



Br: 02-34-2797/04
Zenica, 09.02.2004. godine

STRATEGIJA
KOMUNICIRANJA VLADE ZENIČKO-DOBOJSKOG KANTONA
S GRAĐANIMA I JAVNOŠĆU

Februar, 2004. godine

STRATEGIJA KOMUNICIRANJA VLADE ZENIČKO-DOBOJSKOG KANTONA S GRAĐANIMA I JAVNOŠĆU

UVOD

Oblici komuniciranja svake vlasti s građanima i javnošću, pa tako i Vlade Zeničko - dobojskog kantona, determinirani su s jedne strane sadržinom i ciljevima rada te vlasti koja, u idealnom obliku, ispunjava sve zakonom propisane načine za uspostavu vlasti i održavanje kontinuiteta u razvijanju svih oblasti rada, djelovanja i življenja na određenoj teritoriji. S druge strane, ova komunikacija određena je osnovnim ljudskim pravom čovjeka koji živi na bilo kojoj teritoriji jedne države da bude informisan/a o svemu što radi vlast, kojoj su upravo građani dali mandat da u njihovo ime uređuje život u svim njegovim elementima na toj teritoriji. To se odnosi kako na zakonodavnu tako i izvršnu vlast. U okviru svojih ovlaštenja i zakonskih obaveza da svoj radi učini transparentnim, svaka vlada dužna je javnost redovno informirati o svojim aktivnostima i mjerama koje poduzima za unapređenje ukupnih životnih tokova na području koje je u njenoj nadležnosti. Još jedan razlog zbog kojeg je neophodno imati osmišljen pristup plasiranju informacija u javnost jeste u tome da svaka vlada, kao dobar menadžment tim, treba da promovira javno ono što je u njenom neposrednom interesu. To je posebno važno u slučajevima kada vlada želi realizirati projekte koji se tiču šire zajednice te o tome želi zajednicu informirati, a potom i zatražiti podršku i pomoć u uspješnom dovršavanju takvih projekata. Stoga je strategija komuniciranja sa građanima i javnošću neophodan dokument, čiji ciljevi i načini ostvarivanja pomažu ne samo vlastima, već i građanima - da lakše međusobno komuniciraju i da ostvaruju zajedničke ciljeve na dobrobit najšire zajednice. U okviru toga, svaka vlada precizira vlastite prioritete koje namjerava realizirati tokom trajanja svoga mandata. No, postoje i oni ciljevi koji po svojem značaju i univerzalnosti mogu biti uključeni u plan bilo koje vlade, mandata ili sastava te vlasti. Jedan od takvih ciljeva kada je u pitanju Zeničko - dobojski kanton jeste - cjelovito mijenjanje postojećeg (uglavnom nepovoljnog) imidža ove teritorije. Taj generalni cilj ostvaruje se kroz niz pojedinačnih koji zahvataju sve sfere života.

Da bi se ostvario takav jedan cilj u kome je potrebno anulirati sve prethodne negativne konotacije koje su se vezivale za ovaj Kanton, u brojnim sferama života, potrebno je realizirati niz aktivnosti koje će u konačnici rezultirati ostvarenjem gore pomenutog cilja. Ti programi sažeti su u ciljevima koje je Vlada Zeničko - dobojskog kantona determinirala kao ključne za naredni četvorogodišnji period: zaustavljanje budžetskog deficita i uspostavljanje budžetske ravnoteže; stvaranje što povoljnijeg ambijenta za razvoj privrede i poduzetništva u cjelini; (U tom smislu donesen je čitav set zakonskih akata koji olakšavaju rad u ovoj djelatnosti, sačinjeni su i promovirani projekti subvencioniranja administrativnih troškova na proizvodne investicije, te regresiranje kamata na poljoprivredne kredite kao i savladavanje administrativnih barijera za poduzetnike kroz rad Biznis servis centra, jedinog te vrste u BiH); briga o prirodnim potencijalima ovog Kantona (vođenje konzistentne politike u oblasti dodjele koncesija te racionalno iskorištenje šumskog blaga i drugih resursa) te dovršetak procesa privatizacije i time povećanje zaposlenosti, a u vezi s tim i smanjenje broja socijalnih kategorija također su ciljevi postavljeni za naredni period.

Sljedeća grupa ciljeva Vlade Zeničko - dobojskog kantona ogleda se u jačanju zakonske regulative u svim oblastima života te u podršci uspostavi neovisnog pravosuđa u cjelini; sigurnosti življenja na ovoj teritoriji, podizanju nivoa opremljenosti putne i komunikacijske infrastrukture; boljoj zdravstvenoj zaštiti; dovršetku implementacije Aneksa 7 Dejtonskog mirovnog sporazuma; razvoju međunarodne saradnje i jačanju međuregionalnih veza sa Evropom, kroz članstvo u AER-u (jedino je Zeničko - dobojski kanton član Vijeća evropskih regija iz Bosne i Hercegovine); u uspješnoj reformi obrazovanja; stvaranju uvjeta za intenzivniji razvoj kulture i sporta i, napose, racionalizaciji kantonalne administracije i smanjenju troškova za ove namjene.

I DIO: STRATEGIJA KOMUNICIRANJA VLADE ZENIČKO - DOBOJSKOG KANTONA SA GRAĐANIMA I JAVNOŠĆU

Strategija komuniciranja Vlade Zeničko - dobojskog kantona sa građanima i javnošću sadrži opšte ciljeve i posebni cilj. Opšti ciljevi podrazumijevaju ispunjavanje osnovne funkcije rada u ovoj oblasti, a u ovoj strategiji bit će predstavljeni kroz rad službi/ subjekata kojima je osnovni zadatak da obavljaju funkciju odnosa s javnošću. Osim ovih opštih ciljeva, Strategija sadrži i posebni cilj: stvaranje novog imidža Zeničko - dobojskog kantona. Stoga ovaj dokument sadrži, osim elemenata kojima se ostvaruje funkcija redovnog informiranja javnosti, i način ostvarenja posebnog cilja. Taj posebni cilj ostvaruje se dugoročno (u globalnim crtama predstavljen u ovoj Strategiji) i kratkoročno (kroz godišnje planove koji uključuju rad na posebnim projektima, kampanjama Vlade, i sl.) Godišnji plan nije sastavni dio ovog dokumenta, već se izrađuje posebno na početku godine i realizuje se do kraja te kalendarske godine.

Strategija komuniciranja Vlade Zeničko - dobojskog kantona sa građanima i javnošću sastavljena je iz tri dokumenta: Strategija odnosa Vlade ZDK s građanima i javnošću, Strategija odnosa s javnošću Agencije za privatizaciju i Strategija odnosa s građanima i javnošću Ministarstva unutrašnjih poslova ZDK.

(Napomena: S obzirom na činjenicu da je Zeničko - dobojski kanton jedan od rijetkih na području Federacije BiH koji ima od ranije ustrojen i profesionalno uspostavljen način rada sa javnošću, to upotreba vremenskih oznaka u ovoj Strategiji varira od sadašnjeg ka budućem vremenu, pošto indentifikuje i nabroja ono što se već ostvaruje kao dio ove Strategije kao i zadatke koji će se obavljati u narednom periodu.)

I CILJ: Stvaranje novog imidža Zeničko - dobojskog kantona

II METODE I SREDSTVA ostvarenja postavljenog cilja

III OČEKIVANJA/ REZULTATI

I CILJ: Stvaranje novog imidža Zeničko-dobojskog kantona

S obzirom na činjenicu da je Zeničko - dobojski kanton tokom rata, a i u postratnom periodu nezasluženo dobio više oznaka, kao najsiromašniji, te kanton koji je od strane međunarodne zajednice prisutne u BiH ocijenjen kao bezbjednosno riskantan, ali i kao područje u kome se dešava najviše kriminalnih djela, to je bilo neophodno konačno presijeći ovakvu sliku o Zeničko - dobojskom kantonu. Ovo tim više što ovakve konstatacije često nisu imale mnogo doticaja sa istinom. **Stoga je nova strategija odnosa s javnošću pretočena u stvaranje novog imidža Zeničko - dobojskog kantona.**

Pošto ovaj Kanton ima izuzetne privredne i industrijske potencijale koji u bliskoj budućnosti predstavljaju garant razvoja ekonomskih i finansijskih tokova, kao i obimnije učešće stranog kapitala kroz investiciona ulaganja, smanjenja nezaposlenosti i broja socijalnih kategorija, to je PR služba na nivou Kantona krenula sa promoviranjem svih ovih potencijala kroz niz komunikacijskih metoda. Isto tako, Ministarstvo unutarnjih poslova osnovalo je posebnu PR službu koja će na adekvatan način izvještavati javnost o stanju kriminaliteta ali i mjerama koje se poduzimaju na povećanju opće sigurnosti građana ovog Kantona. U Agenciji za privatizaciju također je u funkciji od samog osnutka Agencije i sektor odnosa s javnošću. Zadatak svih zaposlenih na poslovima odnosa s javnošću, a posebno funkcionera u Vladi ZDK jeste konstantno promoviranje pozitivne slike Kantona u javnosti i razbijanja predrasuda o ovoj teritoriji u cjelini.

Ova Strategija realizuje se putem: portparola Vlade Zeničko - dobojskog kantona, dva portparola Ministarstva unutrašnjih poslova i portparola Agencije za privatizaciju ZDK te svih ostalih osoba zaduženih za davanje informacija u Vladi ZDK i njenim organima i agencijama/slужbama/direkcijama.

Pravni okvir za djelovanje osim opštih zakonskih akata, uključuje i sljedeće:

1. Zakon o slobodnom pristupu informacijama u Bosni i Hercegovini ("Službeni glasnik BiH", br. 28/00)
2. Zakon o slobodnom pristupu informacijama u Federaciji BiH ("Službene novine" FBiH, br. 32/01)
3. Zakon o zaštiti od klevete u FBiH ("Službene novine FBiH, 59/02)
4. Kodeks za novinare
5. Zakon o privatizaciji ("Službene novine FBiH", br. 27/97, 8/99, 32/00, 45/00)
6. Statut Agencije za privatizaciju
7. Pravilnik o osnovnim standardnim procedurama policije pri javnim istupima i odnosima s medijima
8. Vodič MUP-a ZDK
9. Indeks registar MUP-a ZDK

II METODE I OBLICI:

Da bi se gore pomenuti cilj/ciljevi realizovali mora postojati razrađen sistem rada kada su u pitanju svi oblici komunikacije. U okviru institucija i organa Vlade Zeničko - dobojskog kantona postoji više institucionalnih oblika kojima se, prije svega, ostvaruje osnovna djelatnost - pružanje informacija građanima i javnosti, a kroz te iste oblike ostvaruje se i poseban cilj - rad na stvaranju novog imidža Zeničko - dobojskog kantona. Stoga se svi dole pobrojani oblici djelovanja kad su u pitanju odnosi s javnošću koriste i za realizaciju posebno određenog cilja za naredni vremenski period. Dakle, oblici kojima se ostvaruje pomenuti cilj su raznovrsni i sadržani su u sljedećim segmentima odnosa s javnošću i komuniciranja sa građanima:

1. **Zeničko- dobojski kanton ima formiranu Press službu koju vodi jedna osoba, koja je istovremeno i glasnogovornik Vlade.** Materijalno - tehničke pretpostavke za normalan rad Press službe su uglavnom obezbijeđene. Press služba je stacionirana u kabinetu premijera ZDK, ali pokriva sva ministarstva, kao i direkcije, uprave i organe u sastavu Vlade ZDK. U svom radu, Press služba primjenjuje i pridržava se svih zakonskih propisa vezanih za PR* oblast te principe i kodekse profesionalnog rada i djelovanja.
 - 1a. **Agencija za privatizaciju ima osobu zaduženu za odnose s javnošću** i davanje informacija medijima i građanima. Materijalno-tehničke pretpostavke uglavnom su obezbijeđene za rad ovog dijela PR službe.
 - 1b. **U Ministarstvu unutrašnjih poslova ZDK, Ured za odnose s javnošću** zadužen je za svakodnevno komuniciranje sa novinarima i medijima te u svom radu primjenjuje profesionalne principe i pravila koji su određeni zakonskim aktima o davanju informacija iz ministarstava unutrašnjih poslova.

Metode ostvarenja posebnog cilja: kroz sve tekstove/informacije koji se plasiraju/će se plasirati u javnost, podstiče se stvaranje slike prosperitetnog i kantona velikih privrednih i finansijskih mogućnosti, zatim kroz slanje informacija u javnost koje se tiču novih privrednih zahvata i zakonskih akata kojima Vlada podstiče investiranja od strane domaćeg i inostranog kapitala. U sferi sigurnosti, portparoli MUP-a kontinuirano obavještavaju/obavještavat će javnost o aktuelnim događajima u sferi osiguranja bezbjednijeg življenja, kao i efikasnom, djelotvornom i

pravovremenom reagovanju organa sigurnosti kad se tiče razotkrivanja krivičnih djela. PR služba u Agenciji za privatizaciju, osim redovnog izvještavanja o načinu i procesima privatiziranja firmi sa područja ZDK, posebnu pažnju usmjeravat će na eliminiranje nepovoljne slike o dosadašnjem procesu privatizacije. Osim pismenog izvještavanja javnosti, redovno će se organizirati i press konferencije na kojima će se promovirati projekti od značaja za mijenjanje postojećeg slike ovog Kantona u javnosti. Uz to, sve odluke sa sjednica Vlade ZDK javno se saopćavaju putem redovnih press konferencija.

(*PR- Public Relations - odnosi s javnošću)

Rok: Kontinuirano

2. Javni istupi premijera i ministara u Vladi te drugih osoba zaduženih za davanje informacija javnosti. Kontaktiranje zvaničnika Vlade sa medijima obavlja se direktno ili putem PR službe.

Metode ostvarenja posebnog cilja: Sve aktivnosti Vlade koje se odnose na donošenje zakonskih akata kojima se stvara ambijent za veći privredni zamah na ovom području stavljaju se u prvi plan prilikom izvještavanja javnosti na press konferencijama ili putem pisanih informacija. Promocija aktivnosti Ministarstva privrede, Ministarstva poljoprivrede i ostalih zauzimaju posebno mjesto u radu na stvaranju novog imidža Kantona. Osim toga, podrška Vlade ZDK svim akcijama šire zajednice na promidžbi privrednih potencijala vrši se kroz davanje materijalne i/ili deklarativne i svake druge podrške takvim projektima, ali i stvaranjem vlastitih (poput akcije "Kupujmo domaće", zatim projekata Ministarstva prostornog uređenja, projekata regresiranja kamata u poljoprivredi i plaćanja administrativnih dadžbina za ulaganje u proizvodne pogone, itd).

3. U svakom ministarstvu odrediti osobu/e koje daju informacije građanima i javnosti u skladu sa Zakonom o slobodnom pristupu informacijama.

Način ostvarenja posebnog cilja: Otvorenošću i transparentnošću svakog segmenta Vlade ZDK podstiče se povjerenje građana u vlast te tako Vlada postaje otvorena za primanje prijedloga i sugestija za poboljšanje svog ukupnog rada od strane samih građana i organizovanih grupa.

Rok: kontinuirano

4. Putem redovnog rada i aktivnosti ministarstava razvijaju se i oblici saradnje sa nevladinim sektorom, odnosno sa lokalnim nevladinim organizacijama, kako bi se vlast približila i nevladinom sektoru kao partneru Vlade u radu na poboljšanju funkcionisanja pojedinih oblasti života u ZDK.

Način ostvarenja posebnog cilja: Sa nevladinim sektorom, postoji bezbroj oblika suradnje kad je u pitanju promocija dostignuća i projekata koje provodi Vlada ZDK, kroz zajedničke istupe u javnosti prilikom određenih kampanja ili promoviranja projekata od značaja za širu zajednicu.

Rok: prema potrebi

5. Određeni zakonski akti stavljaju se u javnu raspravu kao oblik davanja mogućnosti građanima da se o njima direktno izjasne.

Rok: prema zakonskoj regulativi

6. Promotivni materijali Kantona - katalozi, prigodne brošure, video-kasete, CD-i i drugi promotivni materijali efikasan su način prezentacije svih potencijala ZDK.

Način ostvarenja posebnog cilja: Promotivni materijali kantona jedan su od glavnih alata stvaranja novog imidža ZDK sa kojima treba što više promovirati Kanton naročito na raznim domaćim i inostranim skupovima. To se posebno odnosi na društvene, privredne i druge manifestacije koje se organizuju u zemlji i inostranstvu. U tom smislu, svi promotivni materijali kantona moraju se obnavljati barem jednom godišnje, a po potrebi kreirati i posebne, za tačno određene, specifične

manifestacije na kojima se može inventivno promovirati sve što predstavlja potencijal ovog Kantona.

Rok: najmanje jednom godišnje

7. Neformalni susreti sa novinarima i građanima ZDK

Način otvarenja posebnog cilja: Direktan kontakt sa građanima kao i novinarima predstavlja jedan od najboljih načina da se pojasni poseban cilj Vlade - stvaranje nove slike o ovom kantonu te u tom smislu uvijek je dobro zatražiti i podršku građana kako bi se ostvario ovaj cilj koji služi dobrobiti najšire zajednice.

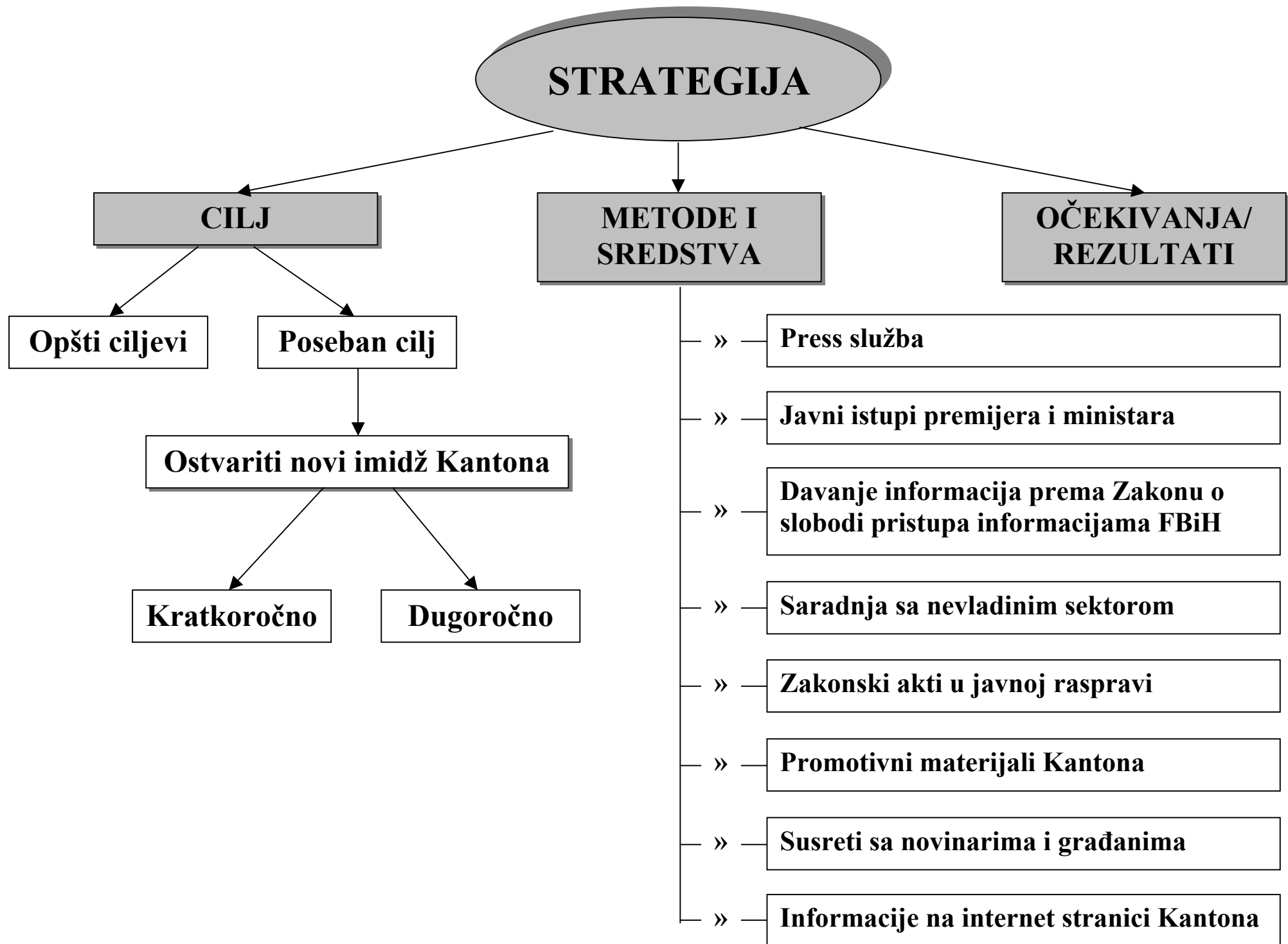
Rok: prema potrebi, a najmanje dva puta godišnje (kad su u pitanju novinari)

8. Informacije na web-stranici Zeničko - dobojskog kantona.

Iako u BiH relativno mali procenat stanovništva koristi Internet, ova najšira mreža recipijenta informacija u svijetu nezamjenljiv je oblik promoviranja svih potencijala našeg Kantona i treba ga kontinuirano korigirati, sa brojnim inventivnim pristupima izradi i dopunama web-stranice.

Način ostvarenja posebnog cilja: Privlačenje inostranih investicija te davanje neophodnih informacija o ovom Kantonu, njegovoj zakonskoj regulativi u oblasti pogodnosti za investiranje na području ZDK najbolje se ostvaruje putem plasiranja web-stranice Kantona na Internetu te povezivanja putem linkova sa drugim sličnim web-sitovima.

Rok: kontinuirano



1.1. Rad Press službe - portparola Vlade ZDK

Press služba razvija više oblika komunikacije i sa raznovrsnim recipijentima informacija (informisanje prema vani, informisanje ka unutra, te informisanje po horizontali, ili interno informisanje)

A) Press služba(glasnogovornik) plasira informacije o radu Vlade Zeničko - dobojskog kantona i Skupštine ZDK u javnost (**informisanje iznutra ka vani**).

B). Prikuplja informacije i objavljene priloge iz medija o svim dešavanjima na području Zeničko-dobojskog kantona u cjelini i o radu Vlade ZDK. Također, prikuplja mišljenje javnosti o radu Vlade i dostavlja ga članovima Vlade - usmeno i pismeno. (**informisanje s vana ka unutra**)

C). Vršiti **interno informisanje** premijera i ministara u vezi sa relevantnim informacijama objavljenim u medijima, a koje se tiču njihovog rada i djelovanja. (Ministrica se također radi poseban press clipping kada se objave pojedine informacije o njihovom radu). Isto tako, putem internog informisanja razmjenjuju se mišljenja i sugestije između Press službe i imenovanih funkcionera Vlade u vezi sa djelovanjem u svakoj pojedinačnoj situaciji.

D). Press služba obavlja **sve arhivsko-dokumentacione poslove vezane za PR djelatnost**: ima uspostavljenu dokumentaciju svih objavljenih tekstova o ZDK koju čuva u posebnoj arhivi, zatim video-dokumentaciju (snimci važnijih događaja na području ZDK te važnijih istupa kantonalnih funkcionera) i u manjem obimu audio-dokumentaciju - na kasetama pohranjene važnije priloge sa radija o ZDK.

E). **Press služba svakodnevno komunicira sa medijima, usmeno i pismeno**, kao i **putem press konferencija**. Iz Press službe kontinuirano odlaze različite vijesti/informacije iz pojedinih ministarstava, a koje se tiču aktuelne problematike iz djelokruga njihovog rada. Sve posjete kantonalnih zvaničnika drugim područjima te posjete zvaničnika i organizacija kao i vlada drugih kantona, Vlade Federacije, kao i stranih zvaničnika - pripadnika međunarodne zajednice (akreditovanih ambasadora u BiH i drugih međunarodnih djelatnika) također su praćene adekvatnim informacijama ili pozivima medijima za prisustvo ovim događajima.

F). **Press služba, da bi obavljala svoj posao ostvaruje kontinuiran kontakt sa ministrima i premijerom Vlade ZDK** u svrhu dobijanja podataka o aktuelnim dešavanjima u tim ministarstvima odnosno u kabinetu premijera. Isto tako, press služba kontaktira i sa PR Službom u MUP-u ZDK i Agenciji za privatizaciju kako bi se uskladili i poduzeli zajednički koraci ka kvalitetnijem istupu Kantona u javnosti. (uvezanost po horizontali)

G). **Press služba dokumentira i arhivira sve tekstove poslane medijima i zvaničnicima u BiH, zatim zahtjeve medijskih kuća i novinara za intervjuima sa kantonalnim zvaničnicima, ali i zahtjeve za komercijalnim praćenjem medijskih projekata** koji se odnose na neke specifične oblasti života u Kantonu. Napose, u Press službi obrađuju se svi godišnji zahtjevi i izrađuju pregledi dostave dnevne, sedmične i periodične štampe za ministarstva i druge organe Vlade ZDK.

H). Svakodnevno **Press služba izrađuje Press clipping** za premijera, šefa kabineta i arhivu Kantona u kome su zastupljeni svi tekstovi objavljeni tog dana u printanim medijima u Bosni i Hercegovini. (u Federaciji BiH i Republici Srpskoj).

I). **Press služba - glasnogovornik prati u popodnevnom i večernjim satima važnije informativno-političke emisije Radio i TV stanica** u Bosni i Hercegovini i po potrebi o pojedinim priložima izvještava članove Vlade, odnosno premijera.

J). **Glasnogovornik piše reagovanja na pojedine tekstove u novinama ili priloge** objavljene na radio i TV stanicama, a koje na netačan/neistinit način informišu o radu Vlade ZDK i Skupštine ZDK.

K). **Glasnogovornik prisustvuje svim sjednicama Vlade ZDK kao i Skupštine Kantona te na osnovu informacija dobijenih na tim sjednicama oblikuje daljnje pravce aktivnosti odnosno teme o kojima može izvještavati medije/javnost u vezi sa radom Vlade i Skupštine.**

L). **Od materijalno - tehničkih sredstava**, Press služba se u svom radu služi telefonom/faksom, elektronskom poštom, kompjuterom sa korištenjem osnovnog paketa računarskih programa, a surađuje i na izradi web-stranice ZDK. Na raspolaganju je i Radio i TV prijemnik kao i video-rekorder i diktafon.

M). **Glasnogovornik obavlja i poslove fotografa** i snima važnije događaje u Kantonu te pravi foto-dokumentaciju.

N). **Vrši pripremu ministara** i drugih javnih djelatnika Vlade ZDK pred važnije istupe u javnosti, ako se za to ukaže potreba.

O). **Pravi periodične analize informacija poslanih u javnost** te izvještaj o tome podnosi premijeru ZDK.

P). **Surađuje na web-stranici ZDK** i redovno ažurira vijesti na web-site-u iz svoje oblasti.

R). **Prati zakonsku regulativu iz oblasti informisanja** i odnosa s javnošću te prilagođava svoj rad novim zakonskim rješenjima.

S). **Kontinuirano se educira u svojoj oblasti** te proširuje već stečena znanja putem stručne literature, interneta, seminara, treninga, itd.

1.2. Javni istupi premijera i ministara u Vladi ZDK te drugih osoba zaduženih za davanje informacija javnosti

Vlada Zeničko - dobojskog kantona u svojoj strategiji odnosa prema javnosti ima za cilj biti potpuno transparentna kad je u pitanju njen rad i u tom cilju svi funkcioneri Vlade ZDK, počev od premijera do svih ministara redovno istupaju u javnosti, ne samo po zahtjevu novinara, već i kada se to ocjeni potrebnim u suradnji sa Press službom Kantona. Ovakvi istupi u javnosti posebno se preferiraju kada Vlada Kantona priprema nove projekte te smatra važnim da o njima obavijesti šire građanstvo i motiviše ga na zajedničko djelovanje sa Vladom, kako bi se ti projekti uspješno realizovali. Premijer i ministri u Vladi Zeničko - dobojskog kantona moraju biti detaljno informisani i upoznati sa svojim obavezama koje se tiču istupanja u javnosti i prezentovanja vlastitog rada onima koji su ih i izabrali - građanima Zeničko - dobojskog kantona. Također, svi članovi Vlade moraju biti upoznati i sa Zakonom o slobodi pristupa informacijama kao i sa drugim zakonskim aktima koji regulišu oblast javnosti rada zakonodavne i izvršne vlasti u Bosni i Hercegovini, te se u skladu s tim i određuju kada trebaju dati informacije bilo građanima, bilo novinarima.

Način ostvarenja posebnog cilja: Svi istupi premijera i ministara trebaju biti usmjereni na kreiranje pozitivne slike o Kantonu paralelno sa akcentiranjem novih informacija, podataka koji će promijeniti postojeću sliku o Kantonu. Premijer i ministri u narednom periodu radit će prema Planu odnosa Vlade ZDK za 2004. godinu u ovoj kalendarskoj godini.

1.3. - Davanje informacija u skladu sa Zakonom o slobodi pristupa informacijama

U svakom ministarstvu Vlade Zeničko - dobojskog kantona, nakon usvajanja Zakona o slobodi pristupa informacijama, određene su osobe koje će davati sve vrste traženih informacija građanima,

ali i novinarima, na njihov zahtjev. **To su, prije svega: sekretar ministarstva,(u većini ministarstava) potom ministar (po potrebi), a u MUP-u ZDK i portparoli MUP-a. U kabinetu premijera ZDK za davanje informacija zaduženi su: šef kabineta premijera, sekretar Vlade, portparol Vlade i premijer ZDK.** Građanima kao i novinarima koji se pozivaju na ovaj Zakon kopiraju se zakonski akti, dokumenti i materijali koje traže, te daju informacije i usmenim putem, a uskoro na web-stranici Kantona (www.zdk.ba) moći pronaći sve odluke Vlade i zakonska akta.

1.4. Suradnja sa nevladinim sektorom

S obzirom da je nevladin sektor tokom rata, a naročito u poslijeratnom periodu izrastao u respektabilan faktor koji ima utjecaja na specifične oblasti života na ovim prostorima, to je cilj ove Vlade, a time i PR službe da razvija što kooperativniji odnos sa nevladinim sektorom.

Način ostvarenja posebnog cilja: Nvladin sektor može, kroz suradnju na realizaciji projekata koji su od zajedničkog interesa za sve građane Kantona, biti partner ili jedan od učesnika. Pošto nevladin sektor okuplja dobar broj građana, to je direktan kontakt sa NVO sektorom i materijalna podrška inventivnim projektima još jedan od načina na koji se Vlada približava građanima i oni njoj, a to znači i stvaranje drugačije predstave o ovom području.

1.5. Zakonski akti u javnoj raspravi

Zakonske akte i dokumente od veće pravne vrijednosti Vlada daje na razmatranje Skupštini, a Skupština potom te zakonske propise daje u javnu raspravu. Građani su tako u prilici da se kroz javnu raspravu upoznaju sa određenim aktima i da daju svoje primjedbe i sugestije. (Primjer: Nacrt budžeta Zeničko - dobojskog kantona za 2004. godinu dostavljen je svim budžetskim korisnicima kao i ostalim građanima na području ZDK).

1.6. Promotivni materijali

Vlada Zeničko - dobojskog kantona ispred svog sjedišta na vidljivom mjestu ima veliki pano sa grbom i nazivom Kantona,a informacije-upute o sjedištu svih ministarstava kao i drugih institucija Vlade i njihovoj lokaciji također se nalaze ispisane na zgradi Vlade ZDK. Vlada ima recepciju - prijemni punkt sa koga se građani upućuju na tražene adrese. Znakovi upućivanja nalaze se na svim pogodnim mjestima u zgradi Kantona, kako bi se svakom posjetiocu olakšalo da lakše pronađe traženo ministarstvo.

U promotivnim materijalima koji se periodično obnavljaju i osvježavaju novim informacijama, nalaze se svi podaci koji na informativan način promoviraju mogućnosti i potencijale Kantona. (Nakon brošure "Zeničko-dobojski kanton - Vaš partner za novi milenij" sačinjena je nova "Zeničko - dobojski kanton - Centar vašeg interesovanja"). Također, dva dokumentarna filma o investicionim pogodnostima i prirodnim resursima kao i osnovnim karakteristikama Kantona plasiraju se na svim važnijim privrednim i ekonomskim skupovima i sajmovima u zemlji i inostranstvu. Permanentno učešće na važnijim regionalnim i evropskim sajmovima također je način promoviranja Kantona. Isto tako, na CD-ovima dostupan je i materijal "Investicione pogodnosti u Zeničko - dobojskom kantonu". Knjiga "Zenica 1900-2000" služi kao promotivni materijal grada koji je sjedište i centar Kantona. Uz to, Ministarstvo unutrašnjih poslova ima web-stranicu (po rezultatima nedavnih istraživanja stručnjaka jednu od najboljih). Uz web - stranicu Zeničko - dobojskog kantona koja se svakodnevno ažurira, Zeničko - dobojski kanton zaokružuje dijapazon oblika i metoda cjelovitog promoviranja i kvalitetnog predstavljanja široj javnosti.

1.7. Susreti sa novinarima i građanima ZDK

Najmanje jednom do dva puta godišnje Vlada Zeničko - dobojskog kantona organizuje neformalne susrete i druženja sa novinarima i predstavnicima medijskih kuća sa područja ZDK.

Uz to, šire upoznavanje građana sa svim tekućim aktuelnostima u Vladi ZDK obavljaju i kantonalni zvaničnici prilikom organizovanja brojnih društvenih događaja, manifestacija i susreta, dajući na licu mjesta neophodne informacije koje interesuju građane.

Način ostvarenja posebnog cilja: U toku rada na kampanji ministarstva ili Vlade u cjelini, ministri i ostali djelatnici u Vladi ZDK imat će aktivno učešće u tim kampanjama bilo putem izjava u medijima bilo kroz direktno učešće na realizaciji tih kampanja. (npr: Kampanja na edukaciji iz oblasti ekologije koju će raditi Ministarstvo prostornog uređenja i zaštite okoline)

III OČEKIVANJA/ REZULTATI

Sve pobrojano na ispravljanju krive slike o Zeničko - dobojskom kantonu kako u domaćoj tako i inostranoj javnosti treba da rezultira, u prvom redu, promijenjenim odnosom cjelokupne javnosti prema onom što čini stvarne karakteristike ovog Kantona. Prije svega, mora se ostvariti osnovni cilj - stvaranje ambijenta za veća investiciona ulaganja. (Ovaj cilj se već konkretizuje u praksi kroz dolazak većeg broja stranih investitora na područje našeg Kantona).

Kroz paket stabilizacijskih mjera kad je u pitanju fiskalna politika te punjenje i pražnjenje budžeta, Vlada ZDK treba da utiče na svijest građana, a posebno budžetskih korisnika u pravcu prihvatanja ovih mjera kao neminovnosti koje u narednom periodu trebaju rezultirati općim boljitkom za sve. U pogledu međunarodnih integracija, predstavnici Zeničko - dobojskog kantona imali su više uspješnih nastupa u Evropi i na taj način skrenuli pažnju na ovaj dio Bosne i Hercegovine. Dokaz ozbiljne medijske promocije jeste i nagrada Zagrebačkog velesajma za naujspješniju kolektivnu promociju 2002. godine. Ovakve trendove treba nastaviti. Uspješni kontakti sa italijanskim i mađarskim pokrajinama te nalaženje strateških partnera za najveće privredne kolektive u Kantonu treba da nastave trend razvoja kako bi se i internacionalizacijom promidžbe ovog područja Bosne i Hercegovine značajno promijenila slika ovog Kantona. Dio rezultata koji su već ostvareni odnose se na proces povratka u ZDK koji je skoro stopostotan na ovom području. Time se najbolje ispravlja pogrešna slika koja je vladala u javnosti u vezi sa preprekama povratku manjinskih naroda na ovo područje. U tom smislu potrebno je u narednom periodu stalnim istupima posebno isticati podatke o zadovoljavajućem stupnju povratka. Brojne sportske i kulturne manifestacije kojima je Kanton bio pokrovitelj također su bili dio promidžbe ove Vlade. Oblik promoviranja uspješne, menadžerske i efikasne Vlade treba nastaviti i kroz pokroviteljstvo nad određenim manifestacijama (poput biranja najboljeg menadžera i sl.) i kroz nastavak dodjele novčanih nagrada za preduzeća koja uvođe ISO standarde u svoj rad.

Očekivanja - rezultati ovakve strategije najbolje će biti vidljivi nakon realizovanja godišnjih planova u radu na odnosima s javnošću kroz vođenje kampanja koje će biti sastavni dio Plana odnosa s javnošću Vlade ZDK u 2004. godini. Ovakav pristup nastaviti će se i u narednom periodu kroz daljnju razradu oblika i načina komuniciranja sa građanima te unapređenja pozitivnog imidža ovog područja i Zeničko -dobojskog kantona u cjelini.

ZAVRŠNE ODREDBE

Krajnji rezultat bit će očigledan onog trenutka kada Zeničko -dobojski kanton više ne bude na dnu ljestvice statističkih podataka o broju zaposlenih, broju preduzeća koja rade, privatiziranih firmi, potrošačke korpe, socijalnih davanja i napose ulaganja u nauku i kulturu. Vizija novog Zeničko - dobojskog kantona je područje u kome su sva preduzeća uspješno privatizirana (bez negativnog feed-backa u vidu otpuštanja radnika nakon privatizacije i zatvaranja privaitizanih pogona radi prodaje), u kome strateška preduzeća imaju kvalitetan inostrani kapital i rade sa maksimalnom uposlanošću i konkurentnošću na ino-tražištu, u kome su riješeni osnovni socijalni problemi najšire populacije, zaposleni demoblizirani borci i ratni vojni invalidi, kantona bez štrajkova i blokada

puteva, sa uspješno završenim procesom povratka na ovo područje, značajnije povećanim standardom svih građana, efikasnom administracijom i javnom upravom, na minimum svedenim brojem krivičnih djela kao i predmeta u tužilaštvu i pravosuđu Kantona, sigurnim življenjem i bezbjednijim kretanjem modernim cestama, pogodnim za povezivanje sa evropskim autoputevima; Kanton u kome djeca imaju zaista besplatno školovanje i liječenje, a penzioneri svu skrb koja im je potrebna, Kanton sa zdravom životnom sredinom, u kome ima sve manje pacijenata i bolesnih u zdravstvenim ustanovama, i u kojima se dosežu nove granice u oblasti nauke i istraživanja; kanton u kome mladi zadovoljno žive, baveći se umjetnošću i sportom, jer imaju posao i mogućnost za daljnje školovanje na Univerzitetu u Zenici.

Autor Strategije:

**Jasna Ahmetpahić,
portparol Vlade ZDK**

STRATEGIJA ODNOSA SA JAVNOŠĆU MINISTARSTVA UNUTRAŠNJIH POSLOVA ZENIČKO - DOBOJSKOG KANTONA

UVODNI DIO

Ministarstvo unutrašnjih poslova Zeničko dobojskog kantona svoju djelatnost obavlja na osnovu Zakona o unutrašnjih poslova F BiH i Zakona o unutrašnjim poslovima ZE-DO kantona. Navedenim zakonima precizirana je nadležnost ovog Ministarstva. Teritorijalno pokriva 12 općina, a rad ovog Ministarstva je organizovan u 7 Policijskih uprava i to: PU Zenica, PU Visoko, PU Olovo, PU Vareš, PU Tešanj, PU Zavidovići i PU Žepče. Na čelu Policijskih uprava su načelnici, a niže organizacione jedinice su Policijske stanice na čijem čelu se nalaze komandiri. Na čelu Ministarstva je ministar, a Upravom policije rukovodi Policijski komesar. Ministarstvo pokriva izuzetno razučenu teritoriju od Tešnja na sjeveru i Olova na jugu. Sjedište i središte kantona predstavlja općina Zenica sa oko 150.000. stanovnika.

I. Pravni okvir za rad Odsjeka za odnose s javnošću MUP-a ZDK

1. Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini (Službeni glasnik BiH broj 28/00)
2. Zakon o slobodi pristupa informacijama u Federaciji Bosne i Hercegovine (Službene novine F BiH broj 32/01)
 - Vodič MUP-a ZDK
 - Indeks registar MUP-a ZDK
3. Zakon o zaštiti od klevete F BiH
4. Kodeks za štampu
5. Pravilnik o osnovnim standardnim procedurama policije pri javnim istupima i odnosima sa medijima

Da bi se u krajnjoj mjeri unaprijedio rad i efikasnost policije te podstakli građani da aktivno učestvuju i surađuju sa organima sigurnosti na području Zeničko - dobojskog kantona, Odsjek za odnose s javnošću MUP-a ZDK kreirao je Strategiju odnosa s javnošću i građanima MUP-a ZDK. Ova Strategija sadrži cilj, kao i oblike i metode ostvarenja tog cilja.

CILJ: STVARANJE NOVIH ODNOSA MUP-a ZDK SA GRAĐANIMA I JAVNOŠĆU

Glavni cilj Ministarstva u pogledu odnosa sa javnostima je rad na kreiranju novih odnosa Ministarstva sa građanima i javnošću. Ovaj cilj ostvaruje se reallizovanjem podciljeva i to:

- segmentiranje, identifikacija i komuniciranje sa ciljnim grupama (osobito ugrožene manjinske grupe, specifična udruženja)
- stalno istraživanje javnosti (osobito ciljanih grupa javnosti) i usklađivanje taktike i metodike odnosa s javnošću na osnovu rezultata tih istraživanja
- iniciranje mogućeg uspostavljanja PR mreže sa ciljnim grupama
- utvrđivanje plana izrade kantonalnih policijskih insignija – reprezentativni materijali (zastave u kancelarijama, grbovi, oglasna ploča, uređenost zgrada, i sl.)
- pomoć u poboljšanju rada policije;
- pružanje prilika medijima da javnosti objasne policijski rad i procedure;
- razvijanje saradnje i partnerstvo sa agencijama za sprovođenje zakona u BiH, susjednim zemljama i zemljama u regionu,
- razvijanje i sprovođenje potrebnog stepena odgovornosti u odnosu sa medijima;
- sprovođenje standardne procedure rada u vezi odnosa sa medijima.

OBLICI I METODE OSTVARIVANJA CILJA

Ministarstvo unutrašnjih poslova Zeničko-dobojskog kantona ima zakonsku obavezu biti transparentno u svom radu, ali povrh toga, ovo Ministarstvo odlučilo je uspostaviti čvršće i bliže za odnose sa građanima i javnošću, na obostranu korist. Stoga je sve dole pobrojano u funkciji razvijanja takvih odnosa koji imaju za krajnji cilj - sticanje povjerenja u organe sigurnosti, saradnju građana sa policijom te, u tom smislu, mnogo brže i efikasnije rješavanje slučajeva i rasvjetljavanja kriminalnih djela koja se počinu na teritoriji odgovornosti ovog MUP-a.

- Unapređenje razumijevanja kod građana o ulozi i odgovornosti policije putem otvorenih, aktivnih i redovnih medijskih i javnih kampanja koje uključuju i građane
- Educiranje i usmjeravanje policajaca i viših policijskih zvaničnika za nastupe u medijima;
- Saradivanje sa drugim vladinim agencijama, informativnim službama i predstavnicima medija;
- Nadgledanje i analiziranje izvještaja medija o radu policije i reagovanje u slučaju kada je to potrebno;
- Redovni kontakti sa medijima u Odsjeku za odnose s javnošću MUP-a
- Ažuriranje liste kontakata u svim jedinicama policije;
- Pripremanje i redovno ažuriranje informacija o policiji za upotrebu u inicijativama vezanim za odnose sa javnošću, publikacije i druge promotivne materijale i aktivnosti;
- Saradnja sa vanjskim saradnicima koji obavljaju poslove za Odsjek odnosa sa javnošću;
- Učestvovanje u obuci policajaca o odnosima sa javnošću i medijima;
- Učestvovanje u uspostavljanju i održavanju internet stranice za policiju.
- Razvijanje internih odnosa s javnošću (kao npr. obavještenja-piktogrami u zgradi sjedišta MUP-a ZDK i u svim policijskim upravama i stanicama)
- Analiziranje sigurnosnih pojava značajnih za građane, organizovanje kampanja/akcija kao npr.: borba protiv narkomanije, saobraćajne delinkvencije, maloljetničke delinkvencije i dr.)
- otvoreno i transparentno obavješćavanje javnosti o događajima vezanim za Ministarstvo i rad policije;
Organizovanje zajedničkih akcija koje uključuju javnost u cilju osiguranja transparentnosti rada MUP-a
- Organizovanje konferencija za medije, intervju a i pripremanje materijala za takve nastupe;
- Učestvovanje u pripremanju promotivnih materijala koje policija periodično objavljuje;
- Učešće u aktivnostima koje za cilj imaju približavanje građana policiji tako što će podsticati redovne aktivnosti i događaje u oblasti obavljanja policijskih dužnosti u zajednici;

III. KANALI KOMUNICIRANJA SA JAVNOŠĆU

1. Elektronski mediji (TV, radio)
2. Pisani mediji
3. Internet – web site
4. Plakati i druge insignije (medijske kampanje) sa osmišljenim sadržajem koji će biti iskazan kroz sliku, znakove, slogane i sl.

ZAVRŠNE ODREDBE

Opredjeljenje je razvijati odnose s javnošću putem svih vrsta medija a u zavisnosti od sadržaja odnosno poruke kojom želimo komunicirati s javnostima u određenom pojedinačnom slučaju odabrati najpodesniji medij.

Odsjek za odnose sa javnošću redovno održava petnaestodnevne konferencije za štampu na koje su unaprijed pozvani svi predstavnici medija. Svaka tri mjeseca, ovoj konferenciji za štampu se predstavlja tromjesečni izvještaj o radu policije. Pored glasnogovornika, konferenciji za štampu

mogu prisustvovati i ostali službenici policije koji imaju ovlaštenja za davanje informacija javnosti. Djelatnici Odsjeka za odnose s javnošću svakodnevno izvještavaju ministra i policijskog komesara o medijskim izvještajima u protekla 24 sata, te prezentiraju tromjesečnu analizu medijskih izvještaja temeljenu na pokrivenosti pitanja relevantnih za predstavljanje policije u medijima. Odsjek za odnose sa javnošću je odgovoran za pripremu i štampanje ili produkciju publikacija, promotivnih materijala za predstavnike medija i drugih priloga vezanih za medije i institucije policijskih snaga. Odsjek je odgovoran za odgovarajuću distribuciju ovih proizvoda medijima i članovima policijskih snaga.

Odsjek za odnose sa javnošću uređuje periodični časopis, koji se štampa svaka tri mjeseca i koji sadržava ključne informacije o organizaciji i radu policije. U saradnji sa relevantnim značajnim jedinicama u policiji, Odsjek za odnose sa javnošću razvija i osigurava implementaciju redovnih i odgovarajućih publiciranih aktivnosti rada policije u zajednici, kao što su »Otvoreni dani«, događanja koja uključuju obrazovne i organizacije zajednice, itd.

U saradnji sa Odjeljenjem za informatiku, Odsjek odnosa sa javnošću učestvuje u stvaranju, redovnom održavanju i ažuriranju internet stranice policije. Također, Odsjek za odnose sa javnošću učestvuje u stvaranju i razvoju plana i programa rada policijskih službenika u okviru odnosa sa javnošću, posebno u vezi sa odnosima individualnih policijskih službenika sa građanima i zajednicom. Napose, Odsjek odnosa s javnošću redovno surađuje sa Press službom Kantona i Sektorom odnosa s javnošću Kantonalne agencije za privatizaciju.

Autori Strategije:

Indira Krujeziu i Admir Katica,
portparoli MUP-a ZDK

STRATEGIJA KOMUNICIRANJA AGENCIJE ZA PRIVATIZACIJU ZENIČKO-DOBOJSKOG KANTONA SA JAVNOŠĆU

UVOD

Proces privatizacije predstavlja ključni proces ukupne tranzicije bosanskohercegovačkog društva, čija je suština pretvorba državnog u privatno vlasništvo. Pomenuti proces, kako je predviđeno, paralelno bi optimalizirao privredne potencijale Federacije, posebno kroz strateška ulaganja kupaca i stabilizirao započete reforme ukupne demokratizacije društva.

Za razliku od svih ostalih zemalja u tranziciji, proces privatizacije u BiH realizovao se u najnepovoljnijim uslovima. Nakon rata, privreda je u najvećoj mjeri devastirana, dotadašnji kupci, odnosno tržišta u inostranstvu su izgubljena, a stanje tehničko-tehnoloških kapaciteta bilo je, konstatacija je brojnih stručnjaka, u višedecenijskom tehnološkom zaostatku. Ovo je i suštinska odrednica uslova u kojima se realizira proces privatizacije na prostoru Federacije BiH.

Nosioci privatizacijskih procesa su, osim Agencije za privatizaciju Federacije BiH, kantonalne agencije za privatizaciju. Za razliku od ostalih kantonalnih agencija, Agencija za privatizaciju Zeničko-dobojskog kantona, u strukturi preduzeća koja su predmet privatizacije, ima najviše tzv. «velikih sistema», sa velikim brojem zaposlenih, razuđenom imovinom i djelatnostima.

Segment aktivnosti Odnosa sa javnošću, od samog početka rada Agencije za privatizaciju Zeničko-dobojskog kantona, integralni su dio aktivnosti Agencije i provode se, u zavisnosti od ciljeva, u koordinaciji sa Agencijom za privatizaciju u Federaciji BiH ili samostalno, u okviru raspoloživih mogućnosti. Ove aktivnosti omogućene su kadrovskim i novčanim angažmanom USAID-a koji je u značajnom mjeri olakšao, između ostalog, i edukaciju građana. Pored redovnog i obaveznog informisanja javnosti, vođene su tri javne kampanje, koje su obuhvatile teritoriju cijele Federacije i u kojima su aktivno učestvovalе sve kantonalne agencije. Aktivnosti iz domena Odnosa sa javnošću usmjerene su prema heterogenoj strukturi javnosti, sa isto tako heterogenim informativnim potrebama, pri čemu je od kvalitetne edukacije građana, te kreiranja interesa kod investitora, kupaca, zavisilo njihovo učešće u procesu privatizacije, što je za posljedicu imalo konkretne privatizacijske efekte.

1. PRAVNI OKVIR ZA AKTIVNOSTI ODNOSA SA JAVNOŠĆU

- 1.1. Zakon o slobodnom pristupu informacijama u Bosni i Hercegovini (Službeni glasnik BiH broj 28/00),
- 1.2. Zakon o slobodnom pristupu informacijama u Federaciji Bosne i Hercegovine (Službene novine F BiH, broj 32/01),
- 1.3. Zakon o zaštiti od klevete u F BiH ("Službene novine FBiH", br.59/02)
- 1.4. Kodeks za štampu
- 1.5. Zakon o privatizaciji («Službene novine F BiH», broj, 27/97; 8/99; 32/00; 45/00)
- 1.6. Statut Agencije za privatizaciju ZDK

2. STRATEGIJA ODNOSA AGENCIJE ZA PRIVATIZACIJU ZENIČKO-DOBOJSKOG KANTONA SA JAVNOŠĆU

Strategija odnosa Agencije za privatizaciju ZDK sa javnošću sastoji se iz tri segmenta: cilj strategije, metode i sredstva njegovog provođenja, te očekivani rezultati. Na osnovu ovog dokumenta pravit će se pojedinačni godišnji planovi rada na strukturiranju odnosa s javnošću.

I CILJ: Preoblikovanje imidža Agencije za privatizaciju ZDK

II METODE I SREDSTVA ostvarenja postavljenog cilja

III OČEKIVANI REZULTATI

2.1. CILJ: Preoblikovanje imidža Agencije za privatizaciju Zeničko-dobojskog kantona

Postavljeni cilj, formulisan kao kreiranje novog imidža, zapravo je zbir nekoliko (pod)ciljeva koji su međusobno komplementarni, a izvedeni su iz cjeline privatizacijskog procesa na području Zeničko-dobojskog kantona, kao užeg, te cilja Strategije odnosa Vlade ZDK prema građanima i javnosti, kao šireg referentnog polja.

Proces privatizacije na prostoru Federacije postao je sinonim za proces koji je, doduše, neminovan, ali koga prate određene afere, sporost, neefikasnost, česte nezakonitosti i sl. U medijima, pojedinačni negativni primjeri se generalizuju, dok su o onim pozitivnim rijeđe izvještava, jer se smatra da su "sami po sebi razumljivi." Evidentno je podozrenje, sumnjičavost javnosti prema svakom privatizacijskom projektu, a od strane sindikalnih organizacija i preispitivanje klauzula iz kupoprodajnih ugovora koji definišu zaposlenost. Generalno, stvoren je negativistički stav prema procesu privatizacije u kome je svaki privatizacijski projekat unaprijed već etiketiran kao prevara ili malverzacija.

Agencija za privatizaciju ZDK zadatke iz svoje nadležnosti izvršava u ambijentu izraženog negativnog raspoloženja javnosti, što u velikoj mjeri multiplicira postojeće probleme. Ti problemi ogledaju se u slijedećem:

- nepostojanje uredne dokumentacije o vlasništvu nad nekretninama preduzeća,
- neusaglašenost zakonske regulative iz oblasti privatizacije i drugih oblasti,
- nepostojanje adekvatne socijalne politike,
- nepostojanje strategije privatizacije posebno za preduzeća iz oblasti rudarstva, šumarstva, vodoprivrede i javnih komunalnih preduzeća,
- slab interes strateških ponuđača,
- slaba ponuda, nema atraktivnih preduzeća i dr.

Da bi se otklonili negativni efekti gore pobrojanih problema, Sektor odnosa sa javnošću potencirat će i dalje:

- predstavljanje Agencije za privatizaciju ZDK kao profesionalne, stručne i specijalizovane institucije za izvršavanje privatizacijskih poslova. Naime, sve što je urađeno dosada kao i programi privatizacije u narednom periodu bit će mnogo češće prezentirani javnosti, i to sa navođenjem konkretnih rezultata ostvarenim u procesu privatizacije preduzeća sa ovog područja. Istovremeno, zbog stvaranja objektivne slike u javnosti, Sektor odnosa s javnošću predstaviti će javnosti i sve negativne trendove ovog procesa.

- Blagovremeno i potpuno informisati definisane ciljne segmente javnosti o značaju procesa privatizacije, mogućnostima učešća u ovom ključnom procesu tranzicije bh društva, ostvarenim efektima, kako bi se u potpunosti ispoštovao princip javnosti i transparentnosti ovog procesa. Ovo predstavlja i najbolji način da se u javnosti kreira objektivna i nepristrasna stav o Agenciji i njenom radu.

- Razvijati pozitivnu psiho-socijalnu klimu kod građana kad je u pitanju privatizacija preduzeća sa ovog područja kako bi se anulirale vrlo česte neformalne, ali vrlo uticajne konstatacije o uspjehu ili neuspjehu privatiziranja pojedinih preduzeća sa područja Kantona.

- Animirati domaće investitore i građane za učešće u kupovini imovine i kapitala, što je pretpostavka istinskog ubrzanja procesa privatizacije. Prethodno informisati inostrane strateške investitore sa privatizacijskim mogućnostima i strukturom kapitala predviđenog za privatizaciju.
- Redovno informisati nadležne organe o toku privatizacije preduzeća sa prostora Zeničko-dobojskog kantona,
- Nastaviti sa aktivnostima na definisanju, zajedno sa APF BiH, te kantonalnim agencijama, politike privatizacijskih aktivnosti, te njihovu dinamiku.
- Usaglasiti, koncipirati i implementirati na nivou institucionalne privatizacijske infrastrukture (APF BiH i KAP-ovi) medijske kampanje u pojedinim fazama privatizacijskog procesa (slučaj sa Javnim upisom dionica, metodama prodaje i sl.).

II METODE I OBLICI

Ukupna djelatnost Agencije za privatizaciju Zeničko-dobojskog kantona usmjerena je prema ciljnim segmentima javnosti, sa svojim specifičnim informativnim potrebama, odnosno zahtjevima. Ove potrebe i zahtjevi zadovoljavaju se putem više oblika i metoda rada i djelovanja kad su u pitanju odnosi s javnošću i građanima. Oni se ogledaju u slijedećem:

- 2.1. Agencija za privatizaciju ZDK, prema sistematizaciji radnih mjesta, ima jednog zaposlenog na mjestu stručnog saradnika za odnose sa javnošću, edukaciju i informativno-propagandne poslove. Materijalno-tehničke pretpostavke za normalan rad postoje i stručni saradnik obavlja sve poslove koji se tiču davanja informacija javnosti te pripremanja svih materijala za javno publikovanje u vezi sa objavom javnih poziva, tendera, itd. .
- 2.2. Putem javnih istupa direktora ili ovlaštene osobe u Agenciji, daju se sve relevantne informacije kako o procesu privatizacije u cjelini, tako i o pojedinačnim slučajevima privatiziranih firmi.
- 2.3. Kontinuirano i blagovremeno informisanje javnosti o svim aktivnostima Agencije, te radu Upravnog odbora Agencije za privatizaciju ZDK,
- 2.4. Putem medija i informacija o poduzećima sa ovog Kantona, vrši se animiranje potencijalnih kupaca
- 2.5. Suradnja sa udruženjima građana/nevladinim sektorom
- 2.6. Neposredna komunikacija sa građanima

2.1. Stručni saradnik za Odnose sa javnošću u agenciji obavlja sve poslove iz djelokruga rada portparola i segmenta odnosa sa javnošću, kao strateškog komuniciranja. Posebno, predlaže i učestvuje u kreiranju strateških informativno-komunikativnih aktivnosti, analizira javno mnijenje putem napisa u medijima ili rezultata specijalizovanih institucija za istraživanje javnog mnijenja, kreira i realizuje pojedine aspekte medijske kampanje. Istovremeno, obavlja i poslove službenika za informisanje, zaduženog za saradnju sa građanima na osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama.

2.2. Direktor ili osoba koju on ovlasti (npr. pomoćnici direktora), zaduženi su za davanje izjava po određenom pitanju ili temi, kako bi se obezbijedilo objektivno i kontinuirano informisanje javnosti. Segment Odnosa sa javnošću redovno se razmatra na sjednicama Kolegija i tom prilikom definiše, odnosno operacionalizira strategija komuniciranja agencije.

2.3. Saradnja sa medijima, u svim svojim formama, dominira , kao i do sada, kao strateško opredjeljenje Agencije i najpouzdaniji način blagovremenog i potpunog informisanja javnosti o svim aktuelnostima o njenom radu i njenih organa i tijela.

2.4. Animiranje potencijalnih kupaca, posebno onih inostranih, vrši se putem organa Vlade ZDK, Agencije za privatizaciju u Federaciji BiH, stranih ambasada, Privredne komore. Ovdje se Agencija za privatizaciju pojavljuje kao izvor određenih podataka, najčešće je to aktuelna

privatizacijska ponuda za koju se pretpostavlja da bi mogla rezultirati konkretnim interesom strateškog investitora.

2.5. Saradnja sa nevladinim sektorom obuhvata neposrednu komunikaciju sa udruženjima građana koja, na bilo koji način, izraze interes za neku od tema iz domena privatizacije. Posebno je značajna komunikacija sa predstavnicima sindikalnih organizacija svih nivoa, na čemu Agencija insistira od samog početka svoga rada. Ovo je posebno značajan metod, polazeći od prednosti neposredne komunikacije u promjeni stava recipijenata

2.6. Neposredna komunikacija sa građanima obavlja se neposredno ili putem telefona. U skladu sa generalnom politikom Agencije svaki građanin, ili grupa građana, mora dobiti potpunu informaciju na postavljeni upit. Ovdje ubrajamo i zahtjeve građana na osnovu zakona o slobodnom pristupu informacijama, koji se tretiraju u potpunosti u skladu sa zakonom o slobodnom pristupu informacijama u F BiH.

KANALI KOMUNICIRANJA

Koriste se svi postojeći kanali komuniciranja sa ciljem distribucije podataka i informacija heterogenoj strukturi javnosti. Najzastupljeniji su :

- Interpersonalno komuniciranje, (sastanci u preduzećima, mjesnim zajednicama, općinskim vijećima, tribine, okrugli stolovi udruženja građana, pres-konferencije)
- Printani mediji (dnevni i sedmični, specijalizirane publikacije, izdavanje vlastite brošure, određenih priručnika, novinske agencije)
- Elektronski mediji (TV, radio na svim nivoima),
- Internet, kao globalni medij, preko Web stranice Agencije za privatizaciju u Federaciji BiH, zatim Web stranice Vlade ZDK. Kako bi se u prezentaciji informacija postigli najbolji efekti, potrebno je koristiti rezultate istraživanja specijaliziranih agencija, koja se bave kvantitativnom i kvalitativnom analizom recipijenata.

CILJNI SEGMENTI JAVNOSTI

Sa aspekta funkcije i ciljeva Agencije za privatizaciju ZDK moguće je definisati, generalno, strukturu ciljnih segmenata javnosti i to:

Javnost, odnosno građane ZDK kao najbrojniju grupu (nizak stepen interesa za učešće u privatizacijskim procesima, bez obzira na činjenicu da je u našem slučaju riječ o masovnoj privatizaciji), potencijalni kupci imovine i kapitala, vlasnici certifikata;

Nadležni organi, odnosno Vlada ZDK, Skupština ZDK, resorna ministarstva, Agencija za privatizaciju u Federaciji BiH, kantonalne agencije;

Međunarodne organizacije i institucije, odnosno USAID, GTZ, Svjetska banka, Evropska banka za obnovu i razvoj, inostrane kompanije.

Pomenuti ciljni segmenti javnosti predstavljaju dominantne grupe kojima će biti distribuirane informacije na , prethodno utvrđenim, odnosno istraženim informativnim potrebama.

III OČEKIVANJA/ REZULTATI

Proces privatizacije po svojoj suštini predstavlja izuzetno dinamičan socijalni i ekonomski proces. S tim u vezi i karakter strateških ciljeva iz godine u godinu se mijenjao. Ono što je na samom početku procesa predstavljala edukacija građana za što kvalitetnijim učešćem u procesu privatizacije, sada je, generalno, interes za konačnim efektima privatizacije, i sporadično, privatizacijom pojedinih preduzeća. U skladu sa tim imperativima prilagođava se operacionalizacija strategije.

Relizacijom postavljenih strateških ciljeva, prije svega blagovremenim, otvorenim i potpunim informisanjem javnosti, Agencija za privatizaciju Zeničko-dobojskog kantona u velikoj mjeri je amortizovala negativan stav prema procesu privatizacije na prostoru Zeničko-dobojskog kantona, od strane građana, a to će činiti i u buduću.

Prezentirajući javnosti cjelovitu sliku o svom radu, posebno kada je riječ o kontroli ugovora, odnosno njihovom poštivanju od strane kupaca, dosljedno se primjenjuje princip javnosti i transparentnosti.

Autor Strategije:

Ričard Ibrahimefendić