

**Пенсійна реформа занадто  
складна для розуміння  
громадськості**

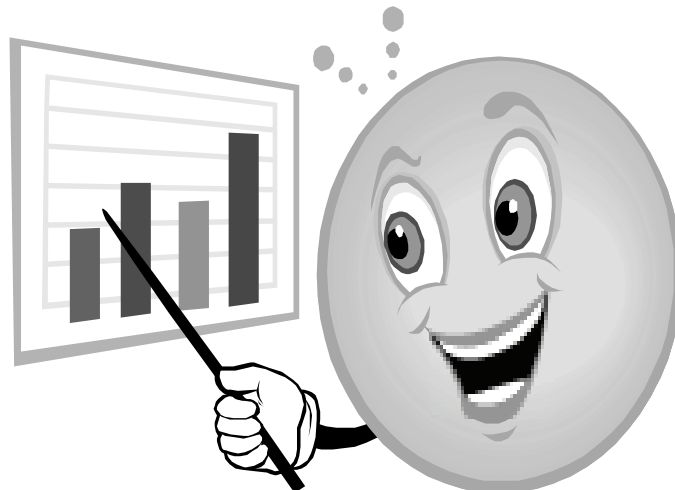
**Тому навіщо витратити час на її  
роз'яснення?**

Джоан Адамс  
Пенсійна реформа в Україні  
28-29 квітня 2010 року  
Київ, Україна

**Чому пенсійна реформа складна?**

- Обумовлена багатьма проблемами
  - Дефіцитом бюджету та прогнозами
  - Демографічною ситуацією та пенсійним віком
  - Необхідністю стимулювати ринки капіталу
- Але основним мотивом повинен бути захист достойного життя на пенсії та пенсійних заощаджень

## Пенсійна реформа – це не красива картинка



2

## Три ключові правила

- Якщо хочете отримати підтримку суспільства, не ускладнюйте інформацію – не губіться в цифрах – будьте правдивими
  - Все побудоване на економічних стимулах – в іншому випадку жодна реформа не буде стабільною
- Визначте мету
  - Як повинна виглядати пенсійна система після реформи?
  - Хто виграє, а хто програє?
- Розробіть стратегію (план) досягнення мети та інформування громадськості про неї
  - І коригуйте в залежності від обставин

3

## Чому пенсійна реформа цікава людям?

- Після безпеки економіка є головним пріоритетом для громадян та урядів
  - Як уряди, так і громадяни хочуть економічного зростання, стабільності та мати роботу
  - Населення в усіх країнах є недостатньо фінансово грамотним, і підозріло ставиться до того, щоб довірити свої майбутні заощадження компаніям з управління активами, особливо за даної економічної ситуації
- Чому пенсійна реформа в найкращих інтересах людей?
  - Як уряд підвищить фінансову грамотність населення і буде гарантувати захист споживачам небанківських фінансових послуг?

4

## Комунікаційна стратегія

- Значення досліджень і фокус-груп
  - Ефективно вибудоване дослідження показує, що люди думають насправді та визначає прогалини у знанні питань, які необхідно донести до людей
- Комунікаційні кампанії слід готувати заздалегідь
  - Комунікація – це довготривалий процес, тож комунікаційна стратегія має бути вбудованою в стратегічну реформу; дуже важко донести складне державне рішення, якщо населення не брало участі у дискусії
  - Який план інформування про Рівень II відтепер і до 2013 року?

5

## Комунікаційна стратегія

- Комунікаційна стратегія унікальна для кожної окремої країни, оскільки всі мають своєрідну культуру, історію, політику та очікування
- Ясність і прозорість: аудиторія може сприйняти відразу щонайбільше три меседжі
- Найбільший вплив на людей мають родина, друзі та сусіди.
  - Як залучити населення до дискусії?
  - Яку поведінку ви очікуєте від населення?
  - Який візуальний образ?

6



## Медіа

- Інтернет: Оптимальне джерело інформації для журналістів, еліти та молоді (три важливі цільові аудиторії)
- Нові засоби інформації або засоби інформації для населення
  - Соціальні засоби інформації
  - Мобільні засоби інформації
- Спілкування – в школі, магазині, кафе, на ток-шоу

8

## Тактика

- Дуже важко фінансувати і успішно доносити інформацію через оплачувані інформаційні кампанії
- Скористатися “безкоштовними” засобами інформації: включити меседжі до щоденних новин
- Організувати конференції у регіонах: перенести дискусію до рівня громадськості
- Просувати забезпечення фінансової грамотності в системі освіти
- Оголошення через громадські служби, письмові матеріали і білборди

9

## **Висновки**

- Вчитися у інших країн – Україна не одна – однак інструменти комунікації з інших країн можуть не підійти Україні
- Зосередитися на аудиторії, а не на колегах – знати, з ким розмовляєш
- Скористатися кризою: зазвичай, саме в такий період зручно проводити істотні стратегічні реформи