



Національний
банк України

Основні положення Стратегії комунікацій Національного банку України

Чому комунікації важливі для Національного банку України?

- Національний банк відповідно до своєї візії – сучасний, відкритий і незалежний центральний банк, який має довіру суспільства та інтегрований до європейської спільноти центробанків. Таке бачення обумовлює надання стратегічного значення системній, зрозумілій і проактивній комунікації банку з цільовими аудиторіями.
- Національний банк визнає комунікації невід’ємною частиною своєї діяльності та запорукою ефективної реалізації своєї політики, спрямованої на досягнення цілей, встановлених стратегією Національного банку.
- За допомогою комунікацій Національний банк забезпечує побудову довіри до свого інституту як до відкритого, незалежного, компетентного та ефективного регулятора та сприяє реалізації мандату і місії Національного банку.
- Національний банк є оператором та проактивним учасником ринку економічної та фінансової інформації. Тому він також використовує комунікації для мінімізації інформаційної асиметрії в економіці шляхом забезпечення цільовим аудиторіям доступу до інформації, необхідної для прийняття поінформованих рішень.

30 жовтня 2018 року Правління НБУ схвалило нову Стратегію комунікацій, яка є основою інформаційної взаємодії банку із суспільством та іншими цільовими аудиторіями

Стратегія комунікацій є основою інформаційної взаємодії НБУ із суспільством та іншими цільовими аудиторіями. Які її цілі?

1. ЗМІЦНИТИ ДОВІРУ

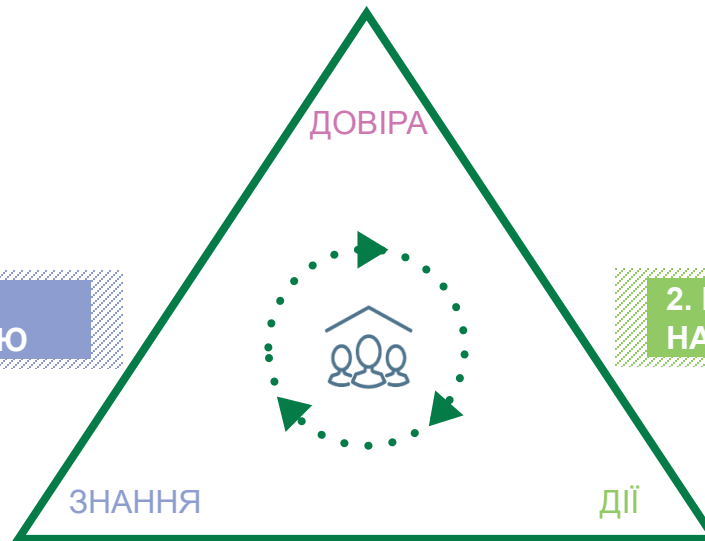
Сформувати ставлення до НБУ як до відкритого, незалежного, компетентного та ефективного регулятора з метою збереження незалежності НБУ, підвищення ефективності його політики та створення необхідної передумови для зміцнення довіри до національної грошової одиниці і банківського сектору

3. МІНІМІЗУВАТИ ІНФОРМАЦІЙНУ АСИМЕТРІЮ

Знизити рівень невизначеності в економіці шляхом забезпечення доступу до інформації, необхідної для прийняття поінформованих рішень

2. МАКСИМІЗУВАТИ ВПЛИВ НА ПОВЕДІНКУ

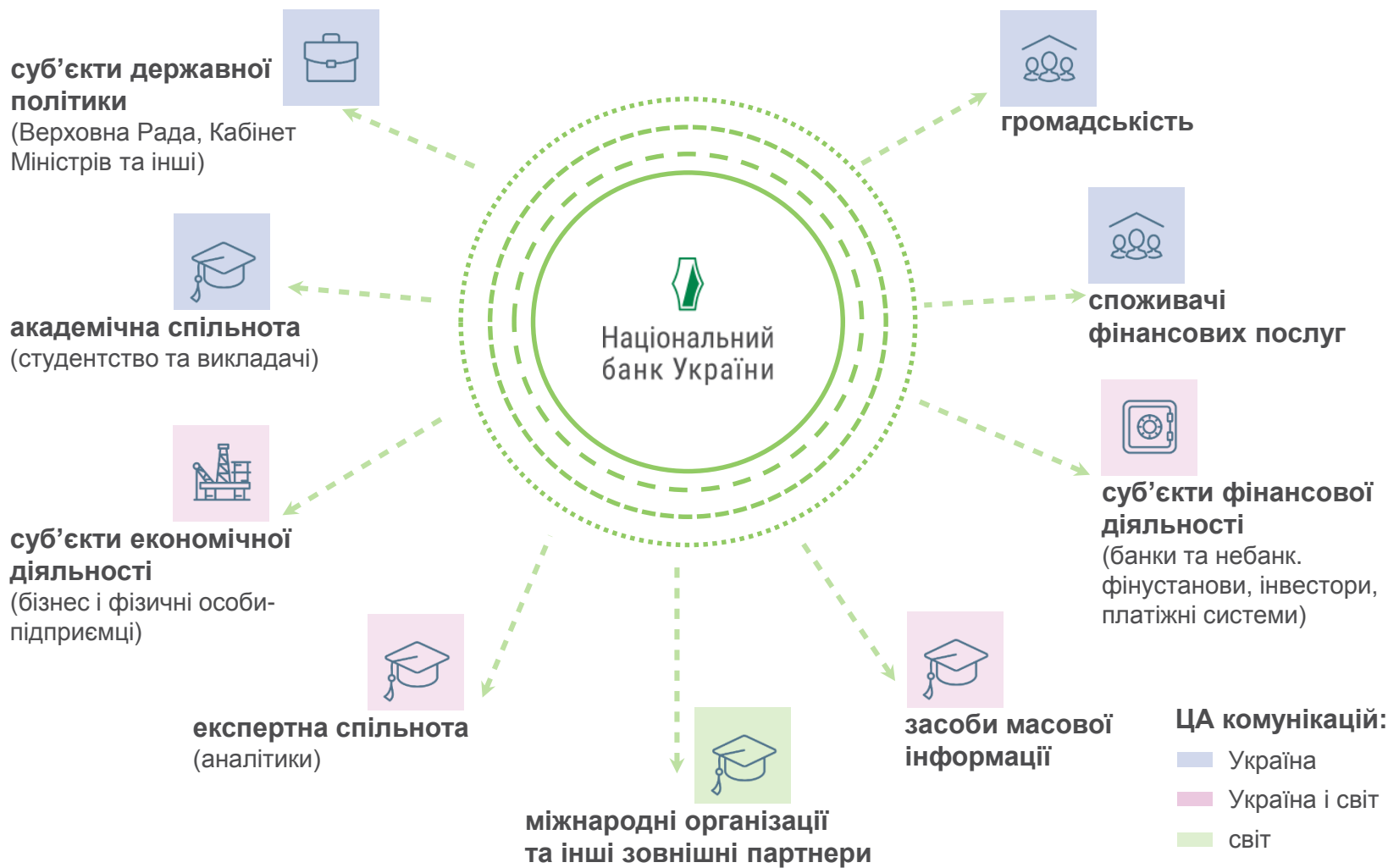
Сформувати розуміння щодо Мандату і політики НБУ, управляти очікуваннями та створити розвинуту культуру споживання фінансових послуг в Україні



Якими принципами керується НБУ в комунікаціях?

- **ефективна прозорість** – ми надаємо клієнтам Національного банку інформацію для прийняття ними поінформованих рішень, а також є відкритими до критики;
- **інтегрованість** – ми здійснюємо комунікації системно, скоординовано та сплановано;
- **збалансованість** – ми забезпечуємо комунікації за усіма напрямками діяльності Національного банку;
- **таргетованість** – ми обираємо повідомлення, канали та інструменти комунікацій в залежності від особливостей кожної з цільових аудиторій;
- **доступність сприйняття** – ми надаємо інформацію легкою для сприйняття мовою, зрозумілою цільовим аудиторіям;
- **послідовність** – ми забезпечуємо послідовний розвиток повідомлень;
- **політика «єдиного голосу»** – ми дотримуємось єдиної позиції та уникаємо розбіжностей і неузгодженості в комунікаціях;
- **проактивність** – ми проводимо комунікації з урахуванням потенційних майбутніх ризиків, потреб та змін і в такий спосіб самостійно формуємо інформаційне поле;
- **орієнтованість на майбутнє** – ми формуємо очікування цільових аудиторій щодо подальшої політики НБУ;
- **відповідальність** – ми публічно визнаємо помилки у політиці регулятора, пояснюємо причини невдач політики та інформуємо про шляхи вирішення проблем;
- **нейтральність** – у своїх комунікаціях ми поза політикою і здійснюємо комунікації щодо рішень інших суб'єктів державної влади лише в якості факторів, які НБУ враховує при прийнятті рішень.
- **регулярність** – ми здійснюємо систематичне оприлюднення інформації із постійною, заздалегідь визначеною та публічно встановленою періодичністю;
- **рівний доступ** – ми забезпечуємо однаковий доступ до публічної інформації про політику НБУ для всіх цільових аудиторій;
- **зворотній зв'язок** – ми будуємо двосторонні взаємовідносини з цільовими аудиторіями;
- **підзвітність** – ми як державна інституція публічно відповідаємо за результати діяльності НБУ перед громадськістю як ключовою цільовою аудиторією.

Цільові аудиторії комунікацій НБУ



Якими є основні канали комунікацій Національного банку?



Основний канал: www.bank.gov.ua

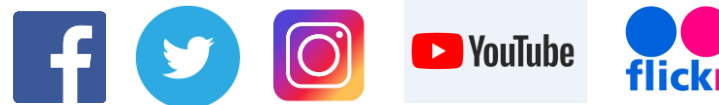
Єдина платформа для первинного оприлюднення нормативно-правових актів та первинної офіційної комунікації НБУ

Інші традиційні канали:

- ЗМІ,
- публічні заходи,
- експерти.

Недолік: вузька професійна аудиторія, низький рівень охоплення громадськості

Альтернативні комунікаційні канали:



Перевага: прямий доступ до громадськості без посередників

Інші альтернативні комунікаційні канали:

- з метою ширшого охоплення цільових аудиторій – канали дистанційних комунікацій (пряма розсилка, онлайн чати для отримання запитань від ЗМІ під час публічних заходів та інші);
- з метою забезпечення зворотного зв'язку – канали двосторонніх комунікацій (фокус-групи, опитування та інші);
- з метою підвищення ефективності інформаційних кампаній – тематичні спеціалізовані онлайн ресурси.

Як інструменти використовує НБУ для своїх комунікацій?

Основні комунікаційні інструменти НБУ є наступними:

- прес-релізи, коментарі, інформаційні повідомлення, Q&A та factcheck;
- друковані та електронні видання, звіти (річний, Інфляційний звіт, Звіт про фінансову стабільність), інші регулярні та нерегулярні публікації, а також офіційні інформаційно-статистичні продукти;
- звітні доповіді перед Президентом України та Верховною Радою України, у тому числі Комітетом Верховної Ради України з питань фінансів і банківської діяльності та інших профільних комітетів, а також Радою Національного банку;
- публічні заходи для ЗМІ (on record: прес-конференції, прес-брифінги, інформаційні дні тощо);
- зустрічі, семінари, конференції та інші публічні заходи для цільових аудиторій, які не належать до ЗМІ (аналітики, бізнес, банки тощо);
- заходи з обмеженим поширенням інформації* («режим тиші», off record, ембарго);
- виступи на зовнішніх публічних заходах для ЗМІ та інших цільових аудиторій;
- освітні заходи (лекції, екскурсії, онлайн курси, конкурси тощо).
- інструменти дистанційних комунікацій (онлайн трансляція, онлайн чат для прийому питань під час прес-брифінгів, конференц коли з іноземними аналітиками тощо);
- статті, інтерв'ю, колонки та інші види інформаційних матеріалів у ЗМІ та на онлайн ресурсах Національного банку;
- візуальні матеріали (презентації, інфографіки, фото та відео тощо);
- аудіо матеріали** (подкасти тощо);
- відповіді на запити ЗМІ.

* відповідно до провідних практик центральних банків і міжнародних фінансових організацій

** перший випуск планується на 2-е півріччя 2019 р.

Ключові комунікаційні рішення: Національний банк як...

- **...медіа**

НБУ виступає як оператор інформації та проактивний учасник ринку економічної та фінансової інформації на рівні із ЗМІ та забезпечує цільовим аудиторіям доступ до інформації, необхідної для прийняття поінформованих рішень, у адаптованій для них формі насамперед напряду через власні канали.

- **...центр експертизи**

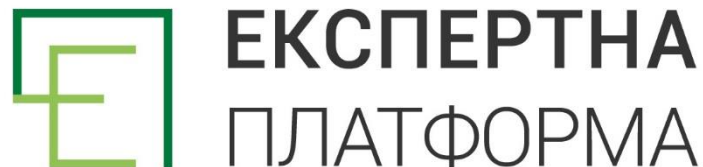
НБУ розвиває свою роль центру експертизи у площині економіки, фінансів та відповідної державної політики в Україні та на міжнародному рівні. Для цього НБУ здійснює комунікації, які мають нейтральний експертний характер і ґрунтуються на глибокому аналізі та дослідженнях, а також розвиває використання аналітичних продуктів та досліджень у зовнішніх комунікаціях та поглиблює взаємовідносини з цільовими аудиторіями.

- **...лідер з підвищення фінансової грамотності**

НБУ спрямовує комунікації на формування розвинутої культури споживання фінансових послуг в Україні шляхом створення та реалізації Національної стратегії фінансової грамотності, яка вплине на поведінку населення через формування звички та культуру споживання фінансових послуг та задоволення їх потреби у фінансовій захищеності.

З початку 2019 року запрацювала Експертна платформа НБУ

- Експертна платформа НБУ – комунікаційний майданчик, що об'єднує фахівців банку із великим багажем знань у різних галузях економіки та фінансів.



- На відміну від звичних комунікацій Національного банку, Експертна платформа – це не офіційний голос НБУ і не джерело новин про політику Правління.
- Це — голос аналітиків та дослідників, які цікавляться економікою та фінансами, полюбляють ретельно вивчати міжнародний досвід, шукати пояснення і будувати моделі та готові збагатити український експертний ринок своїми дослідженнями та аналітикою за широким спектром економічних та фінансових питань.

TRUST

INCLUSION

PROACTIVENESS

SHARING

ACCUMULATION

INSPIRATION

Очікувані результати реалізації Стратегії комунікацій НБУ

- Громадськість та інші цільові аудиторії знають і розуміють мандат, місію та стратегічні цілі Національного банку. Вони **довіряють** Національному банку як **відкритому, незалежному** та **компетентному** регулятору, який реалізує правильну політику, необхідну для забезпечення цінової та фінансової стабільності в Україні та реалізації стратегічних цілей.
- Завдяки отриманню оперативної, достовірної та повної інформації про діяльність Національного банку громадськість та інші цільові аудиторії **розуміють** в цілому цілі, характер та логіку політики і рішень Національного банку та ставляться до них нейтрально і позитивно.
- Реалізація стратегії комунікацій дає змогу **знижити рівень невизначеності** в економіці, наділяючи цільові аудиторії знаннями про економіку та фінанси та формуючи у них очікування, які відповідають цілям політики Національного банку. Відтак, за допомогою комунікацій Національний банк створює умови для **прийняття поінформованих рішень** цільовими аудиторіями та, як наслідок, сприяє досягненню стратегічних цілей Національного банку.
- Розробка та реалізація Національної стратегії фінансової грамотності сприяє підвищенню **залученості споживачів до фінансової системи** як однієї з складових стратегічної цілі з фінансової інклюзії. Підвищення фінансової грамотності населення дає змогу прискорити процес реформування банківського сектору, підтримати тенденцію до зниження частки готівкових розрахунків, знизити валютні ризики для громадян, дає підґрунтя для правильного прийняття інвестиційних та інших фінансових рішень.

Яким ми бачимо бренд Національного банку України?

Згідно Стратегії комунікацій, цільовими характеристиками бренду банку є його сприйняття як:

- **сучасної незалежної** інституції;
- **лідера реформ** державного сектору в Україні;
- **ефективного** центрального банку, який забезпечує цінову та фінансову стабільність і, таким чином, сприяє економічному зростанню;
- **архітектора** фінансового сектору;
- **відкритого** та **прозорого** регулятора в частині реалізації політики та прийняття рішень;
- **компетентного** центрального банку, керівництво та працівники якого є професіоналами і володіють необхідними знаннями і вміннями для забезпечення цінової та фінансової стабільності;
- **центру експертизи** у площині економіки, фінансів та відповідної державної політики в Україні та на міжнародному рівні;
- **клієнтоорієнтованого** постачальника послуг для банків та інших стейкхолдерів;
- **технологічного** та **інноваційного** центрального банку, готового до створення сприятливих умов та запровадження провідних фінансових технологій;
- **лідера з розвитку фінансової грамотності** населення;
- державної інституції, в якій прагнуть працювати **високопрофесійні фахівці** (бренд роботодавця).