 3 договори щодо копродукції
8	2.1 2.2	Розробити концепцію розвитку соціально впливового контенту та спеціальних проєктів

МАРКЕТИНГ ТА КОМУНІКАЦІЇ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	2.1	Оновити аудіовізуальне оформлення телеканалу «ПЕРШИЙ» та його ключових програм
2	2.1	Провести промокампанію для «Суспільне Новини» на внутрішніх платформах і зовнішніх ресурсах
3	2.1	Розробити і затвердити політики просування медіаактивів через внутрішні платформи та зовнішні партнерства
4	2.2	Впровадити річне планування маркетингових комунікацій

ДОСЛІДЖЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	2.2	Впровадити контент-аналіз інформаційного мовлення Суспільного

2	2.2	Здійснити дослідження сприйняття бренду Суспільного: розширити до Brand Health Tracking
3	2.2	Здійснити дослідження для верифікації прийнятої в компанії сегментації суспільства

ТЕХНОЛОГІЇ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1–1.4 4.1	Розробити концепцію та дорожню карту технологічного розвитку Суспільного
2	1.3	Забезпечити обладнанням 100% бюро, гіперлокальну мережу національного інформаційного мовлення та регіональні команди підрозділу розмаїття, інклюзії та рівних можливостей
3	1.3	Розробити стандарти оснащення центрів виробництва національної інформаційної мережі відповідно до їхньої спеціалізації
4	1.3	Розробити стандарти оснащення бюро національної інформаційної мережі технікою
5	1.4	Розробити концепцію резервування мовлення та виробництва
6	1.4	Розробити технологію 4К для live-трансляції ПТС
7	1.4	Розробити та впровадити стандарт забезпечення технологічними сервісами медіаактиву «Медіатека»
8	1.1–1.4 4.1	Забезпечити реалізацію ключових результатів проєкту «Гібридна хмарна інфраструктура»
9	4.1	Забезпечити реалізацію ключових результатів плану впровадження концепції моніторингового центру
10	4.1	Впровадити комплекс «Avid» у виробничі процеси центру виробництва у Львові
11	1.2	Затвердити проєкт розвитку інтернет-мережі Суспільного в центральній дирекції та центрі виробництва у Львові в межах грантового проєкту «Ukraine Recovery PII»

12	1.4 4.1	Модернізувати внутрішню мережу компанії в центральній дирекції та центрі виробництва у Львові відповідно до проєкту розвитку мереж
----	------------	--

МЕРЕЖІ МОВЛЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.4	Збільшити рівень охоплення оновленою топологією доставки сигналів телеканалів Суспільного до передавальних станцій багатоканальної ефірної цифрової мережі (T2) ТОВ «Зеонбуд» – 64%
2	1.4	Збільшити рівень охоплення оновленою топологією доставки сигналів радіоканалів Суспільного до передавальних станцій – 57,5%
3	1.4	Підписати договори зі 100% провайдерів України на ретрансляцію телерадіоканалів Суспільного
4	1.4	Оновити концепцію розвитку мереж телерадіомовлення

УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1	Оновити грейдингову систему оплати праці
2	3.1	Організувати заходи із психологічної підтримки не менше ніж для 80 працівників, які працюють поряд з територіями, на яких ведуться бойові дії, або відряджаються до зони бойових дій
3	3.3	Розробити індивідуальні плани розвитку за результатами оцінки «360 градусів» не менше ніж для 55 працівників
4	3.2	Акредитувати кваліфікаційний центр Суспільного

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	4.1	Впровадити другий етап створення інформаційно-комунікаційної системи з автоматизації основних та допоміжних бізнес-процесів на базі платформи BPMS/ERP

ІНФРАСТРУКТУРА

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	1.1–1.4	Провести комплекс інженерно-технічних робіт у центрі виробництва у Львові в межах реалізації грантових проєктів ЄС, SIDA, «Ukraine Recovery II»
2	1.1–1.4	Забезпечити переїзд бюро в Хмельницькому в нове приміщення відповідно до розробленого стайл-гайду в межах реалізації грантового проєкту SIDA
3	1.1–1.4	Встановити припливно-витяжну систему вентиляції та кондиціонування повітря в нових виробничих зонах центральної дирекції в межах реалізації грантових проєктів ЄС та «Ukraine Recovery II»
4	1.1–1.4	Провести комплекс інженерно-технічних робіт для облаштування спільного ТЖК та диджитал-студії в центральній дирекції в межах реалізації грантових проєктів ЄС та DW
5	1.1–1.4	Завершити комплекс інженерно-технічних робіт з облаштування виробничих приміщень у центрах виробництва в Чернігові, Черкасах, Рівному в межах реалізації грантових проєктів ЄС та DW
6	1.1–1.4	Розробити стратегію управління нерухомим майном компанії (з планами відчуження, оренди, можливого придбання, ремонтів і модернізації)

НАДХОДЖЕННЯ

№ з/п	№ стратегічного завдання	Завдання-2025
1	6.1	Забезпечити надходження від реклами та спонсорства ~ 30 млн грн
2	6.1	Забезпечити продаж прав ~ 2 млн грн
3	6.1	Забезпечити надходження від диджитал-платформ ~ 5 млн грн
4	6.1	Забезпечити надходження від оренди ~ 14 млн грн
5	6.1	Забезпечити підписання нових контрактів з донорської підтримки ~ 1,5 млн дол. США
6	6.1	Забезпечити відчуження застарілого рухомого майна на 1 млн грн

**Директор департаменту
організаційного розвитку**

Микола КОВАЛЬЧУК