



# STRATEGIJA KOMUNIKACIJA OPĆINE JABLANICA

2016. – 2019.

Jablanica, septembar 2015.

## Sadržaj

UVOD.....	3
<b>1.1 Općina Jablanica i javnosti.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Tačke razvoja općine.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Općinski kapaciteti i lokalni ekonomski razvoj.....</b>	<b>5</b>
1.3.1.Funkcionalnost i pružanje informacija i usluga iz oblasti LER.....	5
1.3.2. Marketing i promotivne aktivnosti.....	6
1.3.3. Registracija privrednih subjekata.....	6
<b>1.4 Komunikacijski ciljevi.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5. Komunikacijski kanali.....</b>	<b>7</b>
<b>1.6. Elementi komunikacijske strategije.....</b>	<b>8</b>
<b>1.7.Analiza postojećeg stanja u oblasti strateškog komuniciranja.....</b>	<b>8</b>
<b>2.INTERNA KOMUNIKACIJA.....</b>	<b>8</b>
2.1.1. Sastanci zaposlenog osoblja.....	8
2.1.2. Telefon.....	9
2.1.3. Intranet.....	9
2.1.4. Oglasna ploča.....	9
2.1.5. Službeni glasnik.....	10
- promovirati dostupnost Sl.glasnika putem web portala: jablanica.ba.....	10
2.1.6. Internet.....	10
2.1.6.1. E-mail adrese za sve službenike.....	10
2.1.7.Prijemi građana.....	11
2.1.8.Neformalni sastanci.....	11
<b>3.EKSTERNE KOMUNIKACIJE.....</b>	<b>11</b>
3.1. Odnosi sa medijima.....	11
<b>3.1.1. Press konferencije.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1.2 Saopštenja za štampu (press release).....</b>	<b>12</b>
<b>3.1.3 Intervjui.....</b>	<b>12</b>
<b>3.1.4 Web stranica općine.....</b>	<b>12</b>
<b>3.1.5.E-Bilten.....</b>	<b>13</b>
3.2. Komunikacija sa korisnicima usluga.....	14
<b>3.2.1. Zborovi građana i javne rasprave.....</b>	<b>14</b>
3.2.2. „Sistem 48“.....	14
3.2.3. Promotivne publikacije ( afiše, brošure, leci...).....	14
3.2.4. Neformalni susreti sa građanima i novinarima.....	15
<b>3.2.5.„Dani otvorenih vrata“.....</b>	<b>15</b>
<b>3.2.6. Oglašavanje u promotivne svrhe.....</b>	<b>15</b>
<b>3.2.7. Zakonom propisano oglašavanje (konkursi, oglasi,tenderi,odluke vijeća).....</b>	<b>16</b>
<b>3.2.8. Pristup informacijama.....</b>	<b>16</b>
3.2.9. Zaštita ličnih podataka građana.....	16
3.3. Odnosi sa strankama/ građanima – korisnicima usluga.....	17
<b>3.3.1. Telefon.....</b>	<b>17</b>
<b>3.3.2. Centar za pružanje usluga-Šalter sala.....</b>	<b>17</b>
3.3.3. Događaji.....	18
<b>3.3.4. Organizovanje Lokalnih foruma.....</b>	<b>18</b>
3.3.5.Lokalni radio i tv.....	19
<b>3.4. Dizajn, vizuelni identitet, znak/logo.....</b>	<b>19</b>
<b>3.5. Institucionalni identitet i brendiranje općine.....</b>	<b>19</b>
<b>4. CILJNE GRUPE.....</b>	<b>20</b>
<b>4.1. Interna ciljna skupina – predstavnici Općinske administracije.....</b>	<b>20</b>
<b>4.2 Javnost-građani (odrasli i djeca, kao posebna ciljna skupina).....</b>	<b>20</b>
<b>4.3 Udruženja i NVO.....</b>	<b>21</b>
<b>4.4. Jedinice mjesne samouprave.....</b>	<b>21</b>
<b>4.5.Preduzeća, pravna i fizička lica.....</b>	<b>21</b>
<b>4.6. Strane kompanije.....</b>	<b>22</b>
<b>4.7. Vlada, jedinice regionalne i lokalne samouprave, javne ustanove.....</b>	<b>22</b>
<b>4.8. Predstavnici međunarodne zajednice, ambasade, međunarodne finansijske institucije, EU i zemlje donatori.....</b>	<b>23</b>
<b>5. PLAN I METODOLOGIJA.....</b>	<b>23</b>
<b>5.1. Faze provedbe strategije komunikacija.....</b>	<b>23</b>
<b>5.2. Metodologija provedbe strategije komunikacija.....</b>	<b>24</b>
<b>6. PLAN AKTIVNOSTI.....</b>	<b>24</b>
<b>7. PLAN EVALUACIJE.....</b>	<b>30</b>
<b>8. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>30</b>
<b>Obrazloženje za izradu Strategije komuniciranja Općine Jablanica.....</b>	<b>31</b>

## UVOD

Strategija komunikacija postala je nasušna potreba, a u nekim slučajevima i uslov bez kojeg se ne može kada je u pitanju ostvarivanje dvosmjerne komunikacije u bilo kojoj oblasti, pogotovo ako se radi o zadatku kojeg ima svaka lokalna zajednica, a tiče se informisanja, te uspostave dijaloga sa građanima u cilju kreiranja što kvalitetnijeg lokalnog ambijenta sa aspekta ugodnog, zdravog i prosperitetnog života u njoj. Strategije komunikacija, osim toga, daju odgovore na mnogobrojna pitanja sa kojim se susreću lokalne zajednice i administracija u svom svakodnevnom radu, ali i daju smjernice i nude rješenja za ostvarivanje kvalitetne, objektivne, istinite i profesionalne komunikacije sa građanima.

Strategije komunikacija, isto tako, pomažu da se strategije razvoja lokalnih zajednica bolje i svrsishodnije provedu na zadovoljstvo i korist građana.

Strategije komunikacija, mada se to na prvi pogled ne čini, omogućavaju i samu provedbu razvojnih strategija na racionalan način, čineći time značajne uštede za samu administraciju, jer su u stanju ne samo pružiti adekvatnu i objektivnu informaciju projektima koji su obuhvaćeni razvojnim strategijama, već imaju snagu motivacije sudionika projekata, što je u konačnici jedan od bitnih faktora za njihovu uspješnu i ekonomičnu provedbu.

Tako je i nova, dopunjena i ažurirana Strategija komunikacija Općine Jablanica nastala kao potreba da se uz Integralnu strategiju razvoja općine Jablanica 2014-2023., ponudi rješenje za njihovo komuniciranje u javnosti, gdje su građani, kao direktno zainteresirani i kao primarna ciljna skupina, u procesu dijaloga njeni saučesnici i njen najbitniji dio. Općinske administracije su servis građana, pa je tako i u ovoj Strategiji komunikacija. Građani su ovom strategijom dobili podijum ne samo za iznošenje svoga mišljenja, već i za svoje kreativne ideje, a sve u cilju stvaranja što boljeg ambijenta za život i razvoj u općini Jablanica. To znači, da smo se u Strategiji komunikacija koristili metodom "odozdo na gore" i da je dijalog koji će se uspostaviti s građanima, s tim u vezi, njena osnovna svrha, motiv i cilj.

### *1.1 Općina Jablanica i javnosti*

Općina Jablanica spada u red manjih općina u Federaciji i Bosni i Hercegovini (301 km<sup>2</sup> sa oko 10.580 stanovnika) i ima relativno dinamičan društveno-ekonomski razvoj u periodu poslije rata.

Važnu ulogu u tome ima lokalna uprava, koja je, po svom ustrojstvu i glavnim ciljevima, u funkciji razvoja općine. O ostvarivanju te uloge i konkretnim aktivnostima lokalne vlasti građani nisu na pravilan način informisani u onoj mjeri u kojoj se ti rezultati ostvaruju. Zbog nedovoljne informisanosti, u javnosti se stvara (a i održava) iskrivljena slika, kako o pojedinačnim akcijama, tako i o redovnom radu organa uprave. Iako nisu vršena egzaktna istraživanja, ipak se sa sigurnošću može reći da su rezultati rada organa uprave u općini Jablanica znatno bolji u odnosu na sliku koja vlada u javnosti.

Općina Jablanica nije zadovoljavajuće (izuzev lokalnih medija) pozicionirana u medijima. Podaci o nedovoljnoj posjećenosti javnih rasprava u principu ne govore o nedovoljnoj upoznatosti građana o aktivnostima Općine i mehanizmima putem kojih mogu uticati na organ uprave, ali i slabom interesu koji za to vlada u javnosti, što ima i svoje druge razloge.

Ranija istraživanja su pokazala da je većina građana zadovoljna informisanjem i općinskom upravom u cjelini, što se za pojedine dijelove javnosti tek treba egzaktno utvrditi (biznis sektor, NVO, MZ...). Strategija komunikacija na dugoročnoj osnovi uspostavlja jedinstven, funkcionalan, dobro prohodan i primjenjiv sistem informisanja i daje odgovor na ključna pitanja odnosa sa javnošću općinskih organa uprave.

Strategija komunikacija se zasniva na rezultatima praćenja rada unutar Općine i uvida u postojeće stanje, te na osnovu preporuka Transparency international BiH i treninga „Media Centra“, Sarajevo, GIZ-a, istraživanja i preporuka Development Consulting Group (DCG) Beograd.

Glavni ciljevi Komunikacijske strategije su:

- povećati nivo znanja građana o aktivnostima Općine;
- povećati nivo transparentnosti i odgovornosti rada organa uprave

- odnose sa javnošću, adekvatno i funkcionalno uvezati sa svim općinskim službama (izvorima informacija) i medijima preko kojih će se te informacije plasirati građanima;
- osposobiti sve službe Općine da putem službe i osobe zadužene za odnose sa javnošću kontinuirano izvještavaju javnost o svojim aktivnostima;
- odnose sa medijima regulisati u skladu sa zakonom i preporukama odgovarajućih organa, pomagati ih i podržavati u nastojanju da pravovremeno i efikasno obavještavaju javnost o radu općinskih organa uprave
- putem novoosnovane općinske Službe za LER i investicije, finansije i trezor ojačati interakciju općinskog organa i privrednog sektora sa ciljem poboljšanja ekonomskog razvoja općine Jablanica
- primjeniti praktične mjere /pravilnici i uputstva/ u primjeni Zakona o zaštiti ličnih/osobnih podataka („Sl. glasnik BiH“ broj: 49/06 i 76/11)

Nova Strategija komunikacija Općine Jablanica 2016-2019.godine implementiraće se putem Službe za lokalni ekonomski razvoj i investicije, finansije i trezor prema rokovima i raspoloživim sredstvima. Općina predstavlja složen socio-ekonomski sistem. Funkcionisanje tog sistema zavisi od niza faktora. Jedan od tih faktora je svakako i sama komunikacija.

Da bi se Općina razvijala u željenom pravcu potrebno je ubrzano razvijati i sistem komuniciranja, kako unutar organa uprave tako i prema ostalim činiocima.

Prateći Integralnu Strategiju razvoja općine Jablanica 2014-2023.godine, kroz organizacijske promjene u Službama uprave općine Jablanica, ovim strateškim dokumentom želi se kroz dijalog i kreativnost svih uključenih subjekata stvoriti što bolji ambijent za život i razvoj u općini Jablanica.

Prijedlozi za unaprijeđenje rada:

S obzirom na zahtjeve koji se postavljaju pred Službu za LER i investicije, finansije i trezor u ublasti informisanja i odnosa sa ciljanim javnostima, veoma je bitno da se na vrijeme planiraju potrebne edukacije za sve zaposlenike Općinske administracije, kako bi se informisali i motivirali u dovoljnoj mjeri za njenu provedbu. Moderno komuniciranje polazi od iskorištenja svih resursa, zbog čega je educiranje uposlenika veoma bitan faktor za postizanje konačnog cilja. Jer, kako drugačije komunicirati neki cilj iz Integralne strategije razvoja Općine Jablanica, ukoliko oni koji direktno rade na bilo koji način na njegovoj provedbi nisu u dovoljnoj mjeri upoznati s činjenicama, ne raspoložu sa bitnim informacijama, ne znaju koja je svrha, i koja je njihova uloga u svemu tome.

Preporuka:

Za ovu svrhu i na ovom mjestu potrebno je planirati:

- interne edukacije o razvojnim strategijama (periodično)
- internu edukaciju o Strategiji komunikacija (periodično)
- kreativne radionice koje će osim informiranja poslužiti i u kreativnom smislu za pronalazak rješenja u ad hoc situacijama provedbe Strategije komunikacija i drugih strategija (periodično)

## ***1.2 Tačke razvoja općine***

Strategija komunikacija općine Jablanica svoje ishodište nalazi u Integralnoj strategiji razvoja općine Jablanica za period 2014.-2023.

Strateški ciljevi razvoja općine su:

- Strateški cilj 1. Jablanica centar izvrsnosti obrade kamena, razvijenog poduzetništva i poljoprivrede
- Strateški cilj 2. Razvijena poslovna, komunalna infrastruktura i savremena lokalna uprava
- Strateški cilj 3. Jablanica, prepoznatljivo turističko odredište Hercegovine
- Strateški cilj 4. Jablanica mjesto ugodnog življenja

U skladu sa ovim ciljevima definirana je i vizija općine Jablanica:

### **1.3. Općinski kapaciteti i lokalni ekonomski razvoj**

Umjesto davanja paušalnih ocjena o početnom stanju općine Jablanica ili pravljenja SWOT analize, o stanju općinskih kapaciteta u funkciji LER-a, poslužit ćemo se izvještajem kancelarije GIZ-a BiH (krajem 2013.godine) koji je u okviru svog projekta "ProLocal", angažovao konsultantsku kuću Development Consulting Group (DCG) da obavi istraživanje kapaciteta u općini Jablanica u oblasti ekonomskog razvoja, sa ciljem utvrđivanja početnog stanja. U osnovnim aspektima tog izvještaja se kaže:

„Prema pokazateljima Indeksa općinskih kapaciteta koji je korišten u ovom istraživanju, Općina Jablanica se može svrstati u red lokalnih uprava sa relativno prosječnim razvojnim kapacitetima. U organizacionom smislu, Općinska uprava Jablanice može unaprijediti svoj rad na poslovima lokalnog ekonomskog razvoja ako se formira organizaciona jedinica (što je u međuvremenu i urađeno op.a.) koja će obavljati ove poslove u formalno definisanom okviru. U procesu osnivanja organizacione jedinice za LER, veoma je važno da se sistematski ojača kapacitet ljudskih resursa za obavljanje ključnih funkcija. Neophodno je da postoji jasan i sistematizovan opis poslova, kao i da se obuka planira sistematski i da ne bude isključivo uslovljena od spolja (onako kako to diktiraju donatori ili institucije sa viših nivoa vlasti). Ako govorimo o angažovanju raspoloživih resursa lokalne uprave, ograničenost raspoloživog zemljišta i investicionih lokacija, relativno skromne privredne kapacitete i ograničenja u tradicionalnim sektorima (kamenorezački prije svega), može se zaključiti da su u Općini Jablanici svjesni realnih mogućnosti. Potrebno je stvoriti uslove da se finansijski podsticaji „ekonomski oplode“, odnosno da se razvijaju programi koji bi dali ekonomske efekte ovakvih mjera.

#### **1.3.1. Funkcionalnost i pružanje informacija i usluga iz oblasti LER**

Služba za LER treba da uspostavi mehanizam prikupljanja podataka o postojećoj strukturi privrede, zaposlenosti, nezaposlenosti (u procentima, strukturi, po sektorima), te da uspostavi sopstveni mehanizam prikupljanja podataka i izvještavanja o broju postojećih i novootvorenih (a) samostalnih radnji (preduzetnika) i (b) preduzeća, sortiranih po privrednim sektorima i strukturi vlasništva. Općinsko rukovodstvo treba da koristi ekonomske podatke prilikom odlučivanja i u komunikaciji s građanima i aktivnostima vezanim za odnose s javnošću.

Općina Jablanica posjeduje osnovne ekonomske podatke i ekonomski profil zajednice, ali ne postoji adekvatna i sveobuhvatna baza podataka. Podaci nisu sistematizovani i ne nalaze se na jednom mjestu, što je od ključnog značaja za adekvatno upravljanje lokalnim ekonomskim razvojem koje treba stalno ažurirati, kako bi se koristili za analizu i planiranje razvoja. Služba za LER treba da uspostavi mehanizam prikupljanja podataka o postojećoj strukturi privrede, zaposlenosti, nezaposlenosti (u procentima, strukturi, po sektorima). Općinsko rukovodstvo treba da koristi ekonomske podatke prilikom odlučivanja i u komunikaciji s građanima i aktivnostima vezanim za odnose s javnošću.

Osim toga, sadržaji na websiteu općine trebaju da budu orijentisani ka lokalnom ekonomskom razvoju i iz perspektive privrednog sektora.

#### **Preporuke:**

Jedan od ključnih zadataka novoosnovane Službe za LER mora da bude i prikupljanje relevantnih i validnih podataka neophodnih za adekvatno upravljanje razvojem. Preporuka donosiocima odluka je da u budućnosti sve više zasnivaju svoje odluke na analizi podataka, te da razvijaju sopstveni kapacitet za upravljanje na bazi konkretnih uvida o razvoju ekonomije. Problemi u pribavljanju podataka su zajednički za sve općine. Ipak, moguće je razviti sopstvene baze podataka iz više različitih izvora, naročito ako se radi o privrednim subjektima na teritoriji općine. Takođe je neophodno da se internet prezentacija općine doradi, iz ugla investitora, odnosno, lokalne privrede. Obuke zaposlenih za poslove LER-a i rad na uspostavljanju

javno-privatnog dijaloga predstavljaju podršku GIZ-ovog ProLocal Programa i svakako će uticati na poboljšanja u narednom periodu.

Jedno od najlakše ostvarivih poboljšanja koje Općina može brzo sprovesti je praćenje i bolja upotreba podataka, kako u predstavljanju svoje zajednice, praćenju efekata svog rada, tako i u upotrebi podataka za donošenje kvalitetnih odluka. Iz ugla privrednika, pružanje kompletnih informacija neophodno je za buduće odluke u vezi ulaznih troškova, prepoznavanju poslovnih prilika i rizika, kao i nalaženju kooperanata u lokalnim zajednicama. Često se dešava da svi gore navedeni podaci postoje, ali se nalaze na nekoliko mjesta, u različitim općinskim odjeljenjima i javnim preduzećima. Sve podatke treba prikupiti na jedno mjesto, što u početku zahtijeva dosta posla, ali kasnije mnogostruko skraćuje vrijeme i utiče na povećanu efikasnost – upravo ono što investitori žele da vide.

### **1.3.2. Marketing i promotivne aktivnosti**

Dva su najčešća razloga za nedostatak promotivnih aktivnosti koje bi privukle privrednike:

- 1) nedostatak samog "proizvoda" odnosno ponude koju bi općina promovisala i
- 2) nedostatak finansijskih i ljudskih resursa da se takve aktivnosti sprovedu.

Preporuke:

- izraditi Vodiče za investitore postaviti ih na vidljiva mjesta na web sajtu općine, jasno odvojeni od ostalih informacija.
- vodiče za investitore prevesti na engleski ili više stranih jezika.
- vizuelni identitet cjelokupnog promotivnog materijala uskladiti (loš primjer je kada svaka služba pravi svoj dizajn i strukturu, jer to otežava informisanje).
- Općina Jablanica treba imati uvijek spremnu prezentaciju za investitore i trenutno je može organizovati.
- Općina Jablanica treba da koristi svaku priliku da promoviše svoju sredinu (sajmovi, domaći i strani časopisi, i sl)
- privrednici, trebaju uvijek biti u dogovoru sa općinskim rukovodstvom, i biti najveći promoteri općine Jablanica.
- vijeće za konkurentnost treba da podstiče dijalog između privrednika i općine.
- vijeće za konkurentnost nije od presudnog značaja za privrednike, ali nalazi svoje mjesto zato što indirektno govori o stepenu posvećenosti općinskog rukovodstva da svi procesi lokalnog ekonomskog razvoja budu organizovani transparentno i uz učešće predstavnika privrede i ostalih interesnih grupa. Samim tim, može se očekivati da će se ključne odluke donositi pažljivo i uz puno poštovanje svih činilaca lokalne zajednice.

### **1.3.3. Registracija privrednih subjekata**

Općina Jablanica obezbjeđuje informacije o procedurama i obrascima za registraciju poduzetničkih djelatnosti, te pravne savjete i informacije o proceduri i troškovima registracije privrednih društava. Općina pruža punu pomoć u pripremi dokumentacije za registraciju privrednih društava. Kao i druge općine u Bosni i Hercegovini, Općina Jablanica pruža usluge registracije poduzetničkih radnji, dok nije nadležna za registraciju preduzeća. Formulari su javno dostupni u okviru šalter sale, ali nisu na web stranici općine.

Preporuke:

Potencijalnom investitoru treba pripremiti kvalitetnu ponudu za greenfield i brownfield investicije (Urbano planiranje i investicije u nekretnine). Ponuda treba da bude sveobuhvatna, precizna i atraktivna. Pored toga, investitoru treba objasniti sve okolnosti koje mogu uticati na zadovoljenje potreba i stvoriti partnerski odnos u kome će investitor dobiti adekvatnu administrativnu i pravnu pomoć tokom ovog procesa, kao i sve potrebne informacije. Nekad je bolje ne izlaziti sa ponudom ako ona nije dovoljno precizna. Upravo je to slučaj u velikoj većini općina.

Kada predstavljaju lokacije za privrednike, bilo da su u pitanju „greenfield ili brownfield investicije“, (Urbano planiranje i investicije u nekretninama) neke općine koriste i skice, fotografije, pa čak i digitalizovane mape, koje slikovito prikazuju ponuđeno zemljište, linije snabdijevanja, saobraćajnu povezanost, infrastrukturu, preduzeća koja su već locirana, itd. U današnje vrijeme jake konkurencije, ovaj način prezentacije postao je neophodnost. Ako je jedno preduzeće (ili više njih) posebno zadovoljno uslovima, saradnjom sa Općinom i svojim poslovanjem, to je uvek najbolja preporuka za Općinu. "Šta drugi kažu o nama" može postati sastavni dio općinskih prezentacija.

Općina najčešće ne raspolaže atraktivnim, a slobodnim poslovnim (prodajnim, kancelarijskim) prostorom. U saradnji sa privatnim vlasnicima takvog prostora uvijek se može uspostaviti saradnja, tj. investitori će cijeniti preporuku i pomoć općinskih vlasti. To mogu biti i agencije koje se bave nekretninama“.

#### **1.4 Komunikacijski ciljevi**

Komunikacijski ciljevi Općine Jablanica definirani su tako da direktno podrže ostvarenje vizije Općine, kao i da doprinesu ostvarenju strateških razvojnih ciljeva Općine u narednih četiri godine, a što se ogleda u sljedećem:

- podizanje kvaliteta komunikacijskih kapaciteta sa ciljnim grupama, a posebno sa građanima, privrednicima, investitorima i višim nivoima vlasti,
- podsticanje transparentnosti i javnih odgovornosti Općine, kroz efikasnije komuniciranje sa strankama/gr građanima te kroz edukaciju građana o procedurama i nadležnostima,
- unaprjeđenje pozicioniranja Općine u medijima,
- finansijski transparentnije i racionalnije komuniciranje unutar i izvan Općine,
- uspostavljanje efikasnijeg sistema interne komunikacije kako bi se poboljšala saradnja unutar Općine,
- unaprijeđenje cjelokupnog ugleda i imidža Općine kroz izgradnju snažnog i prepoznatljivog brenda Općine Jablanica.

Kao što se može vidjeti, Ciljevi su jednostavni, kratki, laskopamtljivi i obuhvataju sve sfere života. Kao takvi, Ciljevi Strategije komunikacija nisu suhoparni, i veoma su pogodni za dalju komunikaciju. To znači da će se Ciljevi u daljoj komunikaciji lahko shvatati, neće ih trebati dodatno pojašnjavati, jednostavno će se distribuirati do ciljnih skupina, a osim toga izbjegnuto je jezik kojeg ne razumiju svi građani, tehnički i administrativni jezik, koji nema za cilj da pridobije ničiju pozornost, ili potakne ga na razmišljanje. Upravo to je i zadatak modernog komuniciranja, osigurati da kod definiranja Ciljeva strateškog komuniciranja osiguramo sve ove preduvjete za njihovo provođenje.

Da bi opći cilj razvoja Općine bio realizovan na najbolji mogući način, mora biti razrađen sistem rada kada su u pitanju svi oblici i kanali komunikacije.

Strategijom komunikacija Općine Jablanica 2016-2019.godine postojeće stanje će se unaprijediti kako bi se stvorila još pozitivnija slika o Općini Jablanica, a za to će biti korišteni glavni i posebni ciljevi, čija realizacija vodi ka gore pomenutom.

#### **1.5. Komunikacijski kanali**

Komunikacijski kanali su sredstvo pomoću kojeg se poruke prenose do ciljnih grupa. U osnovi tu se oslanjamo na sredstva informisanja:

- štampane (dnevne, sedmične, mjesečne listove)
- elektronske medije (radio, tv, internet),
- novinske agencije kao servis masovnih medija
- u novije vrijeme koriste se sve više i tzv. socijalne mreže, kao poseban kanal komuniciranja.

U zavisnosti od toga kome se obraćamo možemo koristiti lokalne medije ili pak medije koji svojim dometom pokrivaju regiju ili državu.

U skladu sa strateškim ciljevima treba izvršiti procjenu, a kasnije i planiranje, koji od komunikacijskih kanala će u okviru provedbe ciljeva imati prioritete.

## ***1.6. Elementi komunikacijske strategije***

Da bi sagledali stvarno stanje cjelokupne komunikacije u Općini Jablanica, izvršili smo analizu u sljedećim fazama, prema kojima je ovaj dokument i strukturiran: analiza interne komunikacije, analiza eksternih komunikacija i analiza ciljnih grupa.

Nakon detaljne analize svih segmenata komuniciranja Općine, izrađen je komunikacijski plan, hronološki plan aktivnosti i plan evaluacije Strategije komunikacija.

## ***1.7. Analiza postojećeg stanja u oblasti strateškog komuniciranja***

Uvidom u dokumentaciju, te na osnovu dugogodišnjeg praćenja aktivnosti informisanja i odnosa sa javnošću u Općini Jablanica, može se zaključiti da su usvojena potrebna znanja i vještine za neometano i redovno obavljanje osnovnih zadataka iz oblasti eksternog i internog komuniciranja.

To znači da su prije svega ključne osobe koje u ovoj oblasti donose odluke (decision makers) svjesni potrebe za uspostavljanjem što kvalitetnije kako interne, tako i eksterne komunikacije, da posjeduju osnovna znanja i tehnike za njihovu uspostavu i da su veoma motivirani da iste unaprijede na razinu evropskih standarda.

S tim u vezi, budući da sve počinje i da se završava sa ljudima (kadrovima/profionalcima), slobodni smo konstatirati kako Općina Jablanica ima dobru perspektivu da u oblasti komuniciranja ostvari u srednjeročnom periodu značajne napretke.

## **2. INTERNA KOMUNIKACIJA**

Općinska administracija je pitanje interne komunikacije riješila u skladu sa procedurama međunarodnog sistema kvaliteta EN ISO 9001:2008, te unutarjim pravilnicima i odlukama. Sa aspekta Strategije komunikacija u ovom trenutku bitno je osvrnuti se na to kako je organiziran rad Službe za LER i investicije, finansije i budžet pri kojoj je i nadležnost za poslove komuniciranja.

Obzirom na novu organizacijsku formu općinskih službi i interakciju unutar zaposlenika u službama, potrebno je Strategiju komunikacija Općine Jablanica 2016-2019. implementirati što prije, kako bi uposlenici svoje radne zadatke i poslove uskladili sa istom.

### ***2.1.1. Sastanci zaposlenog osoblja***

#### *Analiza stanja:*

Sastanci u Općini Jablanica održavaju se u okviru Kolegija Općinskog načelnika, na kome prisustvuju pomoćnici Općinskog načelnika i Sekretar organa uprave Općine Jablanica.

Sastanci pomoćnika načelnika sa službenicima i namještenicima su redovni i održavaju se planski, ali i po potrebi.

Sastanci sindikalne organizacije održavaju se po potrebi, a jednom godišnje Općinski načelnik održi sastanak sa svim zaposlenicima.

#### *Ciljevi koje želimo postići:*

- povećati informisanost zaposlenika putem internih sastanaka
- unaprijediti i sistematizirati komunikaciju putem sastanaka

#### *Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:*

- uvesti redovne mjesečne sastanke pomoćnika načelnika sa zaposlenicima
- nabaviti tehničku opremu za snimanje i arhiviranje tonskih zapisa



### **2.1.2. Telefon**

#### Analiza stanja:

U Općini postoji dobro organizovano telefonsko komuniciranje, gdje postoji lokalna mreža sa mogućnošću međusobnog komuniciranja, bez zastoja i bilo kakvog čekanja. Kultura komuniciranja je dosta dobra, iako ima prostora za njeno unaprijeđenje.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- zadržati postojeći način rada
- skratiti vrijeme komuniciranja
- uvijek biti dostupni

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uraditi pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja

### **2.1.3. Intranet**

#### Analiza stanja:

Još, od novembra 2005. godine, počelo je uvezivanje postojećih računara u zgradi Općine u lokalnu računarsku mrežu (intranet). Trenutno je uvezano 30 radnih stanica preko jedinstvenog servera.

Lokalna mreža je povezana na Internet, što može predstavljati problem zbog baza softverskih paketa Docunova, Datanova i Finova.

U općinskoj zgradi je urađena mreža tako da u svakoj kancelariji postoji mogućnost automatskog povezivanja, i komunikacije između zaposlenika.

Kroz program Docunovu je moguće komunicirati porukama. Softver je napravljen da zaposlenici komuniciraju nevezano za predmete koje obrađuju i sasvim dovoljno za internu komunikaciju (a ostaje i neka vrsta pisanog traga o tome 'šta je ko i kada rekao'). Svi zaposlenici poznaju osnove za rad na računarima, ali nisu prošli specijalističke kurseve i dodatne edukacije kada je u pitanju intranet, internet itd. Odluka o obaveznoj upotrebi e-sofтверa iz Gap-a, donesena je od strane Općinskog načelnika.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- unaprijediti tehničke kapacitete
- povećati nivo upotrebe intraneta

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- Organizovati kurseve i edukacije za rad na računarima kako bi zaposlenici dobili odgovarajuće certifikate o znanju korištenja računara.
- doslijednije koristiti softvere za neposrednu komunikaciju

### **2.1.4. Oglasna ploča**

#### Analiza stanja:

Na samom ulazu u zgradu Općine postavljena je Oglasna ploča. Na Oglasnoj ploči se građanima i zaposlenicima pružaju aktuelne informacije o radu organa uprave, javni pozivi i oglasi za stipendije, sanacije kuća, podsticaja u zapošljavanju, aktivnostima sindikata i druge informacije.

Oglasna ploča je postavljena na samom ulazu u zgradu Općine, na vidnom je mjestu, uokvirena i sa dovoljno prostora za oglašavanje.

U samoj zgradi na ulazu sa desne strane postavljena je interna Oglasna ploča, na vidnom je mjestu, uokvirena i sa dovoljno prostora za interno oglašavanje.

Pravilnik i protokol o oglašavanju na oglasnu ploču ne postoji.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati korištenje
-

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti pravilnik o postupcima i načinu oglašavanja

### **2.1.5. Službeni glasnik**

Analiza stanja:

Općina Jablanica, uglavnom, mjesečno izdaje Službeni glasnik u kojima se oglašavaju akti Općinskog načelnika i Općinskog vijeća (naredbe, odluke, rješenja itd.). Tehnička priprema se obavlja u okviru Stručne službe Općinskog Vijeća. Tiraž službenih novina kreće se oko 55 komada. Nije propisano koliko se ovih novina izdaje, nije propisan način distribucije (kome da se dostavljaju), a nisu vršena ni anketiranja vezana za mišljenje o ovim novinama.

Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati produkciju i distribuciju
- učiniti Službeni glasnik dostupnim svim zainteresovanim subjektima

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti pravilnik o izgledu, dizajnu i sadržaju Službenog glasnika
- promovirati dostupnost Sl.glasnika putem web portala: [jablanica.ba](http://jablanica.ba)

### **2.1.6. Internet**

Analiza stanja:

U okviru upravnog organa Općine Jablanica instalirano je devet( 9) priključaka na internet: 1. Katastar; 2. Matična evidencija CMR-centralni matični registar; 3. Priključak LAN koristi većina uposlenika; 4. Priključak za bežični gradski internet; 5. Info desk- Redah; 6. Tri priključka u matičnim uredima Gлогошnica, Doljani, Ostrožac. Za svaki priključak rj. ADSL paket se plaća posebna pretplata.

Ciljevi koje želimo postići:

- unaprijediti tehničke kapacitete
- povećati nivo upotrebe
- racionalno koristiti internet

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- izvršiti edukaciju zaposlenih
- objediniti internet priključke

#### **2.1.6.1. E-mail adrese za sve službenike**

Obzirom na trendove i potrebe svakodnevnog komuniciranja, te pozitivna iskustva drugih sličnih javnih organa, a posebno sa aspekta brzine i racionalnosti raspolaganja vremenom potrebno je uvesti e- mail adrese za sve zaposlenike uprave, jer zaposlenici sada komuniciraju i koriste usluge međunarodnih provajdera: gmail, hotmail, yahoo i td.. Iz razloga bezbjednosti čuvanja baze podataka potrebno je pronaći „vlastitog domaćina,“ jer bi u tom slučaju baza podataka bila sigurnija i ne bi zavisila od usluga ovih međunarodnih agencija, koje su još uvijek besplatne ali i lako mogu da nestanu.

Ciljevi koje želimo postići:

*Stvoriti optimalne uslove za rad i zadovoljstvo korisnika*

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uvesti e-mail adrese za zaposlenike koji ih nemaju (*ime.prezime@jablanica.ba*), odnosno koriste strane „domaćine“
- izvršiti edukaciju zaposlenih

## **2.1.7. Prijemi građana**

### Analiza stanja:

Općinski načelnik jednom sedmično prima građane. U općini Jablanica ne postoji posebna procedura za prijem stranaka jer Općinski načelnik prima sve građane koji su se najavili. Građani se najavom evidentiraju o temama, odnosno povodu razgovora, a o broju posjeta vodi se uredna evidencija. Razgovoru sa građanima uz Općinskog načelnika obavezno prisustvuje i zapisničar koji bilježi tok razgovora i zaključke sa sastanka svakog građanina pojedinačno. Općinski načelnik upoznaje pomoćnike načelnika o zahtjevima i problemima građana iz njihove nadležnosti. U skladu sa standardom kvaliteta usluga, o zahtjevima građana se sačinjava izvještaj i analiziraju potrebe korisnika.

Značajan napredak u smislu transparentnosti rada Općinskog načelnika učinjen je uvođenjem direktnog INFO TELEFONA broj: **750 022** kojom građani mogu direktno kontaktirati Općinskog načelnika. U tom smislu Općina Jablanica je u saradnji sa LDA Mostar i Fonda otvoreno društvo BiH, štampala prigodni letak koji je distribuirala putem NVO sektora, web stranice općine Jablanica i putem Šalter sale.

Pomoćnici načelnika svakodnevno, bez određene procedure ili određenog vremena prijema, vrše prijeme građana i stranaka. U ovom slučaju ne postoji evidencija o broju posjeta ili temama razgovora.

### Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati komunikaciju putem prijema građana

### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- utvrditi protokol prijema građana
- otvoriti i voditi evidencije posjeta (ko je bio, tema, trajanje?)

## **2.1.8. Neformalni sastanci**

### Analiza stanja:

Najčešći oblik prijenosa informacija u internoj komunikaciji su upravo neformalni kontakti, koji najviše doprinose širenju nezvaničnih i netačnih informacija, a zbog manjka zvaničnih informacija.

### Ciljevi koje želimo postići:

- smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima

### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uvesti redovne sastanke zaposlenih sa ciljem pravovremenog informisanja

## **3. EKSTERNE KOMUNIKACIJE**

### **3.1. Odnosi sa medijima**

#### **3.1.1. Press konferencije**

### Analiza stanja:

Općina je do sada organizovala brojne press konferencije, a organizovane su raznim povodima i uz učešće Općinskog načelnika, predsjedavajućeg Općinskog vijeća, pomoćnika načelnika i drugih osoba koje su se pozivale. Press konferencije organizuje i vodi službenik za odnose sa javnošću, a zakazuju se na zahtjev Općinskog načelnika, predsjedavajućeg Općinskog vijeća ili na osnovu objektivno ukazane potrebe.

Ne postoji pravilnik niti protokol za održavanje press konferencija ali postoji uobičajeni postupak u skladu sa stručnim nahodjenjem.

Kada su u pitanju uslovi za održavanje press konferencija, konstatujemo da postoji prostor ( mala sala za sastanke pored kabineta općinskog načelnika) i sala Općinskog vijeća u zgradi Općine koji relativno zadovoljavaju uslove za održavanje press konferencija. Adekvatna (plava) pozadina sa logom i natpisom

općina Jablanica je urađena, ali postoji potreba za još najmanje jednom, te za dodatnom tehničkom opremom za snimanje, ozvučenje, ugrađeno platno za prezentaciju i drugo.

Ciljevi koje želimo postići:

- uvesti u praksu redovitije održavanje press konferencija
- sistematizirati način organizovanja konferencija

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- odrediti mjesto održavanja press konferencija
- tehnički opremiti prostor u kojem će se održavati press konferencije
- nabavka još jednog pozadinskog platna
- donijeti pravilnik o održavanju press konferencija

### **3.1.2 Saopštenja za štampu (press release)**

Analiza stanja:

U Općini Jablanica se po ukazanoj potrebi i zahtjevu Općinskog načelnika, predsjedavajućeg Općinskog vijeća, pišu razne vrste saopštenja, reagovanja i demantija.

Saopštenja za štampu uz konsultaciju sa Općinskim načelnikom ili pomoćnicima načelnika, piše Službenik za odnose sa javnošću i dostavlja ih medijima na njihove e-mail i fax adrese. Postoji evidencija o napisanim, odaslanim, objavljenim saopštenjima i reagovanjima i ona se uredno evidentiraju u polugodišnjim i godišnjim izvještajima u okviru izvještaja službe.

Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati način slanja i praćenja saopštenja

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uvesti redovni press clipping
- donijeti pravilnik i protokol o pisanju i slanju saopštenja

### **3.1.3 Intervjui**

Analiza stanja:

Intervjue uglavnom daje Općinski načelnik, predsjedavajući Općinskog vijeća, vijećnici i službenik za odnose sa javnošću po nalogu rukovoditelja.

Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati način davanja intervjuja

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uraditi pravilnik kojim će se definisati koja lica ispred Općine mogu davati intervjuje

### **3.1.4 Web stranica općine**

Analiza stanja:

Web stranica Općine Jablanica zvanično je ustanovljena odlukom Općinskog vijeća Jablanica u septembru 2003. godine a funkcioniše od jeseni 2002.godine, pod domenom [www.jablanica.ba](http://www.jablanica.ba). Potrebno je omogućiti da Web stranica služi kao službeno glasilo Općine Jablanica za objavljivanje odluka i drugih akata. Veliki broj linkova: o općini, Općinsko vijeće, Općinski načelnik, općinske službe, budžet, projekti, informacije, certifikati, deklaracija o borbi protiv trgovine ljudima, radno vrijeme, kontakti, privreda, ekologija, kultura, sport, turizam, stanovništvo, mediji, zdravstvo, obrazovanje, foto-galerija, kulturno-hist.nasljeđe, mapa grada, razglednice grada, arhiva vijesti, oglasi, vijesti, Općinsko vijeće-sjednice, Strategija razvoja općine Jablanica, Statut Općine Jablanica i eksterni linkovi i poveznice sa

lokalnim NVO-oima, kao i interaktivni linkovi sa Općinskim načelnikom, etičkom komisijom ili „tražite informaciju“ stoje na raspolaganju korisnicima.

Krajem 2014.godine broj posjetitelja službene stranice Općine Jablanica (do posljednjeg redizajniranja stranice) iznosio je blizu 2 miliona posjetitelja.

Web stranica je do sada više puta mjenjala svoj grafički izgled i sadržaj. Web administriranje, održavanje i redizajn, u skladu sa procedurom javnih nabavki, povjerava se stručnim i inovativnim osobama. Sadržaj na stranici i uređivanje, obezbjeđuje i vrši službenik za odnose sa javnošću.

Propisana je procedura ažuriranja, praćenja te izvještavanja.

Generalna ocjena je da su se stekli uvjeti za podizanje ovog kanala komuniciranja na jedan viši nivo i da, nakon osnovne zadaće – informiranje građana i javnosti i uspostave dijaloga, treba ozbiljno razmišljati o kreiranju web portala, kao složenijeg, ali i zanimljivijeg načina komuniciranja, koji iziskuje više napora i znanja, ali donosi i veće benefite.

#### Ciljevi koje želimo postići

- povećati korištenja/broja posjeta
- ostati posebno prepoznatljivi u oblasti općinskih web portala
- promovirati povoljno poslovno okruženje
- mogućnost praćenja sadržaja web stranice i na engleskom jeziku

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- promovirati stranicu u cilju povećanja interaktivnosti korisnika
- pratiti broj posjeta
- analizirati primjedbe i sugestije upućene od strane građana i poslovne zajednice
- omogućiti na jednom linku sve neophodne informacije potrebne potencijalnim investitorima
- unaprijeđivati linkove
- redovno ažurirati stranicu
- sadržaje na web stranici prevoditi na engleski jezik
- utvrditi kriterije za postavljanje linkova (analizirati postojeće i postavljati nove)

### **3.1.5.E-Bilten**

Bilten jenamjenjen kontinuiranom praćenju ekonomskih procesa u općinama Konjic, Jablanica i Prozor-Rama. Dinamika izlaska E-biltena je kvartalno i dostupan je na općinskim službenim stranicama ove tri općine, te na stranici agencije „Prvi Korak“ iz Konjica. Funkcija Biltena je pružanje prostora za bolje razumjevanje ekonomskog prostora na području ove tri općine, te inteziviranje saradnje javno-privatnog partnerstva u funkciji razvoja privrednih kapaciteta i poboljšanja kvalitete života na prostoru ove tri lokalne zajednice

#### Ciljevi koje želimo postići

- povećati korištenja/broja posjeta
- osigurati prostor za promociju javno-privatnog partnerstva i biti u funkciji ekonomskog razvoja općine
- pružati relevantne informacije sa sve korisnike

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- promovirati E-Bilten u cilju povećanja interaktivnosti korisnika
- pratiti broj posjeta
- analizirati primjedbe i sugestije upućene od strane građana
- redovno ga ažurirati

## **3.2. Komunikacija sa korisnicima usluga**

### **3.2.1. Zborovi građana i javne rasprave**

#### Analiza stanja:

Zborovi građana i javne rasprave organ uprave održava redovno i po potrebi ali posjećenost na javnim raspravama nije dovoljna. Uzroci nisu ispitani.

#### Ciljevi koje želimo postići

- povećati posjećenost građana na zborovima građana i javnim raspravama

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- provesti anketu među građanima s ciljem ispitivanja uzroka, odnosno razloga neposjećenosti i predložiti mjere
  - agresivnije promovirati javne rasprave
  - educirati građane o njihovim pravima, značaju i principima javnih rasprava
  - uvesti redovno anketiranje građana o svim bitnim pitanjima
  - postaviti ankete na web stranicu
- obezbjediti adekvatne prostore za javne rasprave

### **3.2.2. „Sistem 48“**

„SISTEM 48“ predstavlja jedinstven informacijski sistem u Evropi kojim se u roku od 48 sati dostavljaju informacije o zahtjevima građana. Služi za bolje upravljanje općinom i kvalitetnijom kontrolom javnih preduzeća i javnih ustanova.

Objedinjujući rad svih javnih preduzeća i javnih ustanova u općini, „Sistem 48“ omogućava rješavanje problema i zahtjeva građana, raspolaganje sredstvima na nov, moderan i funkcionalan način zasnovan isključivo na tehničkim podacima i činjenicama.

Za rješavanje zahtjeva građana, putem sistema dovoljan je jedan jedini telefonski poziv, SMS poruka ili pristup Internetu i općinskom portalu. Cijeli sistem je osmišljen da bi bio na usluzi građanima na raspolaganju 24 sata dnevno i da bi građani imali povratnu informaciju u roku od 48 sati.

- Telefonskim putem se može prijaviti problem tokom 24 sata, 365 dana godišnje
- U najkraćem roku dežurne službe javnih preduzeća, javnih ustanova i organa uprave izlaze na teren,
- U roku od 48 sati će građanin dobiti odgovor o statusu rješavanja njegovog zahtjeva

#### Ciljevi koje želimo postići

„Sistemom 48“ pospješiti poziciju naše lokalne samouprave i time nas staviti daleko ispred ostalih općina što će nam omogućiti privlačenje investicija i otvaranje novih radnih mesta.

Sistem je u potpunosti u funkciji građana koji pomoću njega lakše i brže rješavaju problem iz domena komunalnih preduzeća, općinskog organa i javnih ustanova.

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- promovirati uvođenje sistema i njegovog značaja
- educirati građane o njihovim mogućnostima kroz korištenje sistema
- uvesti redovno anketiranje građana o učinkovitosti sistema
- pratiti efekte poboljšanja u pogledu promocije općine, investicija, novih radnih mjesta, povoljnog poslovnog okruženja.

### **3.2.3. Promotivne publikacije ( afiše, brošure, leci...)**

#### Analiza stanja:

Općina izdaje promotivne materijale (afiše, biltene, letke, plakate, brošure, business mape i slično). Afiše informativnog i servisnog karaktera nalaze se u pristupačnim boksovima u Šalter sali. Sam način izdavanja nema propisanu posebnu proceduru izdavanja. Nisu propisani standardi niti načini

izdavanja promotivnih publikacija i materijala. Nisu doneseni pravilnici i protokoli o pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija, izuzev što su spomenuti kao obaveza u opisu poslova u sistematizaciji radnih mjesta

Ciljevi koje želimo postići

- sistematizirati izdavanje promotivnih publikacija

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti pravilnik o izdavanju promotivnih materijala i publikacija
- donijeti protokol o pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija

### **3.2.4. Neformalni susreti sa građanima i novinarima**

Analiza stanja:

Neformalni susreti sa građanima i novinarima se odvijaju svakodnevno i predstavljaju jedan od najčešćih načina komuniciranja. Pretpostavka je da su rezultati takvih komunikacija uglavnom nepovoljni, jer se obično stvara iskrivljena slika o organu uprave. Uzroci neformalnih sastanaka nisu ispitani.

Ciljevi koje želimo postići

-smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- povećati broj zvaničnih susreta sa građanima i novinarima

### **3.2.5. „Dani otvorenih vrata“**

Analiza stanja:

*Općina Jablanica do sada nije imala praksu da organizuje manifestaciju „Dani otvorenih vrata“*

Ciljevi koje želimo postići

- upoznavanje najšireg kruga građana sa poslovima i aktivnostima Općinskog vijeća, Općinskog načelnika i uposlenika,
- uspostavljanje prisnijeg odnosa građana sa aktivnostima Općinskog vijeća, Općinskog načelnika i uposlenika,

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- utvrditi tačan datum manifestacije „Dani otvorenih vrata“ (jedanput godišnje)
- sačiniti protokol manifestacije
- odrediti nosioce aktivnosti

### **3.2.6. Oglašavanje u promotivne svrhe**

Analiza stanja:

Općina Jablanica izdaje promotivne materijale: prigodni setovi, hemijske olovke, zastavice, rokovnike, kalendare, omote za akta te povremeno vrši oglašavanje na televiziji i radiju, u dnevnim novinama itd. Nema izrađen pravilnik o načinu i postupcima reklamiranja u promotivne svrhe kao ni protokol ni evidencija objavljenih materijala. Pitanje mjesta oglašavanja i načina određivanja medija nije sistemski riješeno. Ne vrši se ni analiza efekata kampanja ni analiza sadržaja materijala.

### Ciljevi koje želimo postići

- sistematizirati oglašavanje u promotivne svrhe
- izraditi zvanični suvenir općine Jablanica

### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti pravilnik o načinu oglašavanja u promotivne svrhe
- voditi evidenciju o urađenim publikacijama
- objaviti javni poziv za odabir zvaničnog suvenira Općine
- definisati vrste poklona koji se uručuju prilikom posjeta i prijema gostiju Općine
- uskladiti dimenzije panoa na kandilaberima za plakatanje sa standardnim formatima plakata
- odrediti lice za provođenje aktivnosti

### **3.2.7. Zakonom propisano oglašavanje (konkursi, oglasi,tenderi,odluke vijeća),**

#### Analiza stanja:

Općina Jablanica vrši Zakonom propisana oglašavanja i postoje određena lica koja vrše oglašavanje takve vrste, zavisno od oblasti (javne nabavke, radni odnosi, javni oglasi, konkursi...). Odluke vijeća se objavljuju u Službenom glasniku Općine, dok se ostala oglašavanja objavljuju u Službenom glasniku BiH, Službenim novinama Federacije BiH, dnevnim listovima i RTV Jablanica, web stranici općine Jablanica, oglasnim tablama u gradu i MZ.

Odobranje oglašavanja obavlja Općinski načelnik i rukovodeći službenici iz svoje nadležnosti. Ne vrši se analiza efekata niti analiza sadržaja tih materijala. Ne postoji jedinstven protokol objavljenih Zakonom propisanih oglašavanja, nego se evidencija obavlja kroz klasične knjige protokola.

Oglašavanje se vrši na Zakonom propisanim obrascima (Oglasi i tenderi...).Ekskluzivnih ugovora sa medijskim kućama ili agencijama nema.

#### Ciljevi koje želimo postići

-sistematizirati zakonom propisano oglašavanje

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti pravilnik o postupku i načinu oglašavanja
- uspostaviti i voditi evidenciju objavljenih publikacija

### **3.2.8. Pristup informacijama**

#### Analiza stanja:

Zakon o slobodi pristupa informacijama u općini Jablanica dosljedno se poštuje. Zahtjevi za informacijama koji stignu e-mailom, telefonom, neposrednim kontaktom ili na neki drugi manje formalan način imaju isti tretman kao i zahtjevi podnešeni putem propisanog obrasca u šalter Sali i na njih se odgovara u zakonskom roku. Na osnovu analize zahtjeva vidljiva je zloupotreba smisla zakona.

#### Ciljevi koje želimo postići

- skratiti vrijeme realizacije zahtjeva
- omogućiti pristup u skladu sa zakonom o zaštiti ličnih podataka

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uraditi novi Vodič i Index registar informacija
- dodatno educirati građane da zakon ne služi za međusobne obračune
- donijeti pravilnik o zaštiti ličnih podataka

### **3.2.9. Zaštita ličnih podataka građana**

#### Analiza stanja:



U Općini je nedovoljno riješena praktična primjena Zakona o zaštiti ličnih podataka  
Ciljevi koje želimo postići:

- zaštititi lične podatke građana u postupku obrade, prenosa i pohranjivanja podataka
- visok nivo znanja iz oblasti zaštite ličnih podataka

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- uraditi Plan sigurnosti ličnih podataka organa uprave Općine Jablanica
- uraditi pravilnik o provođenju ZZLP
- uraditi obrazac evidencije o zbirkama ličnih podataka
- organizovati edukacije iz oblasti zaštite ličnih podataka

### **3.3. Odnosi sa strankama/ građanima – korisnicima usluga**

#### **3.3.1. Telefon**

Analiza stanja:

Svi zaposlenici imaju mogućnost da preko centrale dobiju izlaz, a pomoćnici Općinskog načelnika i zaposlenici čiji posao zahtjeva direktnu liniju radi efikasnijeg rješavanja radnih zadataka imaju direktne izlazne linije.

Svi građani imaju pristup organu uprave putem broja: 036 751300 na centrali, a svaku službu, odnosno svakog pomoćnika Općinskog načelnika, Općinsko vijeće, Kabinet Općinskog načelnika, mogu dobiti direktnim kontaktom ili preko lokala, odnosno direktnom telefonskom linijom. Evidencija propuštenih poziva na centrali ne postoji.

Ciljevi koje želimo postići

- uvijek dostupni
- skratiti vrijeme komuniciranja
- podići kvalitet komuniciranja sa građanima

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- prisustvo radnika ili zamjenika tokom cijelog radnog vremena, bez pauze, na centrali
- napraviti pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja
- obučiti radnika na centrali osnovama komuniciranja

#### **3.3.2. Centar za pružanje usluga-Šalter sala**

Analiza stanja:

##### **- Način rada, ljubaznost, uniforme**

U Općini Jablanica u funkciji je Info pult, Šalter sala i Centar za pružanje usluga, što umnogome građanima omogućuje bolje i brže ostvarivanje usluga. U cilju unaprijeđenja opštih administrativnih procedura i odnosa prema korisnicima, Općinski načelnik je izdao „Uputstvo za uposlenike u šalter sali i ostale uposlenike Općine Jablanica“ (JA-UP-005) koje se primjenjuje i uglavnom poštuje.

Kada govorimo o ljubaznosti zaposlenika prema klijentima i korisnicima usluga, rezultati ankete na web stranici i knjiga utisaka su pokazali da je osoblje ljubazno, ali ima prostora za poboljšanje. Kodeks ponašanja se poštuje, ali nije donesen interni kodeks, odnosno pravilnik o ponašanju, oblačenju...

##### **- Pravilnici, protokoli**

Pravilnici, protokoli o ponašanju nisu doneseni ali je doneseno „Uputstvo...“

##### **- Oznake, dizajn**

Nemamo jasno definisan izgled i upotrebu oznaka i dizajna.

##### **- Čekanje**

Za usluge organa uprave, uglavnom nema čekanja, osim kada se radi o određenim akcijama kao što su konkursi i sl., te u ljetnim periodima kada je pojačan dolazak naših građana iz inostranstva ili prilikom perioda upisa u srednje škole i fakultete.

### Ciljevi koje želimo postići

- skratiti vrijeme čekanja na usluge

### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti interni kodeks ponašanja
- donijeti interni kodeks oblačenja
- donijeti protokole i pravilnike

### **3.3.3. Događaji**

#### Analiza stanja:

Općina do sada nije organizovala događaje kao što su sajmovi, festivali, a rijetko organizuje (donatorske) konferencije, specijalne prezentacije (Redah) i slično. Prema programu obilježavanja državnih, općinskih i vjerskih praznika, te obilježavanja datuma i godišnjica iz II svjetskog rata i Odbrambeno-oslobodilačkog rata „1992-95“, te aktivnosti prema Programu-kalendaru kulturno-sportskih aktivnosti općina Jablanica samostalno ili zajednički planira i redovno obezbjeđuje sredstva iz općinskog Budžeta.

#### Ciljevi koje želimo postići

- sistematizirati organizaciju događaja
  - organizirati značajan „Sajam poljoprivrede, ljekobilja i pčelarstva“
- biti domaćin značajnih konferencija iz oblasti npr. prerade kamena, poljoprivredne proizvodnje itd.

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- donijeti pravilnik o načinu organizovanja događaja
- organizirati raspravu svih subjekata o značaju organizovanja ovakvih događaja

### **3.3.4. Organizovanje Lokalnih foruma**

Ideja Lokalnog ekonomskog foruma jeste davanje prilike svima da kreiraju Lokalni ekonomski razvoj u smislu participativnog planiranja i povratak ekonomske moći općini. U Lokalnom Ekonomskom Forumu (LEF) postoji mogućnost da ljudi kažu svoje mišljenje, da se kroz razgovor može doći do ideje i određivanja zajedničkog problema, koji je rješiv za godinu dana. Ovaj Forum, u vezi sa poslovanjem treba dati odgovore, savjete, pomoć, sugestije i izvršiti mobilizaciju svih i svega u slučaju pojave investitora. LEF je tijelo koje će, takođe, na bolji rad podstaći Općinsko vijeće, Općinskog načelnika i uposlenike na osnovu razgovora i zaključaka LEF-a.

LEF daje mogućnost da se izgradi konsenzus između javnog i privatnog sektora u vezi pravaca budućeg razvoja. Da bi se bolje iskoristili lokalni resursi potrebna je jača saradnja lokalnih partnera: privatni sektor, javni sektor i organizacije civilnog društva.

#### Ciljevi koje želimo postići

- putem LEF-a kroz sinergiju svih subjekata doći do optimalnih rješenja za razvoj

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- najmanje jedanput godišnje organizovati LEF uz učešće Službe za lokalni ekonomski razvoj, Općinskog vijeća, privatnog i javnog sektora, organizacija civilnog društva...

### 3.3.5. Lokalni radio i tv

#### Analiza stanja:

Općina Jablanica je (uglavnom) u potpunosti pokrivena signalom Radio Jablanice i TV signalom putem kablovskog operatera u užem gradskom jezgru i naselju Mirke, korisnicima TV signala putem operatera „Telemach“, te putem BH Telecom operatera i sistema „Moja TV“ za sve korisnike koji koriste usluge ovog operatera u Jablanici, BiH i svijetu.

#### Ciljevi koje želimo postići

- obezbijediti kompletnu pokrivenost općine signalom RTV Jablanica i pokriti nepokriveni dio prostora Risovac

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- formirati stručnu radnu grupu koja će uraditi elaborat o pokrivenosti radio signalom na području općine Jablanica i kod mjerodavnih nastojati da se problemi otklone

### 3.4. Dizajn, vizuelni identitet, znak/logo

#### Analiza stanja:

Kada je u pitanju upotreba (korištenje) znaka-grba općine, on se uglavnom upotrebljava na jedinstven način. Dizajn grba, memoranduma, treba uskladiti u skladu sa odabranim vizuelnim identitetom Općine Jablanica. Vizuelni identitet se koristi u skladu sa trenutnim zahtjevima i sporadično i to pred praznike (plakati na nosačima na stubovima za rasvjetu) i novu godinu kada se štampaju kalendari, rokovnici, upaljači i kemijske olovke.

#### Ciljevi koje želimo postići

- postići jednoobraznost i prepoznatljivost grafičkog identiteta Općine
- proširiti paletu korištenja vizuelnog identiteta općine
- doprinijeti estetskom i vizuelnom izgledu općine i grada.

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- izraditi knjigu grafičkih standarda
  - izraditi protokol
  - educirati zaposlene o suštini grafičkog dizajna i principima korištenja
  - uraditi totalni dizajn logoa općine na artiklima (majice, kišobrani, satovi, vezice za mobitele, privjesci, zaštitnici za sunce, rokovnici, adresari, mape, karte, etui za vizit karte, čase, šoljice, podloge za miševе, torbe...)
  - uraditi četiri džambo panoa na ulazima u općinu sa vizuelnom identifikacijom Općine i porukom dobrodošlice (kod Ribičkog mosta, Aleksin Han, Risovac, Slatina)
- uraditi displej i reklamne panoe na stubovima gradske rasvjete koji su idealni za marketinške kampanje, institucionalno oglašavanje, informisanje o različitim manifestacijama sponzorstvima, koncertima, aktuelnim kampanjama, otvaranjima novih objekata i prostora....

### 3.5. Institucionalni identitet i brendiranje općine

Institucionalni identitet znači da će na različitim medijskim lokacijama, općina/Služba za LER itd, biti jasno prepoznatljiva na osnovu svog vizuelnog predstavljanja koga odlikuje jasna asocijativna veza sa proizvodom/uslugom koji nudi.

Informacija koju šaljemo mora biti jasna, konkretna i koncizna (3C – clear, concrete, concise)? Informacija mora biti osmišljena na dosljedan i dopadljiv način, u skladu sa ustanovljenim grafičkim standardima.

Polazište primjene koncepcije brendiranja grada/općine (**Brend** je ime, termin, znak, simbol ili oblik, ili njihova kombinacija, sa namjerom da identifikuje naše proizvode ili usluge i da ih razlikuje od konkurentskih (proizvoda i usluga) jest da ime nekog grada/općine postane marka/brend, a kao rezultat toga stvori psihološke slike u svijesti pripadnika ciljnih grupa (potencijalnih investitora, turista, građana, privrednika), pomaže svima u ocjeni gradskih/općinskih proizvoda i usluga, olakšava turistima donošenje odluke o posjeti, utiče na donošenje poslovnih odluka, utiče na odluke o selidbi rezidenata i sl.

Jednom riječju: Branding dugoročno, bitno mijenja naš grad u pozitivnom smislu.

*Brend je uspješan ako budi emociju kod korisnika. "Torta sa ukusom još"!*

*-kada kažemo JANJETINA, mislimo - JABLANICA*

*-kada kažemo GRANIT, mislimo – JABLANICA*

*-kada kažemo HUMANIZAM, mislimo – JABLANICA*

#### Ciljevi:

- urađen vizualni identitet općine*
- usklađeni grafički standardi vizualnog identiteta općine*
- općina Jablanica postala prepoznatljiv brend u okruženju*

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike općine sa značajem vizualnog identiteta općine*
- upoznati ostale subjekte u procesu donošenja odluka o značaju institucionalnog identiteta i brendiranja općine*

## **4. CILJNE GRUPE**

Radi svrsishodnijeg komuniciranja s njima, podijelićemo ih na sljedeće:

### **4.1. Interna ciljna skupina – predstavnici Općinske administracije**

U ovu ciljnu grupu spadaju svi zaposleni Općinske administracije. Jako je bitno informirati, educirati i motivirati internu ciljnu grupu. S tim u vezi potrebno je organizirati seminar ili workshop po sistemu koncentričnih krugova, koji se definiraju prema stepenu odgovornosti i zaduženju, ne opterećujući sa cijelim sadržajem sve uposlenike.

#### Ciljevi:

- dobro informirana i motivirana općinska administracija*

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike općine sa značajem i mjerama koje nalaže Strategije komunikacija*

### **4.2 Javnost-građani (odrasli i djeca, kao posebna ciljna skupina)**

Sa aspekta provedbe Ciljeva Strategije komunikacija, bitno je istaći da je sve podređeno objektivnom, istinitom i kontinuiranom informiranju javnosti, sa ciljem formiranja javnog mnijenja. Posebnu pažnju trebalo bi obratiti na djecu, kao najsenzibilniji dio javnosti.

**Poruka za ciljnu grupu: „Općina Jablanica je servis na usluzi svim građanima općine – upravljajmo našom zajednicom zajedno.“**

#### Ciljevi:

- izvršiti istraživanje građana zadovoljstvu pruženih usluga (po raznim javnostima i generalno)
- povećati nivo znanja o pozitivnim i uspješnim projektima Općine
- povećati znanje o mogućnostima i beneficijama participacije

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- nastaviti pozitivnu saradnju i materijalno pomagati „Radio Jablanicu“ i TV Jablanicu
- štampati veći tiraž promotivnih i informativnih materijala
- organizovati seminare i educirati ljude o značaju učešća na javnim raspravama
- uraditi ankete , upitnike...

### **4.3 Udruženja i NVO**

Nevladine organizacije su posebna ciljna grupa koje bi isto tako trebale biti uključene u proces uspostave komunikacije. Kao poseban segment ukupne društvene zbilje, NVO-i i njihovi predstavnici imaju veliki uticaj na formiranje javnog mnijenja.

**Poruka za ciljnu grupu: „ Slobodno iskažite interese, vaša kreativnost utiče na napredak općine Jablanica– upravljajmo našom zajednicom zajedno.“**

#### Ciljevi:

-nvo uključen u tokove komunikacija Općine Jablanica

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- nastaviti sa dobrom praksom međusobnog informiranja
- godišnje panel diskusije sa predstavnicima NVO i UG

### **4.4. Jedinice mjesne samouprave**

Obzirom na policentrični razvoj općine, status devet Mjesnih zajednica i kvaliteta života građana u njima, u općini Jablanica se posebno poštuje. Postoje uhodani kanali komunikacije, a sva pitanja bitna u procesima donošenja odluka na nivou čitave općine dostupni su ravnopravno i predstavnicima MZ koji se uredno pozivaju na sjednice Općinskog vijeća, te kroz održavanje javnih rasprava o svim važnim pitanjima. Takođe , prijedlozi tačaka Dnevnog reda i izvještaji sa sjednica Vijeća uredno se objavljuju putem web stranice općine , te putem lokalnih TV i radio programa.

**Poruka za ciljnu grupu: „ Učestvujmo u procesu donošenju odluka – gradimo Jablanicu zajedno.“**

#### Ciljevi:

- informisano stanovništvo u podružnicama i MZ , ravnopravno u procesima donošenja odluka

#### Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- nastaviti sa dobrom praksom međusobnog informiranja
- pratiti zahtjeve i potrebe stanovništva na Mjesnim područjima
- uticati na razvoj društvenog i socijalnog života,kroz promociju ruralnih sredina

### **4.5.Preduzeća, pravna i fizička lica**

Budući da je dobar dio komunikacijske platforme, pa i ciljeva Strategije komunikacija utemeljen na razvoju, predstavnici preduzeća, javnih i privatnih imaju gotovo presudan značaj za njenu provedbu. S tim u vezi potrebno je osigurati njihovu podršku u konkretnom sudjelovanju u provedbi Strategije.

**Poruka za ciljnu grupu: „Općina Jablanica je pouzdan poslovni partner koji radi na kreiranju povoljnog okruženja za razvoj poslovanja. Budite i vi naš partner.“**

Ciljevi:

- širiti partnerski odnos sa biznis sektorom
- povećati nivo znanja o pozitivnim i uspješnim projektima Općine
- povećati znanje o mogućnostima i beneficijama saradnje i poslovanja u općini
- povećati broj potencijalnih investitora koji smatraju da je u općini pozitivno okruženje za razvoj biznisa

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- nastaviti saradnju sa udruženjem privrednika, Vijećem za konkurentnost i pojedninačnim kontaktima sa biznismenima
- štampati informativne materijale samo za privredne subjekte
- dostavljati ih na adresu firmi i web stranicu Općine
- slati e-mailove
- organizovati redovne informativne sastanke sa privrednicima

#### **4.6. Strane kompanije**

Strane kompanije, odnosno potencijalni investitori se ovdje nameću kao posebna ciljna grupa. Ciljevi Strategije komunikacija su uzročno – posljedično povezani, tako da su investicije, tj. oni koji odlučuju o tome gdje i koliko investirati veoma značajni u kontekstu konačnog ishoda provedbe Strategije.

**Poruka za ciljnu grupu: „Dodite u Jablanicu i investirajte. Stojimo vam na raspolaganju.“**

Ciljevi:

-privući potencijalne investitore

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- vršiti promotivne kampanje
- učestvovati na domaćim i međunarodnim sajamovima
- pripremiti promotivni materijal
- putem međunarodnih organizacija, institucija i međuopćinske (regionalne saradnje), te bratskih općina povezati se sa potencijalnim investitorima i donatorima

#### **4.7. Vlada, jedinice regionalne i lokalne samouprave, javne ustanove**

Ovdje je riječ o ustanovama i institucijama sistema u državi, entitetu i kantonu. Bit će potrebno osigurati podršku u materijalnom i drugim vidovima na putu uspjeha ove Strategije.

**Poruka za ciljnu grupu: „Općina Jablanica Vaš je partner u efikasnom upravljanju na lokalnom nivou.“**

Ciljevi:

-postati prepoznatljiva sredina u regionalnim, entitetskim i državnom okviru kao lokalna zajednica koja želi da afirmiše svoje resurse

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- povezati se sa nosiocima najodgovornijih funkcija na svim nivoima
- aplicirati na tendere i grantove viših nivoa vlasti
- biti domaćin određenih poslovnih konferencija i sastanaka šireg značaja

#### **4.8. Predstavници međunarodne zajednice, ambasade, međunarodne finansijske institucije, EU i zemlje donatori.**

Predstavnici međunarodne zajednice koji su prisutni u BiH, ali i izvan nje, trebaju saznati pravu informaciju o “*jablaničkoj čaroliji*”. Pristupni fondovi EU, regionalna saradnja, infrastrukturni projekti koji se finansiraju u potpunosti ili dijelom, ne bi smjeli zaobići Općinu Jablanica.

**Poruka za ciljnu grupu: “Općina Jablanica želi promjene, napredak i saradnju”**

##### Ciljevi:

-postati prepoznatljiva sredina koja prati savremene tokove i izazove i samim tim je privlačna za ulaganja

Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

-pojačati saradnju sa našim građanima u inostranstvu-dijaspora u smislu potencijalnog ulaganja u općinu Jablanica

-povezati se sa članovima diplomatskog kora, finansijskih institucija, predstavnicima zemalja donatora

-učestvovati na konferencijama i sastancima šireg značaja

## **5. PLAN I METODOLOGIJA**

### **5.1. Faze provedbe strategije komunikacija**

Plan provedbe Strategije komunikacija sadržan je u tri faze.

#### **I faza – priprema:**

- ideja,
- istraživanje,
- definiranje ciljeva strategije,
- kreiranje poruka, argumentacije, tehnika, metoda, instrumenata, ciljnih skupina, komunikacijskih kanala (razrada koncepta)
- predkampanjske aktivnosti prema ciljnim grupama,
- kreiranje medijskih sadržaja (i eventualna produkcija/štampa)

#### **II faza – provedba:**

- imati na umu **AIDA** metodu *engl. Attention, Interest, Desire, Action* (izazvati pažnju, interes, želju i akciju),
- aktiviranje svih planiranih PR instrumenata (definirani pravci strateškog komuniciranja,
- tačan raspored objava i medija),
- kontrola (feed back),
- eventualna korekcija plana,
- uvođenje novih aktivnosti

#### **III faza – završna:**

- istraživanje,
- rezultati,
- analiza,
- valorizacija,
- pouke

## 5.2. Metodologija provedbe strategije komunikacija

Kao što je to već na početku ove Strategije komunikacija naglašeno, smatramo da je za Općinu Jablanica najbolje rješenje u dostizanju komunikacijskih ciljeva, primjena metoda uspostave dijaloga, odnosno dvosmjerne komunikacije i to „odozdo ka gore“.

Na taj način osigurat će se:

- nesmetan protok informacija
- neophodan feed back u formi mišljenja građana
- uspostava i gradnja povjerenja između lokalnih vlasti i svih ostalih zainteresiranih ciljnih grupa
- demokratski proces odlučivanja
- visok stepen motivacije svih ciljnih grupa
- kreiranje pozitivnog stava u skladu sa Ciljevima Strategije

S tim u vezi, zavist će i odabir instrumenata, kao i sam plan i budžet neophodan za provedbu Strategije komunikacija koja je utemeljena na klasičnom modelu kreiranja javnih komunikacijskih strategija. Osnovna karakteristika takvih strategija je, uz odabir adekvatne metodologije koja će osigurati siguran i kontinuiran protok informacija, i to da je riječ o relativno niskobudžetnim i istovremeno veoma intenzivnim komunikacijskim platformama. To znači da bi za provedbu ove Strategije trebalo odvojiti 89.000 KM, što je s obzrom na neke druge strategije komunikacija svrstava u red niskobudžetnih. Istovremeno, društveni značaj njenih ciljeva je takav da će trebati uložiti dodatne napore za njenu provedbu i to kroz profesionalni angažman. Umanjen budžet će se morati nadomjestiti povećanim angažmanom profesionalaca. Isto tako, resursi za adekvatnu provedbu Strategije u dobroj mjeri već postoje. Planirano vrijeme za provedbu ove strategije komunikacije je četiri (4) godine. S tim u vezi potrebno je nakon svake godine provedbe Strategije izvršiti valorizaciju njene provedbe, te dati prijedlog za eventualne promjene plana i budžeta.

## 6. PLAN AKTIVNOSTI

Red.br	Ciljevi	Aktivnosti/projekti	Tajming	Nosilac/i	Budžet
1.	-povećati informisanost zaposlenika putem internih sastanaka -unaprijediti i sistematizirati komunikaciju putem sastanaka	-vesti redovne mjesečne sastanke pomoćnika načelnika sa zaposlenicima -nabaviti tehničku opremu za snimanje i arhiviranje tonskih zapisa	2016-2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
2.	-zadržati postojeći način rada - skratiti vrijeme komuniciranja - uvijek biti dostupni	- uraditi pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja	2016-2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
3.	-unaprijediti tehničke kapacitete -povećati nivo upotrebe intraneta	-organizovati kurseve i edukacije za rad na računarima kako bi zaposlenici dobili odgovarajuće certifikate o znanju korištenja računara. - dosljednije koristiti softvere za neposrednu komunikaciju	2016	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja -Služba za LER -NVO	U skladu sa javnim nabavkama i najpovoljnijoj ponudi
4.	-sistematizirati korištenje javnih	-donijeti pravilnik o postupcima i načinu			-u okviru postojećih



	nabavki, javnih oglasa, konkursa	oglašavanja	2016	-Služba za LER	moгуćnosti
5.	Uvesti „Sistem 48“	- donijeti pravilnik i uputstvo -obučiti službenika -promovirati „Sistem 48“	2016 - 2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja -Služba za LER -diretori JP	7.000,00
6.	-unaprijediti tehničke kapacitete -povećati nivo upotrebe - racionalno koristiti internet -dodjeliti e-mail adrese svim službenicima	-izvršiti edukaciju zaposlenih	2016-2019	-Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
7.	-Sistematizirati komunikaciju putem prijema građana	- utvrditi protokol prijema građana - otvoriti i voditi evidencije posjeta (ko je bio, tema, trajanje?)	2016-2019	-načelnik Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
8.	- smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima	- uvesti redovne sastanke zaposlenih sa ciljem pravovremenog informisanja	Najmanje Jedanput mjesečno	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
9.	-uvesti u praksu redovitije održavanje press konferencija -sistematizirati način organizovanja konferencija	- odrediti mjesto održavanja press konferencija - tehnički opremiti prostor u kojem će se održavati press konferencije - nabavka još jednog pozadinskog platna	Najmanje dva puta godišnje	-Općin. Vijeće -Načelnik -Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
10.	-sistematizirati način slanja i praćenja saopštenja	-uvesti redovni press clipping -donijeti pravilnik i protokol o pisanju i slanju sopštenja	Najmanje dva puta godišnje		-u okviru postojećih mogućnosti
11.	-sistematizirati način davanja intervjua	-uraditi pravilnik kojim će se definisati koja lica ispred Općine mogu davati intervjue	2016		-u okviru postojećih mogućnosti
12.	- Zaštititi lične podatke građana u postupku obrade, prenosa i pohranjivanja podataka	-Uraditi Plan sigurnosti ličnih podataka organa uprave općine Jablanica -Uraditi pravilnik o provođenju ZZLP -Uraditi obrazac evidencije o zbirkama ličnih podataka	2016-2019	-Šefovi službi -Šefovi odjeljenja -arhiva	-u okviru postojećih mogućnosti
13.	-povećati korištenja/broja posjeta - ostati posebno prepoznatljivi u oblasti općinskih web portala	-promovirati stranicu u cilju povećanja interaktivnosti korisnika -pratiti broj posjeta -analizirati primjedbe i			

	- mogućnost praćenja sadržaja web stranice i na engleskom jeziku	sugestije upućene od strane građana -unapređivati linkove -redovno ažurirati stranicu - sadržaje na web stranici prevoditi na engleski jezik	2016-2019	-Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
14.	-povećati posjećenost građana na zborovima građana i javnim raspravama	-provesti anketu među građanima s ciljem ispitivanja uzroka, odnosno razloga neposjećenosti i predložiti mjere -agresivnije promovirati javne raspave -educirati građane o njihovim pravima, značaju i principima javnih rasprava -uvesti redovno anketiranje građana o svim bitnim pitanjima -postaviti ankete na web stranicu	2016-2019	-Svi član.preds. tijela -načelnik -Služba za LER -PR -NVO	-u okviru postojećih mogućnosti
15.	-sistematizirati izdavanje promotivnih publikacija	-donijeti naredbu o izdavanju promotivnih materijala i publikacija -donijeti protokol o pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija	2016	-Načelnik	-u okviru postojećih mogućnosti
16.	- smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima	-povećati broj zvaničnih susreta sa građanima i novinarima	2016-2019		-u okviru postojećih mogućnosti
17.	-Upoznavanje najšireg kruga građana sa poslovima i aktivnostima uposlenika, nosiocima izvršne i zakonodavne vlasti -Uspostavljanje prisnijeg odnosa građana sa uposlenicima i nosiocima izvršne i zakonodavne vlasti	-Utvrđiti tačan datum manifestacije „Dani otvorenih vrata“ (jedanput godišnje) -Sačiniti protokol manifestacije -Odrediti nosioce aktivnosti	2016-2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja -Služba -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
18.	-sistematizirati oglašavanje u promotivne svrhe	-donijeti pravilnik o načinu reklamiranja u promotivne svrhe -voditi evidenciju o urađenim publikacijama -odrediti lice za provođenje aktivnosti	2016	-Načelnik -služba -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
19.	- sistematizirati zakonom propisano oglašavanje	- donijeti protokol o postupku i načinu oglašavanja - uspostaviti i voditi evidenciju obavljenih publikacija	2016	-Načelnik -služba -PR	-u okviru postojećih mogućnosti

20.	- skratiti vrijeme realizacije zahtjeva	-uraditi novi Vodič i Index registar informacija -dodatno educirati građane da zakon ne služi za međusobne obračune	2016-2019	-Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
21.	-uvijek dostupni -skratiti vrijeme komuniciranja -podići kvalitet komuniciranja sa građanima	-prisustvo radnika ili zamjenika tokom cijelog radnog vremena, bez pauze, na centrali -napraviti pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja -obučiti radnika na centrali osnovama komuniciranja	2016-2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
22.	-skratiti vrijeme čekanja na usluge	-donijeti interni kodeks oblačenja -donijeti protokole i pravilnike	2016	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
23.	- sistematizirati organizaciju događaja – organizirati značajan „Sajam poljoprivrede, ljekobilja i pčelarstva“ -biti domaćin značajnih konferencija iz oblasti npr. prerade kamena, poljoprivredne proizvodnje itd.	- donijeti pravilnik o načinu organizovanja događaja -organizirati raspravu svih subjekata o značaju organizovanja ovakvih događaja	2016-2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
24.	- Putem LEF-a (Lokalnog ekonomskog foruma) sinergijom svih subjekata doći do optimalnih rješenja za razvoj	- najmanje jedanput godišnje organizovati LEF uz učešće Službe za lokalni ekonomski razvoj, Općinskog vijeća, privatnog i javnog sektora, organizacija civilnog društva...	2016-2019	-predsjed.OV-a -Načelnik -Šefovi službi -Služba za LER -NVO	-u okviru postojećih mogućnosti
25.	- obezbjediti kompletnu pokrivenost općine signalom RTV Jablanica i pokriti nepokriveni dio prostora Risovac	-formirati stručnu radnu grupu koja će uraditi elaborat o pokrivenosti radio signalom na području općine Jablanica i kod mjerodavnih nastojati da se problemi otklone	2016-2019	-RTV Jablanica/operateri	-u okviru postojećih mogućnosti
26.	-postići jednobraznost i prepoznatljivost grafičkog identiteta Općine  -proširiti paletu korištenja vizuelnog identiteta općine  -doprinijeti estetskom i	-izraditi knjigu grafičkih standarda -izraditi protokol -educirati zaposlene o suštini grafičkog dizajna i principima korištenja -uraditi totalni dizajn logoa općine na artiklima (majice, kišobrani, satovi, vezice za mobitele, privjesci, zaštitnici za sunce, rokovnici, adresari, mape, karte, etui za vizit karte, čase, šoljice, podloge za miševe, torbe...) -uraditi četiri džambo panoa	2016-2019	-Služba za LER	<b>50.000,00</b>

	vizuelnom izgledu općine i grada.	na ulazima u općinu sa vizuelnom identifikacijom Općine i porukom dobrodošlice (kod Ribićkog mosta, Aleksin Han, Risovac, Slatina) -uraditi displej i reklamne panoe na stubovima gradske rasvjete koji su idealni za marketinške kampanje, institucionalno oglašavanje, informisanje o različitim manifest. Sponzorstvima, koncertima, aktuelnim kampanjama, otvaranjima novih objekata i prostora ....		-PR	
27.	-Uraditi javni poziv i osigurati nagrade -Urađen vizualni identitet općine -Usklađeni grafički standardi vizualnog identiteta općine - Općina Jablanica postala prepoznatljiv brend u okruženju	-upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike općine sa značajem vizualnog identiteta općine -upoznati ostale subjekte u procesu donošenja odluka o značaju institucionalnog identiteta i brendiranja općine	2016-2017	-Služba za LER -PR	2.000,00
28.	-dobro informirana i motivirana općinska administracija	-upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike Općine sa značajem i mjerama koje nalaže Strategije komunikacija	2016-2019	-Načelnik -Šefovi službi -Šefovi odjeljenja	-u okviru postojećih mogućnosti
29.	-izvršiti istraživanje građana zadovoljstvu pruženih usluga (po raznim javnostima i generalno) -povećati nivo znanja o pozitivnim i uspješnim projektima Općine -povećati znanje o mogućnostima i beneficijama participacije	-nastaviti pozitivnu saradnju i materijalno pomagati „Radio Jablanicu“ i TV Jablanicu -štampani veći tiraž promotivnih i informativnih materijala -organizovati seminare i educirati ljude o značaju učešća na javnim raspravama	2016-2019	-Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
30.	-informisane NVO	-Nastaviti sa dobrom praksom međusobnog informiranja - godišnja panel diskusije sa predstavnicima NVO i UG	2016-2019	-načelnik Služba za LER -PR -NVO	-u okviru postojećih mogućnosti
31.	-informisano stanovništvo u podružnicama i MZ, ravnopravno u procesima donošenja odluka	-Nastaviti sa dobrom praksom međusobnog informiranja -pratiti zahtjeve i potrebe stanovništva na Mjesnim područjima - uticati na razvoj društvenog i socijalnog	2016-2019	-Predsj. OV-a -Str.slуж.OV-a -Načelnik -Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti

		života, kroz promociju ruralnih sredina			
32.	-širiti partnerski odnos sa biznis sektorom -povećati nivo znanja o pozitivnim i uspješnim projektima Općine -povećati znanje o mogućnostima i beneficijama saradnje i poslovanja u općini -povećati broj potencijalnih investitora koji smatraju da je u općini pozitivno okruženje za razvoj biznisa	-nastaviti saradnju sa udruženjem privrednika, Vijećem za konkurentnost i pojedinačnim kontaktima sa biznismenima -štampani informativne materijale samo za privredne subjekte -dostavljati ih na adresu firme -slati e-mailove -organizovati redovne informativne sastanke sa privrednicima	2016-2019	-Načelnik -Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
33.	-Privući potencijalne investitore	-vršiti promotivne kampanje -učestvovati na domaćim i međunar. sajmovima -pripremiti promotivni materijal -pokušati preko međunarodnih organizacija, institucija i bratskih općina povezati se sa potencijalnim investitorima i donatorima	2016-2019	-Načelnik -Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
34.	Postati prepoznatljiva sredina u regionalnim, entitetskim i državnom okviru kao lokalna zajednica koja želi da afirmiše svoje resurse	-Povezati se sa nosiocima najodgovornijih funkcija na svim nivoima -aplicirati na tendere i grantove viših nivoa vlasti -biti domaćin određenih poslovnih konferencija i sastanaka šireg značaja	2016-2019	-Svi član.preds. tijela -načelnik -Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
35.	-Postati prepoznatljiva sredina koja prati savremene tokove i izazove i samim tim je privlačna za ulaganja	-Povezati se sa članovima diplomatskog kora, finansijskih institucija, predstavnicima zemalja donatora -učestvovati na konferencijama i sastancima šireg značaja	2016-2019	-Svi član.preds. tijela -načelnik -Služba za LER -PR	-u okviru postojećih mogućnosti
36.	Informatiziran rad Općinskog vijeća -ubrzani rad OV-a -ukinuta dostava materijala putem kurira	Nabavljeno 20 tableta i centralna jedinica - instalirani mikrofoni nabavljena jedinica za snimanje	2016	-OV -načelnik -Služba za LER	30.000,00
37.	-Skraćeno vrijeme komuniciranja sa vijećnicima	-urađen pravilnik o pripremi, distribuciji materijala za sjednice vijeća -izvršena obuka vijećnika za prelazak na IT tehnologije	2016	-Stručna služba vijeća	-u okviru postojećih mogućnosti

		kumunikacija -određen operativni radnik za slanje materijala			
				Ukupno:	89.000,00

## 7. PLAN EVALUACIJE

U ovoj sekciji su navedeni načini evaluacije poduzetih aktivnosti – tj., načini prikupljanja informacija na osnovu kojih možemo znati jesmo li ostvarili određen cilj, na osnovu određene aktivnosti. Također, navedemo su i rokovi kada se evaluacija radi.

<i>Vrsta evaluacije</i>	<i>Šta evaluiramo</i>	<i>Implementator</i>	<i>Rok</i>	<i>Stavka u Kom. planu</i>
Godišnje ispitivanje javnog mnijenja (sve ciljne grupe) na reprezentativnom uzorku – eksterno komuniciranje	Imidž Općine, stavove ljudi, korištenje opštinskih komunikacija	Služba za LER	(jednom godišnje) Novembar 2016,2017,2018,2019	
Godišnje ispitivanje stavova i potreba korisnika web sajta	Kvalitet web prezentacije	Služba za LER	(jednom godišnje) Novembar 2016,2017,2018,2019	
Redovni Press Clipping	Pozicioniranje opštine u medijima	Služba za LER	Jednom godišnje revizija Press Clippinga (Septembar) 2016,2017,2018,2019	

## 8. ZAKLJUČAK

Strategija komunikacija spada u red dinamičnih, zahtjevnih i u skladu je sa najnovijim teoretskim i praktičnim pristupom komunikacijskih vještina uopće. Provedbom Strategije komunikacija omogućit će se provedba njenih Ciljeva.

Sa aspekta faza provedbe Strategijekomunikacijau fazi smo kreiranja i provjere Strategije. Slijede provedba i kontrola. S obzirom na Ciljeve koji se imaju dostići, kao i značaj, te složenost tehnika, instrumenata i metodologije (Instrumenti, AIDA, dvosmjernost komuniciranja, feed back, kreiranje medijskih sadržaja, valorizacija), ova Strategija komunikacija zahtijeva, prije svega stručan, intenzivan i predan rad, uz superviziju visokostručnih profesionalaca.

Bosna i Hercegovina  
Federacija Bosne i Hercegovine  
Hercegovačko-neretvanski kanton  
OPĆINA JABLANICA  
OPĆINSKO VIJEĆE  
Broj:02-02-2280-2/15 XXXV  
Jablanica,01.10.2015.godine

PREDSJEDAVAJUĆI OV-a  
Damir šabanović, dipl.ecc.

Adresa: Pere Bilića 25, 88420 Jablanica  
Tel.: +387 36 752 651, +387 35 751 300  
Fax: +387 36 753 215



E-mail: [jabl.o@bih.net.ba](mailto:jabl.o@bih.net.ba)  
Web: [www.jablanica.ba](http://www.jablanica.ba)



## Obrazloženje za izradu Strategije komuniciranja Općine Jablanica

### Pravni temelj

Pravni temelj za donošenje ove Strategije sadržan je u členu 39. Zakona o načelima lokalne samouprave u FBiH (Službene novine FBiH, br. 49/06), Programa rada Općinskog vijeća za 2015.godinu i Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji općinskih službi za upravu i drugih službi u općini Jablanica br:01-36-382/15 (Službeni glasnik općine Jablanica br.2/15)

### Razlozi za donošenje

Općina Jablanica je u martu 2008.godine usvojila Komunikacijsku strategiju za period 2008-2012.godine. Na osnovu ukazane potrebe i u skladu sa Pravilnikom o unutrašnjoj organizaciji općinskih službi za upravu i drugih službi u općini Jablanica, urađen je nacrt Strategije komuniciranja 2016-2019.godina što uključuje:

- Procjenu stanja sistema prakse unutarne i vanjske komunikacije općinskih tijela;
- Predlaganje mjera i aktivnosti kojima će se unaprijediti sistem i praksa komunikacije unutar općinskih tijela;
- Predlaganje mjera i aktivnosti s ciljem poboljšanja i komunikacije Službe za ekonomski razvoj i investicije, finansije i trezor s poslovnim sektorom, medijima, građanima i njihovim organizacijama i udruženjima;
- Provođenje konsultacija s predstavnicima građana i medija koja će biti temelj za poboljšanje vanjske komunikacije i izradu općinske strategije komuniciranja;
- Izradu Nacrta općinske strategije komuniciranja uz uvažavanje predloženih mjera i sugestija koje proizilaze iz javnih konsultacija i rada Općinskog vijeća

### OBRADIVAČ:

Služba za lokalni ekonomski razvoj  
i investicije, finansije i trezor

### PREDLAGAČ:

Općinski načelnik