**Коммуникационный кейс от ФГУП «Горно-химический комбинат»**

**О КОМПАНИИ**

**Горно-химический комбинат** - федеральное государственное унитарное предприятие в составе дивизиона по управлению заключительной стадией жизненного цикла Госкорпорации «Росатом». Является градообразующим предприятием города Железногорска Красноярского края.

Это уникальное предприятие с подземным расположением основных ядерных производств, не имеющее аналогов в мире. Основное назначение ГХК до 1995 года - выполнение государственного оборонного заказа по производству плутония для ядерного оружия. С этой целью в горном массиве были расположены три атомных реактора и радиохимический завод (переработка облучённых ядерных материалов с целью извлечения плутония оружейного качества). За успешное освоение сложных промышленных технологий и выполнение производственных показателей в 1966 году комбинат награжден орденом Ленина.

С 1995 года оборонный заказ на производство плутония был снят, началась конверсия предприятия.

Сегодня ГХК - ведущее в России предприятие по созданию полного технологического комплекса в области цивилизованного обращения с отработанным ядерным топливом (ОЯТ) энергетических реакторов и замыканию ядерного топливного цикла. За значительный вклад в развитие атомной промышленности страны в 2010 году комбинат награжден Почетной грамотой Правительства Российской Федерации, В 2015 – знаменем Госкорпорации «Росатом», а в 2020 году в честь 70-летия - почётным знаком «Е.П.Славский». Глава Росатома Алексей Лихачев в своей поздравительной речи в феврале 2020 года назвал ГХК самым мощным и передовым предприятием отрасли:«Нет ни у кого сомнения в том, что ГХК сегодня является одним из основных ключевых комбинатов нашей отрасли. Я желаю вам всем, чтобы в ближайшие годы ГХК стал таким же ключевым, таким же ярким предприятием в масштабах всей мировой атомной индустрии. Вам это точно по плечу», — заявил он.

Сегодня **миссией предприятия** является создание полного технологического комплекса в области обращения с отработавшим ядерным топливом (ОЯТ) энергетических реакторов и замыкание ядерного топливного цикла для обеспечения России экологически чистой и безопасной энергией атома.

**Стратегия развития предприятия строится на следующих принципах**:

• безусловное обеспечение безопасности ядерных технологий;

• постоянный поиск новых решений во всех сферах деятельности;

• сохранение традиций, доказавших свою эффективность;

• командная работа при ведущей роли руководителя;

• востребованность результатов деятельности предприятия для общества и Росатома;

• развитие трудового коллектива, поощрение инициативы, научный и профессиональный рост, обеспечение социальной взаимовыручки и корпоративного единства;

• формирование конкретных целей и достижение реальных результатов.

**Проблематика**:

1. Предприятие «Горно-химический комбинат» – непрерывного производственного цикла. В марте 2020 года в связи с начинающейся пандемией COVID-19 был объявлен локдаун, в результате которого большая часть работников комбината была выведена на домашний карантин. Часть работников основных производств и критических профессий продолжили трудиться. Для соблюдения противоэпидемических мер даже были приняты меры по изоляции отдельных работников в санатории-профилактории. В ходе всего карантинного периода работали онлайн информационные каналы, выпускалась корпоративная газета в электронном виде, проводились дистанционные конкурсы, акции, проекты. Их описание и содержание можно найти на страницах ГХК в основных соцсетях.
2. Вторая волна коронавируса серьёзно сказалась на работниках предприятия, так как большое число людей ушло на больничный и самоизоляцию. Работать приходилось за себя и «за того парня». Санитарные противоэпидемические меры были приняты очень серьёзные: смещены графики работы, ограничено число человек в помещении, обязательный масочный режим, дезинфекция и др. Все производственные планы, несмотря на трудности, были выполнены. Коммуникационно-информационная работа не останавливалась. Впервые был реализован онлайн-формат массовых интерактивных праздников для семей работников.
3. Предприятие очень разбросано географически. В городе находится пять офисных зданий, в которых располагаются несколько десятков обслуживающих основное производство подразделений, то есть это специалисты и служащие. Все они объединены в единую сеть с помощью внутренней электронной почты и внутренним сайтом (практически на каждом рабочем месте). А вот основная масса рабочих трудится на промышленных площадках: в «горе» и на удалённой промплощадке завода по регенерации топлива на поверхности. Причём половина из них – в смену. На работу они доставляются автобусами и электричками. Их рабочие места не оборудованы компьютерами, то есть они не включены в общую электронную сеть. В общей сети находятся лишь немногочисленные руководители и специалисты. Выбраться в город с промышленных площадок в течение дня непросто. Сотовые телефоны запрещены. Есть только стационарные, но опять же только у руководителей и специалистов.
4. Коммуникационные каналы на ГХК развиты достаточно хорошо. Есть корпоративная газета, которая бесплатно распространяется и в городе, своё ТВ, музей, внешний и внутренний сайты, официальные страницы в четырёх соцсетях, выкладываются видеопродукты и на Ютюбе. Чаи с директором, дни директора и дни информирования (это встречи с коллективами в разных форматах), стенды, внутренняя рассылка по почте. После первой волны пандемии сформировались мессенджеры, в которых используется каскадирование. Сформировалась команда коммуникаторов – представителей в подразделениях, ответственных за коммуникативную работу.
5. Кампания по вакцинации против коронавируса началась ещё в январе. С точки зрения удобства постановки прививки созданы все условия: вакцинироваться можно даже на рабочем месте. Однако число работников, желающих получить прививку от COVID-19, недостаточное, чтобы сформировать коллективный иммунитет даже с учётом уже переболевших.

**Задача:** составить план информационной и коммуникативной кампании по вакцинированию **работников ГХК и членов их семей.**

**Дополнительная информация**

Руководителей – 15%

Специалистов – 37%

Служащих – 2%

Рабочих – 45%

Компьютеризированы порядка 40% рабочих мест, в основном специалисты, руководители.

Средний возраст – 47 лет.

Женщины – 25% от общей численности и в основном в административных службах.

Руководители в основном – мужчины.

Есть молодёжная и ветеранская организации, профсоюз.

**Приветствуется** иллюстративный материал: дизайн-макеты, слоганы, видеоролики, аудиоролики и т.п. предложения по конкретным продуктам.

**Контакты**:

главный специалист отдела по связям с общественностью Оксана Фаруковна Забелина, тел. 83919754538 (раб.), +79135239484, e-mail: [fara.68@mail.ru](mailto:fara.68@mail.ru)

Копия решения кейса отправляется также в оргкомитет Фестиваля: [avm\_2006\_64@mail.ru](mailto:avm_2006_64@mail.ru) (Михайлов Алексей Валерианович), +79048920164.