

Rīgas brīvostas pārvaldes Komunikācijas politika

1. Politikas nolūks un ietvars

1.1. Rīgas brīvostas Komunikācijas politika primāri orientēta uz Latvijas sabiedrību, tā nosaka un definē Rīgas brīvostas komunikācijas mērķus, principus, virzienus, kā arī mērķauditoriju un ilgtermiņa centrālos vēstījumus, kas raksturo Rīgas brīvostu un Rīgas brīvostas pārvaldi.

1.2. Ar Latvijas sabiedrību tiek saprasta mērķa grupa, kas aptver to sabiedrības daļu, kas tieši vai netieši saskaras ar ostas darbību, un tā rezultātā veido viedokli par ostu, visos līmeņos ietekmējot ostas tēlu.

1.3. Komunikācijas politika ir izstrādāta, balstoties uz:

- Rīgas brīvostas pārvaldes Nolikuma 9.7. punktu, kas noteic, ka Rīgas brīvostas pārvalde popularizē brīvostu;
- Rīgas brīvostas Attīstības programmu 2019.-2028. gadam;
- Rīgas brīvostas Mārketinga stratēģiju 2024. - 2026. gadam;
- Rīgas brīvostas stratēģisko pozicionējumu 2020.-2035. gadam.

1.4. Rīgas brīvostas pārvaldes Komunikācijas politika:

- nodrošina vienotu viedokli par organizācijas pozicionējumu Latvijas sabiedrībā;
- sniedz atbildes par organizācijas darbības būtību;
- sniedz priekšstatu par komunikācijas virzienu, nozīmi un saturu;
- nodrošina organizāciju ar vienotu viedokli un galvenajiem komunikācijas vēstījumiem;
- kalpo kā droša tematiskā teritorija interviju un sarunu ar iesaistītajām pusēm laikā.

Rīgas brīvostas Komunikāciju politika izstrādāta, ievērojot OECD Korporatīvās pārvaldības principus un OECD korporatīvās pārvaldības vadlīnijas.

Komunikācijas politika ir uzskatāma par Rīgas brīvostas pārvaldes attiecīgā perioda Mārketinga stratēģijas atbalsta dokumentu un regulē jomas un atbalsta virzienus, ko Rīgas brīvostas Mārketinga stratēģija tieši nenosaka.

Komunikācijas politikas īstenošana ir Rīgas brīvostas brīvprātīgi īstenots pasākumu kopums, kas veicina sabiedrības izpratni par Rīgas brīvostas darbību virzībā uz sadarbības stiprināšanu ar visām iesaistītajām pusēm un sabiedrības labklājības un apkārtējās vides uzlabošanu.

2. Politikas mērķis un uzdevumi

2.1. Rīgas brīvostas Komunikāciju politikas mērķis ir definēt vienotu pozicionējumu un sniegt konkrētu priekšstatu par komunikācijas virzienu, nozīmi un saturu Latvijas sabiedrībai.

2.2 Rīgas brīvostas Komunikāciju politikas uzdevumi:

- definēt vienotus ilgtermiņa pamatvēstījumus;
- identificēt mērķauditoriju;
- identificēt komunikācijas instrumentus un kanālus;
- noteikt instrumentus komunikācijas efektivitātes mērījumiem.

2.3. Sekmēt sabiedrības izpratni un organizācijas pozitīvu vērtējumu caur atbildīgu biznesa praksi un tādu korporatīvo resursu ieguldījumu, ko nenosaka likums, bet gan organizācijas brīvprātīga iniciatīva.

2.4. Nodrošināt un īstenot sekmīgu komunikāciju ar mērķi veicināt iesaistīto pušu, tostarp mediju, interesi par Rīgas brīvostas darbības principiem, sadarbības iespējām, kā arī nozīmi un pienesumu valsts tautsaimniecībā.

3. Komunikācijas politikas izstrādes metodika

Komunikācijas politika ir izstrādāta, balstoties uz Burson-Marsteller izstrādātu *Message House* © izstrādes metodoloģiju (organizācijas korporatīvo vērtību analīzes un strukturēšanas rīks).

Vēstījuma izstrādē tiek aktīvi iesaistīti vadošie darbinieki, kuri piedalās padziļinātajās intervijās. Interviju rezultātā tiek radīti vēstījumi, kas apvieno dažādos intervijās izskanējušos viedokļus un vīzijas par ostas komunikācijas problemātiku.

“Spēka lauku” analīze

4.1. “Spēka lauku” komunikācijas analīze tiek īstenota uz līdzšinējās publiskās pieredzes, kā arī iesaistīto pušu viedokļa analīzes pamata, lai definētu Rīgas brīvostas pārvaldes darbības novērtējuma un tēla uztveri dažādās mērķauditorijās:

4.2. Sliktākais uztveres variants:

- “melnā kaste”, kas nodarbojas ar līdzekļu sadali starp pietuvinātajiem;
- vienīgais “labums” sabiedrībai ir troksnis un piesārņojums, ko rada osta;
- godīgiem uzņēmējiem ostā nav ko darīt;
- bez kukuļiem ar ostu biznesu taisīt nevar.

4.3. Virzošie spēki:

- izglītota un uz attīstību orientēta Rīgas brīvostas vadība;
- modernu tehnoloģiju izmantošana Rīgas brīvostas pakalpojumu sniegšanā;
- starptautiskā sadarbība ar citām ostām un kravu īpašniekiem;
- gatavība aktīvākai komunikācijai ar sabiedrību un medijiem.

4.4. Šī brīža uztvere mērķauditorijā:

- diezgan noslēgta biznesa organizācija;
- kontrastaina ikdienas informācija par Rīgas brīvastā notiekošo: vai nu ļoti pozitīvi vai negatīvi;
- nepietiekama izpratne par Rīgas brīvostas ikdienas darbību un nozīmi tautsaimniecībā.

4.5. Komunikācijas ierobežojumi

- iepriekšējā sliktā publiskās komunikācijas pieredze;
- Rīgas brīvostas teritorijā strādājošo uzņēmēju noslēgtība un nevēlēšanās komunicēt ar medijiem;
- pieguļošo apkaimju iedzīvotāju attiecību vēsture ar Rīgas brīvostas pārvaldi;
- politiska rakstura dienas kārtība pār ostas pārvaldību.

4.6. Vēstījumi – Komunikācijas politikas īstenošanas vēlamais rezultāts:

- sociāli atbildīgs un komunikācijai ar sabiedrību, partneriem un medijiem atvērts viens;
- komplekss viens, kas ietver ostas infrastruktūru, ostas pakalpojumus, ostā strādājošos uzņēmumus, ostas sabiedrību un Rīgas brīvostas pārvaldi;
- liels, nozīmīgs un sociāli atbildīgs darba vietu radītājs;
- būtiska Rīgas kā ostas pilsētas sastāvdaļa, tās pozitīvā tēla un atpazīstamības veidotāja;
- stratēģiski nozīmīgs, valsts ekonomikas izaugsmes virzītājspēks;
- ostā ir pievilcīga investīciju un biznesa vide;
- sociāli atbildīgs viens, kam rūp apkārtējā vide un pieguļošo apkaimju, kā arī visas pilsētas iedzīvotāju dzīves kvalitāte;
- mūsdienīga, uz izaugsmi un attīstību orientēta vadošā Latvijas osta:
 - lielākā osta Latvijā;
 - kravu diversifikācija un izaugsme jaunos kravu segmentos;
 - moderna, jaudīga infrastruktūra un augstas kvalitātes pakalpojumi;
 - ģeogrāfiski izdevīga vieta kravu pārvadājumiem - nodrošina piekļuvi Ziemeļeiropas, Eiropas Savienības un prioritārajiem Eirāzijas tirgiem;
 - nozīmīga kruīzu un pasažieru prāmju osta Baltijas jūras reģionā;
 - profesionāls, stiprs un neatkarīgs ostas Kapteiņdienests;
 - jaunu, modernu kravu termināļu attīstība un paplašināšanās;
 - vieta industriālā klastera attīstībai;
 - plašas loģistikas centru attīstības iespējas;
 - pastāvīgs starptautisko investoru interešu objekts;
 - atvērta un kuģošanai droša visu gadu;
 - atbilst viedās ostas darbības principiem.

5. Pamatprincipi

5.1. Komunikācijas politiku savas kompetences ietvaros īsteno Sabiedrisko attiecību nodaļa.

5.2. Visi Rīgas brīvostas pārvaldes darbinieki savas kompetences ietvaros sadarbojas ar Sabiedrisko attiecību nodaļu, sniedzot nepieciešamo informāciju, kā arī priekšlikumus un ierosinājumus, un informē par jaunumiem potenciālajiem komunikāciju krīzes riskiem, kas definēti 9.1. punktā.

Rīgas brīvostas pārvalde īsteno caurspīdīgu un sociāli atbildīgu komunikācijas politiku, nemelojot un nesagrozot faktus. Informācija tiek sniegta par jautājumiem, kas ietilpst Rīgas brīvostas kompetencē un atbilst šajā politikā noteiktajiem komunikācijas virzieniem.

Rīgas brīvostas pārvalde īsteno vienlīdzīgu un nediskriminējošu informācijas sniegšanas principu pret visām sabiedrības grupām un mērķauditorijām.

Rīgas brīvostas pārvalde nepublicē informāciju, kas saskaņā ar Rīgas brīvostas valdes apstiprināto Ierobežotas pieejamības informācijas sniegšanas un lietošanas kārtību atzīta kā ierobežotas pieejamības informācija, un patur tiesības nepublicēt informāciju, kas var jebkādā veidā negatīvi ietekmēt trešo pušu darbību.

Rīgas brīvosta nekomentē un nesniedz publisku informāciju, kas saistīta ar darbinieku privāto dzīvi.

Komunikācijas naratīvi un virzieni

6.1. Komunikācijas politika nosaka, ka komunikācija tiek balstīta šādos centrālajos naratīvos:

- vērtības radīšana biznesam, pilsētai, valstij;
- pilsētas osta, tradīcijas, tūrisma galamērķis, tuvākā apkārtnē;
- pieslēgums pasaulei – eksports un imports, transporta tīkla centrs, cilvēki un idejas;
- izcilība loģistikā;
- zaļāka nākotne;
- Ziemeļeiropas - nākotnes osta;
- “Co-port”. Kopīgi, kopā, komunikācija. Iespēju kopiena, sadarbības iespējas.
- Atvērtība. Atvērti, lai augtu. Attīstības potenciāls. Aicinājums sadarboties.

6.2. Rīgas brīvostas Komunikācijas politika tiek veidota, balstoties uz sekojošiem ziņu virzieniem:

- Rīgas brīvostas vispārējā darbība un darbības rezultāti;
- ilgtermiņa plāni un mērķi, attīstības virzieni;
- ostā strādājošo uzņēmumu darbība;
- Rīgas brīvostas iespējas un piedāvājums potenciālajiem investoriem un sadarbības partneriem;
- Rīgas brīvostas nozīme Rīgas un Latvijas tautsaimniecībā;
- liela apjoma infrastruktūras projekti;
- moderno tehnoloģiju izmantošana Rīgas brīvostas pakalpojumu kvalitatīvai sniegšanai;

- dalība starptautiskajās tematiskajās izstādēs un forumos;
- korporatīvās sociālās atbildības ietvaros īstenotās un atbalstītās iniciatīvas;
- Rīgas brīvostas valdes lēmumi;
- pasākumi apkārtējās vides saglabāšanā un uzlabošanā;
- labas pārvaldības prakses principu īstenošana;
- personāla, tostarp pārvaldnieka, kompetences izaugsme un vērtējums par dažādiem ar transporta, tranzīta un loģistikas nozari saistītiem jautājumiem.

7. Iesaistītās puses – mērķauditorija

Rīgas brīvostas pārvaldes Komunikācijas politika ir orientēta uz iesaistītajām pusēm, kuras ietekmē vai var būt ietekmētas no Rīgas brīvostas darbības:

- klientiem un sadarbības partneriem;
- Rīgas brīvostas pārvaldes darbiniekiem un Rīgas brīvostā strādājošo uzņēmumu darbiniekiem;
- sabiedrības pārstāvjiem šaurākā kontekstā – Rīgas brīvostas teritorijai pieguļošo apkaimju iedzīvotājiem;
- sabiedrības pārstāvjiem plašākā kontekstā – Rīgas pilsētas un Latvijas valsts iedzīvotājiem;
- uzraugošajām un kontrolējošām institūcijām;
- sabiedriskām organizācijām un biedrībām, kas saistītas gan ar vides aizsardzības jautājumiem, gan labas pārvaldības praksi, gan ekonomisko izaugsmi;
- plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem;
- valsts un pašvaldības politikas veidotājiem;
- ar tranzītu saistītu biznesu pārstāvjiem, kravu īpašniekiem, potenciālajiem investoriem.

8. Komunikācijas kanāli

8.1. Īstenojot Rīgas brīvostas Komunikācijas politiku, tiek izmantoti visi pieejamie komunikācijas kanāli, tostarp, elektroniskie mediji, sociālie mediji, drukāti mediji un publiskie pasākumi.

8.2. Sadarbība caur ietekmīgākajiem komunikācijas kanāliem izpratnes par Rīgas brīvostas darbības specifiku veicināšanai tiek īstenota ilgtermiņa sadarbības projektu formā, paredzot kvalitatīvu informācijas apmaiņu, kā arī nepieciešamības gadījumā reklāmas projektu īstenošanu.

8.3. Rīgas brīvostas atpazīstamības veicināšanai virtuālajā vidē tiek izmantoti sociālo mediju kanāli. Efektīvas sociālo mediju kanālu izmantošanas īstenošanai tiek izstrādāta Rīgas brīvostas pārvaldes sociālo mediju politika, kas, balstoties uz šajā politikā noteiktajiem virzieniem: definē mērķa grupas, sociālo mediju lietošanas vadlīnijas, komunikācijas mērķus un uzdevumus, nosaka komunikācijas saturu, formu un intensitāti.

Krīzes komunikācija

Rīgas brīvostas pārvaldē izstrādāta Krīzes komunikācijas politika, kas ir Sabiedrisko attiecību nodaļas darba atbalsta dokuments un kas apraksta, kā Rīgas brīvostas pārvaldē tiek īstenots dialogs ar

iesaistītajām pusēm, sabiedrību un plašsaziņas līdzekļiem ārkārtas situācijās, kas ir negaidītas, neprognozētas, kādu ārkārtas apstākļu izraisītas.

9.1. Potenciālās komunikācijas krīzes iespējamie cēloņi:

- projektu īstenošanas termiņu kavēšanās;
- vides riski un liela mēroga avārijas;
- iespējami negatīvi uzraugošo un kontrolējošo valsts institūciju atzinumi par Rīgas brīvostas darbību, noslēgtajiem līgumiem, iepirkumiem;
- Rīga brīvostai piegulošo apkaimju iedzīvotāju, sabiedrisku organizāciju vai dažādu iniciatīvu grupu protesti pret Rīgas brīvostas plāniem, attiecībā uz liela mēroga projektu īstenošanu;
- viedokļa līderu un nozares ekspertu publisks kritisks viedoklis par dažādiem ar Rīgas brīvostu saistītiem procesiem un lēmumiem;
- darbības pamatrādītāju būtiskas samazināšanās prognozes;
- darbinieku prettiesiski nodarījumi, nekompetence vai nolaidība;
- valsts vai pašvaldības politikas īstenošanu negatīvie lēmumi, kas tieši vai netieši ietekmē Rīgas brīvostas darbību;
- ģeopolitiska rakstura riski.

Rīgas brīvostas Krīzes komunikācijas politika definē komunikācijas rīcības un algoritmus dažādās ārkārtas situācijās Rīgas ostas teritorijā vai ārpus tās teritorijas, kas tiešā vai pastarpinātā veidā var negatīvi ietekmēt Rīgas ostas darbības nepārtrauktību, apdraudēt cilvēku dzīvību un veselību, radīt kaitējumu apkārtnē videi un infrastruktūrai, radīt ekonomiskus zaudējumus, kā arī negatīvi ietekmēt Rīgas brīvostas pārvaldes un Rīgas ostas tēlu un reputāciju.

Rīgas brīvostas pārvaldes darbinieki komunikācijas krīzes situācijā savas kompetences ietvaros sniedz Sabiedrisko attiecību nodaļai visu nepieciešamo atbalstu un informāciju.

10. Komunikācijas efektivitātes novērtēšana

Rīgas brīvostas komunikāciju efektivitāte tiek novērtēta, balstoties uz ikmēneša mediju monitoringa detalizētu analīzi, kā arī, lai izmērītu sabiedrības, sadarbības un klientu attieksmi pret Rīgas brīvostu, novērtējot RBP īstenoto mārketinga un komunikācijas aktivitātes un ietekmi uz sabiedrisko domu – ar Rīgas brīvostas pārvaldes pasūtītu socioloģisko pētījumu, kas tiek veikts reizi trīs gados.

Politikas darbība un mērogs:

Politika attiecas uz Rīgas brīvostas pārvaldes darbību. Šī politika tiek piemērota tiktāl, ciktāl tā nav pretrunā ar tiesību aktos noteiktajām neatkarības prasībām.

12. Iekšējā un ārējā koordinācija

12.1. Komunikācijas politiku Rīgas brīvostā īsteno un koordinē Rīgas brīvostas pārvaldes Sabiedrisko attiecību nodaļa, apzinot organizācijā pieejamos resursus un kompetences.

12.2. Iespējama ārējo sadarbības partneru piesaiste nepieciešamības gadījumā.

13. Politikas uzturēšana

- 13.1. Rīgas brīvostas Komunikācijas politiku izstrādā Rīgas brīvostas pārvaldes Sabiedrisko attiecību nodaļa.
- 13.2. Vienotas informācijas un vēstījumu plūsmas nodrošināšanai ar medijiem var komunicēt Rīgas brīvostas valdes locekļi, pārvaldnieks, pārvaldnieka vietnieki un Sabiedrisko attiecību nodaļas vadītājs, kā arī jebkurš darbinieks ar vadības norādījumu un Sabiedrisko attiecību nodaļas vadītāja saskaņojumu.
- 13.3. Komunikāciju sociālajos medijos Rīgas brīvostas pārvaldes vārdā var īstenot Rīgas brīvostas pārvaldes valdes locekļi, pārvaldnieks, pārvaldnieka vietnieki vai Sabiedrisko attiecību nodaļa.
- 13.4. Šo politiku pārskata un aktualizē ne retāk kā reizi trijos gados.