



Здружение за заштита на работничките права

ГЛАСЕН ТЕКСТИЛЕЦ



СТРАТЕГИЈА ЗА КОМУНИКАЦИИ



Мај 2023, Штип



Издавач:

Здружение за заштита на работничките права „Гласен Текстилец“ – Штип

Уредници:

- Благојче Дишоски
- Силвија Костовска
- Кристина Ампева



Овој документ е изработен со менторска поддршка на Кристина Озимец. Комуникациската стратегија е изработена со поддршка од Фондацијата Kvinna till Kvinna и Шведска. Само авторот е одговорен за нејзината содржина.



СОДРЖИНА

Contents

МИСИЈА И ВИЗИЈА	4
НАДВОРЕШНИ И ВНАТРЕШНИ КОМУНИКАЦИИ ЗА ГЛАСЕН ТЕКСТИЛЕЦ	5
СИТУАЦИСКА И ВНАТРЕШНА АНАЛИЗА	8
СВОТ АНАЛИЗА	9
КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ	9
ЦЕЛНИ ГРУПИ И КЛУЧНИ ПОРАКИ	10
КОМУНИКАЦИСКИ КАНАЛИ И АЛАТКИ	12
ПЛАН ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА.....	13
МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА	13
ГОДИШЕН БУЏЕТ ЗА КОМУНИКАЦИСКИ АКТИВНОСТИ	14
ТИМ ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА	14
КРИЗНИ КОМУНИКАЦИИ	14



ЗА ГЛАСЕН ТЕКСТИЛЕЦ

Гласен Текстилец од 2017 година работи на афирмирање и препознавање на проблемите на работниците и кршењето на човековите и работничките права, како и на подигање на свеста на работниците/чките преку едукации, трибини, конференции, семинари и други активности, учество во подготовка на закони и други нормативни акти и прописи од областите на интерес на здружението и работниците/чките од приватниот сектор, со акцент на текстилната, кожарската и чевларската индустрија. Преку програмите и проектите коишто ги имплементира Гласен Текстилец, директно се залага за унапредување на човековите, работничките права, пристапот до правда на маргинализираните, заштита од дискриминација, еднаква плата за иста работа. Фокус на здружението се женските права, со оглед на тоа дека 90% од вработените во текстилната индустрија се жени.

Гласен Текстилец има имплементирано над 10 самостојни проекти и неколку партнерски проекти. Преку проектните активности, се залага за директно унапредување на правата на текстилните работнички, кои патем се човекови права, загарантирани со Устав.

МИСИЈА И ВИЗИЈА

Визијата на Здружението е: Граѓани работници со висока свест, едуцирани, информирани, ги уживаат своите права.

Мисијата на здружението е: Да биде водечка организација за остварување на правата на работниците во РСМ.



НАДВОРЕШНИ И ВНАТРЕШНИ КОМУНИКАЦИИ ЗА ГЛАСЕН ТЕКСТИЛЕЦ

I. ПЛАН ЗА НАДВОРЕШНА КОМУНИКАЦИЈА

1. Логото е нешто по кое Гласен Текстилец се препознава и укажува што претставува организацијата.
2. **Изглед на логото на Гласен Текстилец:** Логото е во форма на круг и го содржи името на Организацијата. Бојата на логото е црвено-бела.
3. **Употреба на Логото на Гласен Текстилец:** Логото на Гласен Текстилец, треба да се употребува при изработка на меморандуми, административни документи, соопштенија, покани, комуникација со институции и медиуми, како и за сите останати публикации и други преписки.
 - 3.1. **Соопштенија:** Секое Соопштение за јавност и медиуми треба да содржи: наслов (Title), од/до во горниот лев агол од Соопштението, потпис во долниот лев/десен агол, датум во горниот десен агол. Текст во вид на параграф во средината на документот.
 - 3.2. **Покани:** Секоја Покана треба да содржи: наслов (Title), од/до во горниот лев агол од Поканата, потпис во долниот лев/десен агол, датум во горниот десен агол. Текст во вид на параграф во средината на документот.
 - 3.3. **Пример за употреба на логото во други административни документи:**





4. Правила за користење на бои

Кодови:	Ec3237
	d03236
	Ec3237

5. Пвила за користење/пишување на текст

	Description
TITLE	Arial, bold, font size 24, capital letters, align centre, #002060
Subtitles	Arial, bold, font size 18, align centre #4472C4
HEADING 1	Arial, bold, font size 16, capital letters, align left, code: #5B9BD5
Heading 2	Arial, Bold, font size 14, align center, cod: #4472C4
Heading 3	Arial, Bold, font size 12, align center, code: #5B9BD5
Body text	Arial, font size 11, paragraph, code: #000000
Captions	Arial, Italic, font size 9, code: #000000
Page numbers	Arial, font size 10, code: #000000

Може да се употребуваат и сите бои во согласност, со дизајнерите и донаторите.

II. ПЛАН ЗА ВНАТРЕШНА КОМУНИКАЦИЈА

Во овој дел се опишани условите за користење на дигиталните уреди кои ги овозможува Гласен Текстилец, а тоа се мобилните уреди, заедно со сим картичките, како и електронските адреси.

1. СИМ КАРТИЧКИ:

Гласен Текстилец на своите вработени им обезбедува службени телефонски сим картички, за беспречено функционирање на работата и извршување на работните обврски. Овој дел покрај обезбедувањето на сим картичките, опфаќа и начини на користење на мобилните уреди во периодот на работното време.



Дозволуваме употреба на мобилни телефони за периодот додека трае вашето работно време. Но, ние исто така сакаме да се осигураме дека вашите уреди нема да ви го одвлечат вниманието од вашата работа или да го нарушат нашето работно место со невнимание.

1. ЕЛЕКТРОНСКИ АДРЕСИ:

Е-поштата е од суштинско значење за нашата работа. Треба да ја користите е-поштата на нашата компанија првенствено за работа, но ние дозволуваме некои употреби на е-поштата на вашата компанија од лични причини. Гласен Текстилец им обезбедува на своите вработени електронски адреси, во следниот формат: **ime.prezime@glasentekstilec.mk**

- Употреба поврзана со работата. Можете да ја користите вашата корпоративна е-пошта за цели поврзани со работата без ограничувања. На пример, можете да се регистрирате за билтени и онлајн услуги кои ќе ви помогнат во вашата работа или професионален развој.
- Лична употреба. Можете да ја користите вашата е-пошта од лични причини се додека ја чувате безбедна и избегнувајте спамирање и откривање доверливи информации. На пример, можете да испраќате е-пошта до пријателите и семејството и да преземате е-книги, водичи и друга безбедна содржина за ваша лична употреба.

Елементи на електронски потпис:

- Име и презиме
- Титула
- Контакт и адреса

Изглед на електронски потпис:

Name and Surname | Име и презиме

[Dr. Financial Coordinator](#) | [Координатор на финансии](#) | www.glasentekstilec.mk



M: 00 389 75 316 108

E: ime.prezime@glasentekstilec.mk

A: Glasen Tekstilec | Гласен Текстилец, Str. Sutjeska, no. 59 Shtip, North Macedonia, Ул. Сутјеска, бр.59, 2000 Штип, Северна Македонија



The content of this email is confidential and intended for the recipient specified in message only. It is strictly forbidden to share any part of this message with any third party, without a written consent of the sender. If you received this message by mistake, please reply to this message and follow with its deletion, so that we can ensure such a mistake does not occur in the future.



СИТУАЦИСКА И ВНАТРЕШНА АНАЛИЗА

- **Контекст во кој работи организацијата:**

Од основањето на здружението Гласен Текстилец во 2017 година, нашата работа придонесува за подигање на свеста кај текстилните работници, државните работници и младите, како и пошироката јавност за проблемите со кои се соочуваат текстилните работници на своето работно место. Главните проблеми што ги гледаме во нашето работење во последните година се: недовербата кон институциите, синдикатите, сведочењата на работниците за корупција во институциите, како што е трудовиот инспекторат. Потоа, стравот од влез во синдикати или формирање на нов синдикат, како и силното влијание на бизнис секторот. Сето тоа изминативе 30 години ги натера работниците да ги држат проблемите во текстилните фабрики (затворени) и да ни веруваат само како организација и активист. Од друга страна, нашата земја е потписник на различни конвенции и договори за човекови права, работнички права, социо-економски права, социјално зајакнување на жените, но сето тоа е само на хартија. Работодавачите од приватниот сектор, пак, со своето силно влијание врз креаторите на политиките, успеаја да донесат закони кои беа во нивна корист во последните две децении, искористувајќи го слабиот и недоволен капацитет на институциите за злоупотреба на работничките права. Нефункционалните синдикати заробени во стари и нефункционални администрации придонесуваат состојбата да не се подобри, односно да останат во статус кво со години, оставајќи ги работниците необразовани за нивните работнички права и без правна помош. Во текстилната индустрија работат околу 36.000 работници, од кои 90% се жени.

Поради социо-економскиот проблем предизвикан од појавата на Ковид 19 - корона вирусот и искуствата стекнати во изминатата година, главниот проблем се јавува со зголеменото кршење на правата на текстилните работници и работниците во текот на целиот приватниот сектор. Некоординација, недостиг на капацитет, несоработка и збунетост на институциите при работа според насоките и мерките дадени во кризни ситуации и недоволна доверба во институциите. Недостиг на соработка меѓу клучните институции како УЈП, МТСП, АВРМ, Инспекторатите и недостиг на транспарентност и повратна информација.

- **Чинители / Стејкхолдери:**

Нашата прва целна група се текстилните работници кои припаѓаат на различни возрастни групи и етничко потекло. Работејќи долги години како граѓанска организација која се грижи за целосно уживање на правата на работниците од текстилниот сектор, сега и останатите работници од приватниот сектор во државата;

Млади на возраст од 17-18 години, полова мешана група на млади кои преку учество на работилниците, едукациите и настаните, а потоа и во евалуацијата на резултатите;

Носители на одлуки (локални власти, претставници на министерството за труд и социјална политика, синдикати, трудови инспекторат);

Работодавачи – бизнис секторот е двигател во партнерство за остварување на работничките права и подобрување на работните услови.



Општата јавност, која недоволно ја поддржува работничката класа и со тоа не ги разбира проблемите на работниците, најмногу ќе биде вклучена преку **медиумите** за да се подигне свеста за проблемите.

СВОТ АНАЛИЗА

Предности/Слабости, Можности/Ризици

Предности	Поседуваме web страна Технички капацитети (лаптоп, фотоапарат, информатички капацитети) Воспоставена соработка со локални и национални телевизии, и други медиумски канали
Слабости	Примена на целосниот визуелен идентитет при креирање на промотивни материјали; едукативни и проектни материјали; Недоволно средства за целосна реализација Нередевно ажурирање на сите социјални мрежи од Гласен Текстилец Недоволно човеки капацитети за имплементација на стратегијата
Можности	Бесплатно учество на медиумите и новинарите за време на настани, обуки, пресови; Можност за пренесување на точни информации добиени од Гласен текстилец.
Ризици	Целосна имплементација во пракса Недоволно човечки капацитети за комуникација (одлевање на веќе постоечки персонал) Недоволно обучен персонал за комуникација

КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ

- Зголемување на видливоста на Организацијата преку прикажување во јавноста:
- Гласен Текстилец претставува отчетна и транспарентна организација преку медиумите
- Подобрување на комуникацијата со медиумите (национални и локални)
- Градење на комуникациски план за ефективно справување со кризи состојби
- Утврдување на визуелен идентитет на организацијата



ЦЕЛНИ ГРУПИ И КЛУЧНИ ПОРАКИ

Целните групи се нашите внатрешни целни групи и нашите надворешни целни групи.

Примарни целни групи	Канали за комуникација	Комуникациски пораки
1. Основачи, членови и управна структура	<ul style="list-style-type: none"> Електронска пошта Состаноци Локални телевизии (повик) Телефонска комуникација Поштенска комуникација/Кореспонденција Директни контакти 	<ul style="list-style-type: none"> Гласен Текстилец е транспарентна и отчетна организација.
2. Работници од приватен сектор	<ul style="list-style-type: none"> Телефонска комуникација Социјални мрежи Состаноци Поштенска комуникација Електронска комуникација Јавни телевизиски сервиси (медиуми) 	<p>Работниците имаат право на:</p> <ul style="list-style-type: none"> Право на здравствена заштита, одмор, исплата на к-15; Да бидат информирани за заштитните механизми што им се на располагање; Во вонредна состојба работниците заслужуваат да бидат заштитени, согласно закон, уредби, политики.
3. Работници од јавен сектор	<ul style="list-style-type: none"> Телефонска комуникација Социјални мрежи Состаноци Поштенска комуникација Електронска комуникација Јавни телевизиски сервиси (медиуми) 	<ul style="list-style-type: none"> Заедно до подобри работнички права;
4. Волонтери и млади членови	<ul style="list-style-type: none"> Социјални мрежи (Facebook, Instagram) Состаноци Телефонска комуникација Неформална комуникација (средби и слично) Директни контакти 	<ul style="list-style-type: none"> Младите имаат право на вклученост во заедницата како активни чинители на локалната заедница; Волонтирај, направи промена за себе си и за заедницата.
4.1. Средношколци		
4.2. Основци		



5. Претставници на национални и локални институции	<ul style="list-style-type: none"> • Електронска комуникација • Телефонска комуникација • Работни состаноци • Директни контакти 	<ul style="list-style-type: none"> • Работничките права да се постават највисоко на агендата и програмата; • Гласен Текстилец е релевантна организација која ги претставува работниците и работничките права.
6. Претставници на синдикати	<ul style="list-style-type: none"> • Електронска комуникација • Телефонска комуникација • Директни контакти 	<ul style="list-style-type: none"> • Заедно да се избориме за подобрување на работничките права и услови за работа.
7. Донатори и поддржувачи	<ul style="list-style-type: none"> • Електронска комуникација • Телефонска комуникација • Формални и неформални средби 	<ul style="list-style-type: none"> • Со заедничка соработка кон креирање на функционални механизми за заштита на работничките права и поддршка на локалната заедница.
8. Маргинализираните групи	<ul style="list-style-type: none"> • Социјални мрежи • Медиуми • Електронска комуникација • Директни контакти 	<ul style="list-style-type: none"> • Со вас сме, чувствувајте се безбедно при остварувањето на Вашите права!
Секундарни целни групи	Канали за комуникација	Комуникациски пораки
1. Медиуми (локални и национални)	<ul style="list-style-type: none"> • Електронски контакти • Директни контакти 	Пренесување на правилна информација во точно време!
2. Општата јавност	<ul style="list-style-type: none"> • Социјални медиуми • Електронска пошта 	Заедно можеме да бидеме лидери во остварувањето на визијата и мисијата на Гласен Текстилец.
3. Инфлуенсери		
4. Граѓански организации	<ul style="list-style-type: none"> • Социјални мрежи • Електронски адреси 	Со заеднички сили, делување кон унапредување на општеството и решавање на општествените проблеми!



Опис на персоните:

Силвана, на возраст од 54 години, вработена во текстилна конфекција како шивачка, работниот ден и започнува во 05 часот наутро, со вклучено време за транспорт, а и завршува во 15 часот попладне. За време на своето патување до и од работното време слуша радио во организираните превози. Слободно време речиси и да нема, бидејќи покрај работните обврски има и домашни обврски во смисла на готвење, одржување на куќа и грижа за семејството. Семејството и е приоритет, смета дека треба да се грижи за сопругот, децата и другите блиски членови, додека пак сопругот кога ќе си дојде дома гледа телевизија и помага при поставувањето на масата за ручек. После 19 часот сите заедно ги проследуваат турските серии на ТВ приемниците и ги проследуваат вестите и новостите во земјава. Работничката се грижи да ги одгледа своите деца и да ги исправи на прав пат, иако има минимални месечни примања.

Филип, на возраст од 28 години, активист, вработен во граѓанска организација. Денот го започнува од 06:30, во 07:00 часот оди на трчање. Потоа се тушира и оди на работа во 08:30 часот. Работниот ден го започнува со кафе, читање и враќање на маил. Следи на социјалните мрежи за непредвидливи работи, постојано дава критики, мислења и совети за настаните. Припрема и организира активности. Во 16:00 часот завршува со работа, се враќа дома се релаксира со некоја серија и цедено овошје.

Верица, на возраст 44 години, вработена во Јавна администрација како регионален инспектор за труд при Министерството за Труд и Социјална Политика. Верица работниот ден го почнува во 6 и 30 наутро, по испиеното прво утринско кафе оди на работа во 8 и 30 и завршува во 16 и 30 на пладне. Работните обврски на Верица започнуваат со преглед на мејлови, следи новости и вести на електронските портали, вршење на инспекциски надзор, постапување по преставки и констатација за извршен прекршок. Понекогаш заради потребите на Министерството за Труд и Социјална Политика, Верица мора да ја извршува својата службена должност надвор од нејзиниот град и патува во соседните градови. Работниот ден и завршува во доцните пладневни часови. Најчесто по целокупните обврски посветува внимание на нејзиното семејство, се опушта со нејзиното милениче и по некоја добра песна.

КОМУНИКАЦИСКИ КАНАЛИ И АЛАТКИ

Комуникациски канали: Социјалните мрежи во сопственост на Гласен Текстилец, ги содржаат: краткото име, долгото име како опис, логото како профилна фотографија, контакт информации, цели, визија и мисија таму каде што има можност.

1. Социјални медиуми: **Facebook / Instagram / Twitter / YouTube**

- **Facebook:** обајвување на повици, соопштенија, известувања, фотографии, информативно-едукативни содржини. Линк за пристап: [Facebook Fan Page](#). Оваа социјална мрежа е најпопуларна и најупотребуваната помеѓу нашата примарна таргет група и возрасната популација, затоа одржувањето на нашиот профил тука е од големо значење, со цел навремено информирање на работниците и останатите чинители.



- **Instagram:** се објавуваат кратки постови со слики, видео стории, reels, boomerangs. Инстаграм го користи претежно младата популација, одржувањето на инстаграм профилот е важно за зајакнување на младинскиот активизам и за волонтеризмот. Линк за пристап: [Instagram](#);
 - **Twitter:** фотографии од настани, видео стории со мала резолуција и постови со мала содржина. На оваа социјална мрежа се објавуваат само клучните инвормаци и настани кои содржаат краток текст. Целните групи речиси и не го користат. Линк за пристап: [Twitter](#);
 - **YouTube:** видео стории, гостувања во емисии и слично. Објавување на гостување на вработените на Гласен Текстилец на ТВ емисиите, снимените поткасти, снимените интервјува како што се пренесуваат и објаснуваат информациите. Линк за пристап: [Youtube](#);
 - **Web Page:** јавни информации за пошироката јавност, за бизнис заедницата, за работниците во вид на соопштенија, одлуки, заклучоци и повици. Информации и новости. Веб страната ја користат сите заинтересирани, а не само работниците. Линк за пристап: www.glasentekstile.mk
2. **Меѓународни, национални и регионални медиуми:** информации, новости, реакции и соопштенија кои се наменети за национално застапување и афирмација на проблемите. Гостување и снимање на емисии и спотови за меѓународни телевизиски куќи кои имаат интерес да работат во земјава.
 3. **Традиционални медиуми (радио, печатени и телевизија и другите електронски портали):** информации, новости, соопштенија. Пренесување на проблемите, известување за состојбата со работничките права, дебатирање, информирање и едукација на целните групи.
 4. **Промотивни материјали:** информации за проектите, контакт информации на организацијата. Каде може да се пријави прекршување на работничките права и друго. Овие промотивни материјали се разделуваат за време на обуки, работилници, состаноци, кампањи и сите други активности кои се со информативно-едукативен карактер.

ПЛАН ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

Планот за имплементација е комплексен процес, кој зависи од сите засегнати страни, а најчесто од правилно обучениот персонал за комуникација со јавноста, неговата ангажираност, и човечките ресурси во Гласен Текстилец. Оваа комуникациска стратегија се однесува за периодот од јуни 2023 до јуни 2026 година, секако со дополнување и измени во периодот на нејзиното имплементирање со цел ефикасна имплементација во пракса.

МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

- Отворени Интервјуа/прашалници во членови, вработени и волонтери;
- Испитување на мислење;
- Мониторинг на медиуми и регистратција на вести, собирање на линкови поврзани со Гласен Текстилец, во медиумска база;



ГОДИШЕН БУЏЕТ ЗА КОМУНИКАЦИСКИ АКТИВНОСТИ

Годишниот буџет се инкорпорира во проектните буџети и истиот содржи: финансиски средства за креирање на промотивни материјали, финансиски средства за подобрување на визуелниот изглед на организацијата, средства за печатење и продукција, средства за спонзорирање на објави.

ТИМ ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА

Проектниот тим заедно со Координаторката на видливост, канцеларискиот асистент се одговорни за спроведување на комуникациската стратегија.

Надлежност на поединечните членови на тимот:

1. **Координатор/ка на видливост:** одговорен/одговорна за спроведување на стратегијата, прави контрола на содржини пред да се објават во јавност, комуницира редовно со проектниот тим при креирањето на проектните и организациските содржини.
2. **Координатори на проекти:** создаваат проектни и организациски содржини, ги испраќаат до координатор/ка на видливост за одобрување и пласирање во јавност.
3. **Волонтери:** креираат интерактивни содржини за споделување на социјалните мрежи, и поттикнување на волонтеризмот.
4. **Правници:** креираат правни совети, поуки и информации, кои служат за информации на пошироката јавност.
5. **Останат персонал:**

КРИЗНИ КОМУНИКАЦИИ

Стратегијата за кризни комуникации е патоказ за како организацијата треба да се однесува во разни ситуации.

Цели:

- Зголемена заштита на организацијата од надворешни напади, со цел рушење на угледот и репутацијата на организацијата;
- Утврдување на правилем метод и начин на справување со нападите и рушењето на репутацијата.

Креирање на кризен комуникациски тим

Кризниот тим треба да биде составен од:

- Координатор на комуникации и видливост: раководител на тимот, задолжен за подготовка и дизајн на соопштенија, пресови, реакции и слично и за нивна дистрибуција;
- Правен тим: ги разгледува нападите, доказите и веродостојноста, подготвуваат реакции, соопштенија, одбрана од праве наспект;
- Проектен тим: врши потесна внатрешна анализа на состојбата, учествува во подготовката на објавите за демант, и научените лекции;



- Коалиција за заедничко делување со други тела, граѓански организации и друго: вршат анализа на состојбата, издржаноста и презентацијата на состојбата, истражуваат факти.

Назначување на кризен менаџер/управител со кризата.

Чекори во кризна комуникација

- **Пред:**
 1. Формирање на кризен менаџмент на организацијата: се формира во рамките на самата организација, членовите се назначени од управителот/раководната структура;
 2. Запознавање на вработените со кризниот менаџмент: сите вработени во организацијата се запознаваат со стратегијата за кризно комуницирање и постапки при таа криза;
 3. Избор на кризен менаџер/ка за раководење со планот и одбрана од нападот: го избираат назначените членови, повикува, закажува седници и врши евакуација;
- **За време на кризата:**
 1. Чекор 1: Проверка на информациите содржани во нападот: точна проверка на информациите застапени во нападот, докази и факти, проверка на позадината на нападот;
 4. Чекор 2: Повикување на кризниот менаџмент на итен состанок: итно составување на кризниот тим, за навремена одбрана;
 5. Чекор 3: Разгледување на состојбата и подготовка на одбрана и реакција со поддржани факти и презентирање на реалноста во самото соопштение: чекор за подготвување на демант, презентација на точноста на информациите, поткрепена со реални документи.
 6. Чекор 4: Пресконференција или објавување на реакцијата во јавност, преземање на одговорност и ивинување: чекор кој следи по подготовката на одбраната, во кој се презентираат фактите и доказите;
- **После кризата:**
 1. Преземање на одговорност и поднесување на барање за демант на нападот, извинување и процесуирање на постапка пред надлежните институции;
 2. Составување и евакуација на кризниот менаџмент: редовни состаноци со цел мапирање на состојбата, нејзиниот тек и евентуално повторување.

Анализа на кризната состојба и научени лекции:

Составување на научени лекции, што било добро а што не функционираше за време и по завршувањето на кризата, се со цел посpreмност а наредните кризи што следат. Научените лекции се интерни и се објавуваат во рамките на кризниот тим, а нив ги составуваат сите членови на тимот.