



Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
Kanton Središnja Bosna / Srednjobosanski Kanton
OPĆINA VITEZ

Ul. Stjepana Radića 1
72250 VITEZ
Tel:+387 30 718 200
Fax:+387 30 713 939
e-mail: info@opcinavitez.info
www.opcinavitez.info

STRATEGIJA KOMUNICIRANJA OPĆINE VITEZ 2015.-2020.

Rješenjem općinskoga načelnika broj: 01-1-05-1-879/15 od 23.03.2015. godine formirano je Povjerenstvo za izradu Strategije komuniciranja s javnošću 2015.-2020.godine u sastavu:

1. Marija Grabovac – predsjednik
2. Katica Iličić – Radman – član
3. Ramajana Idrizović– član
4. Armin Varupa – član
5. Ismet Trako– član
6. Marija Jozić– član
7. Marija Matković– član
8. Dragana Sivonjić– član
9. Sanida Bešo– član
10. Kristijan Kulić– član.

Zadatak Povjerenstva je da utvrdi nacrt Strategije za javnu raspravu, a po njezinom završetku i konačni prijedlog Strategije uputi Općinskom vijeću na usvajanje sukladno Odluci o izradi Strategije komuniciranja s javnošću 2015.-2020.g. Općinskoga vijeća_broj : 01-3-27-776/15 od 13.03.2015.godine.

SADRŽAJ

1. UVOD
2. PRAVNI OKVIR
3. POLAZNE OSNOVE – STATUSNA ANALIZA
 - 3.1. Analiza stupnja implementacije prethodne strategije
 - 3.2. Analiza postojećih komunikacijskih praksi
 - 3.3. SWOT analiza
 - 3.4. Analiza zainteresiranih strana
 - 3.5. Analiza transparentnosti tijela uprave
4. MISIJA
5. VIZIJA
6. STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI
 - 6.1. PLAN PROVEDBE OPERATIVNIH CILJEVA
7. IMIDŽ OPĆINE I VIZUALNA OBILJEŽJA
8. KOMUNIKACIJSKI KANALI INTERNE I EKSTERNE KOMUNIKACIJE
 - 8.1 INTERNA KOMUNIKACIJA
 - 8.1.1. Kolegij načelnika
 - 8.1.2. Sastanci unutar službi
 - 8.1.3. Oglasna ploča
 - 8.1.4. DocuNova
 - 8.1.5. Intranet i internet
 - 8.1.6. Telefonska komunikacija
 - 8.1.7. Kurirska služba i knjiga protokola
 - 8.1.8. Interni akti
 - 8.2 EKSTERNA KOMUNIKACIJA
 - 8.2.1. Prijam stranaka
 - 8.2.2. Centar za prijam stranaka
 - 8.2.3. Priopćenja za javnost
 - 8.2.4. Oglasna ploča
 - 8.2.5. Knjiga pritužbi
 - 8.2.6. e-sandučice
 - 8.2.7. web stranica
 - 8.2.8. Medijski istupi
 - 8.2.9. Službeni glasnik i Bilten
 - 8.2.10. Promotivni materijali
 - 8.2.11. Servis MZ
 - 8.2.12. Javne rasprave, okrugli stolovi, javne tribine
 - 8.2.13. ZOSPI
 - 8.2.14. Javni pozivi
 - 8.2.15. Ispitivanje javnog mnijenja (ankete)
9. KRIZNO KOMUNICIRANJE
10. MEHANIZMI SUDJELOVANJA GRAĐANA U RADU OV

11. USVAJANJE, IMPLEMENTACIJA, MONITORING I IZVJEŠTAVANJE

11.1. Godišnji operativni plan

11.2. Periodično izvještavanje

11.3. Proračun.

1. UVOD

Općina Vitez spada u red manjih općina u BiH i obuhvaća površinu od 159 km².

Po popisu iz 1991. godine broji 27.728 stanovnika koji žive u 17 mjesnih zajednica.

Općina je po mnogim pokazateljima ostvarila izuzetan poslijeratni napredak, kako u gospodarskom tako i u društvenom smislu.

To je zasluga velikog broja individualnih poduzetnika, ali i lokalne uprave koja je imala jasnu viziju i ciljeve koji su doprinijeli razvitku općine i trenutnom statusu.

Smatramo da građani nisu bili u dovoljnoj mjeri informirani o konkretnim aktivnostima i planovima lokalne vlasti niti o uspjesima i napretku koje je općina postigla u proteklom razdoblju.

Zbog nedovoljne informiranosti u javnosti se stvara iskrivljena i pogrešna slika o pojedinačnim aktivnostima i samom radu tijela uprave.

Stoga je Općina Vitez postala svjesna važnosti pravovremenog informiranja javnosti i uključivanja građana u poslove lokalne samouprave s ciljem izgradnje povjerenja, stvaranja dobrog imidža Općine, povećanja efikasnosti rada i zadovoljstva uposlenih, uspostavljanja kvalitetnih partnerskih odnosa sa građanima, gospodarstvenicima i svim drugim ciljnim grupama.

Sadašnja razina komuniciranja u Općini Vitez se može ocijeniti zadovoljavajućom, no naš cilj je da dugoročnim planiranjem, koje je bazirano na konkretnim pokazateljima i jasno definiranim ciljevima koje želimo postići, unaprijedimo dosadašnje i uvedemo nove komunikacijske prakse na jedan strateški pristup.

Prvi i temeljni uvjet uspostavljanja partnerskih odnosa između lokalne vlasti i građana svakako je uspostavljanje stalnog i aktivnog komuniciranja između partnera, a sve sa ciljem sagledavanja njihovih stvarnih potreba i mogućnosti, te sa krajnjim ciljem iznalaženja načina zadovoljenja zajedničkih potreba kroz čiju praktičnu primjenu će Općina ispuniti svoju misiju, a građanin postati zadovoljan.

Imajući u vidu da je prva strategija rađena 2008. godine, a na temelju prethodno navedenih razloga, Općinsko vijeće je donijelo Odluku o izradi nove strategije komuniciranja s javnošću.

2. PRAVNI OKVIR

Pravni okvir za donošenje Strategije komuniciranja Općine Vitez sadržan je propisima donesenim od strane najviših zakonodavnih tijela Bosne i Hercegovine i Federacije Bosne i Hercegovine, i to:

- Zakon o načelima lokalne samouprave („Sl. novine Federacije BiH“ broj:49/06)
- Zakon o slobodi pristupa informacijama („Sl. novine Federacije BiH“ broj:32/01 i „Sl. glasnik BiH“ broj: 62/11),
- Zakon o zaštiti i spašavanju ljudi i materijalnih dobara od prirodnih i drugih nesreća („Sl. novine Federacije BiH“, broj:39/03,22/06 i 43/10),
- Zakon o zabrani diskriminacije u BiH („Sl. novine BiH“, br.59/09),
- Zakon o državnoj službi FBiH („Sl. novine FBiH“, broj: 29/03,39/04,54/04,8/06 i 4/12),

Regulatorni pravni okvir komunikacijskih praksi za djelovanje u okviru internih akata uključuje sljedeće;

- Statut Općine Vitez („Sl. glasnik Općine Vitez“ broj:5/08),
- Poslovnik o radu i ustrojstvu Općinskog vijeća Vitez („Sl. glasnik Općine Vitez, broj:7/09),
- Etički kodeks ponašanja izabраниh zvaničnika Općine Vitez („Sl. glasnik Općine Vitez“, broj:5/05),
- Odluka o izmjeni odluke o javnim priznanjima Općine Vitez („Sl. glasnik Općine Vitez“, broj:2/15),
- Odluka o grbu i zastavi Općine Vitez ("Sl. glasnik Općine Vitez"6/03),
- Akcioni plan kohezije u zajednici Općine Vitez ("Sl. glasnik Općine Vitez" 8/14).

3. POLAZNE OSNOVE-STATUSNA ANALIZA

3.1. Analiza stupnja implementacije prethodne strategije

Radeći analizu stupnja implementacije prethodne strategije možemo zaključiti da je Općina Vitez u dobroj mjeri izgradila mehanizme komuniciranja kako interne tako i one eksterne, te velikim dijelom realizirala i zacrtane ciljeve iz prethodne strategije.

Naravno, postoji mnogo prostora za napredovanje, a dosta toga se uradilo u razdoblju između pisanja ove nove i prethodne strategije.

Kada promatramo **interno komuniciranje** u postojećoj strategiji, gdje su komunikacijski oblici bili:

sastanci osoblja, telefoni, oglasne ploče i interne uredbe, odluke, nalozi i rješenja, možemo reći da su ti oblici komuniciranja bili solidno zastupljeni i korišteni, no s vremenom se uočavala potreba i za drugim oblicima internog komuniciranja koji su uvedeni.

Kada su u pitanju **sastanci osoblja** smatramo da su oni mogli biti češći, pogotovo sastanci unutar službi i između službi kako bi svi djelatnici pravovremeno bili upoznati sa informacijama i događanjima, a predmeti rješavani u kraćem roku i blagovremeno.

Također smatramo da dodatnu pažnju treba posvetiti i **oglasnim pločama**, tj. njihovom sistematičnijem uređenju, kao i zaduživanju osobe za vođenje istih.

Eksterni oblici komuniciranja koji su bili sadržani u prethodnoj strategiji su:

konferencija za tisak, prijam stranaka, oglasne ploče i sanduče za primjedbe i žalbe, informativna glasila, web stranica Općine, mediji, informiranje putem mjesnih zajednica, informiranje putem okruglih stolova, tribina, fokus grupa, javnih rasprava.

Možemo također reći da su Općina i njezini uposlenici koristili gore navedene modele eksternog komuniciranja, neke više a neke manje, no opći je zaključak da javnost nije u pravoj mjeri bila upoznata sa svim urađenim, provedenim projektima i aktivnostima.

Svi gore nabrojani eksterni oblici komuniciranja nisu bili u dovoljnoj mjeri korišteni i smatramo da, uz određene dodatne aktivnosti i postavljene ciljeve, oni mogu biti itekako uspješan

mehanizam komuniciranja i približavanja rada lokalne uprave svim građanima općine Vitez i šire javnosti.

Povećani zahtjevi prema lokalnoj samoupravi, veće potrebe građana, kao i brzi razvoj komunikacijskih sredstava nameću potrebu uvođenja i novih mehanizama komunikacije u Općini. Neke od njih je Općina već uvela, a neki će biti predloženi i ovom novom strategijom. Što se tiče **provedbe zacrtanih ciljeva** u već postojećoj strategiji možemo reći da su najvećim dijelom provedeni.

Od 13 zacrtanih ciljeva 9 je provedeno, 3 cilja su polovično provedena, a 1 cilj nije proveden.

Kada su ciljne grupe u pitanju postoji mogućnost za poboljšanje mehanizama komuniciranja prema određenim ciljnim grupama, a imajući u vidu njihovu važnost i značaj za lokalnu zajednicu.

Praćenje realizacije strategije nije bilo kontinuirano niti je bila zadužena posebna osoba ili povjerenstvo, no raznim metodama praćenja kao što su ankete, kutije žalbi, fokus grupe, radionice i sl. obrađivala se tema strategije komuniciranja, a s njom se govorilo i o stupnju realizacije iste u Općini Vitez.

3.2. Analiza postojećih komunikacijskih praksi

U ovom segmentu uradit ćemo analizu postojećih praksi kako internog tako i eksternog komuniciranja s komentarima uspješnosti istih ili eventualnim prijedlozima za poboljšanje, gdje ćemo navesti ciljeve koje želimo postići, kao i aktivnosti koje ćemo uraditi da bismo ostvarili te ciljeve.

3.2.1. Interna komunikacija

- **Kolegij načelnika**

Načelnik održava redovito sastanke sa svojim pomoćnicima, a po potrebi i s pojedinačnim službama. Imaju svoju opravdanost, a poželjno je raditi na njihovoj ekspeditivnosti i efikasnosti.

- **Sastanci unutar službi**

Smatramo da bi mogli biti češći kako bi svi djelatnici pravovremeno bili upoznati s informacijama i događanjima, a predmeti rješavani u kraćem roku i blagovremeno.

- **Oglasna ploča**

Oglasne ploče postavljene su u prizemlju zgrade i na prvom katu. Na njima se građanima i zaposlenicima pružaju aktualne informacije o radu Općine, javni pozivi, oglasi za stipendije, sanacije kuća, zapošljavanje i dr.

Vrši se kako interno tako i eksterno oglašavanje.

Nema osobe koja je zadužena za uređenje oglasnih ploča, a poželjno bi bilo i razdvojiti eksterno objavljivanje od internog. Potrebno je donijeti naputak o oglasnim pločama.

- **Intranet i Internet**

U Općini Vitez intranet postoji od 2010. godine kad su projektom GAP-a umreženi postojeći računari preko jedinstvenog servera. No, djelatnici su se slabo koristili ovim modelom komunikacije i on nije ni zaživio na način na koji se komunikacija i razmjena informacija odvija putem mail-ova.

Uposlenici poznaju osnove rada na računarima, ali nisu prošli dodatne edukacije kad je u pitanju intranet i internet, što bi bilo poželjno i potrebno.

- **DocuNova**

Program upravljanja dokumentima u elektronskom obliku. Uveliko je poboljšao internu komunikaciju na način da je u svakom momentu poznato gdje se nalazi predmet, tj. kod koga je na obradi i u kojoj je fazi rješavanja.

Poželjno bi bilo praviti analize uspješnosti administracije na osnovi ovoga programa.

- **Telefonska komunikacija**

U Općini postoji dobro organizirana telefonska komunikacija, svi uredi imaju telefone i mrežu sa mogućnošću komuniciranja kako unutar Općine tako i vani.

Kultura komuniciranja je dosta dobra, iako ima prostora za poboljšanje.

- **Kurirska služba i knjiga protokola**

U skladu s uredbom i napatkom o načinu vršenja uredskog poslovanja, postoje knjige protokola kako za Općinu kao organ tako i za pojedinačne službe.

Svi predmeti se putem kurira i knjiga protokola dostavljaju nadležnima po službama.

Smatramo da je dobro organizirano, iako ima prostora za poboljšanje.

- **Interni akti**

Sukladno potrebama rade se interni akti kako bi se rad službi i djelatnika organizirao što bolje i efikasnije, a sukladno zakonskim propisima.

Postoji veliki broj tih akata, a ovisno o potrebi i uočenim mogućnostima za poboljšanje, rade se i novi na prijedlog načelnika ili nadležnih službi.

3.2.2. Eksterna komunikacija

- **Prijam stranaka**

Općinski načelnik jednom tjedno prima građane (četvrtkom).

Pomoćnici načelnika primaju stranke svaki dan od 8,00-10,00 sati, no stranke se primaju i mimo tog vremena ukoliko nema sastanaka ili nekih drugih hitnijih poslova.

U slučaju kada načelnik prima stranke vodi se evidencija o primljenim strankama, ali nema povratne informacije o rezultatu razgovora.

U slučajevima kada pomoćnici primaju stranke ne postoji točna evidencija o broju posjeta, temama razgovora niti o rezultatima razgovora.

Često stranke lutaju samoinicijativno hodnicima i ulaze u urede nenajavljeni te ometaju rad.

Poželjno je dodatno utvrditi protokol o primanju stranaka.

- **Centar za prijam stranaka**

Sve potrebne informacije vezane za rad općinskih službi, kao i Općinskog vijeća, građani mogu dobiti u Centru za prijam stranaka, kao i ostvariti najveći broj traženih usluga na brz i efikasan način. Centar je stavljen u funkciju 2010. godine i sastoji se od dva dijela, tj. od Centra za pružanje usluga građanima i od Centra za dozvole i katastar. Rad Centra reguliran je napatkom o radu Centra.

- **Oglasne ploče**

Postoje oglasne ploče u prizemlju i na prvom katu zgrade Općine, a postoje oglasne ploče i u užem dijelu grada i u mjesnim zajednicama, putem kojih se građani informiraju

o određenim pitanjima, odlukama lokalne zajednice, održavanju sastanaka, zborova, raznih manifestacija i sl.

Smatramo da je njihov broj nedostatan i da treba sistematski pristupiti izradi novih, jednoobraznih, kao i o zaduženju osoba o održavanju istih. Potrebno je donijeti naputak o oglasnim pločama.

- **Knjiga pritužbi, obrazac pritužbi**

Nalaze se u prizemlju Općine u okviru Centra za pružanje usluga.

Njima je omogućeno građanima i pravnim osobama podnošenje podnesaka i pritužbi na rad općinskih organa, kao i na rad njihovih institucija i tijela, te na nepravilan odnos uposlenih u tim tijelima kad im se obraćaju radi ostvarivanja svojih prava i interesa ili izvršavanja svojih građanskih dužnosti.

Rješavaju se u skladu s nalogom o podnošenju pritužbi, prijedloga, sugestija donesenih od strane načelnika.

- **Web stranica Općine**

Predstavlja značajan projekt u procesu informiranja, tj. komuniciranja s građanima putem koje se isti upoznaju o radu lokalne samouprave i svim drugim događanjima. Stranicu uređuje viši stručni suradnik-informatičar u suradnji s pomoćnicima načelnika nadležnih službi.

Propisana je procedura ažuriranja praćenja i izvještavanja.

Bilo bi poželjno povećati korištenje stranice, tj. povećati broj posjeta kao i kompletirati stranicu određenim statističkim podacima koji trebaju biti na vrijeme ažurirani u skladu s promjenama, uvesti nove linkove.

- **Medijski istupi-press konferencije**

Općina je imala veliki broj press konferencija kao i medijskih istupa koji su organizirani raznim povodima, a organizatori su bili općinski načelnik, predsjednik Općinskog vijeća, pomoćnici načelnika, a ponekad i državni službenici.

Ne postoji protokol za održavanje istih, ali postoji uobičajeni postupak.

Neophodno bi bilo uvesti u praksu češće održavanje press konferencija i medijskih istupa, kao i tehnički opremiti prostor (logo, pozadina, natpis općine, cvijeće i sl.)

Odrediti osobu koja organizira i vodi press konferenciju. Napraviti listu medija za press konferencije.

- **Službeni glasnik i Bilten**

Općina redovito tiska službeni glasnik (uglavnom mjesečno) sa svim odlukama i rješenjima sa sjednica Općinskog vijeća. Tehničku pripremu radi Stručna i zajednička služba sa uposlenicima tiskare.

Nije propisan način distribucije (kome se dostavlja), a nema ni spiska zainteresiranih subjekata. Kada je u pitanju Bilten Općine, on je izlazio u prvo vrijeme dva puta godišnje da bi naredne godine izišao jednom, a onda je napravljena veća stanka da bi ponovno izišao 2014. godine.

Trenutno se radi dva puta godišnje, a u izradu su uključeni Radio Vitez (Dragana Sivonjić) i pomoćnici načelnika sa svojim djelatnicima. Bilo bi dobro napraviti naputak o izradi i pisanju Biltena.

- **Promotivni materijali i pokloni**

Općina izdaje i radi promotivne materijale (afiše, letke, brošure, plakate..)

Veliki broj tih materijala se nalazi na protokolu Općine u Info centru, a određeni broj se distribuira po mjesnim zajednicama i gradskom području. Rade se po potrebi u skladu s poslovima i projektima koje Općina provodi.

Nisu doneseni pravilnici o reprezentaciji i poklonima, pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija niti o njihovoj distribuciji.

- **Servis mjesnih zajednica**

Jedan od važnijih načina eksternog komuniciranja u Općini je putem predstavnika mjesnih zajednica.

Općina ima službu koja za svih 17 mjesnih zajednica vodi knjige protokola i svakodnevno ostvaruje kontakte sa predsjednikom i zamjenikom predsjednika, a po potrebi i sa drugim građanima mjesnih zajednica.

Naknada za njihov rad je regulirana odlukom načelnika.

Njihov rad i prijam nije do kraja sistematiziran, ne vode se evidencije posjeta, razgovora, tema.

U sklopu naputka o prijmu stranaka potrebno definirati i detaljnije razraditi prijam i predsjednika i zamjenika predsjednika MZ-a.

- **Javne rasprave, okrugli stolovi, zborovi građana, javne tribine**

Organ uprave održava redovno gore navedene komunikacije i po potrebi, ali se može konstatirati da je njihova posjećenost uglavnom mala. Nisu se nikada ispitivali uzroci neposjećenosti, ali je neophodno raditi na istoj kao i razmišljati o drugim alternativnim vidovima učešća građana u raspravama i javnim diskusijama.

- **ZOSPI**

Također jedan od vidova eksternog komuniciranja sa građanima koji je zastupljen i u našoj Općini, ali u manjoj mjeri. Dosljedno se poštuje, ponekad se i zloupotrebljava, te je neophodno građane educirati da isti ne služi za međusobne obračune.

Pravilnik o pristupu informacijama postoji i potrebno je upoznati građane s istim.

- **Javni pozivi**

Općina redovno godišnje koristi i ovaj vid komuniciranja raspisujući javne pozive po raznim proračunskim stavkama i projektima.

Sve javne pozive raspisuje općinski načelnik, a provode ga nadležne službe.

Napraviti godišnji kalendar javnih poziva koje Općina Vitez raspisuje sa orijentacionim vremenom raspisivanja i postaviti ga na službenu web stranicu.

- **Ispitivanje javnog mnijenja (ankete)**

Anketiranje je povremena praksa koju Općina Vitez provodi kao način eksterne komunikacije, a u cilju dobivanja povratnog mišljenja i sugestija od strane građana u provođenju određenih projekata, odluka i aktivnosti.

Ankete su provodile pojedine službe u skladu s potrebama i aktivnostima koje su u danom momentu te službe vodile.

Smatramo da na godišnjoj razini treba uraditi više anketa kako bi dobili povratne informacije o mišljenju građana o određenim pitanjima i aktivnostima koje provodi i planira Općina.

- **Sjednice Općinskog vijeća**

Mjesečni (najčešće) vid komunikacije sa građanima gdje im je omogućeno da putem TV prijenosa prate rad općinskih službi kao i javnih ustanova i poduzeća kojima je Općina

osnivač, te da prate donošenje svih odluka i zaključaka po određenim temama i druga aktualna događanja u Općini Vitez.

3.3. Swot analiza

Preduvjet za ispravan odabir strategije je analiza situacije.

Pod tim se podrazumijeva da Općina treba sagledati unutarnje i vanjske čimbenike kako bi spoznala najbolji način da se ostvari željeni cilj, tj. u ovom slučaju izradi kvalitetna strategija komuniciranja.

To je kvalitativna analitička metoda koja kroz četiri čimbenika nastoji prikazati **snage, slabosti, prilike i prijetnje** određene pojave ili situacije.

Svaka Općina mora voditi računa o unutarnjem i vanjskom okruženju.

U tom kontekstu ova analiza se može razumjeti kao prikaz unutarnjih snaga i slabosti Općine, vanjskih prilika i prijetnji s kojima se Općina suočava.

U kontekstu vremena, snage i slabosti predstavljaju sadašnjost temeljenu na prošlosti, a prilike i prijetnje predstavljaju budućnost temeljenu na prošlosti i sadašnjosti.

SWOT ANALIZA - STRATEGIJA KOMUNICIRANJA

SNAGE	SLABOSTI
1.Funkcionalan Centar za pružanje usluga građanima	1.Nedovoljna interna komunikacija
2.Osposobljenost općinskih službi za pružanje informacija (obrazovanost djel., inform.pismenost)	2.Nedovoljna promidžba Općine o postignutim rezultatima i uspjesima kroz razne projekte
3.Službena web stranica Općine	3.Tradicionalan strah od traženja informacija
4.Dobra suradnja s ustanovama, mj. zajed., nvo sektorom	4.Nedovoljan broj oglasnih ploča izvan središta Općine
5.Postojanje lokalnih medija (Radio Vitez, TV Jasmin, info portali, dopisnici..)	5.Slaba informatička pismenost starije populacije
6.Strategija razvoja Općine Vitez	6.Nepovjerenje velikog broja građana prema institucijama vlasti
7.Funkcionalno pravna i dr. regulativa Isso standard, naputci, obrasci, zakon o slobodi pristupa informacijama)	
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
1.Spremnost i volja uposlenika za poboljšanje interne i eksterne komunikacije	1.Teško mijenjanje komunikacijskih navika
2.Bolje korištenje medija (radio emisije informativnog sadržaja, kontakt emisije na radiju-općinski službenici i građani, efikasnije korištenje web stranice Općine Vitez, informiranje putem oglasnih ploča u MZ, tiskanje općinskog Biltena učestalije, web portali, dopisništva)	2.Nedovoljna materijalna sredstva
3.Uspostavljene dobre baze kontakata (registar NVO sektora, registar Javnih ustanova, registar mjesnih zajednica, registar gospodarstvenika, registar viših institucija vlasti)	3.Nepovjerenje u mogućnost partnerstva s lokalnom samoupravom
4.Korištenje pozitivnog iskustva u suradnji s međunarodnim organizacijama u oblasti odgovornog upravljanja (USAID, GAP I dr.)	4.Nepravovremeno izvještavanje o izvršenim zadacima

3.4. Analiza zainteresiranih strana

Analiza zainteresiranih strana radi se u svrhu da se identificiraju sve ciljne grupe i uradi njihova analiza koja će poslužiti za uspostavljanje odgovarajućih odnosa s Općinom Vitez.

Potrebno je sagledati koji su interesi ciljnih grupa, kakav je njihov utjecaj na lokalnu zajednicu, te koje aktivnosti je potrebno pokrenuti da se uspostavi dobra komunikacija kako bi se što kvalitetnije odgovorilo na interes zainteresirane strane, tj. ciljne grupe.

Analiza zainteresiranih strana radi se zbog pretpostavke da različite grupe imaju različite stavove, kapacitete i interese, a samim tim i različitu važnost i utjecaj na rad i napredak lokalne zajednice.

Zainteresirane strane su:

- građani
- javne institucije, ustanove
- mjesne zajednice
- udruge građana (NVO sektor)
- privatni sektor (poduzetnici, investitori, donatori)
- mladi
- više razine vlasti
- mediji
- međunarodne organizacije.

Matrica zainteresiranih strana

Zainteresirana strana (ciljna grupa)	Interes zainteresirane strane, ciljne grupe	Ciljevi koje želi postići lok. uprava	Aktivnosti da bi se odgovorilo na interese zainteresirane strane
Građani	-Predstavljaju osnovnu ciljnu grupu kojoj je potrebno osigurati brzu ,točnu i pravovremenu informaciju u postupku ostvarivanja njihovih prava i potreba. -žele viši stupanj informiranosti o radu lokalne uprave i projektima koji se rade, kao i stvaranje boljih uvjeta života gdje žive	Unaprijediti efikasnost i efektivnost općinske uprave u rješavanju zahtjeva građana -povećati razinu uključenosti građana u proces kreiranja i donošenja odluka -povećati razinu informiranosti građana o uspješnim projektima općine -dobiti pokazatelje o zadovoljstvu građana pruženim uslugama i radom Općine	-Internom kontrolom rada općinskih službi povećati efikasnost i učinkovitost uposlenika kao i motiviranost kroz nagrađivanje i ocjenjivanje -nastaviti s financijskom podrškom radiju i dr.sredstvima informiranja -pojačati informacije putem općinske stranice -tiskati promotivne materijale, organizirati javne rasprave, tematske tribine i sl. -uvesti praksu redovnih anketiranja o zadovoljstvu građana -raditi na kontroli sustava ISO standarda i sustava DocuNova

Javne institucije, ustanove	Značajna zainteresirana strana, tj, ciljna grupa koja ima veliku važnost u radu lokalne samouprave i međusobnoj komunikaciji sa tijelima lokalne uprave. Žele što bolje odnose i podršku u svome radu od strane Općine Vitez kako bi mogli na što bolji i efikasniji način izvršavati povjerene im poslove.	-uspostaviti što bolju suradnju sa navedenom stranom -podići njihovu kvalitetu usluga prema korisnicima pomažući im u radu -povećati razinu informiranosti o radu lokalne uprave, a osobito onih pitanja koja su značajna za tu zainteresiranu stranu, kao i povećati informiranost javnosti o radu tih ustanova.	-napraviti dobru bazu podataka za sve javne institucije -redovan obilazak istih od strane lokalne uprave -obavezno uključivanje u donošenje svih odluka vezanih za rad istih i tamo gdje je neophodno za rad lokalne uprave -pratiti redovna izvješća o radu -izvještavati javnost o radu i aktivnostima javnih institucija, osigurati njihova gostovanja kod medija, prikazati njihov rad u biltenu Općine i brošurama
Mjesne zajednice	Jako važna ciljna grupa koja, zajedno sa lokalnom zajednicom, nastoji osigurati što bolje uvjete života na svom području. Žele biti informirane o svim aktivnostima Općine, javnih institucija, da ih se pita za sve odluke od interesa za tu mjesnu zajednicu, kao i da budu uključeni u društveni i javni život lokalne zajednice	-uspostaviti što bolje mehanizme komuniciranja sa MZ -razviti osjećaj odgovornosti građana za stanje u svojoj mj. zajednici -osigurati adekvatne prostorije za njihov rad i opremiti ih. -sistematizirati način komunikacije sa mj. zajednicama	-načiniti program prioriternih potreba rješavanja prostora mjesnih zajednica -financijski podržati nabavku prioritete opreme ureda -sprovedi obuku osoblja kada su u pitanju pisanja dopisa, izvješća, projekata, obraćanja javnosti i sl. -uspostaviti praksu redovnih godišnjih javnih tribina sa mjesnim zajednicama -Informiranje javnosti o urađenim projektima u mjesnim zajednicama
Udruge građana (NVO) sektor	Poboljšati uvjete života u lokal. zajednici kroz razne projekte i inicijative. Ukazati na značaj volonterskog rada i okupljanja. Podići svijest o njihovim mogućnostima da utječu na život u lok. zajednici. Traženje financijske i druge podrške od lokalne zajednice za svoj rad. Uključivanje u rad	-uspostaviti efikasne mehanizme komuniciranja sa NVO sektorom -održavati i stalno ažurirati registar istih -raditi na poboljšanju partnerskih odnosa i daljnjem sprovođenju potpisanog sporazuma -ispitati zadovoljstvo NVO sektora o suradnji sa općinom i prijedlozima za unapređenje suradnje	-pojačati elektronsku komunikaciju zbog nepostojanja ureda i sl., redovno ažurirati registar, izvješća o radu i planove rada -redovno im dostavljati sve relevantne podatke značajne za njih -godišnje najmanje jedanput održati prezentaciju na temu pisanja projekata, uzajamnog rada, podrške općine i sl. -uspostaviti linkove na web

	lokalne uprave.		stranici Općine -provesti istraživanje (anketu) o stavovima i potrebama NVO sektora -angažiranje u određenim projektima, povjerenstvima i sl.
Privatni sektor (poduzetnici, investitori, donatori)	Podrška lokalne zajednice njihovim projektima i investicijama. Bolji odnosi sa administracijom u smislu dostupnosti informacija i olakšanih i ubrzanih adminis. radnji u sklopu dobivanja dozvola i sl. Stvaranje povoljne klime za investiranje i suradnju. Veća promidžba u javnosti. Veća informiranost po svim pitanjima lokalne zajednice i ostvarivanje partnerskih odnosa.	-razvijati uspostavljene odnose s poslovnim sektorom i uspostavljati nove modele investiranja -povećati razinu informiranosti o svim pitanjima, a osobito pozitivnim i uspješnim projektima -stvarati pozitivno okruženje za razvoj biznisa i povećati broj potencijalnih investitora -sve administrativne procedure sa pojašnjenjima učiniti dostupnim korisnicima usluga -raditi na mogućim beneficijama i olakšanjima u smislu podrške razvoju i upošljavanju.	-nastaviti i poboljšati već uspostavljenu suradnju -tiskanje i dostavljanje promotivnih i informativnih materijala za poslovni sektor -uspostaviti dobru elekt. bazu i slati e-mailove -održati najmanje dva zajednička informativna sastanka godišnje -administrativne procedure staviti na portal -na godišnjoj razini napraviti plan podrške investicijama i ulaganjima, kao i obilascima poslov. subjekata. -napraviti godišnje izvješće o uspješnim projektima i investicijama.
Mladi	Uključenje u rad lokalne zajednice, svijest da mogu utjecati na njezin rad i donošenje odluka, da mogu poboljšati uvjete življenja. Žele ostvariti partnerski odnos. Žele biti informirani o svim događanjima u svim oblastima, a osobito događanjima značajnim za njihov položaj. Žele razviti svijest o volonterskom radu i uključenju mladih u život lokal. zajednice. Žele podršku svojim aktivnostima i uključenje u rad lok. zajednice.	-nastaviti podržavati rad omladinskih organizacija, njihove projekte i aktivnosti koje doprinose poboljšanju komunikacije mladih i Općine u svim oblicima i na svim razinama. -povećati medijski prostor za mlade te povećati mobilnost i informiranost mladih ljudi (razmjene volontera, sudjelovanje na seminarima i kampovima i sl.) -uspostaviti efikasnije, nove mehanizme komuniciranja -raditi na daljnjem osiguranju svih uvjeta neophodnih za rad mladih u omladinskom	-uspostaviti info linkove za mlade -organizirati edukaciju mladih o vještinama komunikacije, uključenja u rad lokalne zajednice, liderstvu i sl. -uraditi anketu o zadovoljstvu mladih, potrebama i stavovima mladih -uvesti veću medijsku pozornost kroz gostovanje mladih u radio emisijama. -uključiti mlade u rad lokal. zajednice kroz projekte, komisije, organiziranje kulturnih, sportskih i dr. manifestacija. -revidirati staru i uraditi novu strategiju omladinske politike

		centru. -istražiti potrebe mladih kroz ankete i sl.	
Više razine vlasti	Provođenje zakonskih odredbi, prikupljanje informacija, međusobno obavještanje, dogovaranje, razmjena iskustava, stručna pomoć i sl.	-uspostaviti efikasan sistem komuniciranja s višim razinama vlasti -ustrajati na poštivanju i primjeni Zakona o lokalnoj samoupravi kao i međunarodnih načela	-napraviti plan zastupanja Općine Vitez na višim razinama vlasti -ažurirati listu kontakata prema višim razinama vlasti -pokretati inicijative za usuglašavanje ili donošenje propisa od interesa za lokalnu samoupravu -pokretati postupke pred nadležnim sudom s ciljem zaštite prava lokalne samouprave. -napraviti plan za godišnje sastanke, kao i dostavljati Općinski bilten u svrhu informiranja
Mediji	Da imaju podršku javnih institucija za svoj rad. Da prate relevantna politička, zakonska i druga ključna pitanja, te da prikupljaju informacije o aktivnostima javnih institucija, a sve u svrhu prilagođavanja komuniciranja prema javnosti.	Povećati razinu informiranosti javnosti. Sistematizirati način distribucije informacija prema medijima	-redovita dostava informacija medijima o aktivnostima i projektima Općine -gostovanje predstavnika izvršne i zakonodavne vlasti na radio emisijama -organiziranje press konferencija.
Međunarodne organizacije	Promidžba svojih organizacija, zemalja i vlada kroz različite programe i projekte	Uspostaviti stalnu komunikaciju s međunarodnim organizacijama u BiH i njihovim predstavnicima. Promovirati rezultate projektnih aktivnosti realiziranih s njima. Raditi na jačanju partnerskih odnosa.	-imenovati osobu zaduženu za komuniciranje sa međunarodnim institucijama. -napraviti bazu kontakata -napraviti plan promidžbe projekata i programa koji se realiziraju sa međunarodnim organizacijama.

3.5. Analiza transparentnosti tijela uprave

Rad tijela uprave zasniva se na: načelu zakonitosti, transparentnosti, javnosti, odgovornosti, efikasnosti, ekonomičnosti, profesionalnoj nepristranosti i političkoj nezavisnosti, ukoliko za određene iznimne situacije za neke od ovih načela zakonom nije drukčije određeno.

Transparentnost je izraz koji u društvenom, odnosno političkom kontekstu označava javno djelovanje pojedinaca, društvenih grupa, organizacija, institucija i državne vlasti koje

karakterizira otvorenost ili spremnost da se podaci o njemu što je moguće više učine dostupnim javnosti i na taj način odgovornim prema široj zajednici.

Transparentnost je ideal koji se u zapadnim društvima nastoji ostvariti kroz javni pristup informacijama kojima raspolažu vlada ili institucije od javnog značaja, odnosno kroz javne rasprave o proračunu i financiranju takvih entiteta. Smatra se da transparentnost, ako se nastoji dosljedno primijeniti, predstavlja jedno od najboljih sredstava za prevenciju korupcije i raznih drugih oblika zlouporabe.

Po indikatorima u okviru indexa transparentnosti (istraživanje provela Transparency international BiH, 2012, projekt za jedinice lokalne samouprave u BiH) Općina Vitez je zauzela 76. mjesto sa indeksom transparentnosti 56 od 140 općina na koliko je rađeno istraživanje u FBiH, RS-u i Brčko distriktu.

Navedeno istraživanje se baziralo na ispod navedene 4 kategorije, i to:

1. Indikatori rada Općinskog vijeća – (od 24 stavke Općina je za 18 ispunila kriterije, a za 6 stavki nije ispunila kriterije)
2. Rad lokalne administracije i načelnika JLS –(od 35 stavki Općina je za 17 ispunila kriterije, za 5 stavki djelomično, a za 13 nije ispunila kriterije)
3. Suradnja jedinica lok. zajednice i OCD (od 12 navedenih stavki Općina je ispoštovala sve traženo)
4. Suradnja sa lok.institucijama/poduzećima/org. uključujući i MZ-e – (od 15 navedenih stavki Općina je za 6 ispunila kriterije, a za 9 stavki nije ispunila kriterije)

Najveći broj jedinica lokalne samouprave obuhvaćene ovim istraživanjem (FBiH, RS i Brčko distrikt) spadaju u grupu „djelomično transparentnih“. Ovoj grupi pripada i Općina Vitez.

Najčešća prepreka za bolju transparentnost, kad je grupa „djelomično transparentnih“ u pitanju, jesu pojedina nedorečena zakonska rješenja koja imaju veliki utjecaj na postojeću razinu transparentnosti jedinica lokalne samouprave.

Imajući u vidu da je ovo istraživanje rađeno 2012. godine, a sagledavajući novo činjenično stanje po gore navedenim kategorijama bodovanja, možemo reći da je naša Općina u međuvremenu ispunila još neke određene kriterije kada je u pitanju transparentnost, te smo sigurni da bi novim ocjenjivanjem zauzela daleko bolje mjesto.

Također smatramo da će Općina Vitez biti još transparentnija i zauzeti više mjesto na ljestvici indeksa transparentnosti onda kad više razine vlasti donesu zakonske regulative koje će se morati ispoštovati i koje će biti obvezne.

4. MISIJA

Pravodobnim, točnim i profesionalnim informiranjem javnosti o svim aktivnostima i projektima, inicirati stvaranje i provođenje odgovorne aktivne komunikacije Općine s građanima i svim ciljnim grupama stvarajući osjećaj međusobnog povjerenja, sigurnosti i značaja zajedničkog rada na izgradnji bolje i ljepše budućnosti.

5.VIZIJA KOMUNICIRANJA OPĆINE VITEZ

Općina Vitez - suvremeno organiziran servis u službi građana sa izgrađenim povjerenjem, transparentnim pristupom i pozitivnim subjektivnim osjećajem sigurnosti u rad tijela uprave.

6. STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI

STRATEŠKI CILJ

Razviti odgovornu, profesionalnu i interaktivnu komunikaciju kako unutar Općine tako i sa vanjskim ciljnim grupama, izgraditi povjerenje, stjecati razumijevanje i otvarati vrata suradnje sa javnošću te na taj način unaprijediti identitet, imidž i ugled Općine.

6.1. OPERATIVNI CILJEVI

1. Kadrovski i tehnički osposobiti ured za odnose s javnošću.
2. Kontinuirano provoditi obuku i usavršavanje uposlenika u oblasti interne i eksterne komunikacije.
3. Povećati stupanj povjerenja građana u rad općinskih organa.
4. Unaprijediti suradnju sa zainteresiranim ciljnim grupama (nevladinim sektorom poduzetnicima, investitorima, javnim ustanovama, mjesnim zajednicama, višim razinama vlasti i dr.)
5. Povećati stupanj informiranja javnosti o svim općinskim aktivnostima i projektima kao i izvještavati javnost o svim implikacijama koje su u interesu građana kao pojedinaca, društvene grupe i dr.
6. Povećati razinu suradnje sa medijima na načelima profesionalizma.
7. Sustavan razvoj transparentnosti i objektivnosti pri izvještavanju.

1. Kadrovski i tehnički osposobiti ured za odnose s javnošću				
	Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva
	1. U sistematizaciji radnih mjesta uvesti poziciju PR službenika ili poslove PR-a pridodati nekom već postojećem radnom mjestu u sistematizaciji radnih mjesta (uz eventualne manje izmjene)	Načelnik, Služba OV i ON	Kraj 2016.g.	U skladu sa sistematizacijom
	2. Osposobiti i opremiti ured za osobu koja će biti zadužena za odnose s javnošću	Načelnik, Služba OV i ON	Kraj 2016.g.	U skladu s potrebama
2. Kontinuirano provoditi obuku i usavršavanje uposlenika u oblasti interne i eksterne komunikacije				
	Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva

	1. educirati uposlenike o prednostima softvera za neposrednu komunikaciju (intranet)	Služba OV i ON	kontinuirano	
	2. napraviti naoutak o kulturi telef. komuniciranja	Služba OV i ON	kontinuirano	
	3. najmanje 1x godišnje organizirati radionicu na temu interne i eksterne komunikacije za uposlenike Općine Vitez	Služba OV i ON, Služba za društvene djelatnosti, OSCE	kontinuirano	
	4. najmanje 1x godišnje organizirati radionicu na temu komuniciranja sa naznačenim ciljnim grupama iz Strategije	Služba OV i ON, Služ.za društvene djelatnosti, OSCE	kontinuirano	
3. Povećati stupanj povjerenja građana u rad općinskih organa				
	Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva
	1. Pravovremeno i u zadanim rokovima odgovarati na zahtjeve građana	Načelnik, OV i sve Službe	kontinuirano	
	2. Redovito ažurirati web stranicu, uredno obavještavati građane putem medija o svim aktivnostima, javnim pozivima i projektima koje provodi Općina	Načelnik, OV i sve Službe	kontinuirano	
	3. Godišnje raditi analizu transparentnosti organa uprave	Načelnik, OV i sve Službe	kontinuirano	
4. Unaprijediti suradnju sa zainteresiranim ciljnim grupama (nevladinim sektorom, poduzetnicima, investitorima, javnim ustanovama, mjesnim zajednicama, višim razinama vlasti i dr.)				
	Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva
	1. Napraviti registre po ciljnim grupama	Služba OV i ON zajedno sa službama iz svakog resora	kontinuirano	
	2. Napraviti godišnji plan posjeta ciljnim grupama	Načelnik, predsjednik OV, Službe	kontinuirano	
	3. Na vrijeme odgovarati na zahtjeve ciljnih grupa	Načelnik, OV i sve Službe	kontinuirano	
5. Povećati stupanj informiranja javnosti o svim općinskim aktivnostima i projektima kao i izvještavati javnost o svim implikacijama koje su u interesu građana kao pojedinaca, društvene grupe i dr.				

Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva
1. Najmanje 2x tiskati Općinski Bilten	Načelnik, Službe	7 mj. i 1.mj	
2. Redovno ažurirati web stranicu	Službe, administrator	kontinuirano	
3. Postavljanje oglasnih ploča po MZ-a	Načelnik, Služba za poduzetništvo i lokalni razvoj	Kraj 2016.g.	
4. Povećati broj radnih sastanaka, zborova građana, javnih rasprava	Načelnik, Predsjednik OV, Službe	kontinuirano	
6. Povećati razinu suradnje sa medijima na načelima profesionalizma			
Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva
1. Napraviti listu osoba ovlaštenih za istupanje u medijima po raznim pitanjima (oglasi, javni pozivi, projekti...)	Načelnik, Služba OV i ON	kontinuirano	
2. Redovito izvještavati javnost putem medija o aktivnostima lok. zajednice	Načelnik, OV i Službe	kontinuirano	
3. Napraviti listu medija, dopisnika s kojima Općina surađuje	Načelnik, Služba OV i ON, Služba za društvene djel.	kontinuirano	
4. Godišnje s medijima održati radni sastanak u svrhu povratnih informacija i rezimea urađenog	Načelnik, Služba OV i ON, Služba za društ. djel.	kontinuirano	
7. Sustavan razvoj transparentnosti i objektivnosti pri izvještavanju			
Programi, aktivnosti, mjere	Nositelj aktivnosti	Predloženi rok	Sredstva
1. Redovito kroz sjednice OV podnositi izvješća o javnim pozivima	Načelnik, OV i Povjerenstvo za javne nabavke	kontinuirano	
2. Redovno izvještavati medije o svim projektima	Načelnik, Službe	kontinuirano	
3. Na kolegiju načelnika i drugim sastancima promovirati transparentnost i objektivnost pri izvještavanju i komunikaciji uopće	Načelnik, Službe	kontinuirano	

7. IMIDŽ OPĆINE VITEZ I VIZUALNA OBILJEŽJA

Riječ imidž potječe od latinske riječi imago što u prijevodu znači slika ili sličnost. U stručnom jeziku udomaćilo se značenje riječi na engleskom jeziku – slika.

Jedna od definicija imidža kaže da je imidž organizacije rezultat međusobnog utjecaja svih iskustava, dojmova, uvjerenja, osjećanja i znanja ljudi o nekoj organizaciji.

Da bismo uopće razmišljali o imidžu potrebno je da definiramo naš identitet.

Netko može reći da je identitet Općine decenijama isti.

Imamo logo, nadležnosti, radimo profesionalno, imamo uspeha, ljudi lijepo misle o nama, ali to danas u komunikacijskom smislu nije dovoljno.

Identitet predstavlja objektivnu statičnu kategoriju utvrđene posebnosti vaše Općine i vizualna i materijalna sredstva (spoljni znak – logo) kojima se ona projektira i komunicira s različitim javnostima.

Da bismo definirali naš identitet važno je da odgovorimo na nekoliko pitanja: Tko smo mi? Što radimo? Po čemu smo posebni? Što nas razlikuje od drugih? Kako se ponašamo? Koji su nam ciljevi? Koja je naša politika? itd.

Na temelju odgovora možemo reći da smo odredili startnu poziciju, a to je da smo utvrdili identitet. Nakon toga se trudimo definirati sliku (image) i dojam koji će steći svatko tko dođe s nama u kontakt. Mi tu sami definiramo želimo li da nas ljudi vide kao: profesionalne, uljudne, kulturne, moderne, nasmijane, vedre, komunikativne, efikasne, važne... Naravno, jedno su naše želje, a drugo ono što ljudi o nama misle.

Tome nam služe istraživanja kojima provjeravamo ima li razlike između želja i realnosti i u kojoj mjeri.

Ukoliko rezultati istraživanja pokažu da postoje značajne razlike između slike koju smo željeli da ljudi o nama stvore i njihovih odgovora o slici koju su stekli, onda neke stvari moramo mijenjati. Na kraju ovog puta dolazimo do ugleda ili reputacije. On se postiže kontinuiranim radom, tj. stalnim zalaganjem i potvrđivanjem slike kojom smo odredili kako želimo da nas ljudi vide. Naravno, tu se ne radi o pojedinačnoj slici naše Općine već o foto-albumu pojedinačnih slika svih onih koji su sa našom Općinom došli u kontakt. Za ugled je najvažnije da željenu sliku stalno potvrđujemo djelima. U cjelokupnom ovom procesu mi se služimo komunikacijom za prevođenje identiteta u imidž i reputaciju. Ovaj proces možemo izmjeriti i postoje instrumenti kojima se mjeri imidž i reputacija. I da ne zaboravimo, dugo stvarani ugled se nekada sruši preko noći zbog neadekvatne reakcije u kriznoj situaciji.

Mjerenje imidža je bitno za definiranje, provođenje i mjerenje učinkovitosti svih komunikacijskih aktivnosti Općine kojima se Općina u javnosti želi (re)pozicionirati na točno određen način.

Proces mjerenja imidža sastoji se od dva temeljna koraka istraživanja. Prvi korak je kvalitativno istraživanje u ciljnim javnostima kojima određujemo elemente imidža koje ciljne grupe povezuju s osobinama organizacije, a onda slijedi kvantitativno mjerenje imidža kojim određujemo koje elemente imidža Općine pripisuju ciljne grupe.

Svaka organizacija/Općina ima svoj imidž po kojem se razlikuje od drugih Općina/organizacija.

Ciljne grupe ili javnosti koje su važne za Općinu mogu imati potpuno različitu percepciju imidža Općine i zbog toga se mora voditi računa kada komuniciramo na bilo koji način s ciljnim grupama.

Ključni element pri kreiranju imidža neke Općine jesu njezini zaposleni. Ukoliko oni ne shvate ciljeve kreiranja određenog imidža i ako ih ne primijene u javnosti, dolazi do odsustva željenih rezultata. Jedino ako svi shvate značaj promjena i ako ih usvoje kao svoje osobne i zajedničke vrijednosti, može se očekivati pozitivan rezultat.

Mišljenja smo da je Općina Vitez u dobroj mjeri izgradila svoj imidž, ali itekako ima prostora za njegovo poboljšanje u svim gore spomenutim segmentima.

Jedan od važnijih kanala izgradnje imidža su odnosi sa javnošću te smatramo da bi sljedeći prijedlozi uveliko doprinijeli poboljšanju imidža Općine:

- Stvaranje standardnog izgleda prostorije za javne nastupe općinskih predstavnika u javnosti (pozadina, grb, zastava i dr. obilježje), posebno kod nastupa za medije
- Interaktivna WEB-stranica Općine (forumi, e-mail i sl.) uz dnevne promjene (naviknuti građane da svakodnevno posjećuju općinsku WEB stranicu jer će uvijek naći nove sadržaje)
- Uspostavljanje i jačanje funkcije službenika za odnose s javnošću (PR)
- Određivanje i opremanje prostorij(a)e za komuniciranje vijećnika s građanima

8. KOMUNIKACIJSKI KANALI INTERNE I EKSTERNE KOMUNIKACIJE

8.1. Interna komunikacija

8.1.1. Kolegij načelnika i sastanci unutar službi

Načelnik redovno održava sastanke sa svojim pomoćnicima, a po potrebi i s pojedinačnim službama. Imaju svoju opravdanost, a poželjno je raditi na njihovoj ekspeditivnosti i efikasnosti. Sastanci unutar službi se održavaju po potrebi, a smatramo da bi mogli biti češći kako bi svi djelatnici pravovremeno bili upoznati s informacijama i događanjima, a predmeti rješavani u kraćem roku i blagovremeno.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Povećati informiranost uposlenih 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
- Uvesti pisanu formu zapisnika koji će se arhivirati
- Po mogućnosti nabaviti tehničku opremu za snimanje i arhiviranje tonskih zapisa

8.1.2. Oglasne ploče

Oglasne ploče postavljene su u prizemlju zgrade i na prvom katu. Na njima se građanima i zaposlenicima pružaju aktualne informacije o radu Općine, javni pozivi, oglasi za stipendije, sanacije kuća, zapošljavanje i dr.

Vrši se kako interno tako i eksterno oglašavanje.

Nema osobe koja je zadužena za njezino uređenje, a poželjno bi bilo i razdvojiti eksterno objavljivanje od internog.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Odvojiti internu od eksterne oglasne ploče
- Sistematizirati upotrebu oglasnih ploča

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- Postaviti posebnu tablu za interno oglašavanje na primjerenom poziciji
- Odrediti osobu koja će biti zadužena za oglašavanje na oglasnim pločama
- Donijeti naputak o oglasnim pločama

8.1.3. DocuNova

Program upravljanja dokumentima u elektronskom obliku. Uveliko poboljšao internu komunikaciju na način da je u svakom trenutku poznato gdje se nalazi predmet, tj. kod koga je na obradi i u kojoj je fazi rješavanja.

Poželjno bi bilo praviti analize uspješnosti administracije, a na osnovi ovog programa.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Smanjiti broj neriješenih, nearhiviranih predmeta

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- Uraditi analizu učinkovitosti rješavanja i arhiviranja predmeta, a u skladu s tom analizom poduzeti i određene mjere poboljšanja.

8.1.4. Intranet i internet

U Općini Vitez intranet postoji od 2010. godine kad su projektom GAP-a umreženi postojeći računari preko jedinstvenog servera. No, djelatnici su se slabo koristili ovim modelom komunikacije i on nije ni zaživio na način na koji se komunikacija i razmjena informacija odvija putem mail-ova.

Uposlenici poznaju osnove rada na računarima, ali nisu prošli dodatne edukacije kad je u pitanju intranet, internet, itd.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- povećati upotrebu intraneta
- unaprijediti tehničke kapacitete uposlenika

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- intenzivnije koristiti softvere za neposrednu komunikaciju
- educirati uposlenike

8.1.5. Telefonska komunikacija

U Općini postoji dobro organizirana telefonska komunikacija, svi uredi imaju telefone i mrežu sa mogućnošću komuniciranja kako unutar Općine tako i vani.

Kultura komuniciranja je dosta dobra iako ima prostora za poboljšanje.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- skratiti vrijeme komuniciranja

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- napraviti naputak o kulturi telefonskog komuniciranja

8.1.6. Kurirska služba i knjige protokola

Sukladno uredbi i naputku o načinu vršenja uredskog poslovanja postoje knjige protokola kako za Općinu kao tijelo tako i za pojedinačne službe.

Svi predmeti se putem kurira i knjiga protokola dostavljaju nadležnima po službama.

Smatramo da je dobro organizirano iako ima prostora za poboljšanje.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Unaprijediti raspodjelu pošte unutar zgrade, ali i izvan nje
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Imenovati zamjenika za raspodjelu pošte
 - Odrediti vremenske termine dostave pošte po uredima

8.1.7. Interni akti

Sukladno potrebama rade se interni akti kako bi se rad službi i djelatnika organizirao što bolje i efikasnije, a u skladu sa zakonskim propisima.

Postoji veliki broj tih akata a, ovisno od potrebe i uočenih mogućnosti za poboljšanjem, rade se i novi na prijedlog kako načelnika tako i nadležnih službi.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Pravovremeno sve djelatnike upoznati s donijetim Odlukama, Pravilnicima, planovima i dr.
 - Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
- Putem pošte, mail-ovima ili intranetom iz Službe koja priprema ove akte prosljediti iste svim zaposlenicima.

8.2. Eksterna komunikacija

8.2.1. Prijam stranaka

Općinski načelnik jednom sedmično prima građane (četvrtkom).

Pomoćnici načelnika primaju stranke svaki dan od 8,00-10,00 sati, no stranke se primaju i mimo tog vremena ukoliko nema sastanaka ili nekih drugih hitnijih poslova.

U slučaju kada načelnik prima stranke vodi se evidencija o primljenim strankama, ali nema povratne informacije o rezultatu razgovora.

U slučajevima kada pomoćnici primaju stranke ne postoji točna evidencija o broju posjeta, temama razgovora niti o rezultatima razgovora.

Često stranke lutaju samoinicijativno hodnicima i ulaze u urede nenajavljeni te ometaju rad.

Poželjno dodatno utvrditi protokol o primanju stranaka.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Sistematizirati komunikaciju putem prijma
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Dodatno utvrditi protokol prijma stranaka
 - Voditi evidenciju posjeta (tko je bio, tema, trajanje, rezultat razgovora).

8.2.2. Info centar

Sve potrebne informacije vezane za rad općinskih službi kao i Općinskog vijeća građani mogu dobiti na info centru Općine i ostvariti sve tražene usluge na brz i efikasan način.

Centar je stavljen u funkciju 2010. godine i sastoji se od dva dijela, tj. od Centra za pružanje usluga građanima i od Centra za izdavanje dozvola. Rad Centra reguliran je nalogom o radu centra.

- Ciljevi koje želimo postići:

- Unaprijediti rad info centra
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
- Reorganizirati radna mjesta i utvrditi zamjenske članove
- Dodatno informirati uposlenike o Etičkom kodeksu i načinu komuniciranja sa strankama

8.2.3. Oglasne ploče

Postoje oglasne ploče u prizemlju i prvom katu zgrade Općine, a postoje oglasne ploče u užem dijelu grada i u mjesnim zajednicama putem kojih se građani informiraju o određenim pitanjima, odlukama lokalne zajednice, održavanju sastanaka, zborova, raznih manifestacija i sl.

Smatramo da je njihov broj nedostatan i da treba sistematski pristupiti izradi novih, jednoobraznih kao i zaduženju osoba o održavanju istih.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Odvojiti internu od eksterne oglasne ploče u Općini
- Sistematizirati upotrebu istih
- Donijeti odluku o postavljanju oglasnih ploča po MZ-a i izdvojiti sredstva za to
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
- Postaviti posebnu tablu za interno oglašavanje na primjerenom poziciji
- Odrediti osobu koja će biti zadužena za oglašavanje na oglasnim pločama
- Donijeti naputak o oglasnim pločama
- Izraditi i postaviti oglasne ploče po mjesnim zajednicama

8.2.4. Knjiga pritužbi, obrazac pritužbi

Nalaze se u prizemlju Općine u okviru Centra za pružanje usluga.

Njima je omogućeno građanima i pravnim osobama podnošenje podnesaka i pritužbi na rad općinskih organa kao i na rad njihovih institucija i tijela, te na nepravilan odnos uposlenih u tim tijelima kad im se obraćaju radi ostvarivanja svojih prava i interesa ili izvršavanja svojih građanskih dužnosti.

Rješavaju se u skladu s naputkom o podnošenju pritužbi, prijedloga, sugestija donesenim od strane načelnika.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Dobiti povratnu informaciju građana o zadovoljstvu ili nezadovoljstvu građana pruženom uslugom
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
- putem medija i letaka građane upoznati sa mogućnošću izražavanja svog stava i na ovaj način

8.2.5. E-sanduče

E-sanduče u Općini Vitez postoji, no javnost nije upoznata o postojanju istog te je nužno raditi na njegovoj promociji. S ciljem da se ostvari što bolja komunikacija s korisnicima usluga, tj. građanima, u skoroj budućnosti Općina Vitez želi otvoriti i ovu mogućnost za iznošenje prijedloga, sugestija i pritužbi.

Smatramo da samo otvorenim pristupom prema građanima možemo dobiti korisnu povratnu informaciju, a ovo je jedan od popularnih kanala današnje komunikacije.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Postići veći stupanj zadovoljstva građana

- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Osposobiti službeno e-sanduče
 - Redovito odgovarati na poslane upite
 - Promovirati e-sanduče i upoznati javnost

8.2.6. Web stranica Općine

Predstavlja značajan projekt u procesu informiranja, tj. komuniciranja s građanima, putem koje se isti upoznaju o radu lokalne samouprave i svim drugim događanjima. Stranicu uređuje viši stručni suradnik – informatičar u suradnji s pomoćnicima načelnika nadležnih službi.

Propisana je procedura ažuriranja praćenja i izvještavanja.

Bilo bi poželjno povećati korištenje stranice, tj. povećati broj posjeta, kao i kompletirati stranicu određenim statističkim podacima koji trebaju biti na vrijeme ažurirani u skladu s promjenama, uvesti nove linkove.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Povećati broj posjetitelja stranice
 - Kompletirati stranicu
 - Povećati informiranost javnosti
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Redovno ažurirati stranicu
 - Analizirati primjedbe i sugestije upućene od strane građana
 - Uvesti nove linkove
 - Pratiti broj posjetitelja

8.2.7. Medijski istupi/press konferencije

Općina je imala veliki broj press konferencija kao i medijskih istupa koji su organizirani raznim povodima, a organizatori su bili općinski načelnik, predsjednik Općinskog vijeća, pomoćnici načelnika, a ponekad i državni službenici.

Ne postoji pravilnik niti protokol za održavanje istih, ali postoji uobičajeni postupak.

Neophodno bi bilo uvesti u praksu češće održavanje press konferencija i medijskih istupa kao i tehnički opremiti prostor (logo, pozadina, natpis općine, cvijeće i sl.)

Odrediti osobu koja organizira i vodi press konferenciju.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Sistematizirati način organizacije press konferencija
 - Redovitije (povećati) održavanje konferencija
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Definirati prostor i opremiti isti za održavanje press konferencija
 - Imenovati osobu ili osobe za organizaciju i vođenje press konferencija
 - Napraviti listu medija za press konferencije

8.2.9. Službeni glasnik i Bilten

Općina redovno tiska Službeni glasnik (uglavnom mjesečno) sa svim odlukama i rješenjima sa sjednica Općinskog vijeća. Tehničku pripremu radi Stručna i zajednička služba sa uposlenicima tiskare.

Nije propisan način distribucije (kome se dostavlja), a nema ni spiska zainteresiranih subjekata.

Kada je u pitanju Bilten Općine on je izlazio u prvo vrijeme dva puta godišnje da bi naredne godine izišao jednom, a onda je napravljena veća stanka da bi ponovno izišao 2014.godine.

Trenutno se radi dva puta godišnje, a u izradu su uključeni Radio Vitez (Dragana Sivonjić) i pomoćnici načelnika sa svojim djelatnicima.

Nije donijet naputak o izradi i pisanju Biltena.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Učiniti Službeni glasnik dostupnim svim zainteresiranim subjektima
- Sistematizirati produkciju i distribuciju Biltena

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- Napraviti naputak o izradi i pisanju Biltena
- Napraviti listu distribucije Službenog glasnika i Biltena

8.2.10. Promotivni materijali i pokloni

Općina izdaje i radi promotivne materijale (afiše, letke, brošure, plakate..)

Veliki broj tih materijala se nalazi na protokolu Općine u Info centru, a određeni broj se distribuira po mjesnim zajednicama, gradskom području. Rade se po potrebi u skladu s poslovima i projektima koje Općina provodi.

Nisu doneseni pravilnici o pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija niti o njihovoj distribuciji.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Sistemski riješiti izdavanje promotivnog materijala

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- Donijeti pravilnik o reprezentacijama i poklonima

8.2.11. Servis mjesnih zajednica

Jedan od važnijih načina eksternog komuniciranja u Općini je putem predstavnika mjesnih zajednica.

Općina ima službu koja za svih 17 mjesnih zajednica vodi knjige protokola i svakodnevno ostvaruje kontakte sa predsjednikom i zamjenikom predsjednika, a po potrebi i s drugim građanima mjesnih zajednica.

Naknada za njihov rad je regulirana odlukom načelnika.

Njihov rad i prijam nije do kraja sistematiziran, ne vode se evidencije posjeta, razgovora, tema.

➤ Ciljevi koje želimo postići:

- Sistematizirati rad MZ-a

➤ Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:

- U sklopu naputka o prijmu stranaka definirati i detaljnije razraditi prijam predsjednika MZ i eventualno prijam stranaka kod ostalih uposlenika

8.2.12. Javne rasprave, okrugli stolovi, zborovi građana, javne tribine, sjednice OV

Organ uprave gore navedene komunikacije održava redovno i po potrebi, ali se može konstatirati da je njihova posjećenost uglavnom mala. Nisu se nikada ispitivali uzroci neposjećenosti, ali je neophodno raditi na istoj kao i razmišljati o drugim alternativnim vidovima učešća građana u raspravama i javnim diskusijama.

Mjesečni (najčešće) vid komunikacije Općine s građanima ogleda se u TV prijenosu sjednica OV putem kojeg građani prate rad općinskih službi, javnih ustanova i poduzeća kojima je Općina osnivač, te imaju uvid u donošenje svih odluka i zaključaka po određenim temama kao i druga aktualna događanja u Općini Vitez.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Povećati posjećenost građana na zborovima građana i javnim raspravama
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Educirati građane o njihovim pravima i načelima javnih rasprava i zborova građana
 - Postaviti ankete na web stranicu

8.2.13. ZOSPI

Također jedan od vidova eksternog komuniciranja s građanima koji je zastupljen i u našoj Općini, ali u manjoj mjeri. Dosljedno se poštuje, ponekad se i zloupotrebljava, te je neophodno građane educirati da isti ne služi za međusobne obračune.

Također bi pomogla i izrada pravilnika o pristupu informacijama.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Omogućiti svim građanima da koriste ZOSPI u procesu ostvarivanja svojih prava
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Putem medija upoznati građane s činjenicom o mogućnosti korištenja ZOSPI u dobivanju potrebnih informacija

8.2.14. Javni pozivi

Općina redovno godišnje koristi i ovaj vid komuniciranja raspisujući javne pozive po raznim proračunskim stavkama i projektima.

Sve javne pozive raspisuje općinski načelnik, a provode ga nadležne službe.

Smatramo da bi bilo dobro također istaknuti koja su to mjesta gdje se oglašava, koji mediji i druge neophodne informacije, a sve u cilju što veće informiranosti građana.

- Ciljevi koje želimo postići:
 - Sistematizirati raspisivanje javnih poziva
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Napraviti godišnji kalendar javnih poziva sa orijentacionim vremenom raspisivanja i drugim dodatnim informacijama i postaviti ga na službenu web stranicu

8.2.15. Ispitivanje javnog mijenja (ankete)

Anketiranje je povremena praksa koju Općina Vitez provodi kao način eksterne komunikacije, a u cilju dobivanja povratnog mišljenja i sugestija od strane građana u provođenju određenih projekata, odluka i aktivnosti.

Ankete su provodile pojedine službe u skladu s potrebama i aktivnostima koje su u danom momentu te službe vodile.

Smatramo da na godišnjoj razini treba uraditi više anketa kako bi dobili povratne informacije o mišljenju građana o određenim pitanjima i aktivnostima koje Općina provodi i planira provesti.

- Ciljevi koje želimo postići:

- Prikupiti što adekvatnije povratne informacije od građana po određenim pitanjima koje Općina provodi i planira provesti
- Aktivnosti koje ćemo poduzeti kako bismo ostvarili ciljeve:
 - Polugodišnje provoditi ankete na određene teme
 - Sumirati pokazatelje i prezentirati ih na web stranici
 - Uraditi prijedloge rješenja po rezultatima ankete.

9. KRIZNO KOMUNICIRANJE

Općenito je poznato da svi društveni subjekti, pa tako i jedinice lokalne samouprave, trebaju imati razrađene mehanizme komunikacije s javnostima u razdobljima krize. Kriza može biti prouzročena različitim pojavama, od prirodnih nepogoda do sigurnosnih izazova. Vrlo je važno da, neposredno nakon što se kriza dogodi, građani dobiju pouzdane i nepristrane informacije o tome što se događa kako bi se preduhitriло širenje glasina, neprovjerenih informacija koje vode produbljivanju krize.

9.1. Plan i elementi rješavanja krizne situacije

Za uspješno rješavanje i prevazilaženje krizne situacije potrebno je imati razrađen plan koji se sastoji od dva podjednako bitna elementa:

1. Plan rješavanja krizne situacije
2. Plan komunikacije u kriznoj situaciji

S obzirom da prvi elemenat spada u poslovni plan i da se o njemu donose posebne odluke, obraćamo pažnju na drugi element odnosno plan komunikacije u kriznoj situaciji.

Za uspješno vođenje kriznog komuniciranja potrebno je kontrolirati krizu, a to se može kada budu ispunjena sljedeća tri preduvjeta:

- Moramo imati potpune informacije o događaju
- Moramo biti unaprijed pripremljeni
- Moramo komunicirati proaktivno

Plan kriznog komuniciranja mora imati sljedeće elemente:

- Krizni stožer, u našem slučaju Stožer civilne zaštite
- Interna komunikacija u kriznoj situaciji
- Određen i osposobljen glasnogovornik u kriznim situacijama
- Scenario i simulacija krizne situacije
- Određivanje ciljnih javnosti kao što su opća, mediji, poslovna i dr. kojima ćemo se obraćati
- Određivanje ključnih poruka po ciljnim javnostima
- Određivanje najbolje metode komuniciranja (zavisno od vrste krize: press konferencija, priopćenje, pojedinačna izjava, preporuka, itd.)
- Pri komunikaciji obvezno navesti što se dogodilo, što se poduzima i što će se poduzeti
- Analiza medijskih objava u cilju pravovremene korekcije svoje poruke i time smanjenja ili amortizacije moguće štete
- Moramo kreirati vijest u kriznoj situaciji ili se stavljamo u opasnost da postanemo vijest čime smo izgubili kontrolu nad kriznom situacijom

Razine i način komuniciranja u kriznoj situaciji

Općinski operativni centar CZ vrši sljedeće poslove:

a) vrši prikupljanje, obradu i distribuciju podataka o svim prirodnim i drugim nesrećama na području općine i te podatke i informacije dostavlja nadležnim organima Općine i kantonalnom operativnom centru CZ, a prema potrebi i Federalnom operativnom centru CZ na način predviđen ovim Pravilnikom.

Prikupljanje i obrada podataka se vrši na osnovu podataka iz vlastite meteorološke stanice, kao i podataka koje dostavljaju: Policijska stanica Vitez, Dobrovoljna vatrogasna društva „Stari Vitez“ i „Vitez“ Vitez, Dom zdravlja Vitez, Veterinarska stanica Vitez, Elektrodistribucija Vitez i dr.;

b) prenosi naredbe Federalnog i Kantonalnog i općinskog stožera civilne zaštite u vrijeme kada ti stožeri rukovode akcijama zaštite i spašavanja na području općine;

c) prima, priprema i šalje izvješća nadležnim tijelima Općine i kantonalnom operativnom centru CZ o mjerama i aktivnostima koje se poduzimaju u toku provođenja aktivnosti na zaštiti i spašavanju na području općine;

d) prenosi priopćenja javnim medijima općine o podacima koji se odnose na prirodne i druge nesreće kojima raspolaže;

e) ostvaruje stalni kontakt sa operativnim centrima CZ susjednih općina i s kantonalnim operativnim centrom CZ u vezi međusobnog dostavljanja potrebnih podataka i informacija o prirodnim i drugim nesrećama, te postupa po nalogima i zahtjevima kantonalnog operativnog centra CZ;

f) vrši i sve druge poslove koji se odnose na prikupljanje i distribuciju podataka o prirodnim i drugim nesrećama na području općine koje se zakonom i drugim propisima stave u nadležnost tog centra.

Znaci za uzbunjivanje:

- **Znak opće opasnosti** koji se emitira zavijajućim tonom u trajanju od 100 sekundi, s tim da se u toku prva četiri sata ponavlja više puta. Emitira se u trenutku kada građanima i materijalnim dobrima prijeti opasnost od pojave plavnog vala koji nastaje od rušenja ili prelijevanja brana na hidro-akumulacijama ili opasnost od velikog požara, kretanja radioaktivnog oblaka ili pojave većih količina otrovnih materija u vidu oblaka iz kemijskih postrojenja i drugim opasnostima, a koje mogu ugroziti živote i zdravlje većeg broja ljudi na određenom području, a u ratu kada prijeti opasnost od artiljerijskih ili drugih dejstava ili zračnih napada na određenom području.
- **Znak prestanka opasnosti** koji se emitira jednoličnim tonom u trajanju od 60 sekundi. Emitira se onda kada stožer civilne zaštite, koji je naredio emitiranje signala opće opasnosti, procijeni da je prestala opasnost po ljude i materijalna dobra ili kada je završeno poduzimanje odgovarajućih mjera za provođenje zaštite i spašavanja ugroženih ljudi i materijalnih dobara.

Aktiviranje, mobilizacija i angažiranje snaga i sredstava

U cilju što efikasnijeg odgovora na prijetnju od poplava ili nastalu poplavu potrebno je blagovremeno i efikasno provesti aktiviranje, mobilizaciju i angažiranje snaga i sredstava, utvrditi mjere, utvrditi postupke i zadatke koji se odnose na način aktiviranja općinskog stožera civilne zaštite i povjerenika civilne zaštite, način mobilizacije općinskih jedinica civilne zaštite specijalizirane i opće namjene i redoslijed izvršenja mobilizacije tih jedinica, kao i način angažiranja općinskih službi zaštite i spašavanja, te način izuzimanja materijalnih sredstava od građana i pravnih lica s područja općine koja su potrebna za civilnu zaštitu.

Operativni centar prima informacije po dvije osnove: svakodnevne redovne informacije u dogovoreno vrijeme i vanredne informacije. U zavisnosti od vrste informacije dežurni u operativnom centru vrši određene radnje u pravcu eventualnog aktiviranja, mobilizacije i angažiranja snaga i sredstava.

Prvo prenošenje informacije ide prema Pomoćniku ON za CZ koji ocjenjuje potrebu za daljnjim postupanjem. Pomoćnik, u svojstvu načelnika općinskog stožera CZ upoznaje općinskog načelnika, koji može u funkciji načelnika ili zapovjednika poduzeti određene radnje na aktiviranju, mobilizaciji i angažiranju snaga i sredstava u slučaju hitnosti ili naknadno sazvati općinski stožer civilne zaštite.

Obzirom da Stožer čine pomoćnici ON, predstavnici DVD, Crvenog križa i Doma zdravlja na čijem je čelu općinski načelnik, kao zapovjednik, prijenos zapovijedi, odnosno izvršenja zadataka, ide prema oblastima zaduženja pojedinih članova stožera.

9.2. Nepristrano osuđivanje incidenata i kaznenih djela počinjenih iz mržnje

U situacijama kada se dogode incidenti ili kaznena djela počinjena iz mržnje, koja kao motiv imaju određenu predrasudu, govori se o kaznenom djelu počinjenom iz mržnje.

Predrasuda znači da osoba ima stereotipna preduvjerena prema nekoj osobi ili grupi.

Ono što je jako važno kada se dogodi incident za koji se sumnja da je počinjen na temelju predrasuda, jest da načelnik Općine i Općinsko vijeće mogu pružiti uvjerenja zajednici da će detaljna istraga biti provedena i da daju tzv. pozitivne izjave za javnost.

Važno je prepoznati zabrinutost zajednice i pojasniti koje su radnje poduzete.

S obzirom na to da počinitelji smatraju da kazneno djelo čine u ime cijele zajednice, oni osjećaju moralno opravdanje za svoja djela.

Ukoliko ta zajednica ne kazni i ne osudi ova kaznena djela na efikasan način, ovi i drugi mogući počinioci potaknuti su da nastave takve radnje i time će se povećati broj kaznenih djela počinjenih iz mržnje.

Općinsko vijeće će u skladu sa svojim ovlastima odrediti način (protokol) o postupanju općinske uprave u slučaju incidenata motiviranih mržnjom.

9.3. Promidžba tolerancije i društvene kohezije i uloga civilnog društva

Pored sustavnih mjera koje nadležne institucije provode u smislu reakcije na incidente motivirane predrasadama, jako je važno kontinuirano raditi na promidžbi tolerancije, snošljivosti i društvene kohezije u zajednici.

Te tzv. preventivne aktivnosti se kreiraju i provode uz sudjelovanje svih segmenata društva sa ciljem stvaranja dugoročno stabilnog okruženja za razvitak zajednice. U ovom smislu civilni i javni sektor snose posebnu odgovornost.

Općina Vitez će razmotriti načine potpore aktivnostima iz zajednice koje su usmjerene na promidžbu tolerancije i društvene kohezije. Jedan od načina je svakako integracija načela kohezije u sve društvene aktivnosti koje Općina zajedno sa svojim partnerima provodi u zajednici. Kriterij kohezije također može biti ugrađen i u Odluku o financiranju udruga na projektnoj osnovi.

Civilno društvo, obzirom na bliskost koju ostvaruje sa zajednicom, može puno ranije prepoznati odgovarajuće potrebe za ovakvim aktivnostima. Nadalje, često je upravo civilno društvo nositelj pozitivnih promjena i inicijator ovakvih aktivnosti.

10. MEHANIZMI SUDJELOVANJA GRAĐANA U RADU OPĆINSKOG VIJEĆA

Mehanizmi sudjelovanja građana u radu Općinskog vijeća su detaljno regulirani odredbama Zakona o principima lokalne samouprave u FBiH, Statutom Općine Vitez i Poslovníkom o radu i organizaciji Općinskog vijeća Vitez, a to su:

- **Otvorenost sjednica Općinskog vijeća za javnost**

Sjednice Općinskog vijeća Vitez se prenose izravno putem NTV Jasmin, što omogućava svim građanima da neposredno dobiju saznanja o stavovima, zaključcima, odlukama, inicijativama i svim drugim aktivnostima koje provodi Općinsko vijeće Vitez.

Pored navedenog, na svim sjednicama Općinskog vijeća Vitez, kada je u pitanju rješavanje inicijativa građana, prisustvuju predstavnici građana čija je inicijativa na dnevnom redu sjednice.

- **WEB stranica Općine Vitez**

Detaljnije informacije o radu i aktivnostima Općinskog vijeća Vitez građani mogu pronaći na zvaničnoj web stranici Općine Vitez.

- **Raznolikost sastava radnih tijela Općinskog vijeća**

U sastavu povremenih radnih tijela imenovanih od strane Općinskoga vijeća Vitez nalazi se veći broj građana sa područja cijele općine koji nisu vijećnici Općinskog vijeća niti su uposlenici službi za upravu Općine Vitez.

- **Prijam stranaka**

Predsjednik Općinskog vijeća svakodnevno prima građane po pitanjima iz nadležnosti vijeća.

- **Javna rasprava**

Javna rasprava je prilika da se pribave mišljenja javnosti o konkretnim pitanjima, te sprovodi široka rasprava o određenim aktivnosti od životnog interesa za sve građane.

11.USVAJANJE, IMPLEMENTACIJA, MONITORING I IZVJEŠTAVANJE

Strategiju komuniciranja Općine Vitez u formi prijedloga usvaja Općinsko vijeće, a po prethodno provedenoj proceduri, tj. usvojenom Nacrtu od strane Općinskog vijeća i provedenoj javnoj raspravi o Nacrtu.

Najbolji način za postizanje uspjeha komunikacijske prakse na razini Općine je redovito procjenjivanje i ažuriranje dokumenta Strategije komuniciranja uz korisne povratne informacije od lokalne zajednice.

11.1.

Strategija komuniciranja će se provoditi putem godišnjeg operativnog plana kojeg donosi općinski načelnik na prijedlog povjerenstva.

Godišnji operativni plan sadrži aktivnosti koje se provode u tijeku godine, vremenski okvir u kojem se aktivnosti provode kao i odgovornu osobu (Službu) zaduženu za provedbu aktivnosti.

11.2.

Općinski načelnik će formirati posebnu radnu grupu za izvještavanje o provedbi strategije komuniciranja i godišnjih operativnih planova koja će godišnje podnositi izvješće Općinskome vijeću i načelniku o stupnju implementacije strategije, tj. godišnjih operativnih planova.

11.3.

Sredstva za realiziranje godišnjih operativnih planova bit će osigurana u proračunu Općine.