



КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

Ініціативи щодо забезпечення
прозорості у видобувних галузях (ІПВГ)
в Україні на 2026-2028 рр.

Вересень 2025



ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
КЛЮЧОВІ ЦІЛІ КОМУНІКАЦІЇ НА 2026-2028 РР.	4
КОМУНІКАЦІЙНИЙ АУДИТ	6
SWOT-аналіз	6
Аналіз зовнішнього середовища	9
Аналіз цілей комунікаційної стратегії ІПВГ 2019.....	11
МЕТА, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ КОМУНІКАЦІЇ.....	12
Мета комунікації Ініціативи Прозорості Виробничої Галузі в Україні	12
Цілі комунікації ІПВГ в Україні	12
Завдання комунікаційної стратегії ІПВГ	13
ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ	15
Первинна цільова аудиторія.....	15
Вторинна цільова аудиторія	16
КОМУНІКАЦІЙНА МАТРИЦЯ (ЦА-МЕСЕДЖ-КАНАЛ).....	18
КОМУНІКАЦІЙНІ РИЗИКИ.....	20
РЕСУРСИ	22
МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА	24
Якісні та кількісні показники для оцінки комунікаційної діяльності.....	24
Графік моніторингу та інструменти для його проведення.....	25
КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПЛАН НА 2026 РІК.....	27

ВСТУП

Ініціатива щодо забезпечення прозорості у видобувних галузях (ІПВГ) — добровільне об'єднання держав, створене з метою формування принципів та вимог для забезпечення прозорості у сфері видобування нафти, газу та інших корисних копалин, участь у якому від держав беруть представники урядів, а також підприємства, що здійснюють діяльність у видобувних галузях, та неурядові громадські організації;

{Абзац восьмий частини першої статті 1 ЗУ Про ІПВГ, в редакції Закону № 1974-IX від 16.12.2021}

Україна ініціювала приєднання до ІПВГ у 2009 році й відтоді зробила значний поступ: від перших звітів у 2015 році — до сучасного інтерактивного порталу даних. У червні 2025 року країна успішно пройшла третю валідацію за Стандартом ІПВГ 2019 року, одержавши високий бал 85,5 зі 100, що підтверджує сталість реформ в Україні навіть у час війни.

ІПВГ В УКРАЇНІ ВИКОНУЄ КІЛЬКА СТРАТЕГІЧНИХ ФУНКЦІЙ:

- зміцнює довіру між державою, бізнесом і суспільством;
- підвищує прозорість та ефективність управління природними ресурсами;
- сприяє боротьбі з корупцією та зловживаннями;
- створює позитивний імідж та сигнал для інвесторів і міжнародних партнерів.

Впровадження ІПВГ в Україні відбувається на тлі комплексних викликів. Війна росії проти України призвела до втрати частини ресурсно-цінних територій, що ускладнює розвиток видобувної галузі та реалізацію міжнародних угод. Одночасно підписана зі США угода відкриває нові можливості для інвестицій, але потребує прозорості та чіткої комунікації.

Комунікаційна стратегія є ключовим інструментом у реалізації завдань ІПВГ. Вона дозволяє донести до цільових аудиторій цінність Ініціативи, інформувати про втрати та відновлення ресурсів, забезпечити прозорість угод і підвищити довіру до сектору.

Україна опублікувала 10 національних звітів Ініціативи прозорості видобувних галузей (ІПВГ). Останній, 10-й звіт, був затверджений у грудні 2024 року, охоплюючи дані за 2023 рік.

Ці звіти публікуються на офіційному сайті ІПВГ України та доступні для завантаження у форматах PDF. Вони містять детальну інформацію про доходи держави від видобувної галузі, розподіл рентних платежів, а також обсяги видобутку корисних копалин (з тимчасовими обмеженнями на період дії воєнного стану). Звіти доступні для громадськості та можуть бути використані для аналізу прозорості та підзвітності у видобувному секторі України.

Під час роботи над комунікаційною стратегією ІПВГ було здійснено комунікаційний аналіз Міжнародної стратегії ІПВГ 2024-2028, Національних пріоритетів ІПВГ 2024-2026, аналіз комунікаційних спроможностей, проведено комунікаційний воркшоп, у якому взяли участь представники урядових структур, громадських організацій, медіа, експерти з комунікацій та члени багатосторонньої групи з впровадження ІПВГ.

Невіддільною частиною комунікаційної стратегії є комунікаційний план на 2026 рік.

ІПВГ — це національна платформа для діалогу, довіри та партнерства між державою, бізнесом, громадами, медіа, міжнародними організаціями та громадянським суспільством. Мета комунікаційної стратегії — забезпечити відкритість, підзвітність і поінформованість суспільства щодо використання природних ресурсів, а також сприяти залученню всіх ключових стейкхолдерів до прозорого управління природними надрами.

КЛЮЧОВІ ЦІЛІ КОМУНІКАЦІЇ НА 2026-2028 РР.

1. **Підвищення поінформованості** — пояснювати просто, чому прозорість важлива для кожного
2. **Формування довіри** — протидіяти дезінформації та долати упередження
3. **Залучення стейкхолдерів** — створювати умови для діалогу між усіма сторонами
4. **Ресурсна справедливість** — підкреслювати, що ресурси належать суспільству
5. **Підтримка реформ** — демонструвати роль ІПВГ у відновленні та євроінтеграції
6. **Позиціонування ІПВГ** — утвердити як надійний майданчик для співпраці

ІПВГ формує спільну мову для різних учасників процесу — від урядовців і компаній до місцевих громад. Для кожної цільової аудиторії визначено свої ключові повідомлення, які допомагають зрозуміти переваги участі в Ініціативі та цінність прозорості.

Держава формує прозорі та рівні умови ведення бізнесу для всіх компаній, забезпечуючи чесну конкуренцію, дотримання правил гри та ефективну взаємодію між учасниками сектору. Такий підхід підсилює довіру, зменшує ризики конфліктів і сприяє сталому розвитку видобувної галузі на благо громад та економіки країни.

Для видобувних компаній

ІПВГ — це шлях до міжнародних ринків, інвестицій та репутації відповідального бізнесу. Ініціатива не розкриває комерційно чутливої інформації, враховує безпекових аспектів і партнерство заради сталого розвитку громад.

Для місцевих громад у видобувних регіонах

ІПВГ — це інструмент захисту інтересів жителів громад на території яких ведеться видобування та контролю за справедливим використанням доходів від природних ресурсів. Прозорий розподіл рентних платежів означає більше коштів на школи, лікарні та дороги, а відкритість звітності дозволяє відстежувати дотримання екологічних стандартів і залучати інвестиції у громади.

Для центральних органів влади

ІПВГ — це механізм зміцнення державності, антикорупційної політики та євроінтеграції. Вона забезпечує інформування про стан видобувної галузі, необхідну для ухвалення ефективних стратегічних рішень, належного врядування та ресурсної справедливості.

Для органів місцевого самоврядування

ІПВГ сприяє збільшенню доходів місцевих бюджетів, підзвітності влади перед громадою та залученню інвестицій у розвиток територій завдяки відкритій звітності.

Для журналістів і медіа

ІПВГ — це джерело ексклюзивних даних, аналітики та експертних коментарів. Вона допомагає розкривати важливі теми — прозорість, відновлення, воєнний контекст, антикорупцію — та формувати якісну публічну дискусію.

Для регіональної влади

ІПВГ є майданчиком для координації між центром, регіонами та громадами. Прозора інформація про видобувний потенціал дозволяє планувати розвиток і створювати умови для інвесторів.

Для міжнародних партнерів

ІПВГ демонструє, що Україна — надійний партнер у сфері відповідального управління ресурсами навіть в умовах війни. Це також підтвердження, що український досвід може стати прикладом для інших країн.

Для громадських організацій і аналітичних центрів

ІПВГ надає можливість використовувати дані для моніторингу, досліджень і адвокації, а також стати частиною глобальної мережі прозорості ресурсів.

Для студентів і молоді

ІПВГ відкриває простір для нових можливостей: долучитися до реформ, впливати на майбутнє країни та розвиватися у сфері сталого розвитку.

Загальний комунікаційний меседж ІПВГ в Україні

«Прозорість у видобувній галузі — це довіра, розвиток і сила України.

Ключові комунікаційні ризики:

- **Ризики довіри та сприйняття** (скептицизм щодо реальної користі ІПВГ; поширення неправдивої інформації про видобувну галузь; невидимість конкретних результатів для громад).
- **Ризики доступності інформації** (складність технічних звітів для широкої аудиторії; обмежена доступність через пасивність Міненерго; більшість даних закриті через безпекові обмеження).
- **Ризики з боку держави** (пасивна комунікаційна активність Міненерго; ІПВГ не інтегрований в актуальні реформи; часті кадрові зміни в органах влади).
- **Воєнні та кризові ризики** (зниження суспільного інтересу через війну; неможливість комунікувати певні дані через безпеку; брак фінансування через воєнний стан).
- **Організаційні ризики** (відсутність відповідальної особи/підрозділу за комунікації; розпорошеність завдань та втрата фокуса; несистемність виконання стратегії).

Комунікаційну стратегію ІПВГ розроблено в рамках проекту «Комунікаційна підтримка впровадження ІПВГ в Україні». Проект реалізується командою ІПВГ у партнерстві з Міністерством енергетики та громадською організацією «Нова Енергія». Фінансування здійснюється Європейським Союзом через програму Road4EaP, яку впроваджує Ініціатива «Партнерство «Відкритий Уряд» (OGP).

Зміст цього матеріалу є виключною відповідальністю ГО «НОВА Енергія» і жодним чином не відображає позицію Європейського Союзу або Ініціативи «Партнерство «Відкритий уряд».

КОМУНІКАЦІЙНИЙ АУДИТ

SWOT-аналіз

Проаналізувавши комплексно внутрішнє та зовнішнє середовище, можна оцінити ефективність комунікації, визначити внутрішні позитивні сторони, які наближають досягнення стратегічних цілей та зовнішні можливості, які можуть цьому сприяти, а також слабкі сторони, які негативно впливають на динаміку розвитку зсередини, та загрози, на які стримують ззовні.

Сильні сторони	Слабкі сторони
• Наявний актуальний сайт, Портал та сторінка у FB • Можливість публікації на міжнародному сайті • ШІ-асистент на порталі (інноваційне рішення) • Включення ІПВГ у плани Open Government Partnership (OGP) • Проактивне громадянське суспільство, зокрема у напрямі обміну досвідом на міжнародній арені (Publish what you pay) • Аналітичні центри, галузеві асоціації та члени асоціації «Енерготранспарентність» є активними прихильниками та учасниками процесу імплементації EITI в Україні • Участь національних видобувних компаній у БГЗО та їхня підтримка впровадження Стандарту в Україні • Наявність експертів з питань EITI від НУО	• Не створено Національний секретаріат, як орган для координації впровадження вимог Стандарту ІПВГ в Україні. • Комунікації не пріоритетний напрям • Можливість публікації на міжнародному сайті • Відсутній комунікаційний спеціаліст • Міненерго пасивно комунікує про ІПВГ. Загалом складна комунікація з міністерством та держ інституціями (держгеонадра тощо) • Не визначено обсяг коштів, які донори можуть виділити для проведення комунікаційної роботи у регіонах • ІПВГ не прив'язаний до жодної актуальної реформи (антикорупція, критичні мінерали, Ukraine Facility тощо) • Обмежена можливість використання бюджету для реалізації комунікаційних заходів • Більшість галузевих медіа вже не беруть участь у висвітленні тематики EITI • Практично відсутня комунікація з малими видобувними громадами і регіонами також. • Наявність значних бюрократичних перешкод • Складність комунікації по Звіту, оскільки більшість даних закриті. • Дуже широка сфера охоплення ІПВГ, складно збирати інформацію і комунікувати про неї • Жінки у видобувній галузі залишаються «невидимими» у комунікаціях: хоча вони працюють у секторі та громадах, комунікації не враховують внеску жінок, через що їхні потреби, досвід і роль не відображаються у повідомленнях ІПВГ

Можливості	Загрози
- Позитивний імідж України на міжнародній арені - Громади (регіональна влада) зацікавлені у співпраці (у окремих регіонах, Львівщина, створення регіональних БГЗО) - Суспільний інтерес через ресурсну угоду зі США - Сильна коаліція ГО - Підтримка від видобувних компаній на національному рівні - Нейтральна підтримка ІПВГ на парламентському та урядовому рівні, завдяки комітету ВРУ з питань ПЕК. - Обмін досвідом щодо імплементації Ініціативи з представниками країн, які впроваджують EITI. - Прив'язка до тем антикорупції, енергетичного переходу, диверсифікації ланцюгів постачання. - Підтримка донорів у впровадженні Стандарту. - Наявність свого представника в міжнародній ініціативі - Створення окремої державної програми - Потенціал залучення приватних ESG-інвестицій - Зростаючий запит суспільства на прозорість після війни - Технологічні можливості (ШІ для аналізу даних, інтеграція в Дію для подачі звітності, розроблення мобільного застосунку для громадського моніторингу)	- Отримання доступу до даних про видобування є досі складним. Інформація, що має бути у вільному доступі, надається тільки на запит від Міненерго. - Відсутність у громадськості розуміння механізмів використання державою доходів від видобутку корисних копалин в Україні та впливу доходів бюджету від видобувних галузей на розвиток регіонів та економіки в цілому. - Неможливість комунікувати певні дані через війну (баланс між прозорістю та безпекою) - Проблема частих кадрових змін в органах влади. Відсутність відкритих конкурсів - Зниження пріоритетності ІПВГ через війну - Брак фінансування на ІПВГ через війну - Складність інформації та даних про ІПВГ для сприйняття населенням - Компаніям складно комунікувати через обстріли та інші виклики війни. Комунікація з громадами на місцях не пріоритет - Заангажованість медіа - ІПВГ не прив'язаний до жодної актуальної реформи (антикорупція, критичні мінерали, Ukraine Facility тощо) - Поширення дезінформації про видобувну галузь - Ризик втрати даних через технічні збої або атаки - Посилення гендерних стереотипів у видобувній сфері, що обмежуватиме участь жінок у дискусіях, прийнятті рішень та формуванні політик

SWOT-аналіз допомагає не лише ідентифікувати сильні, слабкі сторони, можливості та загрози, а також провести між ними паралелі і з'ясувати, як найкраще використати можливості для мінімізації слабких сторін, а сильні сторони спрямувати проти загроз.

ЗАГРОЗИ → СИЛЬНІ СТОРОНИ

- ✓ **Проблема доступу до даних від Міненерго → Наявність представників нацкомпаній у БГ ІПВГ та підготовлених НУО-експертів** дозволяє створити альтернативні канали отримання інформації та різностороннього адвокатування теми.
- ✓ **Нерозуміння громадськістю механізмів використання доходів → ШІ-асистент на Порталі ІПВГ та активні аналітичні центри** можуть створювати зрозумілі пояснювальні матеріали та інфографіки.
- ✓ **Проблема балансу прозорість/безпека → Можливість публікації на міжнародному сайті** дозволяє розкривати узагальнену інформацію на глобальному рівні, не розкриваючи деталі в Україні. Створення можливості надавати доступ за запитом.
- ✓ **Кадрові зміни в органах влади → Включення ІПВГ у плани ОGP (Ініціативи “Партнерство “Відкритий Уряд”** забезпечує інституційну стабільність незалежно від персональних змін.
- ✓ **Зниження пріоритетності через війну → Проактивне громадянське суспільство та міжнародна співпраця (Publish what you pay)** може підтримувати тему на порядку денному.
- ✓ **Брак фінансування → Активні аналітичні центри та «Енерготранспарентність»** можуть мобілізувати ресурси та волонтерську допомогу.
- ✓ **Заангажованість медіа → Наявність FB-сторінки та власного Порталу ІПВГ** дозволяє прямо комунікувати з аудиторією, обходячи медіа посередників.

СЛАБКІ СТОРОНИ → МОЖЛИВОСТІ

- ✓ **Відсутність Національного секретаріату → Створення окремої державної програми та нейтральна парламентська підтримка** можуть сприяти пришвидшенню його формування.
- ✓ **Комунікації не пріоритет + відсутній комунікаційний спеціаліст → Підтримка донорів** може фінансувати створення спеціалізованої комунікаційної позиції.
- ✓ **Пасивність Міненерго → Суспільний інтерес (через ресурсну угоду зі США тощо)** створює зовнішній тиск на міністерство для активнішої участі.
- ✓ **Невизначеність донорського фінансування для регіонів → Зацікавленість громад у співпраці (Львівщина, регіональні БГ ІПВГ)** може стати пілотом для залучення місцевих ресурсів.
- ✓ **Відсутність прив'язки до актуальних реформ → Можливість прив'язки до антикорупції, енергетичного переходу, диверсифікації ланцюгів** може розв'язати цю проблему.
- ✓ **Обмежений бюджет для комунікацій → Сильна коаліція ГО та підтримка видобувних компаній** може забезпечити співфінансування.
- ✓ **Відсутність участі галузевих ЗМІ → Обмін досвідом з іншими країнами ІПВГ** може надати нові формати роботи з медіа.
- ✓ **Бюрократичні перешкоди → Наявність представника в міжнародній ініціативі** забезпечує зовнішню легітимність для подолання внутрішніх бар'єрів.
- ✓ **Широка сфера охоплення ускладнює комунікацію → Позитивний імідж України на міжнародній арені** дозволяє фокусуватися на ключових меседжах для глобальної аудиторії. А наявність порталу та соцмереж дозволяє розробити окремі блоки та рубрики та покращити комунікацію.

Аналіз зовнішнього середовища

Модель PEST дає змогу розглянути зовнішнє середовище комплексно та врахувати політичний (P), економічний (E), соціальний (S) та технологічний контексти (T).

Можливості	Позитив	Негатив
Політичні фактори (P)		
Воєнний стан в Україні	Воєнний контекст підвищує міжнародну увагу до України — світова спільнота зацікавлена у прозорому управлінні ресурсами	Воєнний стан обмежує прозорість через потреби національної безпеки
Євроінтеграційний курс України	Курс на євроінтеграцію вимагає відповідності європейським стандартам прозорості	Геополітичні ризики — потенційний вплив ворожих держав на інформаційну політику
Міжнародна співпраця	Ресурсна угода з США створює зовнішній тиск на прозорість видобувної галузі Міжнародні ініціативи з критичних мінералів (ЄС, G7) підвищують актуальність теми Підтримка демократичних цінностей західними партнерами включає прозорість як ключовий елемент	Можливі зміни міжнародних пріоритетів при затягуванні війни Нестабільність політичного середовища в країнах-донорах може вплинути на підтримку
Економічні фактори (E)		
Інтеграція у світовий ринок	Зростаюча цінність критичних мінералів на світовому ринку підвищує економічну важливість прозорості ESG-інвестування стає стандартом — міжнародні інвестори вимагають прозорості Програми міжнародної фінансової допомоги (МВФ, Світовий банк) включають вимоги прозорості	Економічна нестабільність через війну знижує інвестиційну привабливість Зростання вартості капіталу ускладнює фінансування проєктів прозорості Можлива зміна донорських пріоритетів через економічні кризи у країнах-донорах
Зростання попиту на альтернативні ланцюги постачання	Диверсифікація ланцюгів постачання після початку війни збільшує попит на прозорі джерела ресурсів Зелений перехід в ЄС потребує прозорих ланцюгів постачання мінералів	Скорочення видобувної діяльності зменшує економічну базу для ІПВГ Інфляція та девальвація впливають на вартість імплементації програм

Соціальні фактори (S)		
Демографічні зміни	Покоління Z та міленіали як рушійна сила вимог до прозорості	Міграційні процеси руйнують локальні спільноти та знижують громадський контроль
Глобалізація та посилення зв'язків	Зростаючі глобальні вимоги до корпоративної відповідальності підвищують увагу до прозорості Зростаюча роль громадянського суспільства в глобальному управлінні (міжнародні НГО, мережі активістів)	Зростаюча поляризація суспільства ускладнює консенсус навколо прозорості Втома від надмірної інформації знижує увагу до спеціалізованих тем
Воєнні наслідки	Міжнародна солідарність з Україною сприяє підтримці демократичних ініціатив	Війна змінює соціальні пріоритети — фокус на виживанні та безпеці
Гендерна рівність та інклюзія	Зростаючі вимоги до рівних можливостей у рамках євроінтеграційного курсу та міжнародних стандартів (SDG 5, ESG, EITI)	Видобувні галузі традиційно сприймаються як «чоловічі» , що робить жінок «невидимими» у комунікаціях і обмежує врахування їхніх потреб
Технологічні фактори (T)		
Розвиток цифрових технологій	Розвиток ШІ та машинного навчання створює нові можливості аналізу даних Хмарні технології знижують вартість зберігання та обробки великих даних Мобільні технології розширюють доступ до інформації в регіонах Відкриті дані та API стають глобальним стандартом	Цифровий розрив між різними регіонами та соціальними групами Швидкі технологічні зміни вимагають постійних інвестицій в оновлення
Виклики пов'язані з поширенням дезінформації та фейків	Блокчейн-технології забезпечують прозорість і незмінність записів	Проблеми кібербезпеки обмежують можливості розкриття даних Дезінформація та deepfake ускладнюють довіру до цифрової інформації

Аналіз цілей комунікаційної стратегії ІПВГ 2019

1. ФОКУС НА ПОІНФОРМОВАНOSTІ КЛЮЧОВИХ ГРУП

- Ціль 2019 року акцентує на тому, щоб члени БГ ІПВГ та ключові стейкхолдери отримували актуальну інформацію.
- Перевага: чітко визначені групи, зосереджені на інформуванні та залученні до суспільного діалогу.
- Обмеження: менше уваги приділено активній участі громад, принципам ресурсної справедливості та партисипації.

2. ЗАЛУЧЕННЯ МІСЦЕВИХ ГРОМАД

- 2019 року підкреслювалось інформування громад про цілі ІПВГ та залучення до діалогу з владою та компаніями.
- Перевага: врахування регіональної специфіки видобувних територій.
- Обмеження: акцент на інформуванні, а не на формуванні справжньої участі та контролю громад за ресурсами.

3. ІНФОРМУВАННЯ ШИРОКОЇ ГРОМАДСЬКОСТІ

- 2019 року стратегія мала на меті дати загальне уявлення про ІПВГ і її значення для країни.
- Обмеження: стратегія була загальною, без конкретики щодо посилення довіри чи протидії дезінформації.

4. ВІДПОВІДАЛЬНЕ ЗАЛУЧЕННЯ КОМПАНІЙ ТА ДЕРЖАВНИХ СТРУКТУР

- Цілі включали залучення компаній та міністерств для кращого розуміння і впровадження ІПВГ.
- Обмеження: не враховувались нові виклики 2025 року, як-то умови війни, відновлення, зниження довіри та нові комунікаційні канали.

Висновок: цілі 2019 року були переважно інформаційними, з меншою увагою до активної взаємодії, ресурсної справедливості, партисипації та адаптації до сучасного контексту.

МЕТА, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ КОМУНІКАЦІЇ

Мета комунікації Ініціативи щодо забезпечення прозорості у видобувних галузях в Україні

Забезпечити прозорість і підзвітність у видобувному секторі шляхом системної та цільової комунікації, яка сприяє зміцненню довіри між державою, бізнесом, громадами та громадянським суспільством, а також підсилює роль України в глобальній ініціативі прозорості в умовах війни та відновлення.

Важливим завданням є формування в Україні платформи ресурсної справедливості — простору, де всі зацікавлені сторони можуть вести відкритий діалог, контролювати використання природних ресурсів і впливати на ухвалення рішень, що визначають добробут громад та сталий розвиток країни.

Комунікаційна стратегія ІПВГ в Україні має на меті забезпечити зрозуміле, послідовне та системне інформування суспільства і стейкхолдерів про процеси, що відбуваються у видобувному секторі. Вона покликана підвищити рівень прозорості та підзвітності галузі, демонструючи її значення для економіки країни, добробуту громад та відновлення України після війни.

Особливе місце відводиться роботі з довірою: пояснювати складні речі простою мовою, долати упередження та протидіяти дезінформації. Важливою є також роль комунікації у формуванні позитивного іміджу України на міжнародному рівні — як держави, що впроваджує високі стандарти управління природними ресурсами та є надійним партнером у глобальній ініціативі прозорості.

Комунікація ІПВГ повинна не лише інформувати, а й залучати громади, бізнес і владу до діалогу та спільного пошуку рішень. Це сприятиме посиленню громадського контролю, зменшенню ризиків закритості чи корупційних практик і водночас підкреслюватиме суспільну цінність видобувних галузей для енергетичної безпеки та інтеграції України до Європейського Союзу.

Цілі комунікації ІПВГ в Україні

1. Підвищення поінформованості та розуміння цінності прозорості

Не лише інформувати про факти й цифри, а пояснювати простими словами, чому прозорість у видобувній галузі важлива для кожного громадянина, як вона впливає на економіку, розвиток громад та міжнародний імідж України.

2. Формування довіри, протидія дезінформації та подолання упереджень (стереотипів)

Забезпечувати відкриту й чесну комунікацію, яка відповідає на суспільні запити, оперативно спростовує фейки та демонструє відповідальність. Завдяки цьому прозорість у сфері природних ресурсів сприйматиметься як запорука безпеки та справедливості

3. Залучення та активізація стейкхолдерів

Створювати умови для діалогу та спільної роботи між державними органами, бізнесом, місцевими громадами та громадянським суспільством. Не обмежуватись одностороннім інформуванням, а розбудовувати комунікацію як взаємний процес, де голос кожної сторони має значення.

4. Сприяння принципам ресурсної справедливості та партисипативного управління

Забезпечити комунікацію, яка підкреслює, що природні ресурси є спільним надбанням суспільства та мають використовуватися в інтересах громадян. Акцентувати на важливості участі громад, бізнесу та органів влади у процесі прийняття рішень і контролю за використанням ресурсів, що сприятиме зміцненню довіри та розвитку доброго врядування.

5. Підтримка реформ та повоєнного відновлення

Наголошувати на ролі прозорого управління ресурсами у післявоєнному відновленні, посиленні енергетичної безпеки, інтеграції України до ЄС. Демонструвати, що ІПВГ є інструментом зміцнення інститутів та впровадження кращих практик врядування

6. Позиціонування ІПВГ як унікальної платформи

Утвердити ІПВГ в Україні як незалежний і надійний майданчик для дискусій, співпраці та ухвалення рішень щодо прозорості й справедливості у видобувній сфері. Показати, що саме тут формується сучасна культура підзвітності та партнерства.

Завдання комунікаційної стратегії ІПВГ

1. Підвищення поінформованості та розуміння цінності прозорості

- 1.1. Забезпечити зростання охоплення офіційних комунікаційних каналів (соцмережі, сайт) щонайменше на 25% щороку.
- 1.2. Забезпечити регулярну публікацію зрозумілих матеріалів (простою мовою про складні аналітичні дані) про ІПВГ (мінімум 1–2 на місяць).
- 1.3. Розробити інтерактивні формати (відео, інфографіка, дайджести) для популяризації даних серед громадян і медіа.

2. Формування довіри, протидія дезінформації та подолання упереджень (стереотипів)

- 2.1. Реагувати на 90% інформаційних маніпуляцій та дезінформації у сфері видобувних галузей протягом 48 годин.
- 2.2. Провести мінімум 2 публічні події (форуми, круглі столи, дискусії), що підкреслюють роль ІПВГ як відкритої платформи.
- 2.3. Опублікувати щонайменше 4 експертні матеріали/аналітичні коментарі з брендом ІПВГ як авторитетного джерела.

3. Залучення та активізація стейкхолдерів

- 3.1. Підтримувати та розвивати співпрацю з основними стейкхолдерами (в т.ч. з НАБУ, САП та іншими держорганами)
- 3.2. Провести щонайменше 5 заходів/тренінгів для громад, медіа, бізнесу представників профільних ВНЗ протягом року.
- 3.3. Створити партнерську мережу регіональних журналістів та ГО, які працюють з даними ІПВГ (не менше 15 учасників).
- 3.4. Розробити освітні матеріали (гайди, короткі курси, інструкції) для різних цільових груп.

4. Сприяння принципам ресурсної справедливості та партисипативного управління

- 4.1. Підвищити обізнаність громадськості про роль ІПВГ у боротьбі з корупцією (опитування — +20% до 2028 року).
- 4.2. Організувати конкурси локальних проєктів, що дозволить громадам використовувати дані звітів для розв'язання локальних проблем, перетворюючи інформацію на реальні дії та підвищуючи участь громад у процесах прозорості.
- 4.3. Запустити окрему рубрику «ІПВГ для громад» з поясненнями, як дані впливають на місцевий розвиток.

5. Підтримка реформ та повоєнного відновлення

- 5.1. Систематично демонструвати зв'язок ІПВГ з іншими глобальними ініціативами (не менше 3 англомовних матеріалів щороку)
- 5.2. Забезпечити присутність представників ІПВГ Україна на ключових міжнародних форумах (OECD, EITI Board, Open Government Partnership тощо).
- 5.3. Розмістити щонайменше 2 спільні публікації з міжнародними партнерами на тему прозорості та відновлення.

6. Позиціонування ІПВГ як унікальної платформи

- 5.1. Систематично демонструвати зв'язок ІПВГ з іншими глобальними ініціативами (не менше 3 англомовних матеріалів щороку)
- 5.2. Забезпечити присутність представників ІПВГ Україна на ключових міжнародних форумах (OECD, EITI Board, Open Government Partnership тощо).
- 5.3. Розмістити щонайменше 2 спільні публікації з міжнародними партнерами на тему прозорості та відновлення.

ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ

Первинна цільова аудиторія

Видобувні компанії (державні та приватні компанії в нафтогазовому, вугільному, залізорудному секторах)

Потреби. Роз'яснення щодо розділення інформації відповідно до стандарту ІПВГ та методологія її збору і аналізу. Консультації та навчання персоналу. Можливість оновлення вимог до звітності. Цифровізація процесів. Зміни в законодавстві, які впливають на взаємодію між владою, ОМС і компаніями.

Бажання. Підвищити ESG-рейтинги для доступу до фінансування. Створити позитивний імідж серед міжнародних партнерів та інвесторів. Отримати конкурентні переваги на ринках ЄС та США. Отримати визнання зусиль з боку регуляторів та суспільства. Мати можливість впливати на формування правил гри.

Страхи. Розкриття комерційної таємниці. використання інформації ворожими силами для атак на об'єкти. Фінансові санкції — покарання за невідповідність або неповне розкриття. Негативне висвітлення в медіа через неправильну інтерпретацію даних

Упередження. Збільшення адміністративного навантаження на працівників компаній через деталізовану звітність. Дублювання інформації тільки за різними формами подання (додаткова бюрократія). Сумніви у здатності держави забезпечити якісний процес. Сприйняття як зовнішній тиск, а не внутрішню потребу. Корупційні ризики — побоювання використання даних для тиску

Місцеві громади видобувних регіонів (жителі громад, активісти, місцеві ініціативні групи, депутати місцевих рад, профспілки)

Потреби. Залучення коштів до бюджету громади. Створення нових робочих місць в громаді. Покращення інфраструктури та підвищення якості послуг. Безпека середовища (відсутність негативного впливу від підприємства). Доступність інформації та можливість участі у прийнятті рішень щодо розвитку громади. Створення прозорого та зрозумілого механізму врегулювання суперечок між компаніями та громадою щодо використання ресурсів.

Бажання. Реалізація внесків від бізнесу, який працює на території громади, на користь громади та для майбутніх поколінь. Мінімізація шкоди довкіллю та збереження природних ресурсів.

Страхи. Закриття шахт/бізнесів, підвищення безробіття у громаді. Необхідність перекваліфікації чи переїзду. Вплив на здоров'я через екологічне забруднення, потенціал екологічної катастрофи. Зростання цін через промислову діяльність.

Упередження. Сприйняття видобувних компаній як експлуататорів. Глибока недовіра до використання бюджетних коштів. Націоналістичні настрої щодо іноземних інвесторів. Недовіра до експертних оцінок, підозра у заангажованості. Скептицизм щодо практичної користі

Центральні органи влади (Міністерства (енергетики, фінансів, економіки, екології) України, Комітети ВРУ, ДПС, Держгеонадра тощо)

Потреби. Відповідність європейським та світовим стандартам для євроінтеграції. Створення привабливого інвестиційного клімату через прозорість. Демонстрація прогресу у боротьбі з корупцією донорам. Достовірні дані для прийняття управлінських рішень.

Бажання. Демонструвати успіхи реформ міжнародним партнерам та електорату. Зберегти контроль над стратегічними галузями економіки. Підвищити ефективність збору доходів від видобувних галузей. Мінімізувати корупційні ризики в системі державного управління. Забезпечити прозорість без шкоди національній безпеці.

Страхи. Критика за недостатню прозорість з боку опозиції та громадськості. Втрата довіри інвесторів через непрозорість або корупційні скандали. Політичні наслідки розкриття негативної інформації про галузь. Атаки на критичну інфраструктуру через опубліковану інформацію. Конфлікти з іншими відомствами через розподіл повноважень. Технічні помилки у звітності, які можуть спричинити скандали.

Упередження. Сприйняття ІПВГ як зайвого адміністративного тягаря. Страх, що відкритість зменшить можливості управління. Переконавання, що деякі дані краще тримати в секреті. Опір іноземному впливу на внутрішні процеси. Сприйняття активістів як джерела проблем. Підозра бізнесу в ухиленні від сплати податків. Страх надмірного впливу великого бізнесу.

Вторинна цільова аудиторія

Міжнародні партнери (EITI International, донори, Світовий банк тощо)

Потреби: стабільність, прозорість у сфері видобутку, гарантії дотримання міжнародних стандартів, системність звітності.

Побажання: незалежна верифікація даних, сталість інституцій, сталість Нацсекретаріату, діалог між урядом, бізнесом й громадськістю.

Страхи: політизація процесу, корупційні ризики, скорочення фінансування, закриття інформації через війну.

Упередження: Україна – країна з нестабільними інституціями та високими ризиками.

Регіональна влада

Потреби: об'єктивна інформація про розподіл коштів, зрозумілі інструменти для планування розвитку територій, доступні аналітичні продукти.

Побажання: більше автономії у використанні даних, навчання та інформування кадрів відповідних департаментів, інструменти для роботи з громадами.

Страхи: критика з боку ЗМІ чи громадськості, звинувачення в неефективності. Упередження: Україна – країна з нестабільними інституціями та високими ризиками.

Упередження: ІПВГ – складна технічна ініціатива, яка не має прямої користі для місцевих проблем.

Органи місцевого самоврядування видобувних громад

Потреби: чітке розуміння переваг ІПВГ, інструменти залучення громадськості, підготовка кадрів, фінансова та консультаційна підтримка.

Побажання: використання ІПВГ як інструменту інвестпривабливості та збільшення бюджетних надходжень, партнерська комунікація з бізнесом і громадами.

Страхи: публічність та відповідальність, негативна реакція населення на відкриті дані, звинувачення у неефективності.

Упередження: ОГС – це «контролери/критикани», прозорість приносить лише проблеми.

Журналісти та медіа

Потреби: швидкий доступ до якісних даних, експертні коментарі, прості пояснення складних процесів.

Побажання: навчання, простота термінології, зрозумілі візуалізації та приклади.

Страхи: складність теми, відсутність спікерів, брак оперативності.

Упередження: ІПВГ – «технічна тема», нецікава широкій аудиторії.

Громадські організації та аналітичні центри

Потреби: доступ до повних і своєчасних даних, навички з аналізу даних, адвокації та комунікації.

Побажання: вплив на прийняття рішень, партнерський діалог з владою й бізнесом.

Страхи: формальне виконання ІПВГ, відсутність реальних змін.

Упередження: ІПВГ – лише про звітність; коло зацікавлених ОГС обмежене, більшість переключилася на гуманітарні теми.

КОМУНІКАЦІЙНА МАТРИЦЯ (ЦА-МЕСЕДЖ-КАНАЛ)

Цільова аудиторія	Комунікаційне повідомлення	Канал комунікації	Формат комунікації
Видобувні компанії (державні та приватні компанії в нафтогазовому, вугільному, залізничному секторах)	- ІПВГ — ваш ключ до міжнародних ринків та інвестицій. - Приєднання до глобальної спільноти відповідальних компаній. - Ви учасники процесу, а не об'єкти контролю. - Гарантуємо захист комерційно чутливої інформації та врахування безпекових потреб. - Партнерство заради сталого розвитку та відновлення громад.	- Медіа - Тематичні заходи - Залучення до БГ ІПВГ - Розсилки - Сайт та соцмережі ІПВГ	- Експертні колонки та інтерв'ю - Аналітичні матеріали - Долучення ІПВГ до нішевих та локальних асоціацій
Місцеві громади видобувних регіонів (жителі громад, активісти, місцеві ініціативні групи, депутати місцевих рад, профспілки)	- ІПВГ - ваш інструмент контролю за справедливим використанням доходів від ваших ресурсів. - Більше коштів на школи, лікарні, дороги через прозорий розподіл рентних платежів. - Контроль за дотриманням екологічних стандартів через відкриту звітність - Підвищення прозорості бізнесу – ключ до залучення нових інвестицій у громаду	- Зустрічі в полях. Пряма комунікація на місцях. - Регіональні та національні заходи. - Соцмережі та локальні групи в месенджерах громад. - Канали ІПВГ - Місцеві, регіональні медіа (Суспільне, паперові газети та інші медіа).	- Брошури, презентації поширені в громаді - Сюжети, інтерв'ю, статті, колонки в медіа - Громадські слухання по ОВД
Центральні органи влади (Міністерства (енергетики, фінансів, економіки, екології) України, Комітети ВРУ, ДПС, Держгеонадра тощо)	- ІПВГ — інструмент зміцнення державності та євроінтеграції України. - ІПВГ – це інструмент формування антикорупційної репутації. - Звіт ІПВГ – це повна картина галузі для прийняття стратегічних рішень. - Відповідність стандартам ЄС для прискорення членства та залучення інвестицій.	- Персональні зустрічі - Профільні заходи - Офіційна комунікація - Канали ІПВГ	- Міжвідомчі наради та робочі групи, зокрема БГ ІПВГ - Офіційні листи та документообіг - Персональні зустрічі з ключовими особами, що приймають рішення - Презентації на засіданнях Кабміну, комітетів ВРУ - Профільні заходи держслужбовців
Органи місцевої влади (ОМС)	- ІПВГ — інструмент збільшення доходів та підзвітності місцевих бюджетів. - Відкрита звітність сприяє залученню інвестицій на розвиток території.	- Особисті контакти - Суміжні заходи	- Регіональні об'єднання ОМС - Цільові візити - Організація ІПВГ заходів у громаді

Журналісти та медіа	- ІПВГ — доступ до ексклюзивних даних, які раніше були недоступні та аналітики. - Актуальність теми: зв'язок з воєнним контекстом, відновленням, антикорупцією. - Доступ до експертного середовища (БГ ІПВГ).	- Прямі контакти - Заходи для медіа - Розсилка	- Організація пресконференцій - Пресрелізи, колонки, статті та інтерв'ю - Воркшоп для медіа «Як писати про видобувну галузь України».
Регіональна влада	- ІПВГ — платформа для координації між центром, регіонами та місцевими громадами. - Повна картина видобувного потенціалу області. - Прозорість як фактор залучення інвесторів до регіону.	- Особисті контакти - Суміжні заходи - Офіційна комунікація	- Цільові візити - Організація ІПВГ заходів у областях - Офіційні листи та документообіг - Регіональні економічні форуми
Міжнародні партнери	- Україна — надійний партнер у сфері відповідального управління ресурсами навіть в умовах війни. - Україна як надійне джерело стратегічних ресурсів для ЄС та США. - ІПВГ як інструмент прозорого використання коштів відновлення - Український досвід як модель для інших країн.	- Міжнародний секретаріат ІПВГ та його канали комунікації - Міжнародні заходи - Міжнародні медіа - Дипломатичні канали	- Міжнародні конференції з ІПВГ та управління ресурсами - Англомовні прес релізи, колонки, статті та інтерв'ю - Комунікація у співпраці з МЗС та іншими ЦОВ
Громадські організації та аналітичні центри	- ІПВГ — платформа для ефективної адвокації та громадського контролю. - Доступ до даних для моніторингу та аналізу. - Можливість стати провідною організацією з прозорості ресурсів. - Зв'язок з глобальною Мережею ресурсної справедливості (Home of Publish What You Pay)	- Заходи - Особисті канали комунікації	- Тематичні та локальні заходи - Робочі групи та наради - Спільні дослідження - Залучення до БГ ІПВГ
Студенти та молодь	- ІПВГ — ваша можливість впливати на майбутнє України вже сьогодні. - Нова сфера з великим потенціалом для професійного зростання.	- Соціальні мережі - Молодіжні заходи	- Хакатони, стажування, кар'єрні форуми, наукові конференції - Подкасти, відео на YouTube, Instagram-активність.

КОМУНІКАЦІЙНІ РИЗИКИ

РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ДОВІРОЮ ТА СПРИЙНЯТТЯМ ГРОМАДСЬКОСТІ

- **Міфи та скептицизм:** Багато людей можуть не вірити, що ІПВГ справді приносить користь. Часто ініціатива сприймається як декларативна або формальна.
- **Поширення неправдивої інформації:** У медіа та соцмережах іноді з'являються помилкові або перекручені дані про видобувну галузь, що підриває довіру до програми.
- **Невидимість результатів:** Якщо громада не бачить конкретних прикладів змін і користі, вона може втратити інтерес та довіру.

Як мінімізувати: Потрібна постійна двостороння комунікація з громадськістю, використання зрозумілих історій успіху та конкретних прикладів, які показують реальну користь ІПВГ для громад. Важливо залучати місцевих лідерів думок та медіа для спростування міфів та поширення достовірної інформації.

РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ДОСТУПНІСТЮ ТА СКЛАДНІСТЮ ІНФОРМАЦІЇ

- **Складність технічної інформації:** Звіти ІПВГ часто містять складні фінансові та операційні дані, які важко зрозуміти
- **Закритість або обмежена доступність:** Недостатня активність міністерств у публікації новин і просуванні Порталу ІПВГ робить інформацію менш доступною.

Як мінімізувати: Спрощувати технічні звіти, використовувати інфографіку, подача складної технічної інформації простими словами, короткі відео у соціальних мережах. Просувати Портал ІПВГ як джерело відкритих даних для демонстрації прозорості та підзвітності.

РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ДЕРЖАВНИМИ ОРГАНАМИ

- **Слабка активність цільового Міністерства енергетики України:** Міністерство обмежено інформує суспільство про тематику ІПВГ, публікує небагато новин і матеріалів, а також не презентує інформацію на ключових заходах, де присутні цільові аудиторії, що обмежує видимість ініціативи та її вплив.
- **Нерозкриття потенціалу ініціативи:** ІПВГ не інтегрують у ширші теми – реформи галузі, Ukraine Facility, енергетичний перехід, екологію тощо

Як мінімізувати: Розробити системний план комунікації, який включає активне інформування про всі аспекти ІПВГ, інтеграцію у ширші реформи та інші програми, а також регулярне оновлення Порталу ІПВГ та сайту.

РИЗИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ВІЙНОЮ ТА КРИЗОВИМИ УМОВАМИ

- **Зниження інтересу та уваги:** Через війну громадяни менше цікавляться питаннями прозорості у видобувній галузі.
- **Страх поширювати інформацію:** В умовах конфлікту люди та організації можуть побоюватися відкрито обговорювати теми, пов'язані з видобувною галуззю.

Як мінімізувати: Важливо регулярно комунікувати з громадськістю, надавати достовірну інформацію про ІПВГ та використовувати офіційний сайт і Портал як основні джерела перевірених даних. Комунікаційну стратегію слід адаптувати до умов війни, забезпечуючи безпечні канали поширення інформації та підтримуючи постійний контакт із цільовими аудиторіями.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ РИЗИКИ

- **Відсутність відповідальної особи чи підрозділу за комунікації.** Це призводить до розпорошеності завдань, втрати фокусу, несистемності у виконанні стратегії та зниження ефективності зовнішньої і внутрішньої взаємодії. Втрачається цілісність процесу: завдання розподіляються між різними людьми, але без координації вони стають фрагментованими, частина активностей може дублюватися, а інша – взагалі випадати з поля зору. Це послаблює ефективність стратегії та робить її виконання формальним, а не системним.

Як мінімізувати: Мінімізувати ризик можна через офіційне призначення відповідального, створення системи (контент план, стандарти, звітність) та забезпечення ресурсної підтримки (навчання, консультанти, бюджет). Це перетворює комунікації з хаотичної функції на структурований і передбачуваний процес.

РЕСУРСИ

Для ефективної реалізації комунікаційної стратегії ІПВГ необхідні такі ресурси:

1. Людські ресурси

- ✓ **Відповідальна особа за комунікації** – координує всю роботу, формує календар активностей, контролює виконання стратегії.
- ✓ **Члени команди ІПВГ** – надають експертний контент, готують коментарі та аналітичні матеріали для медіа.
- ✓ **Зовнішні консультанти** – залучаються для спеціалізованих завдань: кризові комунікації, дизайн, організація масштабних інформаційних кампаній чи заходів.

2. Фінансові ресурси

- ✓ Використовуються для **створення та поширення контенту** (інфографіки, відео, інформаційні матеріали).
- ✓ Покривають витрати на **просування у соціальних мережах**, рекламу та таргетинг.
- ✓ Забезпечують **проведення публічних заходів** (онлайн і офлайн), пресконференцій, круглих столів, конференцій, презентацій Звітів тощо.

3. Технічні ресурси

- ✓ **Вебсайт ІПВГ** – основна платформа для публікації новин і офіційної інформації.
- ✓ **Портал ІПВГ** – унікальне джерело достовірної аналітики та даних ІПВГ
- ✓ **Соціальні мережі (FB)** – інструмент швидкої комунікації з громадськістю, поширення новин та пояснювальних матеріалів.
- ✓ **Онлайн-інструменти моніторингу** ([Google Analytics](#), системи [медіамоніторингу](#)) – для оцінки охоплення та ефективності повідомлень.
- ✓ **База контактів медіа та стейкхолдерів** – для системного інформування та запрошень до участі у заходах.

Допоміжні сервіси.

Задля підвищення якості комунікацій та полегшення операційної роботи спеціалістів з комунікацій рекомендуємо звернути увагу на допоміжні сервіси для роботи.

- ✓ **Перевірка правопису** ([LanguageTool](#); [OnlineCorrector](#) (українська); [Grammarly](#) (англійська)).
- ✓ **Створення зображень та відео** ([Canva](#) (зображення, відео, презентації); [InShot](#) (відео); [Figma](#) (зображення); [Caption](#) (відео та анімація)).
- ✓ **Ресурси, де можна безплатно завантажити стокові фото у гарній якості та легально використовувати їх у комунікаційних продуктах** ([unsplash.com](#); [pixabay.com](#); [pexels.com](#)).
- ✓ **Сайти для пошуку піктограм** ([fonts.google.com/icons](#); [www.iconfinder.com/](#); [iconmonstr.com](#); [flaticon.com](#)).
- ✓ **Сайти для створення QR-коду** ([qrcode-monkey.com](#); [the-qrcode-generator.com](#)).
- ✓ **Робота з текстами за допомогою штучного інтелекту** ([ChatGPT](#); [Gemini](#); [Claude](#)).
- ✓ **Створення зображень за допомогою штучного інтелекту** ([MidJourney](#); [DALL-E](#); [Stable Diffusion](#); [Nvidia Canvas](#)).

- ✓ **Організація роботи всередині команди та планування завдань** ([Trello](#); [Planner](#); [Asana](#)).

4. Організаційні ресурси

- ✓ **Контент план** – дозволяє уникати хаотичності, забезпечує плановість комунікацій.
- ✓ **Внутрішні стандарти комунікації** – внутрішня інформаційна політика, єдині правила стилю, швидкості реагування, форматів повідомлень тощо
- ✓ **Механізми зворотного зв'язку** – опитування, коментарі, зустрічі зі стейкхолдерами для врахування їхніх потреб.
- ✓ **Форма зворотного зв'язку на Порталі ІПВГ** – комунікація з користувачами щодо подання звітності та збору пропозицій з удосконалення процесів роботи Порталу.
- ✓ **Регулярна оцінка результатів** – звітність і моніторинг дають змогу коригувати стратегію та демонструвати ефективність.



МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА

Моніторинг та оцінка результатів є невіддільною частиною успішної реалізації комунікаційної стратегії. Цей процес дозволяє не лише відстежувати прогрес у досягненні поставлених цілей, але й вчасно виявляти проблеми, оптимізувати використання ресурсів та адаптувати стратегію до змінних умов. Регулярний аналіз ефективності комунікаційних заходів забезпечує основу для прийняття обґрунтованих рішень і постійного вдосконалення комунікаційної діяльності громади.

Якісні та кількісні показники для оцінки комунікаційної діяльності

Соцмережі:

- кількість підписників;
- відсоток негативних коментарів від усієї сукупності коментарів;
- тональність коментарів у соцмережах;
- рівень охоплення дописів у соцмережах (охоплення конкретної кампанії у соцмережах);
- рівень залученості аудиторії у соцмережах (лайки, коментарі, поширення);
- кількість позитивних та негативних відгуків про роботу громади у соцмережах.

Сайт:

- кількість унікальних відвідувачів за період;
- кількість переглядів сторінок;
- середня тривалість перегляду сторінки.

Медіа:

- кількість наданих коментарів;
- кількість згадок у медіа;
- тональність згадок у медіа;
- охоплення матеріалів у медіа.

Події:

- кількість відвідувачів події;
- представленість необхідних цільових груп / стейкхолдерів на події (молодь, підприємці, батьки з дітьми тощо);
- кількість відгуків про подію у медіа, соцмережах.

Рівень обізнаності (поінформованості), довіри, зміни поведінки, виконання бажаної дії тощо:

- відсоток мешканців громади, які підтримують та позитивно оцінюють роботу місцевої влади;
- кількість надісланих пропозицій до конкурсу місцевих ініціатив;
- кількість мешканців громади, залучених до обговорень.

Графік моніторингу та інструменти для його проведення

Комунікаційне завдання	Індикатор	Джерело інформації	Очікуваний показник	Частота моніторингу
Підвищити впізнаваність бренду «ІПВГ Україна» серед ключових аудиторій на 30%	- проведене дослідження впізнаваності бренду - проаналізовані результати дослідження - складений план дій для підвищення впізнаваності - ефективно втілений план	- Результати дослідження - Звіт про проведений аналіз - Документ з планом дій - Звіт про ефективність втілення плану	Зростання впізнаваності бренду «ІПВГ Україна» серед ключових аудиторій на 30% до 2028 року	щороку
Забезпечити зростання охоплення офіційних комунікаційних каналів (соцмережі, сайт) щонайменше на 25% щороку	- Охоплення публікацій - Кількість відвідувачів сайту	- Моніторинг публікацій - Статистика відвідувань сайту	Зростання охоплення щонайменше на 25% щороку	щомісячно
Забезпечити регулярну публікацію зрозумілих матеріалів (простою мовою про складні аналітичні дані) про ІПВГ (мінімум 1–2 на місяць)	- Кількість публікацій - Тональність публікацій	Моніторинг публікацій	1-2 дописи на місяць	щомісячно
Розробити інтерактивні формати (відео, інфографіка, дайджести) для популяризації даних серед громадян і медіа (мінімум 1-2 на квартал)	- Кількість публікацій - Формат публікацій	Моніторинг публікацій	1-2 дописи на квартал	щоквартально
Запустити окрему рубрику «ІПВГ для громад» з поясненнями, як дані впливають на місцевий розвиток (мінімум 1 на квартал)	Кількість публікацій	Моніторинг публікацій	1 рубрика на квартал	щоквартально
Провести щонайменше 5 заходів/тренінгів для громад, медіа та бізнесу протягом року	- Кількість організованих заходів - Кількість відвідувачів від бізнесу, медіа, громад в т.ч. жінок та чоловіків - Тональність відгуків - Кількість публікацій в медіа	- Звіти про проведені заходи - Опитування учасників - Моніторинг публікацій	5 заходів на рік. 100+ учасників. Більш як 80 % позитивних відгуків	щоквартально
Створити партнерську мережу регіональних журналістів та ГО, які працюють з даними ІПВГ (не менше 15 учасників)	- Створена мережа - Кількість залучених учасників, в т.ч. жінок та чоловіків	- Опитування учасників - Моніторинг мережі	Залучено принаймні 15 учасників мережі	щорічно
Розробити освітні матеріали (гайди, короткі курси, інструкції) для різних цільових груп (щонайменше 5 матеріалів)	- Кількість розроблених матеріалів - Кількість переглядів матеріалів - Тональність відгуків цільових груп	- Опитування учасників - Моніторинг публікацій - Статистика відвідувань сайту	Створено та розповсюджено 5+ матеріалів до 2028 року	щорічно
Систематично демонструвати зв'язок ІПВГ з іншими глобальними ініціативами (не менше 3 англомовних матеріалів щороку)	- Кількість розроблених матеріалів - Кількість переглядів матеріалів	- Моніторинг публікацій - Статистика відвідувань сайту	Створено та розповсюджено 3+ матеріалів щороку	щорічно

Забезпечити присутність представників ІПВГ Україна на ключових міжнародних форумах (OECD, EITI Board, Open Government Partnership тощо).	- Кількість заходів, у яких взяли участь - Кількість виступів представників України	- Моніторинг участі в заходах - Кількість підготовлених доповідей та презентацій - Кількість нових міжнародних партнерів - Кількість опублікованих звітів про участь у заході	Представники ІПВГ в Україні взяли участь принаймні у 2 міжнародних форумах за рік	щорічно
Розмістити щонайменше 2 спільні публікації з міжнародними партнерами на тему прозорості та відновлення.	- Кількість публікацій - Тематика публікацій	Моніторинг публікацій	2 дописи на рік	щорічно
Підвищити обізнаність громадськості про роль ІПВГ у боротьбі з корупцією (опитування — +20% до 2028 року).	- проведене дослідження обізнаності - проаналізовані результати дослідження - складений план дій для підвищення впізнаваності - ефективно втілений план	- Результати дослідження - Звіт про проведений аналіз - Документ з планом дій - Звіт про ефективність втілення плану	Зростання обізнаності про роль ІПВГ у боротьбі з корупцією на 20% до 2028 року	щороку
Реагувати на 90% інформаційних маніпуляцій та дезінформації у сфері видобувних галузей протягом 48 годин.	- Кількість та вчасність реагування - Результативність реагування - Створений антикризовий план комунікації - Проведені тренінги з антикризових комунікацій для команди та ключових спікерів	- Моніторинг публікацій - Моніторинг загадок у медіа та соцмережах - Звіт про проведення тренінгів - Документ з антикризовим планом	Відреаговано на 90% маніпуляцій та дезінформації у сфері видобувних галузей	щотижнево/ щорічно
Налагодити діалог між основними стейкхолдерами	- Кількість надісланих дайджестів новин для стейкхолдерів від ІПВГ - Кількість спільних нарад та робочих зустрічей	Моніторинг регулярності комунікації	Щонайменше 1 дайджест та 1 зустріч на місяць	щомісячно
Забезпечити регулярне висвітлення роботи Багатосторонньої групи з впровадження ІПВГ (щонайменше 4 публікації про результати засідання на рік)	- Кількість публікацій - Тематика публікацій	Моніторинг публікацій	4 дописи на рік	щорічно
Провести мінімум 2 публічні події (форуми, круглі столи, дискусії), що підкреслюють роль ІПВГ як відкритої платформи	- Кількість організованих заходів - Кількість відвідувачів, в т.ч. жінок та чоловіків - Тональність відгуків - Кількість публікацій в медіа	- Звіти про проведені заходи - Опитування учасників - Моніторинг публікацій	2 заходи на рік. 100+ учасників. Більш як 80 % позитивних відгуків	щоквартально
Опублікувати щонайменше 4 експертні матеріали/аналітичні коментарі в медіа з брендом ІПВГ як авторитетного джерела	- Кількість матеріалів - Тональність коментарів	Моніторинг згадок у медіа	4+експертні матеріали/аналітичні коментарі в медіа на рік	щоквартально

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПЛАН НА 2026 РІК

Комунікаційне завдання	Операційне завдання	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	Індикатори	Відповідальні
Ціль 1. Підвищення поінформованості та розуміння цінності прозорості							
1.1. Забезпечити зростання охоплення офіційних комунікаційних каналів (соцмережі, сайт) щонайменше на 25% щороку	Розробити ТЗ для технологічного оновлення Порталу ІПВГ Забезпечити сталий моніторинг та оцінку комунікаційної діяльності					- проведення стратегічної сесії з розвитку Порталу ІПВГ - проведення онлайн тренінгів для користувачів Порталу ІПВГ - розроблено ТЗ для технологічного оновлення Порталу ІПВГ - розроблена форма (таблиця тощо) моніторингу - щомісячний моніторинг та оновлення даних форми - проведення щоквартального аналізу	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
1.2. Забезпечити регулярну публікацію зрозумілих матеріалів (простою мовою про складні аналітичні дані) про ІПВГ (мінімум 1–2 на місяць)	Розробити контент-план на місяць, актуалізувати його щотижня					- розроблений контент-план на тиждень/місяць - створені та опубліковані публікації принаймні 1-2 публікації на місяць	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
1.3. Розробити інтерактивні формати (відео, інфографіка, дайджести) для популяризації даних серед громадян і медіа (мінімум 1-2 на квартал)	Розробити контент-план на місяць, актуалізувати його щотижня					- розроблений контент-план на тиждень/місяць - створені та опубліковані публікації принаймні 1-2 публікації на квартал	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
Ціль 2. Формування довіри, протидія дезінформації та подолання упереджень (стереотипів)							
2.2.Провести мінімум 2 публічні події (форуми, круглі столи, дискусії), що підкреслюють роль ІПВГ як відкритої платформи	Розробити план та тематику заходів та включити ці події до календаря запланованих заходів на рік					- розроблені плани та тематика заходів - включення заходів до календаря запланованих заходів	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
2.3.Опублікувати щонайменше 4 експертні матеріали/аналітичні	Визначити тематику матеріалів та експертів. Провести пітчинг матеріалів для медіа.					- проведена комунікація з медіа - опубліковано принаймні 1 матеріал на квартал	Національний секретаріат ІПВГ в Україні

Ціль 3. Залучення та активізація стейкхолдерів

3.1. Підтримувати та розвивати співпрацю з основними стейкхолдерами (в т.ч. з НАБУ, САП та іншими держорганами)	Провести сайт-івені на різні тематики під час заходів в рамках впровадження ІПВГ (засідань БГ ІПВГ, форумів, презентацій тощо)					- проведені спільні заходи - розроблений план та процедура	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
3.2. Провести щонайменше 5 заходів/тренінгів для громад, медіа та бізнесу протягом року	Розробити та втілити календар запланованих заходів на квартал та рік відповідно до цілей ІПВГ в Україні для різних цільових аудиторій					- розроблений план заходів - проведено принаймні 1-2 заходи на квартал для різних цільових аудиторій	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
3.3. Розробити освітні матеріали (гайди, короткі курси, інструкції) для різних цільових груп (щонайменше 5 матеріалів)	Розробити детальний план освітніх матеріалів для різних цільових груп					розроблений план	Національний секретаріат ІПВГ в Україні

Ціль 4. Підтримка реформ та повосного відновлення

4.1. Систематично демонструвати зв'язок ІПВГ з іншими глобальними ініціативами (не менше 3 англomовних матеріалів щороку)	Включити висвітлення зв'язку ІПВГ з іншими ініціативами у контент-план					створені публікації на сайті та у соцмережах	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
4.2. Сприяти презентації про досвід імплементації ІПВГ в Україні на ключових міжнародних форумах (OECD, EITI Board, Open Government Partnership тощо).	Проводити моніторинг ключових міжнародних подій та знаходити можливості для участі в них					- участь у подіях - публікації про участь	Національний секретаріат ІПВГ в Україні
4.3. Розмістити щонайменше 2 спільні публікації з міжнародними партнерами на тему прозорості та відновлення.	Домовитися з партнерами про спільні інфоприводи та інфовиходи у 2027					домовленості з партнерами	Національний секретаріат ІПВГ в Україн

Ціль 5. Позиціонування ІПВГ як унікальної платформи

5.1. Підвищити впізнаваність бренду «ІПВГ Україна» серед ключових аудиторій на 30%	Провести кількісне та якісне дослідження впізнаваності бренду залучивши ключову аудиторію.					- проведене дослідження впізнаваності бренду - залучені представники ключових аудиторій - проаналізовані результати дослідження - складений план дій для підвищення впізнаваності	Національний секретаріат ІПВГ в Україн
5.2. Забезпечити регулярне висвітлення роботи Багатосторонньої групи з впровадження ІПВГ (щонайменше 4 публікації про результати засідання на рік)	Включити висвітлення роботи Багатосторонньої групи з впровадження ІПВГ у контент-план					створені публікації на сайті та у соцмережах принаймні 1 раз на квартал	Національний секретаріат ІПВГ в Україні