



Extractive Industries Transparency Initiative

Стратегія комунікації для підтримки впровадження Ініціативи прозорості видобувних галузей в Україні у 2019 році

Основні напрями комунікаційної роботи та інструменти для підвищення
обізнаності про впровадження ІПВГ серед цільової аудиторії

I. Вступ

I.1. ІПВГ в Україні. Процес та результати впровадження

Ініціатива прозорості видобувних галузей (ІПВГ) – це незалежний стандарт забезпечення прозорості у видобувних галузях, який був прийнятий міжнародним співтовариством у вересні 2002 р. в Йоганнесбурзі, ПАР на Світовому саміті з питань сталого розвитку. Станом на червень 2019 року Стандарт ЕІТІ впроваджується у 52 країні світу.

Метою впровадження ІПВГ в Україні є забезпечення прозорості в управлінні природними ресурсами країни і розкриття державних доходів від видобувного сектора, в першу чергу для компаній нафтогазового сектора, а також вугільного та залізорудного секторів. Механізм дії Стандарту полягає в тому, що видобувні компанії публікують інформацію про платежі в бюджет та державним органам, а Уряд оприлюднює суми надходжень від видобувних компаній. Дані зіставляються щорічно в Національному звіті ІПВГ і супроводжуються міжнародною експертною оцінкою. Зазначений Звіт складається з двох частин: контекстуальної інформації та інформації щодо звірки платежів. Контекстуальна інформація включає: загальну інформацію про галузі, що увійшли до сфери охоплення Звіту, найбільші родовища відповідних корисних копалин в Україні, їх обсяги видобутку, дані щодо запасів основних корисних копалин в Україні, істотні роботи з розвідки, які проводились протягом звітного періоду, транспортування нафти та газу, видобутих на території України, моніторинг ділянок надр, на які надані спеціальні дозволи, роль видобувних галузей в економіці України, нормативне та фінансове регулювання видобувних галузей України, функції та повноваження органів державної влади та ін. Частина Звіту щодо звірки наводить дані про платежі від компаній та з боку уряду, та у випадку невідповідностей наводить їх причини. Процес підготовки Звіту контролюється багатосторонньою групою заінтересованих осіб (БГЗО), яка складається з представників Уряду, приватного сектора та громадськості. В Україні органом, відповідальним за впровадження ІПВГ та підготовку Звітів, є Міненерговугілля.

Україна приєдналась до ІПВГ у 2009 році, ухваливши урядову Постанову №1098 “Про приєднання України до Ініціативи щодо забезпечення прозорості у видобувних галузях”. У грудні 2015 року був представлений Перший національний Звіт ІПВГ, в якому проаналізована видобувна діяльність 2013 року у нафтогазовому секторі. Наразі завершується робота над створенням другого Звіту ІПВГ в Україні, який охоплюватиме нафтогазову, вугільну та залізорудну галузі. Зараз триває робота над підготовкою Звіту ІПВГ України за 2017 рік.

Наміри України у боротьбі із зловживаннями у видобувній галузі через імплементацію Стандарту ІПВГ отримали широку підтримку стратегічних партнерів України, стали позитивним сигналом для інвесторів та світової спільноти. Імплементація ІПВГ наразі є частиною Антикорупційної стратегії Уряду на 2015-2017 роки та закріплена в Коаліційній угоді, планах дій з реалізації Партнерства “Відкритий уряд”, домовленостях щодо отримання макрофінансової допомоги від МВФ, ЄС і Світового банку.

I.2. Комунікаційна стратегія для підтримки впровадження ІПВГ в Україні

Без проведення ефективної інформаційної кампанії, подібні Ініціативи, що надають позитивного іміджу Україні та сприяють покращенню інвестиційного клімату в країні, можуть залишитись поза увагою як з боку українського суспільства, так і міжнародного співтовариства.

Поширення інформації про ІПВГ та підтримка Ініціативи на урядовому та громадському рівнях сприятимуть поступовому залученню більш широкого кола компаній видобувної галузі до Ініціативи, покращенню іміджу видобувних компаній та зростанню суспільної оцінки їх внеску в економічний розвиток країни. Для того, щоб правильна інформація доходила до потрібної аудиторії необхідно мати чіткий план роботи з цією аудиторією. Цей план має бути стратегічно розроблений та описаний в комунікаційній стратегії (КС) Ініціативи. Головна мета КС – під правильним кутом зору розповісти цільовій аудиторії про цінність «нашого продукту», тобто пояснити яку користь впровадження ІПВГ приносить суспільству.

Загалом, стратегія комунікації сприятиме реалізації загального завдання ІПВГ в Україні, а саме забезпеченню високих стандартів прозорості та підзвітності у видобувній галузі України.

I.3. Опис наявного рівня комунікації та SWOT-аналіз

За 2018 рік, впродовж якого втілювалась попередня КС, відбулася низка позитивних зрушень у комунікаційній роботі щодо поширення інформації про впровадження Ініціативи в Україні. Впродовж року в регіонах відбулося більше 60 заходів різних форматів. Рівень обізнаності цільової аудиторії про впровадження ІПВГ значно зріс. Компанії, громади та місцева влада зацікавлені в долученні до Ініціативи.

На офіційному сайті ІПВГ регулярно публікуються матеріали про події, що стосуються Ініціативи. Також на сайті розміщені перший та другий Звіт ІПВГ з інфографікою та низка інших документів, які описують результати впровадження ІПВГ в Україні. Ці файли є доступні для кожного користувача та можуть бути завантажені для особистого використання. Проводиться постійна робота з цільовою аудиторією в соціальних мережах.

Забезпечення ефективності цієї стратегії комунікації потребує першочергово такого важливого інструменту, як SWOT-аналіз з визначенням недоліків та переваг середовища, серед якого здійснюється впровадження.

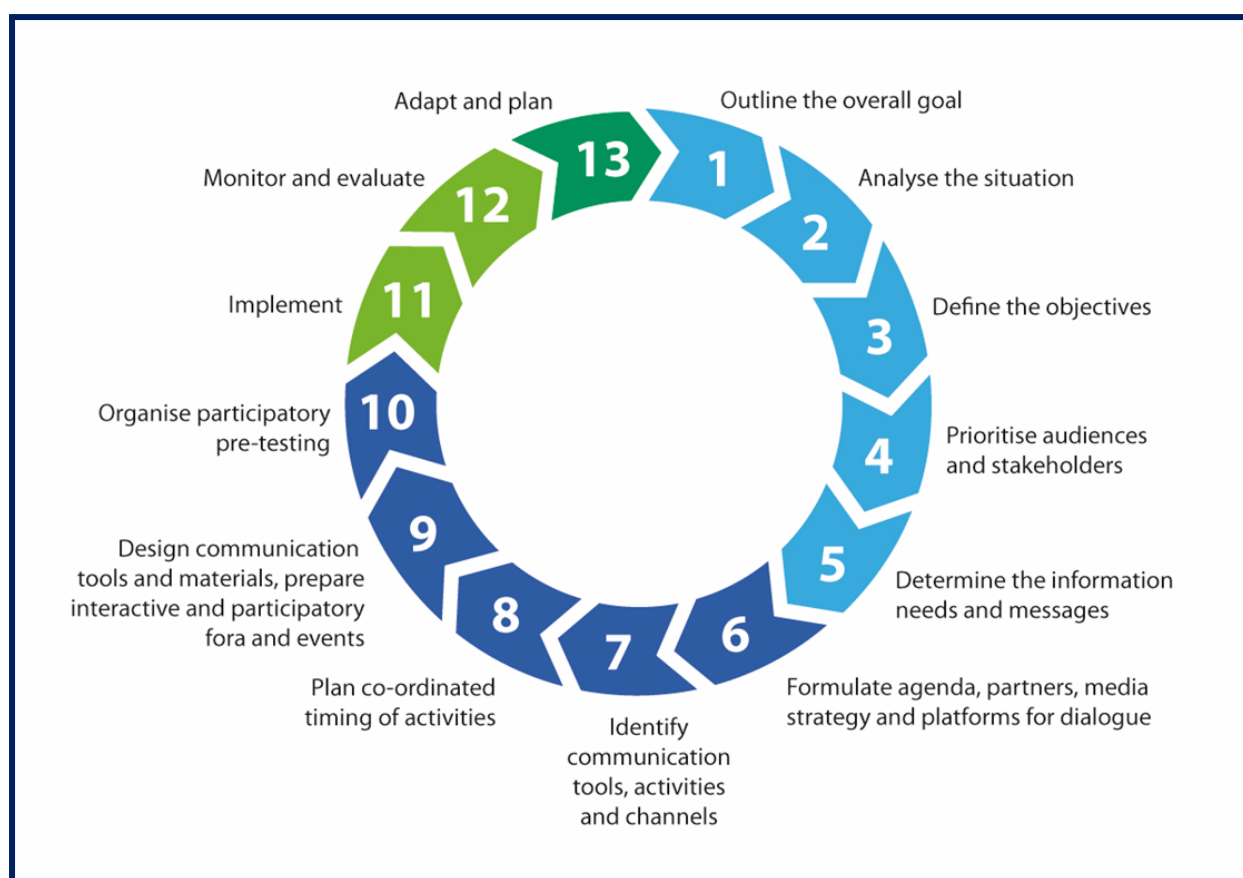
Сильні сторони	Слабкі сторони
Створено Національний секретаріат, як орган для координації впровадження вимог Стандарту ІПВГ. Наявність експертів з питань EITI від громадського урядового та бізнес секторів, які брали участь у різноформатних міжнародних навчальних заходах. Прийнято закон "Про забезпечення прозорості у видобувних галузях". Аналітичні центри, галузеві асоціації та члени асоціації "Енерготранспарентність" є активними прихильниками та учасниками процесу імплементації EITI в Україні. Асоціація вже юридично зареєстрована, додалися нові члени. Більшість галузевих ЗМІ вже беруть участь у висвітленні тематики EITI. Можливість ГО залучати міжнародну грантову допомогу на часткове дофінансування заходів ІПВГ. Наявність у складі БГЗО представників національних видобувних компаній, які підтримують впровадження Стандарту в Україні. Підтримка ІПВГ на парламентському рівні, завдяки комітету ВРУ з питань ПЕК. Підтримка донорів у впровадженні Стандарту. Завдяки підтримці донора розпочато розробку онлайн платформи для звітування в рамках ІПВГ. Налагоджена комунікація з державними установами та видобувними компаніями. Активні представники місцевих громад зацікавлені у впровадженні вимог Стандарту у їхніх регіонах.	Обмежена можливість використання бюджету для реалізації комунікаційних заходів, у зв'язку зі складними бюрократичними процесами Міненерговугілля. Не затверджене нове положення БГЗО, що блокує роботу Групи. Не затверджено нові форми для звітування згідно прийнятого Закону. Недостатність знань про можливості використання даних, що подаються у звітах ІПВГ. Органи влади на місцях не завжди висвітлюють інформацію про використання коштів, що надходять до місцевих бюджетів. В регіонах ще не достатньо навичок користування різними порталами відкритих даних, де можна перевірити надходження коштів до місцевих бюджетів. Не визначено обсяг коштів, які донори можуть виділити для проведення комунікаційної роботи у регіонах. Зважаючи на заангажованість регіональних ЗМІ в певних випадках, зацікавленість до поширення новин про ІПВГ є низькою, оскільки власникам видань не вигідно поширювати інформацію з цієї тематики.
Можливості	Загрози/Бар'єри
Підтримка імплементації стандартів EITI в Україні з боку сторін, що підтримують EITI у всьому світі (Світовий Банк, міжнародний секретаріат EITI, міжнародні фонди, тощо). Обмін досвідом щодо імплементації Ініціативи з представниками країн, які впроваджують EITI. Можливість залучення міжнародної грантової допомоги для імплементації ІПВГ в Україні. Створення онлайн платформи дозволить перейти на мейнстрімінг та вчасно готувати звіти, залучати донорів до співпраці та порівнювати зі звітами інших країн. До міжнародного Правління EITI входять 2 представники з України: народний депутат Ольга Белькова та Директор Програмної ініціативи «Демократична практика» Міжнародного Фонду «Відродження» Олексій Орловський.	Отримання доступу до даних про видобування є досі складним. Інформація, що має бути у вільному доступі, поширюється наразі надається тільки на запит від Міненерговугілля. Відсутність у громадськості розуміння механізмів розподілу між державою та компаніями доходів від видобутку корисних копалин в Україні та впливу доходів бюджету від видобувних галузей на розвиток регіонів та економіки в цілому. Настороженість зі сторони видобувних компаній щодо впровадження оновлених вимог Стандарту EITI. Складна воєнно-політична ситуація в Україні. Низький рівень довіри у трикутнику Уряд – Видобувні Компанії – Суспільство (конфлікт інтересів). Не створено сприятливі умови для розвитку видобувного ринку. В регіонах досі існує багато галузевих міфів щодо технології видобутку та їхнього впливу на екологію. Це спричиняє недовіру та конфлікти. Сфера надрокористування потребує реформування. Складність теоретичних знань про ІПВГ для сприйняття населенням. Проблема частих кадрових змін в органах влади.

На основі даного SWOT-аналізу були визначені основні напрями комунікаційної роботи, оновлений опис цільової аудиторії та створений комунікаційний робочий план на 2019 рік.

II. Стратегія

II.1. Створення комунікаційної стратегії 2019

Комунікаційна стратегія ІПВГ в Україні розробляється, виходячи з розуміння стратегічної комунікації як способу систематичного забезпечення розробки усіх складових для досягнення необхідних цілей. Це потребує аналізу того контексту, в якому здійснюватиметься комунікація, а також доброго розуміння визначених цільових аудиторій. За наявності таких базових знань та розуміння можна формулювати повідомлення та визначати канали й інструменти комунікації з тим, аби можна було планувати (систематично і стратегічно) продукти, процеси та заходи, принагідно сприяючи виробленню поінформованості, поглибленого розуміння та бажання діяти, необхідних для впровадження Стандарту ІПВГ в Україні й використання його переваг. У зображенні показано етапи розробки:



1. Окреслити загальну мету
2. Проаналізувати ситуацію

3. Визначити цілі
4. Пріоритизувати аудиторії та основних зацікавлених осіб
5. Визначити інформаційні потреби та повідомлення
6. Визначити програму дій, партнерів, стратегію роботи зі ЗМІ та платформи для діалогу
7. Визначити інструменти, заходи та канали комунікації
8. Спланувати узгоджений часовий графік заходів
9. Розробити інструменти комунікації та матеріали, підготувати інтерактивні, засновані на широкій участі форуми й заходи.
10. Організувати тестування на основі широкої участі
11. Реалізувати
12. Провести моніторинг та оцінку
13. Провести адаптацію та планування

Дана КС була розроблена шляхом оновлення та вдосконалення Комунікаційної стратегії ІПВГ на 2018 рік (далі – КС 2019). З усього циклу стратегічної комунікації, що зображений вище, КС 2018 охоплювала всі етапи. Впродовж втілення стратегії постійно здійснювався моніторинг процесів, а в грудні 2018 року була проведена оцінка результатів моніторингу. На основі цієї оцінки були сформовані рекомендації до КС 2019. Враховуючи рекомендації та аналіз наявної комунікаційної ситуації станом на грудень 2018-го року, були визначені основні комунікаційні проблеми та важливі напрями роботи у 2019 році, які стали основою для створення даної КС.

II.2. Правила комунікації та мова ІПВГ

Для реалізації цілей, важливо визначити і дотримуватися принципів комунікації в рамках ІПВГ – це забезпечить цілеспрямовані і стратегічні комунікації для всіх учасників:

- a) Офіційна назва Ініціативи в Україні - Ініціатива прозорості видобувних галузей в Україні, а скорочений варіант - ІПВГ в Україні. Англomовний варіант назви, який використовується при комунікації з міжнародними компаніями та донорами – Extractive Industry Transparency Initiative in Ukraine та скорочений варіант - UAEITI або EITI in Ukraine.
- a) Національний Секретаріат ІПВГ поширює інформацію в нейтральному тоні про наступне:
 - мету і результати впровадження ІПВГ;
 - новини про процес підготовки Звіту;
 - можливості долучення до впровадження Ініціативи в країні.
- c) Заходи що стосуються ІПВГ можуть проводити тільки Національний секретаріат, громадські організації, які є членами БГЗО, членами Асоціації “ЕнергоТранспарентність” та інші установи, які отримали погодження Національного секретаріату на проведення таких заходів.
- b) Комунікація в рамках ІПВГ в Україні відбувається на засадах відкритості, прозорості, взаємоповаги, толерантності та доброзичливості, згідно Кодексу поведінки ІПВГ.
- c) Просування ідеї щодо цінностей Ініціативи, які вказують на потенційні результати при вдалому впровадженні ІПВГ в країні:
 - прозорість і відкритість видобувної діяльності є Стандартом у галузі;
 - компаній зацікавленні у поданні даних для підготовки Звіту ІПВГ;
 - сформована довіра та налагоджена співпраця в трикутнику уряд, місцеві громади та видобувні компанії.

- f) Комунікація в рамках ІПВГ та основні повідомлення мають бути зрозумілими навіть для осіб, які не обізнані у галузі. Тому комунікація має здійснюватися з використанням простої мови та візуально привабливих елементів, які відповідають стилю Міжнародного Секретаріату ІПВГ.

Одним із важливих кроків у реалізації КС є забезпечення координації, управління та сприяння комунікаційним заходам ІПВГ в Україні. Тут важливо встановити, документально зафіксувати та поширити відповідну інформацію про те, хто, де і коли має право виступати від імені ІПВГ в Україні. Відповідна визначеність та чіткі повноваження допоможуть уникнути багатьох непорозумінь (див. *Медіаполітика ІПВГ в Україні* у Додатку 8.6.)

III. Комунікаційні цілі 2019

III.1. Загальні комунікаційні цілі ІПВГ

- a) Члени БГЗО та ключові представники цільової аудиторії мають отримувати актуальну інформацію щодо процесу ІПВГ в Україні та завдань, які Ініціатива вирішує у видобувній галузі України. Ця категорія учасників має бути найкраще поінформованою з тематики ІПВГ та бути залученою до суспільного діалогу, активно просуваючи ІПВГ в Україні.
- b) Місцеві громади у видобувних регіонах мають бути поінформовані про цілі і завдання ІПВГ в Україні та залучені до діалогу з владою та видобувними компаніями стосовно розвитку територій, на яких відбувається видобування та подальших планів компаній з експлуатації природних ресурсів в їхньому відповідному регіоні.
- c) Широка громадськість, населення України має отримати загальне уявлення про ІПВГ, цілі, які Ініціатива переслідує і про те, чому це важливо для країни.
- d) Забезпечити кращу поінформованість компаній з метою їх відповідального залучення до Ініціативи
- e) Продовжити комунікаційні роботи щодо залучення міністерств та інших галузевих державних структур до процесів ІПВГ в Україні, задля кращого розуміння представниками цих інституцій важливості впровадження ІПВГ.

I.2. Основні напрями роботи та комунікаційні цілі на 2019 рік

Провівши аналіз наявної комунікаційної ситуації, були визначені основні напрями, на які має бути спрямована комунікаційна робота в 2019 році.

- a) Поширення результатів другого Звіту ІПВГ за 2015-2016 роки для широкого кола осіб, що триватиме впродовж всього року та проходитиме у різних форматах. Спонування ЦА до використання результатів Звітів та користування ресурсами з відкритими даними.

- b) Пояснення переваг децентралізації ренти.
- c) Активна робота з медіа, залучення нових журналістів до висвітлення інформації про ІПВГ.
- d) Робота з новими представниками цільової аудиторії, які стали частиною Ініціативи після додавання залізничного та вугільного секторів видобування до сфери охоплення другого Звіту ІПВГ.
- e) Активна робота онлайн на сайті ІПВГ в Україні та сторінках Ініціативи в соціальних мережах.

I.2.1. Цілі комунікаційної роботи у 2019 році

- a) Налагодження більш тісної співпраці із медіа, проведення прес-конференцій, навчальних заходів та дискусій з метою більш якісного та повного висвітлення результатів другого Звіту ІПВГ в Україні та результатів першої валідації України згідно Стандарту ІПВГ.
- b) Збільшення інтенсивності візуальної комунікації для кращої впізнаваності бренду, шляхом створення брендів матеріалів та візуальних елементів (інфографіки, відео) про процеси впровадження ІПВГ.
- c) Проведення в регіонах публічних обговорень, зустрічей та інших подій різноманітного формату для створення більш тісної співпраці та порозуміння в трикутнику «Уряд, Компанії, Громади».
- d) Проведення інформаційної роботи зі студентами галузевих університетів та факультетів, які потенційно стануть в майбутньому новими представниками цільової аудиторії ІПВГ в Україні.
- e) Налагодження співпраці зі структурами, які теж просувають стандарт прозорості в Україні, з метою обміну досвідом та взаємопідтримки у спільній справі.

Комунікаційний робочий план на 2019 рік є невід'ємною складовою робочого плану Національного секретаріату ІПВГ України. Документ дає розуміння того, яким чином Національний секретаріат України в партнерстві з донорами та БГЗО здійснюватимуть та розвиватимуть комунікацію між урядом, видобувними компаніями та громадянським суспільством на етапі підготовки Національних звітів ІПВГ та імплементації вимог ІПВГ в Україні (див. Додаток 8.1.).

IV. Опис цільової аудиторії ІПВГ в Україні

Головними представниками цільової аудиторії Ініціативи є видобувні компанії, Уряд та громади, на території яких ведеться видобування. Часто ці групи називають «трикутником ІПВГ», тому надалі в тексті КС буде зустрічатись така назва. Однією із загальних цілей Стандарту ІПВГ є створення більш тісної співпраці та порозуміння в трикутнику ІПВГ, тому частина комунікаційних заходів в наступному році буде спрямована саме на це.



Уряд, видобувні компанії та громади - це три групи, на які спрямована основна комунікація ІПВГ в Україні. Однак до цієї КС також було додані інші групи аудиторії, комунікація з якими є теж важливим елементом успішного впровадження Стандарту ІПВГ в Україні. До цієї групи входять представники видобувних регіонів, медіа та зовнішнє середовище. Детальний опис кожної із груп міститься в наступних підрозділах цього розділу та Додатку VIII.2

IV.1. Уряд, парламент, державні інституції

Представники групи

1. Міненерговугілля
2. Мінприроди
3. Міністерство фінансів
4. Мінекономрозвитку
5. Комітет ВРУ з питань ПЕК
6. Екологічний комітет ВРУ
7. Державна фіскальна служба
8. Держгеонадра

Нааявний рівень комунікації

Представники деяких міністерств є членами БГЗО та беруть участь у визначенні напрямів впровадження Стандарту ІПВГ в Україні, співпрацюють з Національним секретаріатом ІПВГ при підготовці третього Звіту ІПВГ та сприяють отриманню даних для підготовки звіту, беруть участь в заходах ІПВГ національного рівня.

Для забезпечення подальшого належного інформування Уряду важливо надавати його представникам відомості про стан впровадження Ініціативи, зокрема, в рамках засідань БГЗО. Тому представників уряду та інших державних структур постійно запрошуються до участі в конференціях, зустрічах та різноформатних міжнародних заходах, впродовж яких зазвичай поширюється найактуальніша інформація про ІПВГ в Україні.

Комунікаційні цілі у роботі з групою на 2019 рік

- a) Підвищення оперативності в прийнятті рішень на рівні міністерств та державних служб.
- b) Підвищення рівня обізнаності про ІПВГ «від Міністра до виконавців» в кожній вищеназваній структурі, яка входить до цієї групи.
- c) Донести ідею про те, що ІПВГ є платформою для постійного діалогу зацікавлених сторін.

Основні комунікаційні інструменти:

- Особисті зустрічі з депутатами, міністрами та іншими працівниками цих структур;
- Навчальні семінари про ІПВГ для працівників державних структур, які працюють з впровадженням ІПВГ;
- Громадські обговорення за участю усіх зацікавлених сторін;
- Заходи для інформування про розкриття бенефіціарних власників.

Основні повідомлення для уряду:

- Підвищена прозорість та краща підзвітність – на користь уряду, галузі та широкій громадськості;
- Подальше покращення інвестиційного клімату;
- Поліпшення міжнародного іміджу України;
- Ще один важливий засіб боротьби з корупцією;
- Заохочує до участі місцеві регіони;
- Покращує управління природними ресурсами й підвищує відповідальність уряду та компаній у сфері експлуатації таких ресурсів.

I.2. Громадськість

Представники групи

- Громадські організації, що здійснюють моніторинг діяльності видобувних компаній
- Екологічні ГО
- Експерти незалежних аналітичних центрів
- Профспілки
- Галузеві асоціації

Нааявний рівень комунікації

Розширився представницький склад громадськості в БГЗО. ГО проводили заходи у регіонах в межах Проекту «Ефективне управління державними фінансами» реалізується федеральною компанією Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за дорученням Уряду Німеччини та також в рамках проекту «Підтримка впровадження глобальної Ініціативи прозорості видобувних галузей у Вірменії, Грузії та Україні», впроваджений GIZ. ГО проводять зустрічі з місцевими органами влади та беруть участь в заходах у регіонах, поширюючи переваги ІПВГ.

Міжнародний фонд «Відродження» також активно підтримував громадські організації у проведенні заходів в регіонах та Асоціації ЕнергоТраспарентність. Підтримує також і USAID – проекти DIXI Group. Аналітичні центри готують дослідження та поширюють інформаційні публікації.

Галузеві асоціації беруть участь в заходах, присвячених темі ІПВГ.

Комунікаційні цілі у роботі з групою на 2019 рік:

- a) Забезпечення основних інформаційних потреб громадськості.
- b) Поширення серед громадськості інформації про способи використання даних зі Звіту ІПВГ.
- c) Підвищення рівня обізнаності про ІПВГ у представників громадськості, які працюють з темою ІПВГ.
- d) Донести ідею про те, що ІПВГ є платформою для постійного діалогу зацікавлених сторін.
- e) Основні комунікаційні інструменти:
 - Брошури та інформаційні матеріали на сайті ІПВГ, які міститимуть в собі відповіді на основні питання, які виникають в громадськості;
 - Семінари «Як використовувати інформацію зі Звіту ІПВГ»;
 - Прес-конференції про впровадження ІПВГ в регіонах для журналістів;
 - Активне поширення новин про результати імплементації ІПВГ в усіх видах місцевих медіа;
 - Тренінги для ГО щодо моніторингу, аналізу та використання бюджетних коштів;

Основні повідомлення для громадськості:

- Підвищення прозорості та підзвітності у галузі сприятиме боротьбі з корупцією в країні;
- ІПВГ підвищує конкурентоспроможність галузі в Україні та світі;
- Поліпшення міжнародного іміджу України;
- Покращує управління природними ресурсами й підвищує відповідальність уряду та компаній у сфері експлуатації таких ресурсів;
- Підвищує роль і зрілість громадянського суспільства;
- Впровадження стандарту ІПВГ підвищить стандарти життя у місцевих громадах видобувних регіонів (інфраструктура, соціальне забезпечення, робочі місця).

Серед представників громадськості існує низка громадських організацій, які за фінансування міжнародних донорів та підтримки Національного секретаріату, проводили заходи присвячені темі ІПВГ. Для збереження високого рівня таких заходів та налагодження координації між ГО та Національним секретаріатом, громадські організації зобов'язані дотримуватись усіх вимог та рекомендацій Національного секретаріату ІПВГ в Україні, що подані у Додатку 8.3. Результати досліджень, розроблені брошури, інфографіки, презентації, що були створені в процесі роботи над проектами ІПВГ мають бути надіслані до Національного секретаріату з метою збереження всіх таких матеріалів в одній ресурсній базі на сайті ІПВГ.

I.3. Видобувні компанії

Представники групи

Державні та приватні видобувні компанії, які працюють в нафтогазовому, вугільному та залізорудних секторах, а також компанії що здійснюють транспортування вуглеводнів.

Наявний рівень комунікації

Представники певних компаній є членами БГЗО. Також працівники видобувних компаній беруть участь в національних та регіональних заходах, присвячених темі ІПВГ. Представники компаній взяли участь у стратегічній сесії щодо створення електронної платформи звітування в рамках ІПВГ.

Компанії стали більш відкритими і запрошують журналістів та громадських активістів на місця видобутку. Такі компанії, як ПАТ «Укргазвидобування», ДТЕК Нафтогаз, Smart Energy, СП «Полтавська газонафтова компанія», галузеві асоціації періодично на своїх сайтах у розділі «Новини» публікують інформацію про ІПВГ та заявляють про важливість впровадження Стандарту ІПВГ в Україні. На постійній основі проводяться зустрічі та онлайн комунікація з представниками компаній. Також компанії постійно беруть участь у регіональних та всеукраїнських заходах ІПВГ.

Комунікаційні цілі у роботі з групою на 2019 рік

- a) Сприяти налагодженню комунікації між компаніями та громадами задля поширення інформації про виробничу діяльність компаній, сплату податків, соціальний внесок в громаду та налагодити співпрацю щодо соціально-корпоративної відповідальності компаній.
- b) Налагодити співпрацю між компаніями та громадськими організаціями, які будуть здійснювати моніторинг використання коштів, які надходять до місцевого бюджету від видобувних компаній.
- a) Створити модель постійної комунікації між компаніями, членами БГЗО та Національним секретаріатом ІПВГ, задля кращого взаєморозуміння та налагодження більш ефективної співпраці.

Основні комунікаційні інструменти:

- Цикл публічних обговорень на місцевому рівні за участю трьох сторін за напрямками: корпоративно-соціальна відповідальність, екологічний стан, контроль використання коштів, які компанії сплачують до місцевого бюджету.
- Зустрічі, конференції щодо ІПВГ, проведені у співпраці з галузевими асоціаціями.
- Офіційний сайт ІПВГ та сторінки в соціальних мережах. Сайти громадських організацій, які є членами БГЗО та Асоціації «ЕнергоТранспарентність».
- Інструмент щодо роботи, спрямованої на переконання компаній надавати дані для звіту: особисті зустрічі з представниками компаній під час яких пояснюється, що звітування в рамках ІПВГ підвищує інвестиційну привабливість компанії, що для нафтогазових компаній звітування є обов'язковим згідно Закон «Про забезпечення прозорості у видобувних галузях».

Основні повідомлення для видобувних компаній

- Звітування в рамках ІПВГ покращує імідж компанії як в Україні, так і на міжнародному рівні;
- ІПВГ спонукає подальшому покращенню інвестиційного клімату та збільшення довіри іноземних інвесторів до українського ринку;
- ІПВГ сприяє створенню рівних умов для всіх учасників ринку в державі;
- Процеси ІПВГ спрямовані також на виявлення проблем в галузі та законодавчих перешкод, які заважають вести ефективну видобувну діяльність;
- ІПВГ працює над встановленням довіри та тісної співпраці між компаніями та урядом;
- ІПВГ є платформою для вирішення непорозумінь щодо несплати податків і зупинки ліцензій, адже коли компанії звітують, то такі питання не виникають;
- Громади не перешкоджатимуть видобуванню на місцях, якщо компанії звітуватимуть в рамках ІПВГ;
- Звітування в рамках ІПВГ збільшить довіру міжнародних банків та партнерів-інвесторів, які фінансово підтримують видобувну діяльність в Україні;
- Залучення до процесів ІПВГ покращує репутацію компаній в медіа просторі. Журналісти поширюють неправильні або неправдиві факти про компанії, бо багато інформації про компанії є закритою;
- Звіт ІПВГ надає можливість сформулювати видимий рух коштів до державного та місцевого бюджетів;
- ІПВГ сприяє підвищенню ефективності управління галуззю;
- ІПВГ підвищує можливість забезпечення потреб українського видобувного сектору;
- Дотримання стандартів ІПВГ підвищує привабливість українського видобувного сектору для іноземних інвесторів

I.4. Видобувні регіони

Представники групи

- Органи місцевого самоврядування
- Екологічна комісія та комісія ПЕК
- Громадські ради
- Місцеві громади
- Галузеві університети

Комунікаційні цілі у роботі з групою на 2019 рік

- а) Сприяти налагодженню співпраці з компаніями щодо корпоративно-соціальної відповідальності компаній.
- б) Донести ідею про те, що ІПВГ є платформою для постійного діалогу зацікавлених сторін.
- в) Запровадити моніторинг використання коштів, які компанії сплачують до місцевого бюджету.

Основні комунікаційні інструменти

- Особисті зустрічі представників громадських організацій, які займаються впровадженням ІПВГ в Україні та представників Національного секретаріату з місцевою владою;
- Різноматні заходи для місцевих громад, влади та видобувних компаній;

- Навчальні семінари щодо проведення моніторингу та поширення інформації про отримані результати;
- Прес-заходи для представників місцевих ЗМІ;
- Громадські обговорення та круглі столи щодо корпоративно-соціальної відповідальності компаній.

I.5. Міжнародні партнери

Представники групи

- Міжнародний Секретаріат
- Міжнародні організації: PWYP, NRGi
- Донори: Світовий Банк, GIZ, USAID, МФ "Відродження"
- Посольства

Наявний рівень комунікації

Національний секретаріат ІПВГ підтримує постійний діалог з представниками середовища міжнародних інституцій. Міжнародні ГО проводять навчання для зацікавлених осіб у процесах ІПВГ. За підтримки донорів до України приїжджають міжнародні експерти, які проводять консультації щодо впровадження Стандарту ІПВГ. Фінансово підтримують імплементацію ІПВГ:

- Світовий банк (World bank) фінансово підтримує діяльність Національного секретаріату ІПВГ в Україні та підготовку щорічних Звітів ІПВГ в Україні до кінця 2019 року.
- Впродовж року заходи у регіонах підтримують в межах Проекту «Ефективне управління державними фінансами» реалізується федеральною компанією Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за дорученням Уряду Німеччини та також в рамках проекту «Підтримка впровадження глобальної Ініціативи прозорості видобувних галузей у Вірменії, Грузії та Україні», впроваджений GIZ та Міжнародний фонд «Відродження»
-

Комунікаційні цілі у роботі з групою на 2019 рік

- ❑ Продовження постійної комунікації задля зацікавленості для подальшої фінансової підтримки донорів для продовження комунікаційної роботи в регіонах та розробки електронної платформи.
- ❑ Залучення міжнародних експертів ІПВГ для проведення навчальних заходів щодо можливостей ефективного впровадження оновленого Стандарту ІПВГ.

Основні комунікаційні інструменти

- Проведення особистих зустрічей та переговорів між Національним секретаріатом ІПВГ, членами БГЗО та представниками донорської спільноти;
- Залучення донорів до участі в заходах, присвячених темі ІПВГ на національному рівні .

Донори мають впевнитися в тому, що їхня допомога процесу ІПВГ в Україні використовується й приносить очікувані результати. Також будуть ефективними заходи моніторингу з урахуванням положень договорів про фінансову підтримку та історії успіху.

I.6. Медіа

Представники групи

- Журналісти
- Блогери
- Галузеві видання
- Медіа центри

Наявний рівень комунікації

Журналісти зазвичай беруть участь заходах ІПВГ на національному рівні. Наразі медіа не зацікавлені в тому, щоб писати про ІПВГ, адже дані Звіту ІПВГ за 2016 р. в наш час вже є неактуальними. Також не спостерігається зацікавленості у поширенні інформації про поточні етапи підготовки нового звіту. Однак, впродовж року на сторінках всеукраїнських видань у блогах експертів галузі періодично виникали згадки про ІПВГ.

Також існують певні труднощі у висвітленні заходів в регіонах. Зазвичай про такі заходи постійно публікується інформація на офіційному сайті ІПВГ, а регіональні медіа поширюють інформацію про Ініціативу не так часто. Відповідно, у місцевих ЗМІ не завжди наявна інформація про заходи, які проводять ГО.

Комунікаційні цілі у роботі з групою на 2019 рік

- а) Зацікавити представників ЗМІ у процесах ІПВГ та досягти більш частих згадувань про ІПВГ у всеукраїнських медіа задля збільшення кількості матеріалів про Ініціативу в українському інформаційному просторі.
- б) Проводити навчальні семінари для журналістів задля того, щоб пояснити специфіку висвітлення теми ІПВГ в медіа.

Основні комунікаційні інструменти

- Конкурси матеріалів про ІПВГ для журналістів;
- Цикл тренінгів для журналістів «Як користуватись Звітом ІПВГ»;
- Семінари про стан галузі та результати впровадження ІПВГ;
- Прес-брифінги, прес-конференції, прес-тури та інші заходи, що спрямовані на медійну аудиторію;
- Офіційний сайт ІПВГ в Україні - основне джерело найбільш актуальної інформації про процеси та результати впровадження Стандарту ІПВГ;

V. Комунікаційні канали та інструменти

V.1. Основні повідомлення

Основне повідомлення – це інформація, адресована цільовій аудиторії, яка містить пояснення цінності Ініціативи для суспільства та розвитку держави. Такі повідомлення мають бути привабливими та зрозумілими для цільової аудиторії, тому при формуванні повідомлень варто керуватись такими принципами:

- Визначити комунікаційну мету проекту
- Використовувати у своєму повідомленні дієслово
- Уникати негативу і підвищувати позитивність
- Писати простою мовою
- Зосередитись на конкретних результатах і перевагах, які може принести проект
- Краще використовувати теперішній час, ніж минулий
- Повідомлення є чітким та конкретним
- Легко сказати і легко запам'ятати

Перелік основних повідомлень ІПВГ в Україні:

- ІПВГ забезпечує підзвітність та прозорість у видобувній галузі;
- Впровадження ІПВГ сприяє поліпшенню міжнародного іміджу України;
- Публікація звіту ІПВГ забезпечить покращення інвестиційного клімату в галузі;
- Діяльність уряду є прозорою та підконтрольною громадськості – один із результатів впровадження ІПВГ;
- При впровадженні ІПВГ посилюється роль громадянського суспільства;
- Стандарт ІПВГ – ефективний інструмент подолання корупції в урядуванні;
- Громадськість знатиме більше про управління нафтою, газом та іншими мінеральними ресурсами держави;
- ІПВГ забезпечує захист та ефективне управління природними ресурсами держави;
- ІПВГ сприяє підвищенню відповідальності уряду та компаній за експлуатацію природних ресурсів;
- Ми розкриваємо дані і допомагаємо громадам їх тлумачити;
- Відкритість фінансової інформації допоможе владі, суспільству й потенційним інвесторам чітко розуміти ситуацію в кожному видобувному секторі.

Основні повідомлення варто застосовувати при підготовці матеріалів, публікацій, презентацій, виступів про ІПВГ в Україні. Також ці повідомлення можуть бути частинами інформаційних та адвокаційних кампаній в межах впровадження ІПВГ в Україні. Наведений вище перелік не є вичерпним і надалі може бути доповнений з використанням принципів формування основних повідомлень. Варто уникати неоднозначних повідомлень, які вимагатимуть подальших пояснень чи створюють видимість причетності до скандальних справ, особливо пов'язаних з корупцією і політичною конкуренцією в уряді, спекулятивних та скандальних повідомлень, які можуть зашкодити репутації Секретаріату ІПВГ і всіх причетних осіб, прямо або опосередковано створюючи небезпеку завдання шкоди іміджеві і діловій репутації як окремих осіб, причетних до процесів ІПВГ так і міжнародних партнерів Ініціативи. Важливо, щоб з повідомлення вбачалось, що воно виходить від Національного Секретаріату та підтримує головні повідомлення, передбачені цією КС, підтримувані усіма зацікавленими сторонами з метою ефективної взаємодії та успішного впровадження ІПВГ. Нижче наведена табличка з прикладами основних повідомлень у різних

форматах, які можна використовувати при представленні Ініціативи особам, які не знайомі з процесами ІПВГ, та при поясненні основних цілей та завдань на основі яких здійснюється впровадження ІПВГ в Україні.

Позиціонування <i>Головна мета Ініціативи</i>	Забезпечення високих стандартів прозорості та підзвітності у видобувній галузі України.
Ключові слова <i>Ключові слова чи фрази, які пояснюють відмінності вашого спрямування та цілей</i>	• ІПВГ: антикорупційний стандарт управління ресурсами • ІПВГ: національні ресурси для добробуту народу • ІПВГ: прозорість урядування • Прозорість видобування – прозорість урядування
«Звернення у ліфті» <i>Коротке резюме того, чим займається Ініціатива та чому це важливо</i>	• Природні ресурси України не безмежні. Ми пропагуємо їх прозоре й ефективне використання. Багатства надр повинні працювати на благо народу. ІПВГ – це антикорупційний стандарт управління природними ресурсами. • «ЕІТІ – це міжнародна ініціатива, яка популяризує прийняття стандартів прозорості у видобувних галузях. Ідея у тому, аби забезпечити вигоду для народу України від використання надр. Вона включає в себе справедливий перерозподіл надходжень між центральним і регіональними бюджетами, прозорість і доступність звітності, яку подають видобувні компанії тощо» • «Ініціатива прозорості видобувних галузей спрямована на більшу прозорість грошових потоків у видобувних галузях, прозорість бюджетних надходжень та видатків у сфері розвідки та видобування нафти та газу.
Цільова аудиторія <i>Визначити пріоритетну аудиторію. Які з інтересів вашої аудиторії безпосередньо пов'язані з вашою метою?</i>	На прикладі ГО у видобувних регіонах. Справедливий розподіл ресурсної ренти та розвиток територій; соціальна відповідальність компаній і розбудова місцевої інфраструктури від діяльності компаній для місцевих громад; Необхідно робити акцент на практичних спільних діях; Мають власне бачення перспектив розвитку регіону;
Повідомлення <i>Основне повідомлення про переваги ІПВГ</i>	«ІПВГ – інструмент захисту інтересів громади у співпраці з видобувними компаніями»
Докази на підтвердження <i>Аргументи чи факти (такі, як статистичні дані, погодження чи фізичний опис), які підкріплюють ваше твердження</i>	• Ви знатимете, скільки заробляє держава від діяльності компаній у вашому регіоні та скільки цих грошей повертається на розвиток вашого регіону • Слідуючи Стандарту ІПВГ компанії демонструють відповідальність перед громадами. Запитайте у компаній, чи відповідають вони Стандарту? • Приклад громади, яка отримала вигоду від відкритих добрих стосунків з видобувною компанією, яка працювала у їхньому регіоні: «Брітіш Петролеум» спілкувалася з місцевою громадою, аби визначити її потреби та, як наслідок, покращила становище на місцевому ринку праці, інфраструктуру та сприяла розвиткові традиційних народних мистецтв

I.2. Бренд ІПВГ

Процес формування бренду ІПВГ в Україні зупинився на етапі робочого проекту і надалі не був розвинутий. Така ситуація стала причиною появи проблем у використанні бренду ІПВГ в Україні:



В інформаційному просторі можна зустріти безліч варіантів назв Ініціативи і деякі із них є некоректними і причиною цього стала відсутність чітко затвердженого формулювання повної та короткої назв ІПВГ в Україні;

Для того, щоб тому вирішити вищеназвані проблеми необхідно створити та затвердити бренд-бук ІПВГ в Україні. Бренд-бук – це внутрішній документ організації, який включає в себе опис всіх елементів ідентичності бренду та інструкції з використання їхніх компонентів. Він дозволяє зберігати цілісність образу бренду в діалозі з цільовою аудиторією. Також бренд-бук містить в собі набір правил, якими користуються маркетологи та PR-фахівці в процесі розробки нових концепцій розвитку Ініціативи, іншими словами, це фундамент, на якому зводиться імідж бренду. Необхідно розробити бренд-бук для формування та уніфікація бренду ІПВГ в Україні.

Сформований брендбук має містити такі елементи:

1. Логотип ініціативи
2. Шаблони документації
3. Принципи використання бренду в цифрових медіа
4. Використання бренду в соціальних медіа
5. Матеріали для преси

Також окремо будуть розроблені та надруковані такі брендові матеріали: канцелярське приладдя проекту, презентаційні стенди (форматів pop-up та roll-up), інформаційний буклет з поясненням цілей ІПВГ в Україні, чашки та інші матеріали.

Допоки брендбук ІПВГ в Україні не розроблений, коректні назви Ініціативи та способи їх використання будуть зафіксовані в тексті КС. Офіційна назва ІПВГ в Україні - Ініціатива прозорості видобувних галузей в Україні, а скорочений варіант - ІПВГ в Україні. Англomовний варіант назви, який використовується при комунікації з міжнародними компаніями та донорами – Extractive Industry Transparency Initiative in Ukraine та скорочений варіант - UAEITI або EITI in Ukraine. Коли йдеться про документ в якому прописаний міжнародний стандарт прозорості видобувних галузей, то варто використовувати назву Стандарт ІПВГ.

I.3. Офіційний сайт ІПВГ в Україні

Офіційний веб-сайт «ІПВГ в Україні» був створений в 2013 році у період, коли впровадження Ініціативи в Україні було на початковому етапі. У 2018 році була проведена робота над створенням

нового сайту ІПВГ, в результаті офіційний сайт ІПВГ в Україні трансформували із сайту-візитки в інформаційну платформу.

Слідуючи принципу “user friendly”, вся інформація розподілена по нових розділах та підрозділах, що зробило процес пошуку необхідних даних більш простим та швидким. Оновлений сайт виконує функцію ресурсної бази, на якій збережена найбільш повна та актуальна інформація про процес та результати впровадження ІПВГ в Україні.

Одна із основних цілей ІПВГ в Україні – це розкривати та тлумачити дані про видобувну діяльність, а веб-сайт Ініціативи і є головним інструментом для поширення цих даних.

I.4. Робота з медіа

Рекомендації для побудови ефективних професійних відносин з медіа:

- a) Стежити за медіа-висвітленням тем видобувної галузі. Це допоможе бути поінформованими стосовно порядку денного відповідних медіа-ресурсів, щодо провідних експертів, дискусій та аспектів висвітлення проблем.
- b) Поновлювати свій перелік медіа, додаючи контакти журналістів, з якими плануєте працювати.
- c) Підтримувати регулярні дружні стосунки з журналістами. Забезпечувати їхню поінформованість щодо новин ІПВГ, пропонувати проведення інтерв'ю з головними спікерами, запрошувати на події Ініціативи.
- d) Створити окрему сторінку для журналістів (прес-центр) на офіційному сайті Ініціативи та оновлювати її матеріалами для преси, оголошеннями та інформацією про речників.
- e) Сформувати набір додаткових інформаційних матеріалів про Ініціативу, – фото, відео, звіти, інфографіку тощо – та сформувати прес-кіт що можуть допомогти журналістам зрозуміти та висвітлити тему.
- f) Забезпечувати швидкий та простий доступ до речників вашого проекту та чим швидше відповідати на запити журналістів.
- g) Організовувати спеціальні події для преси (брифінги, прес-конференції, прес-ланчі, прес-тури та інші), запрошувати журналістів до участі у публічних заходах та неформальних зустрічах.

Правила співпраці з журналістами¹

- Забезпечувати інформацією швидко й вчасно.
- Розсилати анонси про подію заздалегідь.
- Робити акцент на реальних людях та сюжетах зі сфери людського інтересу.
- Зберегти дружні стосунки з журналістами, організовуючи неформальні зустрічі з журналістами. Регулярно ділитись з журналістами поточними новинами проекту.
- Бути готовим до кожної зустрічі з журналістом. Пам'ятати своє ключове повідомлення та переконатися, що підготовлена інформація є чіткою, цікавою та легкою для розуміння.
- Ніколи не платити за висвітлення у медіа. Практика розміщення прихованої реклами в медіа є неетичною, непрофесійною та заборонено законами України.
- Оновлювати список медіа-контактів. Має бути сформований список цільових медіа та перелік журналістів, які висвітлюють теми, дотичні до Ініціативи. Цей перелік необхідно регулярно оновлювати.

¹ Правила запозичені із видання «Посібник з комунікацій», Представництво Європейського Союзу в Україні, лютий 2013

Одним із основних інструментів у роботі із медіа є прес-реліз, адже саме на їх основі створюються новини для публікації у ЗМІ. Тому важливо при формуванні прес-релізу слідувати наступним рекомендаціям щодо структури прес-релізу:

1. Заголовок

Це найважливіша частина прес-релізу, яка містить ключову інформацію. Призначення заголовку — завоювати увагу журналістів та дати їм уявлення, про що є прес-реліз. Він має бути коротким, змістовним та доречним. Заголовок має бути зосередженим на очікуваних ВПЛИВІ та РЕЗУЛЬТАТАХ; крім того, він має включати дієслово. У заголовку не має бути більше восьми слів.

2. «Шапка» (перші два-п'ять речень)

Має містити ключову інформацію та бути надрукованою жирним курсивом. Має в основному відповідати на такі запитання:

- Що? Назва конференції / майстер-класу
- Коли? Час початку та тривалість зустрічі
- Де? Місце — якомога детальніше
- Хто? Учасники/речники
- Як? Робоча мова події, чи забезпечено переклад

3. Текст прес-релізу

Він має бути не довшим, ніж два або три абзаци, кожен з яких має складатися якнайбільше з одного чи двох оповідних речень. Вони повинні розкривати те, що ви сказали у першому абзаці. Писати просто та уникати жаргонізмів. Варто припускати, що журналісти знають про ініціативу дуже мало. Потужний перший абзац, що відображає призначення проекту, узагальнення найсуттєвіших фактів. Результати заходу та цитати.

4. Контактні дані

Наприкінці прес-релізу розміщується підзаголовок «Більше інформації: », а далі — ім'я контактної особи, її посаду, телефонні номери, e-mail та веб-сайт.

5. Довідка (бекґраунд)

Забезпечує важливою інформацією про ваш проект, його цілі, досягнення та державний контекст в Україні.

Практичні елементи підготовки прес-релізу:

- Реліз має бути не більшим від сторінки А4;
- Слідкувати за часом розповсюдження релізу;
- Запрошення для участі у події для медіа треба розсилати двічі: 1) за 7–10 днів до події та 2) за два дні перед подією.

Під час роботи із медіа важливо постійно моніторити інформаційний простір та слідкувати за публікацією матеріалів про ІПВГ. Такі матеріали також варто поширювати на офіційному сайті ІПВГ та на сторінках у соціальних мережах. Не рекомендовано розповсюджувати інтерв'ю урядовців, в яких помітна маніпуляція темою ІПВГ в своїх політичних чи власних інтересах або подається думка чи позиція з головними постулатами, які не узгоджуються із цією КС чи думкою Національного Секретаріату та БГЗО або суперечить їм.

I.5. Соціальні мережі

Пріоритетною перевагою формування обізнаності про ІПВГ в Україні для широкого кола осіб є підтримка офіційної сторінки ІПВГ у мережі Facebook з розміщенням повідомлень українською та англійською мовами. Шляхом стислого подання новин, інформації про ІПВГ загального характеру, новин, історичних фактів про видобування, навчальних і аналітичних матеріалів про ІПВГ, медіа-роликів, крос-посилань на матеріали в ЗМІ та сайти (www.eiti.org, www.eiti.org.ua) здобувається збільшення обізнаності широких верств населення про ІПВГ і її переваги для України. При цьому учасники БГЗО, активісти та члени ГО мають можливість читати, схвалювати і коментувати пости, що забезпечує просування матеріалів в стрічці новин у Facebook і можливість розширення інтерактивності для читацької аудиторії. При публікації матеріалів на сторінці важливе використання хештегів, адже за їхнього допомогою зацікавлені особи можуть з легкістю знайти пости про ІПВГ. Перелік хештегів, які варто використовувати #UAEITI #EITI #ІПВГ #прозорість #ІПВГвРегіонах #ЗвітІПВГ #валідаціяУкраїна #UAEITInvalidation #ІПВГмедіа_конкурс

VI. Моніторинг та оцінка

Оцінка ефективності комунікаційної роботи впродовж місяця буде здійснена при застосуванні таких інструментів оцінювання:

1. Прес-рейтинг

Оцінюється за кількістю публікацій про ІПВГ впродовж місяця, результати якого зібрані в медіа моніторингу.

2. Індекс цитування та охоплення аудиторії

Метод підрахунку індексу цитування: Q_n / Q_r , де Q_n - загальна кількість офіційних повідомлень Ініціативи, а Q_r - загальна кількість передруків цих повідомлень. Підсумковий вид показника 1: 5 або 1 до 5.

3. Відвідуваність сайту

До офіційного сайту ІПВГ необхідно підключити сервіс Google Analytics, який автоматично надаватиме статистичні дані про відвідуваність сайту.

4. Відвідуваність соціальних мереж Facebook та Twitter

Автоматично зібрана інформація про відвідуваність соціальних мереж є в постійному доступі адміністратора сторінки, ці дані також необхідно додати до місячного звіту про оцінку ефективності комунікаційної роботи.

5. Показники діяльності в регіонах*

- кількість подій
- кількість учасників (розбивка по ЦА: компанії, влада, громадськість та медіа)
- Оцінюємо зворотній зв'язок на основі опитувальників для учасників та організаторів заходів. Цей пункт береться до уваги за умови, якщо впродовж місяця відбувались заходи.

*Варто пам'ятати, що логістично не завжди можливо, щоб представники усіх груп ЦА були присутні на заходах.

6. Виконання робочого плану впродовж місяця

До уваги беремо перелік завдань робочого плану та оцінюємо, які пункти з перерахованого були виконані.

7. Аналіз ефективності PR-інструментів*

7.1. Поширення прес-релізів про Ініціативу:

- Кількість прес-релізів, що було підготовлено і поширено;
- Кількість прес-релізів опублікованих в медіа;
- Ефективність розсилки вираховується у відсотковому значенні.

Наприклад, було розіслано 30 прес-релізів, а опубліковано - 20. Таким чином, ефективність розсилки склала приблизно 66%;

- "Зворотній зв'язок". Яка реакція була отримана після розсилки прес-релізів: кількість коментарів журналістів, кількість дзвінків і листів представників цільової аудиторії і т.д.;

1.2. Проведення прес-конференцій та прес-брифінгів:

- Формування кола необхідних ЗМІ;
- Порівняння показників «цільові ЗМІ» та «акредитовані ЗМІ». Тобто процентне співвідношення цих двох показників;

- Порівняльний аналіз показників «акредитовані ЗМІ» та «кількість журналістів, які взяли участь в прес-конференції». Оптимальна присутність на конференції: 80-90% акредитованих журналістів від загального числа.
- Підрахунок кількості запитань журналістів;
- Аналіз заданих журналістами питань і відповідей на ці питання;
- Підрахунок і аналіз кількості публікацій після проведеної прес-конференцію

VII. Додатки

1. Комунікаційний робочий план Національного секретаріату на 2019 рік

Коли	Захід/Дія	Місце	Цільова аудиторія (ЦА)	Мета	Відповідальні	Фінансування
Січень	Серія семінарів місцевого розвитку для видобувних громад	Харківська, Сумська, Полтавська області	Громадські активісти, експерти галузі, жителі видобувних регіонів	Дослідити соціальний капітал та ознайомити з методами залучення громадськості до прийняття рішень у видобувних громадах	ГО «НОВА Енергія»	GIZ GmbH
Січень - Березень	Серія регіональних тренінгів в межах проекту «Прозоре управління та контроль за коштами, отриманими від видобутку вуглеводнів на місцевому рівні»	Харківська, Сумська, Полтавська області	Громадські активісти, експерти галузі, жителі видобувних регіонів, представники місцевого самоврядування	Навчити місцевих громадських активістів аналізувати використання бюджетних коштів на місцях	ГО «НОВА Енергія»	Міжнародний фонд «Відродження»
Лютий	42 Засідання міжнародного Правління ІПВГ (серія подій)	Київ	Члени Правління ІПВГ, міжнародні партнери, представники громадських організацій, компаній та уряду від України, ЗМІ	Підвищити обізнаність українських стейкхолдерів про впровадження ІПВГ у світі та презентувати міжнародній спільноті досвід імплементації ІПВГ в Україні	Національний Секретаріат ІПВГ	Міжнародний фонд «Відродження» та GIZ GmbH
Березень	Круглий стіл «Децентралізація ренти - 2019: планування та ефективне використання»	Харків	Представники місцевих громад, видобувних компаній, представники ОДА та облради, та місцеві ЗМІ	Обговорити зі стейкхолдерами та бенефіціарами способи покращення процесу децентралізації ренти в регіоні	ГО «НОВА Енергія»	Міжнародний фонд «Відродження»
Червень	Нарада з обговорення актуальних питань щодо ІПВГ	Київ	Члени БГЗО, представники Міністерства енергетики, Національного секретаріату ІПВГ	Визначити пріоритети роботи та узгодити спільний план дій щодо подальшого впровадження ІПВГ в Україні	Національний Секретаріат ІПВГ	-

Коли	Захід/Дія	Місце	Цільова аудиторія (ЦА)	Мета	Відповідальні	Фінансування
Вересень	Серія семінарів на теми розвитку місцевих громад та екологічних аспектів видобутку вуглеводнів	Полтавська та Харківська області	Представники місцевих самоврядувань та громади, які живуть у видобувних районах	Підвищити обізнаність громад видобувних регіонів щодо можливостей розвитку своїх територій та впливу видобування на екологію	ГО «НОВА Енергія»	GIZ GmbH
Жовтень	Серія тренінгів для жителів видобувних ОТГ щодо використання відкритих баз даних та інших технологічних можливостей	Полтавська та Харківська області	Громадські активісти та представники місцевого самоврядування	Спонукаати місцевих активістів до роботи з темою видобування у їхньому регіоні через надання можливості отримати нові навички та знання про видобувну галузь країни	ГО «НОВА Енергія»	GIZ GmbH
Жовтень	Круглі столи «Газовидобуток та сталий розвиток громад: виклики та перспективи»	Полтава і Харків	Представники «газовидобувни» громад, експерти енергетики та екології, фахівці газовидобувної галузі та місцева влада	Обговорити в експертному середовищі можливості розвитку районів, де ведеться видобуток газу	ГО «НОВА Енергія»	GIZ GmbH
Жовтень - Листопад	Семінари «Імплементація ІПВГ на місцевому рівні: наявні інструменти й очікувані вигоди»	Житомир, Ужгород, Луцьк, Дніпро	Експерти, громадські активісти та представники місцевого самоврядування	Підвищити обізнаність місцевих жителів щодо впровадження Стандартів ІПВГ в Україну та їхньому регіоні	Dixi group	Open Knowledge Foundation Deutschland.
Листопад	Серія тренінгів щодо моніторингу децентралізації рентних платежів через наявні системи роботи з відкритими бюджетними даними	Львів та Львівська область	Громадські активісти та представники місцевого самоврядування	Навчити громадських активістів та представників місцевої влади працювати з відкритими даними з мету вести постійний моніторинг процесу децентралізації ренти	Агенція місцевого економічного розвитку Яворівщини	GIZ GmbH

Коли	Захід/Дія	Місце	Цільова аудиторія (ЦА)	Мета	Відповідальні	Фінансування
Листопад	Серія семінарів "Проекти місцевого розвитку"	Харківська, Сумська та Полтавська області	Представники громади та місцевого самоврядування	Обговорити з жителями видобувних регіонів можливості ефективного використання коштів, які надійдуть в процесі децентралізації ренти	ГО «НОВА Енергія»	GIZ GmbH
Грудень	Презентація дослідження «Непрямий вплив видобувної галузі на економіку України»	Київ	Компанії, органи влади, ЗМІ	Поширити результати дослідження серед широкої ЦА	Національний секретаріат ІПВГ	
Грудень	Серія заходів щодо можливостей, які можуть використовувати жителі видобувних регіонів	Харківська та Полтавська області	Представники громади та місцевого самоврядування	Пояснити жителям видобувних регіонів, які можливості розвитку зараз доступні та спонукати громади до комунікації та співпраці з місцевими видобувними компаніями	ГО «НОВА Енергія»	GIZ GmbH

2. Короткі тези для виступу про ІПВГ

- ЕІТІ – це глобальний добровільно підтримуваний стандарт, за яким уряди оприлюднюють свої доходи, отримані від сектору видобування нафти, газу, та інших корисних копалин, компанії паралельно оприлюднюють відомості про відповідні сплати в бюджет, а незалежна третя особа – незалежний адміністратор звіряє обидві цифри у публічному звіті, включно з описом будь-яких розбіжностей.
- ЕІТІ є ще одним інструментом боротьби з корупцією в країні.
- У вересні 2009 р. Кабінет міністрів України прийняв постанову №1098 "Про приєднання України до Ініціативи щодо забезпечення прозорості у видобувних галузях».
- У жовтні 2013 р., Україна отримала статус країни-кандидата Ініціативи прозорості видобувних галузей.

- В Україні діє Багатостороння група заінтересованих осіб (БГЗО) з питання імплементації ІПВГ в Україні. До складу БГЗО входять представники уряду, галузі та громадянського суспільства. БГЗО здійснюватиме нагляд за розробкою та впровадженням UAEITI аж до повного забезпечення відповідності зі стандартами EITI.
- БГЗО зобов'язується працювати з усіма основними зацікавленими особами та громадянами України в напрямку розробки прозорого та колективного процесу ІПВГ в Україні.
- ІПВГ зміцнює стосунки між урядом, компаніями та громадянським суспільством України.
- Підвищена прозорість може допомогти уряду у забезпеченні більшої довіри.
- ПВГ в Україні підвищує громадську поінформованість та розуміння того, як збираються та розподіляються надходження від видобування корисних копалин.
- EITI сприяє створенню однакових умов діяльності у глобальному масштабі, також формуванню більш стабільного інвестиційного клімату, який сприятиме довгостроковим інвестиціям у видобування та підвищить надійність постачання.

4. Вимоги до проведення ІПВГ заходів

Організаційний етап

1. За **14 календарних днів до події** потрібно **ОБОВ'ЯЗКОВО** повідомити про майбутній захід PR-менеджера та експерта з комунікацій ІПВГ в Україні, вказавши таку інформацію: дата, час, місце проведення, мета, аудиторія, питання порядку денного, контактна особа, яка відповідальна за організацію заходу.
2. За **7 календарних днів до події** потрібно підготувати прес-анонс про подію та поширити його серед цільової аудиторії майбутнього заходу. Попередньо цей анонс необхідно надіслати до Національного секретаріату ІПВГ на електронну адресу pr.eiti.ua@gmail.com задля затвердження тексту прес-анонсу та поширення інформації про подію на офіційних ресурсах ІПВГ. Прес-анонс має бути обсягом не більше ніж 1 сторінка та додатково може містити в собі програму заходу.

Впродовж заходу

1. В день проведення заходу зробити кілька фото з місця події та **ВІДРАЗУ** надіслати ці фото до Національного секретаріату ІПВГ для поширення на офіційній сторінці ІПВГ в Facebook.
2. За наявної технічної можливості робити короткі відео із коментарями і виступами учасників, максимальною тривалістю 5 хв. Відео надсилати на електронну адресу pr.eiti.ua@gmail.com для його подальшого розміщення на Youtube сторінці ІПВГ і поширення серед цільової аудиторії Ініціативи.
3. Під час події сформувати список з переліком учасників та скановану копію цього списку надіслати до Національного секретаріату ІПВГ впродовж **7 (семи) календарних днів** після проведення події.

4. Під час події роздати учасникам заходу для заповнення анкети «Відгук учасників про захід» (див. Додаток 8.4.). Скановані копії анкет з відповідями надіслати до Національного секретаріату ІПВГ в термін не більше ніж **14 календарних днів** після проведення заходу.

5. При поширенні інформації про захід в соціальних мережах використовувати такі хештеги: **#UAEITI #EITI #ІПВГ #прозорість #ІПВГвРегіонах #другийЗвітІПВГ #ІПВГмедіа_конкурс**. При використанні зважати на відповідність хештегу до формату та теми події.

Після заходу

- Після закінчення заходу підготувати прес-реліз, який має бути обсягом не більше однієї сторінки друкованого тексту та містити в собі такі елементи:
 - Відповіді на запитання: Хто? Що? Де? Коли? Чому?
 - Інформація про донора та проект в рамках якого цей захід відбувся;
 - Логотип організації, яка проводила + логотип ІПВГ + партнерів та донорів;
 - Результати проведеного заходу;
 - Бажано додати цитати одного зі спікерів або коментар учасників.
- Сформований прес-реліз надіслати до Національного секретаріату ІПВГ на затвердження **не пізніше ніж за 24 годин після завершення заходу**.
- Тільки ЗАТВЕРДЖЕНИЙ прес-реліз поширити серед регіональних медіа впродовж **2 (двох) календарних днів** після завершення заходу.
- Внести дані про нових журналістів, які долучились до вашого заходу, в базу даних регіональних медіа.
- Впродовж 7 (семи) календарних днів** заповнити і форму «Оцінка заходу для організаторів» на сервісі Google Forms за посиланням <https://goo.gl/forms/ql2sRJXdW5LW2Z4S2>

5. Відгук учасників про захід

Дана анкета була розроблена спеціально для учасників заходів ІПВГ задля визначення рівня зацікавленості ЦА. Текст анкети може бути частково змінений після його пробного застосування під час заходів.

Відгук учасників про захід ІПВГ

- Оцініть рівень проведення заходу за шкалою від 1 до 5 (де 1 – низький рівень, а 5 – дуже високий).

1 2 3 4 5

- На Вашу думку, що варто покращити в проведенні заходу?

- Виступ якого спікера був Вас найбільш інформативним і корисним для вас?

4. Яка тема, що була взята до уваги під час заходу, зацікавила Вас найбільше?
- *Загальна інформація про Ініціативу прозорості видобувних галузей в Україні*
 - *Обсяги видобутку у вашому регіоні*
 - *Сплата податків*
 - *Соціальне партнерство*
 - *Екологія*
 - *Бенефіціарне право*
 - *Інше*

5. Які з перерахованих вище тем є найбільш актуальними для Вашого регіону?

6. Про яку тему щодо впровадження ІПВГ Вам хотілося б дізнатись більше?

7. Вкажіть, з яких джерел або засобів масової інформації Ви найчастіше дізнаєтесь інформацію про ІПВГ?

8. Наскільки цікавою для Вас є тема ІПВГ? (де 0 – не цікава, а 5 – дуже цікава)?

1 2 3 4 5

9. Оцініть важливість впровадження ІПВГ в Україні (де 0 – не важливо, а 5 – дуже важливо).

1 2 3 4 5

10. Вкажіть представником якої групи Ви є.

- *Громада*
- *Видобувні компанії*
- *Місцева влада*
- *ЗМІ*

6. Форма оцінки заходу для організаторів

Ця форма створена для того, щоб організатори могли оцінити та проаналізувати результати проведення заходів в регіонах. Форма для заповнення поширюється у форматі Google Forms за цим посиланням <https://goo.gl/forms/ql2sRJXdW5LW2Z4S2> тому нижче наведено тільки перелік запитань, що міститься у формі. Посилання на те, що це не текст, а зразок.

Оцінка заходу ІПВГ від організаторів

Шановні організатори, команда Національного секретаріату ІПВГ в Україні дякує вам за проведений захід. Просимо заповнити цю форму для проведення аналізу ефективності таких заходів. Вам це надасть можливість зрозуміти чи вам, як організатору, вдалось втілити все задумане та досягти мети заходу.

Ми разом робимо це для того, щоб підвищити рівень проведення заходів та зробити процес впровадження ініціативи в Україні більш ефективним.

Для запитань, які є нерелевантними для вашого заходу, відповідь не обов'язкова.

1. Формат і тема заходу
2. Дата і місто проведення
3. Назва ГО, яка організувала захід
4. Кількість учасників
5. Імена спікерів/експертів
6. Як ви оцінюєте проведення вашого заходу за 5 бальною шкалою:
1 2 3 4 5
7. Чи вдалось залучити представників місцевої влади? Якщо ні, то чому?
8. Чи були присутні представники видобувних компаній на вашому заході? Якщо так, то вкажіть назву компаній.
9. Чи були присутні представники інших ГО? Якщо так, то вкажіть назви цих організацій.
10. Чи ставили учасники такі запитання, на які ви не знали відповіді? Якщо так, то вкажіть, будь ласка, які це були запитання.
11. Які "проблеми регіонів" були обговорені впродовж заходу?
12. Чи вдалося в результаті заходу досягнути очікуваного результату? Якщо ні, то чому?
13. З якими перешкодами ви зазвичай стикаєтесь під час підготовки заходу?
14. Чи була вам потрібна певна допомога від Секретаріату під час підготовки заходу?
15. Додаткові коментарі, побажання щодо проведеного заходу.

8.6. Медіаполітика ІПВГ в Україні

Медіаполітика поширюється на взаємодію між членами БГЗО та Національного секретаріату ІПВГ в Україні із будь-якими представниками засобів масової інформації (друкованих, електронних) в Україні та за її межами.

1. Будь-який запит ЗМІ щодо роботи БГЗО спочатку має бути переданий заступнику голови БГЗО, якщо немає можливості зв'язатись із заступником, то запит передається керівнику Національного секретаріату ІПВГ, якщо немає можливості зв'язатись з керівником, то запит надається спеціалісту зв'язків з громадськістю Національного секретаріату ІПВГ.
2. У випадках, коли представники медіа звертаються до членів БГЗО з проханням надати коментар щодо роботи БГЗО, бажаним є попереднє узгодження тексту коментаря з Національним секретаріатом ІПВГ в Україні.
3. Надання коментарів для медіа або висловлення думок під час публічних заходів, зміст яких розходиться з узгодженою загальною позицією БГЗО, слід уникати. Такі коментарі мають бути попередньо схвалені членами БГЗО перед оприлюдненням.
4. На запити журналістів щодо більш детальної інформації про ІПВГ та її впровадження варто надсилати посилання на сторінку офіційного сайту ІПВГ, де розміщений прес-кіт для журналістів з повною актуальною інформацією про ІПВГ в Україні.
5. Громадські організації, що проводять заходи про Ініціативу не можуть виступати від імені ІПВГ. Такі організації мають позиціонувати себе як структури, які сприяють впровадженню Ініціативи, але виступають виключно від свого імені, як експерти.

NB: Будь-які тези, що були оголошені на публічному виступі, в кінцевому результаті можуть бути опубліковані в ЗМІ, тому варто оголошувати тези, які матимуть позитивний вплив на репутацію Ініціативи.

8.7. Шаблон для створення бази даних регіональних медіа

Цей шаблон був розроблений спеціально для громадських організацій, що працюють над поширенням інформації про ІПВГ в регіонах. Заповнення цього шаблону має на меті формування бази даних регіональних журналістів.

Перелік контактів регіональних медіа

	<i>Ім'я Прізвище</i>	<i>Назва медіа (посилання на сайт)</i>	<i>Контакти (тел. e-mail)</i>	<i>Коментар (на які теми пише)</i>
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				

*В коментарях також необхідно вказати наступне:

1. Чи журналіст брав участь в конкурсі матеріалів в рамках впровадження комунікаційної стратегії.
2. Чи журналіст брав участь у семінарі для медіа, які проходили у вашому регіоні.