

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОСНОВНЫХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТНИКОВ БГУ

INFORMATION SUPPORT OF THE BSU TRADE UNION'S MAIN ACTIVITIES

И.И. Янушевич¹⁾, М.А. Дашкевич²⁾, О.В. Дубровина, А.А. Чешок
I.I. Yanushevich¹⁾, M.A. Dashkevich²⁾, O. Doubrovina, A.A. Cheshok

Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь, ¹⁾yanush@bsu.by, ²⁾dashkevim@gmail.com
Belarusian State University,
Minsk, Belarus, ¹⁾yanush@bsu.by, ²⁾dashkevim@gmail.com

В статье рассматривается информационная работа Первичной профсоюзной организации работников Белорусского государственного университета. Проведена сегментация основных потребителей информации. Определены оптимальные пути предоставления информации в соответствии с предпочтениями контингента пользователей.

Ключевые слова: информационная работа; профсоюзный комитет работников БГУ; веб-сайт.

The article discusses the information work of the Primary Trade Union Organization of employees of the Belarusian State University. Segmentation of the main consumers of information is carried out. The optimal ways of providing information in accordance with the preferences of a contingent of users have been determined.

Keywords: informational work; trade union committee of BSU employees; website.

Своевременное предоставление и получение информации является неотъемлемой составляющей успешного функционирования любой современной организации. Особенно это касается структур, взаимодействующих с большим количеством людей. Тем более актуально это направление деятельности для общественных организаций, объединяющих тысячи своих сторонников. На сегодняшний день профсоюзные организации играют важную роль для защиты прав и интересов работников на предприятиях, а также охватывают различные сферы их жизни. Помимо этого, работа профсоюзных организаций направлена на создание социальных преимуществ на рабочих местах. Однако, многие профсоюзы сталкиваются с проблемой недостаточной заинтересованности членов в реализуемых мероприятиях, что отрицательно сказывается на профсоюзной экосистеме, снижает качество работы профсоюзов и создает иллюзию ограниченных возможностей для членов профсоюзной организации. Цель данной статьи заключается в исследовании упомянутых проблем и представлении комплекса мероприятий, которые

могут быть использованы для продвижения профсоюзной организации и удержания ее членов на примере Первичной профсоюзной организации (ППО) работников БГУ.

Для корректировки инструментов и методик работы с членами профсоюзной организации необходимо начать с анализа среды. Это позволит лучше понять причины недостаточной заинтересованности и проблемы, с которыми сталкиваются члены профсоюза. Анализ среды включает изучение текущих условий работы на предприятии или в учебном заведении, оценку потребностей членов профсоюза, а также исследование причин ухода из профсоюза или нежелания вступать в него [1, с. 58].

Стоит отметить, что ППО работников БГУ имеет свою специфику работы с аудиторией, состоящей из образованных людей, которые стремятся к постоянному развитию и передаче опыта. С целью эффективного привлечения и удержания разнообразных групп сотрудников БГУ, было принято решение о более глубокой дифференциации категорий сотрудников. Оно направлено на максимальное удовлетворение потребностей и интересов сотрудников БГУ. По итогу было выделено 6 сегментов целевой аудитории. Сегменты включают в себя молодых специалистов (до 35 лет), сотрудников среднего возраста (35-55 лет), сотрудников старшего возраста (55+ лет), профессорско-преподавательский состав, родителей и работающих в тяжелых условиях труда специалистов. Заметим, что данные сегменты могут взаимно пересекаться в своих потребностях, что способствует укреплению влияния профсоюза на их жизнь [2, с 3-4].

Сегмент целевой аудитории "Молодые специалисты (до 35 лет)" является многообещающим с точки зрения профессионального роста и развития. Эта группа людей ищет возможности для своего карьерного роста, стремится к повышению в должности и улучшению своего материального положения. Также молодые специалисты проявляют интерес к обучению и развитию, ценят наличие комьюнити для более комфортной и интересной работы. Чтобы отвечать на эти потребности, профсоюз предлагает разнообразные продукты и мероприятия. Одним из таких предложений являются спортивные мероприятия и секции. Они позволяют не только поддерживать физическую форму, но и создавать подключение между молодыми специалистами. Кроме того, профсоюз организует массовые мероприятия разного формата, включая благотворительные и патриотические акции, экскурсии. Это не только помогает молодым специалистам расширять свой кругозор, но и дает

возможность внести свой вклад в общественные дела. Для того чтобы обеспечить прогресс и рост молодых специалистов, профсоюз предоставляет обучение для профсоюзного актива. Такие занятия помогают развивать навыки и компетенции, необходимые для эффективной профсоюзной деятельности. Кроме того, профсоюз организует конференции, связанные с предметной областью молодых специалистов, где они могут обмениваться опытом и получать новые знания. Еще одним важным предложением для молодых специалистов является возможность предоставления жилья и материальной помощи. Это важные аспекты для молодых специалистов, которые только начинают свою карьеру и нуждаются во внимании и поддержке. Чтобы поддерживать постоянную связь с молодыми специалистами, профсоюз использует различные каналы коммуникации. Один из таких каналов – телеграм-канал для информационных уведомлений. Здесь молодые специалисты могут получать персонализированную информацию о проводимых мероприятиях и возможностях. Кроме того, собрания профсоюзного актива в подразделениях позволяют обсудить важные вопросы и принимать коллективные решения. Совместная организация мероприятий и активное вовлечение молодых специалистов в деятельность профсоюза также способствуют поддержанию связи и информированности. Важным аспектом коммуникации является ее постоянность [3, с. 225].

Далее стоит рассмотреть самый обширный сегмент целевой аудитории – сотрудники среднего возраста. Эти сотрудники уже достигли определенных профессиональных высот и имеют опыт работы, однако они также испытывают свои собственные потребности и ожидания от профсоюза. Одной из таких потребностей является социальная поддержка. Сотрудники среднего возраста могут столкнуться с различными сложностями и стрессовыми ситуациями в своей жизни и работе. Поэтому профсоюз предлагает им материальную помощь по вопросам здоровья и другие формы поддержки. Важным аспектом для сотрудников среднего возраста является проведение досуга. Они нуждаются в возможностях для отдыха и развлечений, чтобы насладиться своим свободным временем. Поэтому профсоюз организует экскурсии, турслёты и другие мероприятия, которые позволяют им заняться своими хобби и интересами. Защита трудовых прав является также важной потребностью для данного сегмента аудитории. Сотрудники среднего возраста хотят, чтобы их права и интересы были защищены, и они могли работать в комфортных условиях. Для этого профсоюз предоставляет им возможность участвовать в комиссиях и принимать активное участие в

процессе принятия решений. Чтобы обеспечить эффективную коммуникацию с этим сегментом аудитории, ППО использует различные каналы коммуникации. На сегодняшний день социальные сети и мессенджеры (в частности Viber) являются наиболее популярными и удобными инструментами для общения. Профсоюз активно использует эти каналы для информирования сотрудников среднего возраста о проводимых мероприятиях, акциях, их правах и возможностях.

Следующим сегментом для анализа стал сегмент "Сотрудники в возрасте (55+)". Для этой группы людей особенно важны социальные и трудовые гарантии, так как они подходят к концу своей активной трудовой деятельности и ожидают получить поддержку и защиту со стороны профсоюза. Одним из продуктов, которые предлагает профсоюз сотрудникам в возрасте, является санаторно-курортное лечение. Этот вид услуг позволяет поддерживать и улучшать здоровье, а также предоставляет возможность провести досуг в приятной обстановке. Кроме того, профсоюз устраивает культурные мероприятия и концерты, которые позволяют сотрудникам в возрасте наслаждаться искусством и развлечениями. Немаловажным аспектом для сотрудников в возрасте является оказание помощи вышедшим на пенсию. Профсоюз старается предоставить всю необходимую информацию и поддержку этой группе людей, чтобы они могли справиться с новой жизненной ситуацией и находиться в курсе доступных возможностей и льгот. Для общения с аудиторией сотрудников в возрасте профсоюз использует различные каналы коммуникации. Собрания профсоюзного актива в подразделениях являются эффективным способом обсудить важные вопросы и принять коллективные решения. Личная коммуникация играет также важную роль в установлении доверительных отношений и оказании поддержки. Кроме того, размещение объявлений на профсоюзных стендах и вступительные речи на профсоюзных мероприятиях позволяют достичь широкой аудитории и предоставить информацию о доступных услугах и событиях.

Сегмент, который включает в себя большую часть целевой аудитории профсоюза и доминирует исходя из специфики организации – это "Профессорско-преподавательский состав". Для профессорско-преподавательского состава, являющегося большей частью целевой аудитории профсоюза, особенно важны повышение заработной платы и социальных льгот. Они также стремятся защитить свою академическую свободу и автономию, бороться против цензуры и вмешательства в образовательный процесс, а также защищать свободу исследования и

выражения мнений. Важной потребностью профессорско-преподавательского состава также является представительство в переговорах с нанимателем. Профсоюз предлагает различные продукты и услуги, чтобы удовлетворить эти потребности. Это включает в себя премирование профессорско-преподавательского состава, работу над повышением условий премирования и изменения условий труда. Профсоюз также занимается передачей просьб и требований профессорско-преподавательского состава нанимателю. Для коммуникации с профессорско-преподавательским составом профсоюз использует различные каналы. Самые важные из них – собрания профсоюзного актива в подразделениях, сайт и официальная почта. Кроме того, мессенджеры и иногда социальные сети также используются для связи и общения с профессорско-преподавательским составом.

Еще одним важным сегментом целевой аудитории профсоюза являются специалисты, работающие в экстремальных условиях труда, такие как сотрудники лабораторий, электромонтёры и т.д. Они имеют узконаправленные потребности, такие как специализированное оборудование и инструменты, а также обеспечение их безопасности. Для удовлетворения этих потребностей профсоюз предоставляет такие продукты и услуги, как охрана труда, отслеживание условий труда, дополнительные гарантии, материальные выплаты и организация регулярных медосмотров. Чтобы эффективно взаимодействовать с этой аудиторией, профсоюз использует различные каналы коммуникации. Это включает коммуникацию через инспекторов по охране труда, организацию собраний профсоюзного актива в подразделениях, личную коммуникацию и использование мессенджеров. Общение проводится нерегулярно, чтобы быть гибким и актуальным, и реагировать на текущие потребности и запросы аудитории [3, с. 225].

Сайт первичной профсоюзной организации работников БГУ, размещенный по адресу <https://tradeunion.bsu.by>, содержит нормативные документы, текущие положения и отчетную документацию профсоюзного комитета, состав профсоюзного комитета и функционирующих в нем комиссий, контакты руководства ППО работников БГУ, профсоюза работников образования и науки, Федерации профсоюзов Беларуси. Веб-ресурс также обеспечивает возможность обратной связи и информирует о мероприятиях профсоюзного движения и БГУ.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что информационно-разъяснительная работа ППО охватывает все сферы деятельности организации. Сложная структура целевой аудитории требует

наличия различных путей предоставления информации и получения обратной связи. Личные встречи, стенды, использование современных информационных технологий должны использоваться для получения максимального эффекта. Не смотря на все более широкое распространение именно последнего вида коммуникаций традиционные способы целесообразно сохранять. Главным все еще является содержание распространяемой информации, которая должна быть направлена на максимально полное освещение основных уставных функций организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Чурлей Э.Г., Кузьменко Т.В. Сегментация потребителей и подходы к ней: современные акценты и аспекты практического применения // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2019. № 2. С. 57-67.
2. Юран Ж.А. Информационная работа как важнейший инструмент мотивации профсоюзного членства [Электронный ресурс]. URL: https://minsk.1prof.by/kcfinder/upload/files/148_informaciya.PDF. (дата обращения: 11.10.2023)
3. Орлова Н.А. Теоретические и прикладные аспекты маркетинга общественных организаций // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2006. № 8. С. 228-233.