

Ohvriabi strateegiliste ennetustegevuste planeerimine

1. Sissejuhatus

Käesolev tehniline kirjeldus määratleb nõuded strateegiliste ennetustegevuste planeerimise protsessi kirjelduse teenuse osutamisele Sotsiaalkindlustusameti (SKA) ohvriabi osakonnale. Hankega soovitakse leida partner, kes aitaks välja töötada tervikliku, jätkusuutliku ja mõjusat ning sihtgruppide spetsiifilist teavitustegevuste strateegiat, sh sõnumi edastamise vormi (millist tüüpi materjalid millises kanalis). Teavitus ja ennetustegevuste eesmärk on tõsta teadlikkust ohvriabist ja parandada ohvrite teadlikkust oma võimalustest abi saada. Peamine sihtrühm on erineva vägivalla (sh perevägivald, seksuaalvägivald, kübervägivald, inimkaubandus, kuriteoohvrid jne) ohvriks langenud täiskasvanud inimesed ja partnerasutused, kelle poole ohvrid peamiselt pöörduvad (nt tervishoid, PPA jne).

Eriline rõhk on ohvriabi teenuste kättesaadavuse parandamisel erinevates Eesti piirkondades, arvestades piirkondlikke eripärasid ja vajadusi, ning ohvrite erivajaduste, sh traumakogemuse arvestamisel. Lisaks oodatakse pakkuvalt soovitusi ja strateegiat võimalike sisuloojate kaasamiseks, kes suudavad ohvriabi teenuste spetsiifikat, ohvrite eripärasid ja traumateadlikkust arvestades luua mõjusat ja empaatilist sisu, vältides ohvrite retraumatiseerimist. Kogu kommunikatsioon peab olema kooskõlas avaliku teenistuse eetikaga ning arvestama ohvriabi CVI (Corporate Visual Identity) juhistega. Olulise kanalina tuleb integreerida Palunabi veebileht. Oluline osa hankest on potentsiaalse ja sobiva kõneisiku (või kõneisikute) määratlemine, kes suudaks ohvriabi teemasid avalikkuses usaldusväärselt ja empaatiliselt esindada. Hange ei hõlma strateegia elluviimist, vaid keskendub põhjaliku ja teaduspõhise strateegia protsessi loomisele. Hange viiakse läbi vastavalt riigihangete seadusele.

Hange on rahastatud projekti „2021-2027 Ühtekuuluvuspoliitika fondide meetme 21.4.7.9 „Lastele ja peredele suunatud teenused on kvaliteetsed ja vastavad perede vajadustele“ toetuse andmise tingimused „Laste ja perede toetamine“ kaudu.

2. Hankija

Sotsiaalkindlustusamet (SKA), ohvriabi osakond.

3. Hanke eesmärk

Eesmärk on ohvriabist teadlikkuse suurendamine ja ohvriabi teenustele sobiva meediaplaani väljatöötamine kriitiliste sihtgruppideni jõudmiseks. Hanke tulemusel leitakse partner, kes aitaks põhjalikult planeerida ja dokumenteerida SKA ohvriabi osakonna tulevast SKA välist kommunikatsiooni, mis kajastaksid järgmisi punkte:

Teadlikkuse tõstmine ohvriabi teenustest: Tagada, et inimesed, kes on langenud kuriteo, vägivalda või õnnetuse ohvriks, teaksid, et on olemas ohvriabi ja kuidas abi saada.

Ennetustegevus: Teavitada potentsiaalseid ohvreid riskidest ja ennetusmeetmetest, et vähendada ohvriks langemist. Ennetustegevuses rõhutada pealtnägijate rolli ja võimalusi abistamiseks, rõhutades aktiivse sekkumise olulisust vägivalda peatamisel.

Õiguste teadvustamine: Selgitada ohvritele nende õigusi ja võimalusi, sh õigust saada psühholoogilist nõustamist, juriidilist abi ja muud toetust.

Stigma vähendamine: Vabastada ühiskondlik suhtumine ohvriks langemise süütundest ja häbist. Vähendada ohvrite enesesüüdistamist ja normaliseerida abi otsimist. Vähendada ühiskondlikku süüdistamist ohvrite suhtes, rõhutades, et vägivald on alati vägivallatseja vastutus.

Piirkondliku kättesaadavuse tagamine: Võtta arvesse ohvriabi teenuste kättesaadavuse erinevusi Eesti piirkondades ja kohandada kommunikatsiooni vastavalt. Eesmärk on, et sõnumid jõuaksid efektiivselt iga potentsiaalse abivajajani, olenemata tema asukohast.

Mõjusa sisuloo tagamine: Soovitada sisuloojaid, kes on suutelised looma usaldusväärset, empaatilist ja informatiivset sisu, mis aitab jõuda ohvrteni, vähendada stigmasid ja julgustada abi otsima.

SKA väärtuste integreerimine: Tagada, et kõik kommunikatsioonitegevused peegeldaksid SKA missiooni, milleks on kindlustada Eestis resideeruva inimese iseseisvat toimetulekut ja heaolu, tehes seda lihtsate lahenduste ja inimese elus toimuvate positiivsete muutuste abil.

Palunabi.ee veebilehe integreerimine: Palunabi veebilehe kui olulise teabekanaliga arvestamine ja selle maksimaalne integreerimine kommunikatsioonitegevustesse.

Ohvrikesksus ja traumateadlikkus: Kogu kommunikatsiooniprotsessi planeerimisel tuleb lähtuda ohvrite vajadustest ja kogemustest ning olla teadlik trauma mõjust. Vältida retraumatiseerivaid sõnumeid ja kujutisi ning tagada ohvrite turvalisus ja privaatsus.

Retraumatiseerimise vältimine: Välistada igasugune tegevus, mis võib ohvreid retraumatiseerida. See hõlmab ohvrite süüdistamise, nende kogemuste kahtluse alla seadmise, nende privaatsuse rikkumise või muu sellise, mis võib neile uuesti haiget teha. Rõhk on ohvrite jõustamisel, autonoomia toetamisel ja lootuse andmisel.

Kättesaadav ja arusaadav kommunikatsiooni strateegia protsessi dokument: On valminud kommunikatsioonistrateegia protsessi kirjeldus on põhjalikult dokumenteeritud, arusaadav ja rakendatav SKA ohvriabi osakonnale. Dokument esitada .docx formaadis.

Sobiva kõneisiku määratlemine: Soovitada potentsiaalseid kõneisikuid (või kõneisikute gruppe), kes suudaksid avalikkuses ohvriabi teemasid usaldusväärselt ja empaatiliselt esindada. See hõlmab kõneisiku profiili määratlemist, potentsiaalsete kandidaatide kaardistamist, nende sobivuse ja kaasamisega seotud maksumuse hindamist ja konkreetseid soovitusi SKA-le.

4. Lähteandmed ja taustainfo

* *Läbivalt peab arvestama SKA kommunikatsiooni põhiväärtustega.*

* SKA ohvriabi osakonna eesmärgid ja väärtused (leitavad Palunabi kodulehelt <https://www.palunabi.ee/et/ohvriabist>).

* Sihtgruppide vajadused ja ootused (näiteks erinevad vanusegrupid, sotsiaalsed kihid, ohvrite tüübid, sh perevägivalda, seksuaalvägivalda, inimkaubanduse ohvrid jne). Oluline on arvestada ka vanemaealiste, LGBTQ+ kogukonna liikmete, puuetega inimeste ja teiste haavatavate gruppide spetsiifiliste vajadustega.

* Ülevaade ohvriabi teenuste kättesaadavusest erinevates Eesti piirkondades. See sisaldab infot teenusepunktide, spetsialistide arvu, pakutavate teenuste ja potentsiaalsete probleemide kohta piirkondlikult. Eriti oluline on teada, millised teenused on kättesaadavad ohvritele, kes ei räägi eesti keelt või vajavad erivajadustega inimestele kohandatud teenuseid.

* SKA missioon, visioon, väärtused ja eesmärgid (leitavad SKA kodulehelt).

* Ohvriabi CVI (Corporate Visual Identity) juhend (SKA poolt esitatav).

* Palunabi veebileht (www.palunabi.ee)

5. Teenuse sisu ja nõuded

Teenuse osutaja kohustub osutama järgmiseid teenuseid:

5.1. Ohvriabi kommunikatsioonistrateegia protsessi väljatöötamine (I etapp)

Olukorra analüüs: Peamiste sihtgruppide määratlemine. Millised sihtgrupid on kõige olulisemat info vajajad või info edasikandjad ohvrile (nt tervishoiuasutused, PPA jms). Detailne sihtgruppide ja mõju potentsiaalis kirjeldus. Olulisimate (mõjusaim) sihtgruppide valik.

Sõnumite väljatöötamine: Sihtgruppide spetsiifiliste sõnumite ja argumentide loomine. Sõnumid peavad olema kohandatud erinevatele sihtgruppidele selliselt, et need oleksid maksimaalselt mõjusad just konkreetse sihtgrupi eripära arvestavalt. Sõnumite väljatöötamisel tuleb järgida traumateadlikkuse põhimõtteid: kasutada empaatilist, lootustandvat ja jõustavat keelt, vältida süüdistamist ja ohvrite määratlemist vaid traumakogemuse kaudu.

Kanalite valik ja strateegia: Sobivate kommunikatsioonikanalite valik ja kasutamise strateegia (sh sotsiaalmeedia, traditsiooniline meedia, otsepostitus, veebileht, üritused, koolitused jne). Valida sihtgrupile sobivad ja turvalised kanalid (sh sotsiaalmeedia, traditsiooniline meedia, otsepostitus, Palunabi veebilehe integratsioon jne), arvestades piirkondlikku kättesaadavust.

Sõnumi edastamise vorm: Vastavalt sihtgrupile ja kommunikatsioonikanalile pakkuda välja erinevaid vorme, kuidas sõnum parimal viisil edasi anda (näiteks noortele suunatud sõnum sotsiaalmeedias vajab videot, vanaemaealistele suunatu kuvada paber kandjal jne).

Möödiku ja hindamiskava väljatöötamine: Kuidas mõõta ennetustegevuste tulemuslikkust ja milliseid hindamismeetodeid kasutada. Hindamiskava peab võimaldama tulemuste mõõtmist ka piirkondlikul tasandil, et hinnata kommunikatsiooni efektiivsust erinevates piirkondades eraldi.

Sisuloojate kaasamise strateegia: Pakkuda välja strateegia, kuidas kaasata sisuloojaid, kes suudavad luua ohvriabi teemadel mõjusat ja empaatilist sisu kui see on sihtgrupile mõjus teavitustegevus.

5.2. Kõneisiku(te) määratlemine ja profiili loomine (II etapp)

Määratleda kõneisiku (või kõneisikute grupi) profiil, arvestades SKA väärtusi, sihtgruppide vajadusi ja kommunikatsioonistrateegia eesmäärke.

Esitada SKA-le konkreetsete soovitusi sobivate kõneisikute (või kõneisikute grupi) kohta, põhjendades nende valikut ja tuues välja nende tugevused.

5.3. Strateegia esitlemine (III etapp)

Vajadusel esitleda valminud ennetustegevuste strateegia protsessi SKA ohvriabi osakonnale, vastates küsimustele ja pakkudes selgitusi.

6. Nõuded meeskonnale

Pakkuja meeskonnaliikmetele esitatavad nõuded

Vähemalt 5-aastane kogemus strateegilise kommunikatsiooni alal.

Kogemus sotsiaalkampaaniate planeerimisel ja läbiviimisel (vähemalt 3).

Meeskonnas peab olema vähemalt üks liige, kellel on teadmised traumateadlikkusest ja/või kogemus töötamisel vägivalda ohvritega (esitada CV).

7. Pakkumuse hindamine

Pakkumuste hindamisel arvestatakse järgmisi kriteeriumeid:

Pakkumuse maksumus (eurodes, ilma KM-ta) (30 punkti):

Kõige madalama maksumusega pakkumusele omistatakse maksimaalne arv väärtuspunkte (30 punkti). Teistele pakkumustele omistatakse proportsionaalselt vähem punkte, st madalaim maksumus jagatakse hinnatava maksumusega ning korrutatakse kriteeriumile omistatud maksimaalse väärtuspunktide arvuga. Tulemus ümardatakse täpsusega üks koht pärast koma.

Pakkumuse maksumus peab sisaldama kõiki hankelepingu nõuetekohaseks (hankija poolt esitatud tingimused ja pakkuja poolt esitatud nägemuse) täitmiseks vajalikke kulutusi.

Pakkuja meeskonnaliikme(te) kvalifikatsioon ja kogemus viimase 5 aasta jooksul (30 punkti): Pakkuja meeskonnaliikme(te) kogemus sarnaste projektide läbiviimisel.

Pakkuja, kelle meeskonnaliikme(tel) on viimase viie aasta jooksul 10 või enama strateegilise kommunikatsiooniplaani koostamise kogemus saab maksimumpunktid (30 punkti); 5-9 varasemalt loodud strateegilise kommunikatsiooniplaani arv saab 20 punkti; 3-5 varasemalt loodud strateegilise kommunikatsiooniplaani arv saab 10 punkti; 2 varasemalt loodud strateegilise kommunikatsiooniplaani arv saab 5 punkti, 1 varasemalt loodud strateegilise kommunikatsiooniplaani arv saab 0 punkti.

Kirjeldada kogemust ja lisada viited loodud strateegilistele kommunikatsiooniplaanidele.

Strateegia ideekavand (20 punkti): Ideekavand on hankija jaoks realistlik ja põhjalikult läbi mõeldud. Välja on toodud pakkuja hinnangul kolme olulisima sihtgrupi mõjusad ja loovad sõnumid ja teavituskanalite vormid. Teavituskanalite vormid ja sõnumid on põhjendatud ning uuenduslikud. Selge ja arusaadav strateegia ideekavand saab maksimumpunktid (20 punkti).

Hankelepingu täitmiseks planeeritud strateegia ideekavand on üldsõnaliselt kirjeldatud, kuid välja on toodud pakkuja hinnangul kahe olulisima sihtgrupi mõjusad ja loovad sõnumid ja teavituskanalite vormid. 15 punkti.

Hankelepingu täitmiseks planeeritud strateegia ideekavand on üldsõnaliselt kirjeldatud, kuid välja on toodud pakkuja hinnangul vähemalt ühe olulise sihtgrupi mõjusad ja loovad sõnumid ja teavituskanalite vormid. 10 punkti.

Hankelepingu täitmiseks planeeritud ideekavand on ebarealistlik ning ei taga tellija hinnangul hankelepingu kvaliteetset täitmist. Välja ei ole toodud ühtegi sihtgruppi, sõnumeid ega kanaleid. 0 punkti.

Tegevus- ja ajakava (20 punkti). Tegevus- ja ajakava on hankija jaoks realistlik, põhjalikult läbi mõeldud ja detailselt kirjeldatud, sh tegevus- ja ajakavas on välja toodud konkreetsed (ala)tegevused ning nende peamine vastutaja ja läbiviija(d). Pakkuja toob tegevus- ja ajakavas välja omapoolse nägemuse sellest, milliseid tegevusi ja millises ajavahemikus selleks planeeritakse, et tellija soovidele vastav strateegia tähtjaks 15.12.2025 valmis saaks. Sh on töö jagatud vaheetappidesse seal, kus see loob väärtust. Välja on pakutud lisandväärtust loovaid täiendavaid tegevusi või olemasolevaid tegevusi liigendatud detailsemaks, eesmärgiga neid paremini avada. Realistlik ja läbimõeldud tegevus- ja ajakava saab maksimumpunktid (20 punkti), teistele antakse punkte hanke sisukirjelduse kohta alljärgnevate alakriteeriumite abil:

Hankelepingu täitmiseks planeeritud tegevus- ja ajakava on üldsõnaliselt kirjeldatud, kuid välja on toodud ja selgitatud peamiseid konkreetseid tegevusi, mida plaanitakse teha hankelepingu kvaliteetse täitmise tagamiseks. 15 punkti.

Hankelepingu täitmiseks planeeritud tegevus- ja ajakava on vähedetailne ning ei tagada hankelepingu kvaliteetset täitmist. 10 punkti.

Hankelepingu täitmiseks planeeritud tegevus- ja ajakava on ebarealistlik ning ei taga tellija hinnangul hankelepingu kvaliteetset täitmist. 0 punkti.

Kui laekunud pakkumused saavad võrdse arvu punkte, kuulutab hankija võitjaks pakkumuse, mis on saanud enam punkte hindamiskriteeriumis 2, järgmisena arvestatakse hindamiskriteeriumit 4, seejärel hindamiskriteeriumit 3 ning seejärel hindamiskriteeriumit 1.