



ПОЛІСЬКИЙ ФОНД МІЖНАРОДНИХ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПЛАН

на 2026-2027 роки

Робочий план імплементації Комунікаційної стратегії Поліського фонду на 2026-2028 роки
узгоджений з Оперативним планом впровадження Стратегії розвитку Фонду на 2026-2027 роки

1. Призначення документа

Цей документ є робочим планом імплементації Комунікаційної стратегії Поліського фонду на 2026-2028 роки. Він не замінює стратегію, а операціоналізує її – переводить цілі та принципи у конкретні активності з визначеними строками, відповідальними та індикаторами виконання.

Документ використовується щодня і щотижня – комунікаційним менеджером для планування контенту та активностей, проектними менеджерами для координації, президентом – для контролю прогресу. Він синхронізований із Оперативним планом впровадження Стратегії розвитку Фонду на 2026-2027 роки: кожна активність плану посиляється на відповідне завдання Оперативного плану.

Зв'язок документа з іншими документами Фонду:

- **Комунікаційна стратегія на 2026-2028 роки** задає цілі, аудиторії, канали, контентну логіку, моделі (OOOI, COM-B, PESO) та показники результативності. Цей план – її виконавчий рівень;
- **Стратегія розвитку Фонду на 2026-2028 роки** задає стратегічні та оперативні цілі організації. Активності цього плану обслуговують насамперед СЦ 3 «Розвиток зовнішніх відносин», а також підсилюють СЦ 1 та СЦ 2;
- **Оперативний план впровадження Стратегії на 2026-2027 роки** задає завдання організації загалом; цей комунікаційний план виконує комунікаційну складову відповідних завдань.

План побудовано за принципами, що впливають із комунікаційної стратегії та з реалій ресурсного забезпечення Фонду.

- **Активність прив'язана до цілі.** Кожна активність плану має чітке зазначення комунікаційної цілі, на досягнення якої вона спрямована (Ціль 1 – громади; Ціль 2 – донори; Ціль 3 – політика та експертна репутація; Ціль 4 – видимість продуктів; наскрізні – обслуговують усі цілі).
- **Активність прив'язана до завдання Оперативного плану.** Окрема колонка містить номер завдання Оперативного плану впровадження Стратегії Фонду. Це гарантує, що активності плану корелюють з організаційним плануванням.
- **Активність має індикатор виконання.** Для кожної активності задано кількісний та/або якісний індикатор. Кількісні – конкретні числові орієнтири, якісні – підтверджені факти результату.
- **План охоплює період з III кв. 2026 року.** Завдання I–II кв. 2026 року виконані або тривають у поточному режимі, тому план зосереджено на наступних шести кварталах – від запуску цифрових каналів до повторного дослідження сприйняття стейкхолдерами.
- **План є робочим документом, що оновлюється.** Перегляд – щокварталу за результатами щоквартального огляду прогресу. Конкретні числові орієнтири індикаторів уточнюються в межах щоквартального циклу.

План складається з трьох частин:

- Наскрізнi активностi – повторюванi активностi, що тривають упродовж усього періоду плану.
- Активностi на 2026 рік (з III кв.) – конкретні разові та періодичні активностi у 2026 році.
- Активностi на 2027 рік – конкретні разові та періодичні активностi у 2027 році.

Після таблиць подано візуальний графік реалізації плану (діаграма Ганта з відмітками точкових активностей) – для оперативної координації та контролю прогресу.

2. Як читати таблиці плану

Усі три таблиці плану побудовані за єдиною структурою. Нижче – пояснення колонок.

- **Період.** Квартал або місяць, упродовж якого активність виконується. У таблиці наскрізних активностей цієї колонки немає – вони тривають увесь період плану.
- **Активність та формат.** Що конкретно має бути зроблено, у якому форматі.
- **Ціль стратегії.** Номер комунікаційної цілі (1, 2, 3, 4) або позначка «Наскрізне». Це дозволяє швидко зрозуміти, для досягнення якої цілі стратегії спрямована активність.
- **Завдання стратегії.** Стисле формулювання конкретного завдання комунікаційної стратегії, яке виконує ця активність.
- **Опер. план.** Номер відповідного завдання Оперативного плану впровадження Стратегії розвитку Фонду на 2026–2027 роки.
- **Індикатор виконання.** Кількісний та/або якісний індикатор досягнення результату активності.
- **Відповідальні.** Хто з виконавчого ядра Фонду відповідає за виконання активності.

Кольорове маркування цілей. У таблицях колонка «Ціль» має кольорове маркування: блакитне – Ціль 1 (громади), зелене – Ціль 2 (донори), бежеве – Ціль 3 (політика та експертна репутація), фіолетове – Ціль 4 (видимість продуктів), сіре – наскрізні активності.

3. Наскрізнi активностi

Наскрізнi активностi – це повторюванi напрями роботи, що тривають упродовж усього періоду плану (з III кварталу 2026 року до кінця 2027 року). Вони складають «фон» комунікаційної роботи, на якому виконуються конкретні разові активності.

Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
Регулярне виробництво та публікація контенту за рубриками (історії впливу, пояснення, коментарі, дані, партнерські матеріали) у Telegram, Facebook, Instagram, на сайті	1,3,4	Регулярний контент за рубриками для цифрових каналів	Цілі 1,3,4	Кількісний: не менше 12-16 публікацій на місяць сукупно по каналах; щонайменше 1 історія впливу на місяць. Якісний: дотримано рубрикатор і єдиний стиль	Комунікаційний менеджер, профільні експерти
Розробка та впровадження планів комунікації для 5-7 цільових груп широкої громадськості	1	Плани комунікації для пріоритетних аудиторій	3.4.1	Кількісний: розроблено 5-7 планів. Якісний: плани затверджено та запущено у виконання	Комунікаційний менеджер

Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
Комунікаційний супровід проактивних проєктних пропозицій (до 10 щороку)	2	Комунікація з донорами та фандрейзинг	3.3.2	Кількісний: комунікаційно супроводжено до 10 пропозицій щороку. Якісний: кожна пропозиція має готовий пакет матеріалів	Комунікаційний менеджер, проєктні менеджери
Щоквартальний медіамоніторинг публікацій про Фонд з аналізом впливу на імідж	Н	Інструмент моніторингу медіа-простору	3.4.4	Кількісний: 4 звіти медіамоніторингу на рік. Якісний: відстежено динаміку кількості та тональності згадок	Комунікаційний менеджер
Щомісячна та щоквартальна звітність про комунікаційні показники результативності	Н	Моніторинг і оцінювання реалізації стратегії	Розділ 10 стратегії	Кількісний: 12 місячних довідок і 4 квартальні огляди на рік. Якісний: рішення про коригування плану ухвалюються на основі звітів	Комунікаційний менеджер

4. Активності на 2026 рік (з III кварталу)

Активності на 2026 рік зосереджено на запуску інфраструктури комунікаційної роботи: цифрові канали, мапа стейкхолдерів, дослідження сприйняття як точка відліку, перші плани комунікації з донорами, перший пакет матеріалів про Фонд.

Період	Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
III кв.	Запуск пріоритетних цифрових каналів – Telegram та Instagram; системне оживлення Facebook; впровадження єдиного візуального стилю на основі бренд-буку	1	Запуск і розвиток цифрових каналів	Ціль 1	Кількісний: запущено 2 нові канали (Telegram, Instagram); не менше 8 публікацій у кожному до кінця кварталу. Якісний: канали оформлено за бренд-буком	Комунікаційний менеджер, менеджер цифрового розвитку
III кв.	Завершення побудови мапи ключових заінтересованих сторін	Н	Підтримка планування комунікації з ЦА	3.1.1	Кількісний: мапа охоплює всі 9 цільових аудиторій. Якісний: мапу затверджено та використано для планування	Комунікаційний менеджер
III кв.	Завершення формування 5 індивідуальних планів комунікації для стратегічно важливих донорів (зокрема закордонних)	2	Підтримка фандрейзингу через індивідуальні плани	3.3.1	Кількісний: розроблено 5 планів. Якісний: плани узгоджено з проєктними менеджерами та запущено	Проєктні менеджери, комунікаційний менеджер
III–IV кв.	Участь у розробці та впровадженні CRM-системи (комунікаційна складова – облік взаємодії зі стейкхолдерами)	2	Інструмент роботи з донорами та партнерами	3.4.2	Кількісний: до CRM внесено базовий контактний масив стейкхолдерів. Якісний: налаштовано облік комунікаційної взаємодії	Менеджер цифрового розвитку, проєктні менеджери, комунікаційний менеджер

Період	Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
III–IV кв.	Інформування працівників, експертів і стейкхолдерів про оновлені організаційні політики	Н	Внутрішня комунікація політик Фонду	1.1.2	Кількісний: проведено щонайменше 1 інформування для команди та 1 зовнішню розсилку. Якісний: ключові стейкхолдери ознайомлені з політиками	Президент, комунікаційний менеджер
IV кв.	Дослідження сприйняття Фонду стейкхолдерами (перший вимір – точка відліку)	Н	Базовий замір для всіх якісних показників	3.1.2	Кількісний: опитано визначену вибірку стейкхолдерів. Якісний: зафіксовано базові показники сприйняття як точку відліку	Комунікаційний менеджер, залучений дослідник
IV кв.	Участь у розробці методології адвокаційної діяльності	3	Системний інструмент впливу на політику	3.1.3	Якісний: комунікаційний компонент методології розроблено та інтегровано в підсумковий документ	Залучений експерт, комунікаційний менеджер
IV кв.	Формування бази даних партнерських організацій АРАЦ (комунікаційна складова)	3	Підготовка до перезапуску мережі АРАЦ	3.2.1	Кількісний: база охоплює всі чинні організації-учасниці АРАЦ. Якісний: внесено контакти та комунікаційні канали кожної	Проектні менеджери, комунікаційний менеджер
IV кв.	Оновлений «пакет матеріалів про Фонд», зокрема англomовний	2, 4	Базовий комунікаційний інструмент для донорів і продуктів	Цілі 2,4	Кількісний: підготовлено пакет у 2 мовних версіях (укр., англ.). Якісний: матеріали оформлено за бренд-буком і придатні для донорів	Комунікаційний менеджер

5. Активності на 2027 рік

Активності на 2027 рік – це розгортання інфраструктури, побудованої в 2026 році: публічний звіт за попередній рік, перезапуск мережі АРАЦ, інформаційні центри в громадах, дві хвилі поширення моніторингу реформ, повторне дослідження сприйняття як вимір прогресу та підсумкова оцінка реалізації стратегії.

Період	Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
I кв.	Підготовка та оприлюднення публічного звіту Фонду за 2026 рік	2	Прозорість і підзвітність як меседж довіри	3.4.1	Кількісний: 1 публічний звіт оприлюднено на сайті та в соцмережах. Якісний: звіт містить фінансову частину та результати діяльності	Президент, комунікаційний менеджер, бухгалтер

Період	Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
I кв.	Повторний аналіз медійного ландшафту, оновлення сценаріїв співпраці зі ЗМІ	3	Системна робота з медіа	3.4.4	Кількісний: оновлено 5 сценаріїв співпраці зі ЗМІ. Якісний: актуалізовано перелік профільних медіа та контактів	Комунікаційний менеджер
I кв.	Завершення впровадження CRM-системи, навчання персоналу	2	Системний інструмент роботи з донорами	3.4.2	Кількісний: навчання пройшли всі працівники виконавчого ядра. Якісний: CRM використовується для обліку комунікацій	Менеджер цифрового розвитку, проєктні менеджери, комунікаційний менеджер
Лютий	Поширення результатів моніторингу впливу економічних і секторальних реформ (перша хвиля)	4	Комунікаційний супровід продуктів	2.4.2	Кількісний: щонайменше 3 матеріали (інфографіка, коментар, публікація). Якісний: результати подано доступною мовою для громад	Комунікаційний менеджер
I–II кв.	Інформування стейкхолдерів про оновлені організаційні політики (продовження)	Н	Внутрішня та зовнішня комунікація політик	1.1.2	Кількісний: проведено щонайменше 1 зовнішню комунікаційну хвилю. Якісний: політики доступні на сайті Фонду	Президент, комунікаційний менеджер
I–III кв.	Комунікаційний супровід перезапуску Асоціації регіональних аналітичних центрів	3	Перезапуск мережі АРАЦ як експертного голосу	3.2.2	Кількісний: комунікаційно супроводжено 3 зустрічі мережі. Якісний: спільні пріоритети та план розвитку мережі оприлюднено	Проєктні менеджери, комунікаційний менеджер
II кв.	Розробка концепції інформаційних центрів / креативних просторів у пріоритетних громадах	1	Офлайн-присутність у громадах	3.4.3	Якісний: концепцію розроблено та затверджено; визначено пілотні громади	Президент, проєктні менеджери, комунікаційний менеджер
III–IV кв.	Запуск 3 пілотних інформаційних центрів / креативних просторів та їх комунікаційний супровід	1	Офлайн-присутність у громадах	3.4.3	Кількісний: відкрито 3 пілотні простори; для кожного – комунікаційний супровід відкриття. Якісний: простори оформлено в єдиному стилі Фонду	Проєктні менеджери, комунікаційний менеджер
Серпень–вересень	Поширення результатів моніторингу впливу реформ (друга хвиля)	4	Комунікаційний супровід продуктів	2.4.2	Кількісний: щонайменше 3 матеріали за результатами другої хвилі. Якісний: показано динаміку порівняно з першою хвилею	Комунікаційний менеджер

Період	Активність та формат	Ціль	Завдання стратегії	Опер. план	Індикатор виконання	Відповідальні
IV кв.	Повторне дослідження сприйняття Фонду стейкхолдерами (вимір прогресу)	Н	Вимір прогресу за якісними показниками	3.1.2	Кількісний: повторно опитано порівнянню вибірку стейкхолдерів. Якісний: зафіксовано зміну показників відносно точки відліку 2026 року	Комунікаційний менеджер, залучений дослідник
IV кв.	Підсумкова оцінка реалізації комунікаційної стратегії; перегляд і коригування на 2028 рік	Н	Завершення дворічного циклу плану	Розділ 10 стратегії	Кількісний: підготовлено 1 підсумковий оціночний звіт. Якісний: стратегію переглянуто та скориговано на 2028 рік	Комунікаційний менеджер, президент





6. Візуальний графік реалізації плану

ЯК ЧИТАТИ ГРАФІК

– період активної реалізації активності – точкова разова активність у конкретний квартал

Кольорові позначки цілі біля назви активності: [Ц1] громади, [Ц2] донори, [Ц3] політика, [Ц4] видимість продуктів, [Н] наскрізні.

Активність	III кв. 2026	IV кв. 2026	I кв. 2027	II кв. 2027	III кв. 2027	IV кв. 2027
Наскрізні активності						
[Ц1,3,4] Регулярне виробництво та публікація контенту за рубриками						
[Ц1] Розробка та впровадження планів комунікації для 5–7 ЦА громадськості						
[Ц2] Комунікаційний супровід проактивних проєктних пропозицій						
[Н] Щоквартальний медіамоніторинг						
[Н] Щомісячна та щоквартальна звітність про показники						
Активності 2026 року						
[Ц1] Запуск Telegram та Instagram, оживлення Facebook, бренд-бук						
[Н] Завершення мапи ключових стейкхолдерів						
[Ц2] Формування 5 індивідуальних планів комунікації з донорами						
[Ц2] Розробка та впровадження CRM-системи (комунікаційна складова)						
[Н] Інформування стейкхолдерів про оновлені організаційні політики						
[Н] Дослідження сприйняття стейкхолдерами (точка відліку)						
[Ц3] Участь у розробці методології адвокаційної діяльності						



Активність	III кв. 2026	IV кв. 2026	I кв. 2027	II кв. 2027	III кв. 2027	IV кв. 2027
[Ц3] Формування бази даних партнерських організацій АРАЦ		◆				
[Ц2,4] Оновлений «пакет матеріалів про Фонд» (укр., англ.)		◆				
Активності 2027 року						
[Ц2] Публічний звіт Фонду за 2026 рік			◆			
[Ц3] Аналіз медіаландшафту, оновлення сценаріїв співпраці зі ЗМІ			◆			
[Ц2] Завершення впровадження CRM, навчання персоналу			◆			
[Ц4] Перша хвиля моніторингу реформ (лютий)			◆			
[Ц3] Комунікаційний супровід перезапуску АРАЦ						
[Ц1] Розробка концепції інформаційних центрів у громадах				◆		
[Ц1] Запуск 3 пілотних інформаційних центрів та супровід						
[Ц4] Друга хвиля моніторингу реформ (серпень–вересень)					◆	
[Н] Повторне дослідження сприйняття стейкхолдерами						◆
[Н] Підсумкова оцінка реалізації стратегії, перегляд на 2028						◆

Цей графік є інструментом оперативного планування. Кольорова позначка біля назви активності вказує, на якій комунікаційній цілі вона працює. Активність розташована на тих кварталах, у яких вона запланована. Деталі по кожній активності (індикатори виконання, відповідальні, прив'язка до Оперативного плану Фонду) – у таблицях розділів 3-5.

7. Прикінцеві положення

Цикл перегляду плану:

- Щомісяця – коротка довідка про виконання активностей місяця (одна сторінка).
- Щокварталу – огляд прогресу за квартал, аналіз медіамоніторингу, коригування плану на наступний квартал.
- IV квартал 2026 і IV квартал 2027 – узгодження плану з результатами дослідження сприйняття стейкхолдерами.
- IV квартал 2027 – підсумкова оцінка реалізації плану, перегляд стратегії та розробка плану на 2028 рік.

Координація виконання

Виконання плану координується щотижневими робочими нарадами. Проектні менеджери передають комунікаційному менеджеру інформаційні приводи з проєктів; профільні експерти забезпечують фактологію та коментарі. Президент затверджує позиції з чутливих тем і веде стратегічні комунікації з донорами.

Бюджет реалізації

Комунікаційний компонент (час комунікаційного менеджера, дизайн, просування, друк, зйомка, медіамоніторинг) закладається окремим рядком у бюджет кожної грантової заявки. Окремі завдання Оперативного плану Фонду (зокрема 3.1.2, 3.1.3, 3.4.3) передбачають гонорари експертів і дослідників, що зменшує тиск на основний бюджет.