



## **КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ФЕДЕРАЦИИ ПРОФСОЮЗОВ КР на 2023 год**

Утверждена на заседании Президиума СФПК 19 декабря 2022 г.

Коммуникационная стратегия разработана в целях активизации и совершенствования информационной работы профсоюзов в целях максимально широкого освещения деятельности профсоюзов с учетом видения ФПК и отраслевых комитетов своей информационной деятельности - в повышении осведомленности целевых групп о преимуществах формальной занятости, о безопасных условиях труда и о социальных гарантиях.

Целевые группы: трудящиеся, неформальные работники, собственники и руководителей бизнеса, общественные организации.

Основные **направления** коммуникационной стратегии:

1. Расширение профсоюзного информационного поля
2. Создание и укрепление положительного имиджа профсоюзов
3. Информирование и повышение осведомленности о преимуществах формальной экономики

### **Партнеры по реализации коммуникационной стратегии:**

- Кабинет министров КР
- Министерство труда, социального обеспечения и миграции КР
- Социальный Фонд КР
- Служба по надзору и контролю за соблюдением трудового законодательства при МТСП
- Международная Организация Труда
- Центр Исследований социально-трудовых отношений
- Центр Солидарности в КР при АФТ КПП
- Фонд им. Фридриха Эберта

- Глобальные союзы
- Общественный фонд «Инсан Лейлек»
- Правозащитная организация «Бир Дуйно Кыргызстан»

### **Принципы информационной работы с ЦГ:**

- **Информация** своевременная, достоверная, с фокусом на ключевых партнеров и неформальных работников;
- **Целевая группа** четко определена для каждой коммуникационной активности;
- **Коммуникационные мероприятия** соответствуют затраченным ресурсам, срокам и ожидаемому эффекту;
- **Ключевые сообщения** используются для наилучшего взаимодействия с неформальными работниками и ключевыми партнерами;
- **Индикаторы** постоянно отслеживаются согласно поставленным **задач** с целью оценки воздействия коммуникационных мероприятий по отношению к целевым группам.

### **Задачи и приоритеты:**

**Задача 1:** *Усилить коммуникационную активность ФПК и ее членских организаций и расширить их возможности по использованию коммуникационных инструментов для широкого охвата целевых групп, в том числе, среди собственников и владельцев организаций.*

- 1.1. Расширить каналы предоставления информации неформальным работникам через создание страниц в социальных сетях, через СМИ, журналистов и блогеров, через сайт Федерации Профсоюзов КР;
- 1.2. Разрабатывать и распространять обучающие, информационные видеоматериалы для привлечения внимания широкой общественности и целевых групп к проблемам соблюдения трудового законодательства и уязвимости неформального сектора;
- 1.3. Улучшить обратную связь с целевыми группами, потенциальными членами профсоюза, в том числе с неформальными работниками по предоставляемым услугам профсоюзами через социальные сети, сайт Федерации, мероприятия.

**Задача 2:** *Усилить вовлечения ключевых партнеров (государственных, общественных, СМИ) в совместное решение проблем работающих граждан, членов профсоюза, а также неформальных работников и перехода от неформальной экономики к формальной.*

- 2.1. Расширить сеть ключевых Партнеров для уменьшения доли неформальной экономики в стране;
- 2.2. Обратить внимание СМИ к проблемам неформальной занятости;
- 2.3. Заинтересовать собственников бизнеса в формализации трудовых отношений и сотрудничеству с профсоюзами.

## Ожидаемые результаты:

Целевая группа	Неформальные работники, не члены профсоюза
<p><b>Проблемы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Неподготовленность к трудовой деятельности, отсутствие заинтересованности в получении информации о регулируемых взаимоотношениях с работодателем</li><li>2. Незнание своих прав, не умение их отстаивать, не умение вести диалог с работодателем</li><li>3. Недоверие к госорганам, к общественным организациям, к профсоюзам</li><li>4. Незнание к кому можно обратиться за помощью/консультацией</li><li>5. Закрытость самих работников, ложное представление «я наедине со своей проблемой», т.к. в СМИ и в социальных сетях распространяются уже совершенные факты несоблюдения прав работников, несчастные случаи и другие «горячие новости», как правило, без освещения результатов по решению проблемы</li></ol>	
<p><b>Ключевые сообщения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Защити себя, заключай трудовой договор, вступай в профсоюз</li><li>• Узнай о последствиях, оцени риски неформальной занятости</li><li>• У тебя есть права на социальные гарантии и обеспечение, стань членом профсоюза</li><li>• Соблюдение твоих прав в твоих руках!</li></ul>	
<p><b>Мероприятия:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Профсоюзы <u>ежедневно</u> наполняют свои страницы в социальных сетях Фейсбук и Инстаграм, взаимодействуют и консультируют неформальных работников через соц.сети и продвигают свои страницы с помощью партнеров. На своих страницах профсоюзы проводят <u>ежемесячно</u> конкурсы и викторины, вовлекая аудиторию социальных сетей в получение качественной и достоверной информации о своих трудовых правах;</li><li>2. Профсоюзы координируют, оказывают консультативную, техническую помощь и выявляют активистов, неформальных лидеров для расширения и создания первичных организаций, для защиты прав неформальных работников. <u>Ежеквартально</u> проходят консультативные, информационные, разъяснительные встречи на предприятиях, в местах скопления и встреч неформальных работников, проводятся диалоговые площадки с ключевыми партнерами, бизнес-ассоциациями, владельцами бизнеса, профильными общественными организациями и госорганами;</li><li>3. Профсоюзы <u>ежедневно</u> разрабатывают полезный, обучающий материал для неформальных работников, участвуют и производят видео контент, принимают активное участие в разработке и реализации коммуникационной стратегии ФПКР, освещают свои мероприятия на сайте ФПК.</li></ol>	

**Коммуникационные инструменты:**

1. Ежедневное наполнение социальных сетей и групп в мессенджерах (Вотсап, Телеграм)
2. Распространение информационных материалов среди партнеров, проведение встреч и консультаций
3. Производство видео материалов и информативных, вовлекающих публикаций для социальных страниц

**Результаты и Индикаторы:**

1. Информация в социальных сетях размещается с учетом месячных контент-планов, публикации в социальных сетях находят отклик у подписчиков, количество подписчиков по каждой странице возрастает до 300 человек ежемесячно, повышена обращаемость неформальных работников с проблемами и вопросами;
2. Встречи проводятся на предприятиях с неформально занятыми работниками, собственниками и топ-менеджментом компаний во всех регионах КР, до конца 2023 года проведены по 3 встречи;
3. Видеоматериалы распространяются через национальные и частные телеканалы по всей стране в течение 2023 года на протяжении 2-3 месяцев;
4. Сайт ФПК наполнен качественной и необходимой информацией, активно используется как неформальными работниками, членскими организациями так и ключевыми партнерами.
5. Печатные материалы разработаны для неформальных работников и о неформальной экономике распространяются во время встреч.

**Целевая группа****Собственники и руководители бизнеса, Бизнес Ассоциации****Проблемы:**

Владельцы и руководители бизнеса воспринимают Профсоюзы КР как противников, как организацию которая портит трудовые взаимоотношения в коллективе, дестабилизирует рабочую среду

**Ключевые сообщения:**

Повысьте свою экономическую эффективность через социальную справедливость

Профсоюзы способствуют созданию благоприятной среды на рабочих местах

Партнерство с профсоюзами гарантия стабильного развития вашей компании

Качество вашего продукта и/или услуги, увеличение производительности и прибыли напрямую зависит от удовлетворенности работниками своими условиями труда

**Мероприятия:**

1. Создание календарного плана встреч и мероприятий
2. Построение партнерских взаимоотношений с управленцами и собственниками компаний через проведение встреч на ежемесячной основе
3. Организация тематических круглых столов участием представителей бизнес-сообществ, ассоциаций, представителей компаний с наиболее большим числом неформальных работников

**Коммуникационные инструменты:**

1. Построение диалога с собственниками бизнеса через индивидуальные встречи
2. Проведение тематических круглых столов, выявление потребностей бизнес среды
3. Освещение в СМИ историй успеха формального бизнеса, статистических данных, аналитических данных и статей о проблемах для страны, связанных с неформальной экономикой
4. Распространение опыта других стран, исследований, статданных о преимуществах формализации трудовых отношений для работодателей

**Результаты и индикаторы:**

1. Встречи с учредителями и/или управленцами компаний – проводятся как минимум по 1 встрече в месяц,
2. Круглые столы и диалоговые площадки проводятся ежеквартально, с участием всех заинтересованных сторон по решению выявленных проблем
3. Статьи, публикуются ежемесячно в печатных СМИ и онлайн новостных изданиях

**Целевая группа****Государственные органы, ключевые доноры и партнеры, общественные организации****Проблемы:**

Слабая заинтересованность в партнерстве с общественными организациями, отсутствие институциональной памяти у гос.структур, отсутствие преемственности, идеи только от ФПКР

**Ключевое сообщение:**

Вместе мы сильнее

Формализация трудовых отношений – сильная экономика страны

**Мероприятия:**

1. Проведение совместных информационных кампаний (Например: ко Дню Профсоюзов – 19 октября и Всемирного дня действий профсоюзов за достойный труд – 7 октября)

2. Установочная встреча с основными партнерами ФПК для расширения каналов информирования неформальных работников и налаживания взаимодействия с ними - ежеквартально
3. Проведение и организация двух пресс-конференций весной и осенью 2023г. с ключевыми госорганами по неформальной занятости (МТСП, Соцфонд)
4. Активное участие Федерации и профсоюзов в мероприятиях профильных госорганов, общественных организаций

**Материалы и инструменты:**

1. Расширение связей: встречи и обмен опытом, продвижение ФПК как защитника прав трудящихся
2. Обучение гос.служащих, консультирование
3. Распространение информационных материалов
4. Соглашения, меморандумы, информирование о деятельности и достижениях ФПКР
5. Переписка, подготовка аналитических документов, переговоры, встречи

**Результаты и индикаторы:**

1. Партнеры хорошо осведомлены о мерах и активно вовлечены в уменьшении количества неформально занятых работников;
2. Профсоюзами проводятся 1 встрече ежемесячно с общественными профильными организациями. 5 меморандумов о сотрудничестве с ключевыми партнерами подписаны;
3. Ежегодный анализ и исследование по темам неформальной занятости для общественности и партнеров разработан и представлен общественности и партнерам.

**Целевая группа**

**СМИ, журналисты, блогеры и другие инфлюенсеры**

**Проблемы:**

Незаинтересованность и не вовлеченность СМИ в предоставлении информации о неформальной экономике, о деятельности профсоюзов КР, о защите прав работников

**Ключевые сообщения:**

Проблема с неформальной занятостью – проблемы всей страны

Более 70% работников КР заняты в неформальном секторе

Неформальный сектор – это основа теневой экономики страны

Сокращение налогов и социальных отчислений сегодня – завтра слабая и неподготовленная к ЧС экономика

**Мероприятия:**

1. Организация пресс-конференций
2. Организация неформальных встреч (пресс-завтраки, пресс-ланчи) с ключевыми СМИ, журналистами
3. Организация пресс-туров по передовыми организациям, работающими формально
4. Распространение в СМИ через пресс-релизы успешные кейсы формализации трудовых отношений, опыт других стран
5. Рассылка информации о нарушении прав трудящихся, комментарии представителей профсоюзов о фактах и нарушениях на рабочих местах, последствиях неформальной занятости

**Материалы и инструменты:**

1. Налаживание личных контактов с журналистами, редакторами, блогерами
2. Взаимодействие с Ассоциацией телерадио организаций и другими медиа организациями, в том числе общественными
3. Распространение пресс и пост-релизов всех мероприятий профсоюзов для анонсирования и освещения результатов встреч
4. Распространение результатов исследований, фактов нарушения прав работников, анализа ситуаций через базу партнерских СМИ

**Результаты:**

1. СМИ заинтересованы освещать неформальную занятость в стране, проблемы несоблюдения прав работников идеятельности профсоюзов. Ежемесячно размещаются новости по деятельности профсоюзов и/или по неформальной занятости;
2. СМИ ежеквартально участвуют в пресс-завтраках/ланчах ФПКР и профсоюзов, и информированы о важности формализации трудовых взаимоотношений;
3. Мероприятия ФПКР и профсоюзов освещаются в СМИ – как минимум 2 публикации в месяц;
4. Аналитические материалы и исследования по неформальному сектору опубликованы в онлайн-изданиях – как минимум 3 до конца 2023г.