



ОПШТИНА БРОД

**ПЛАН ИНТЕРНЕ И ЕКСТЕРНЕ
КОМУНИКАЦИЈЕ
2024 – 2028.**

Октобар, 2024.

САДРЖАЈ

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ	3
2. ОПШТИНА БРОД.....	4
А. ОПШТИНА У БРОЈКАМА.....	4
В. СТРАТЕШКИ ФОКУСИ И ВИЗИЈА ОПШТИНЕ.....	5
3. КОМУНИКАЦИЈСКЕ ПОТРЕБЕ	6
А. СВОТ АНАЛИЗА.....	7
4. СТРАТЕШКИ ПРИСТУП	9
А. ОСНОВНА НАЧЕЛА И ПРИНЦИПИ	9
Б. ЦИЉЕВИ ПЛАНА ИНТЕРНЕ И ЕКСТЕРНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ	9
В. ЈЕДНОСТАВНЕ, АТРАКТИВНЕ, ДРУШТВЕНЕ И ПРАВОВРЕМЕНЕ ИНФОРМАЦИЈЕ.....	12
Г. ЈЕЗИК.....	13
5. ГОДИШЊИ КОМУНИКАЦИЈСКИ ПЛАН	14
6. КОМУНИКАЦИЈСКИ ЦИЉЕВИ.....	14
А. КВАЛИТАТИВНИ	14
Б. КВАНТИТАТИВНИ.....	14
7. КЉУЧНЕ ПОРУКЕ	15
А. СЛОГАН	15
Б. ПОЗИВ НА АКЦИЈУ	15
8. ЦИЉНЕ ГРУПЕ	16
А. ИНТЕРНА ЈАВНОСТ	16
Б. ЕКСТЕРНА ЈАВНОСТ	16
9. КАНАЛИ КОМУНИКАЦИЈЕ.....	17
А. ИНТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА	17
Б. ЕКСТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА	18
10. ЉУДСКИ РЕСУРСИ.....	21
11. БУЏЕТ	22
12. КЉУЧНИ ИНДИКАТОРИ УСПЈЕХА	22
13. АНЕКСИ.....	25
А. ПРОФИЛИ ПЕРСОНА	25
Б. ЕКСТЕРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ И КЉУЧНЕ ПОРУКЕ	27
В. КАЛЕНДАР ДОГАЂАЈА	31

1. Уводне напомене

Правни оквир за доношење Плана интерне и екстерне комуникације Општине Брод за период 2024 – 2028. године произилази из:

- Закона о локалној самоуправи Републике Српске,
- Закона о стратешком планирању и управљању развојем у Републици Српској,
- Закона о слободи приступа информацијама у Босни и Херцеговини,
- Закон о слободи приступа информацијама у Републике Српске,
- Закона о забрани дискриминације у Босни и Херцеговини,
- Закона о равноправности полова у Босни и Херцеговини,
- Статута Општине.

План интерне и екстерне комуникације даје смјернице запосленима у Општини Брод при реализацији комуникацијских активности, информисања и учешћа јавности. Овај план биће представљен запосленима како би сви били упознати са његовим садржајем, те могли поступати по истом. Период важења овог документа везан је за Стратегију развоја Општине Брод за период 2022 – 2028. године.

За **припрему** овог плана коришћени су сљедећи документи:

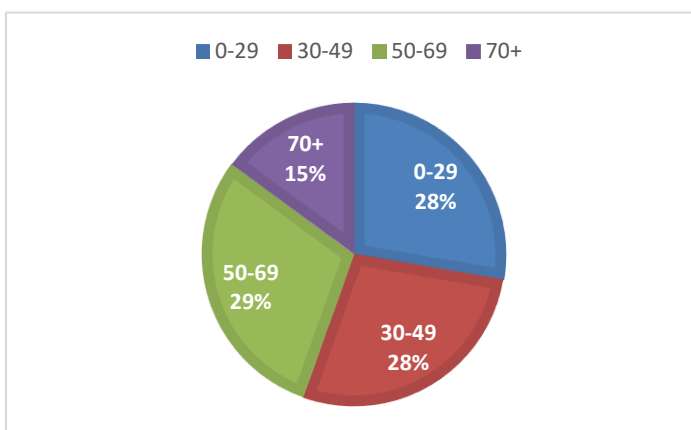
- Стратегија развоја Општине Брод период 2022 – 2028.,
- Истраживање USAID Пројекта помоћи локалној управи (LGAA) о задовољству грађана са услугама које пружа Општина Брод, мај 2024. године,
- Извјештај о процјени функционалних капацитета Општине Брод, мај 2024. године,
- Акциони план за унапређење услуга у Општини Брод, јуни 2024. године.

Овај документ је припремљен уз техничку и стручну подршку Пројекта Америчке агенције за међународни развој Помоћи локалној управи (USAID/LGAA). Ставови и мишљења изражена у овом документу не одражавају нужно ставове USAID-а или Владе Сједињених Америчких Држава.

2. Општина Брод

а. Општина у бројкама¹

Становништво:	14.737
Насељенх мјеста:	23
Полна структура:	М: 7.253 (49 %), Ж:7.484 (51%)
Добна структура:	



Површина:	29 км²
Број запослених:	2.599
Просјечна нето плата:	1.091 КМ
Број пословних субјеката:	355
<i>Од тога предузетничких радњи:</i>	
Мјесних заједница (МЗ):	21
Број корисника социјалне заштите:	
<i>Малољетна лица:</i>	153
<i>Пунољетна лица:</i>	1.207
Организација цивилног друштва:	80 (удружења)

¹ Извори: Стратегија развоја Општине Брод, [Републички завод за статистику - Република Српска \(rzs.rs.ba\)](http://rzs.rs.ba)

б. Стратешки фокуси и визија Општине

Стратешки фокуси општине Брод су дефинисани на основу прикупљених података и налаза ситуационе анализе која је обухватила све важне аспекте живота и развоја општине. Сагледани су кључни природни ресурси и компаративне предности подручја како би се што ефикасније искористиле постојеће снаге и развојне шансе. У складу са тим Развојни тим Општине Брод се определио за следеће стратешке фокусе:

1. Инвестиције, подршка предузетништву и пољопривредној производњи. Економски развој заснован на кључним потенцијалима раста
2. Заустављање негативних демографских трендова, повећање буџетских средстава за пројекте, унапређење јавне инфраструктуре, обезбијеђен висок ниво пружања јавних услуга грађанима и пословној заједници
3. Заштита животне средине, спречавање штетних посљедица од природних непогода

Визија је заснована на темељним вриједностима становника општине Брод које представљају основу даљег развоја општине. Она представља слику будућности општине Брод каквом је виде грађани који су били укључени у процес израде Стратегије развоја општине Брод 2022-2028. година. Иако визија представља идеалну слику будућности општине, она је полазиште и исходиште развоја општине Брод.

Визија развоја општине Брод је оријентисана на будућност (2028.), а осврће се на приоритетна подручја дјеловања и садржи све релевантне вриједности које заједница познаје и признаје за компаративне предности и могућности које је потребно искористити на путу остваривања развоја и то економског, друштвеног и развоја животне средине општине Брод.

Брод 2028. године – Општина развијена у свим сегментима људског друштва, препознатљива, мјесто пожељног инвестирања, развијена и инфраструктурно изграђена заједница, развијене пољопривреде, са јединственом туристичком понудом, модерним образовним системом, заједница посвећена заштити животне средине, угодна за рад и живот

Стратешки фокуси и визија Општине Брод дају оквир дјеловања и на њима се заснива План интерне и екстерне комуникације.

3. Комуникацијске потребе

За развој Плана интерне и екстерне комуникације кориштени су налази истраживања које је реализовао USAID Пројекат помоћи локалној управи (LGAA) у периоду од фебруара до априла 2024. године на подручју општине Брод. Истраживањем се добио бољи увид у перцепцију грађанки и грађана² о јавним услугама које пружа локална управа.

Методологија је подразумевала коришћење структурисаног упитника уз компјутерски подржано анкетање лицем у лице (ЦАПИ) на таблетима и ЦТО софтвером са online упитником. Радило се методом случајног одабира кластера, случајним одабиром домаћинства унутар кластера (техником случајног ходања), те случајним одабиром члана домаћинства (техника задњег рођендана).

Узорак је обухватио 51.8% жена и 48.2% мушкараца, од тога:

- 19.7% особа од 18 до 30 година,
- 34.8% особа од 31 до 50 година,
- 25.3% особа од 51 до 64 године, те
- 20.1% особа преко 64 године.

Из урбаних дијелова анкетирано је 47.3%, а руралних 52.7%.

У наставку текста су представљени кључни налази који се односе на сегмент информисања и укључивања грађана у процес доношења одлука на локалном нивоу:

- 92.4% грађана није поднијело иницијативу или приједлог за побољшање у Општини,
- 90.7% грађана није учествовало у некој јавној расправи последње три године
- 86.2% грађана у задње три године није учествовало у рјешавању проблема са којима се њихова заједница суочавала,
- 28.2% грађана није заинтересовано за учешће у одлучивању, уз 26.3% оних који кажу да немају времена за такво што, и 19.7% грађана који не вјерују да ће њихове иницијативе довести до промјена,
- 26.8% грађана је у потпуности или донекле задовољно радом своје мјесне заједнице

Начини пласирања и добијања информација из Општине:

	Укупно	18-30 година	31-50 година	51-64 година	>64 година
Друштвене мреже Општине	54.9%	83.6%	68.2%	46.5%	24.2%
ТВ, радио	58.4%	52.5%	56.5%	59.2%	66.5%
Локални интернет портали	48.5%	71%	53.2%	43.9%	23.9%
Општинска веб страна	15.4%	25.6%	18.3%	12.1%	4.6%
Огласна табла у згради Општине	11.5%	9.8%	11.1%	16.7%	7.2%

Начини контактирања Општине:

	Укупно	18-30 година	31-50 година	51-64 година	>64 Година
Директно	64.5%	60.6%	64.4%	62.4%	71.1%
Телефонски	45.3%	49.9%	50.1%	47.6%	29.4%
Електронска пошта	12%	16.3%	20.8%	4.7%	1.8%
Интернет/друштвене мреже	4.4%	6.4%	4.4%	4.8%	2.2%

² Сматра се да се сви изрази, употребљени у мушком граматичком роду у овом документу односе, без дискриминације, и на жене.

Традиционални медији телевизија и радио су у укупном скору најчешћи начин добијања информација за грађане. Након тога слиједе друштвене мреже и локални интернет портали. (при чему је употреба ових канала са највећим распоном између најмлађе популације код које доминира и најстарије код које је значајно мања.)

Вриједно је напоменути и значајан проценат кориштења информација са општинске web стране, при чему се она нарочито користи у категорији становништва између 18 и 30 година.

Када су у питању начини контактирања Општине, директни контакт је изражен за сваку добну скупину. Потом слиједи телефонски контакт. Електронска пошта и интернет/друштвене мреже се скоро и не користе од стране најстарије популације.

Имајући на уму претходно наведене налазе, Општина Брод треба размотрити начине на који најбоље искористити растући тренд кориштења нових технологија, обрађајући нарочиту пажњу на разлике које се појављују при њеном кориштењу код различитих категорија становништва.

а. СВОТ анализа

Општинска администрација улаже значајне напоре и континуирано извјештава јавност о својим активностима и услугама. Поред свих стратешких докумената и резултата више наведеног истраживања, као основа за припрему Плана интерне и екстерне комуникације сачињен је преглед почетног стања институционалних снага, слабости, прилика и пријетњи у области комуникација како слиједи:

СНАГЕ	• Стратешки усмјерен развој Општине кроз доношење и реализацију кључних стратешких докумената • У току процес БФЦ ресертификације општине са повољним пословним окружењем • Систематизацијом предвиђене позиције за односе са јавношћу • Функционалан Привредни савјет • Искusan, мотивисан и стручан кадар • Опређељеност ка сталном побољшању услуга/фокус на корисника
СЛАБОСТИ	• Непостојање процедура у области интерних комуникација • Недовољно учешће грађана у јавним расправама, давању повратне информације • Садржај није прлагођен потребама различитих циљних група • Недостакa двосмјерне комуникације са грађанима и привредницима • Податци нису разврстани по полу и социо-демографским показатељима
ПРИЛИКЕ	• Позиционирање општине са повољним пословним окружењем (БФЦ сертификација) • Ефикасније информисање циљних група о активностима локалне управе • Ефикасније годишње планирање комуникацијских активности и кампања • Ефикасније информисање грађана о поступцима који им претходе • Активнији ангажман мјесних заједница • Промоција досадашњих улагања из дијаспоре

	• Доступна подршка од стране међународних организација, донатора и пројеката
ПРИЈЕТЊЕ	• Мијењање комуникацијских навика циљних група • Увјерење дијела грађана да њихово учешће неће ништа промијенити • Знатно нижи ниво грађанског учешћа жена и особа с нижим примањима у успоредби с другим скупинама грађана • Знатно нижи ниво повјерења у локалне власти од стране особа са нижим примањима и грађана који размишљају о одласку из земље

4. Стратешки приступ

План интерне и екстерне комуникације подржава реализацију развојних политика и активности које су дефинисане у Стратегији развоја општине Брод до 2028. године, кроз правовремено, континуирано и транспарентно информисање јавности о актуелним програмима, услугама и процедурама од значаја за грађане и привреднике. Један од циљева је мотивација грађана да се активније укључе у процесе од посебног значаја за квалитетнији живот у локалној заједници.

Претпоставка је да ће грађани, привредници и друге циљне групе имати виши степен повјерења у рад локалне управе уколико су јавне политике креиране партиципаторним путем и базиране на реалним потребама, и ако је комуникација о овим политикама релевантна и осигурава да су сви актери укључени у доношење истих.

а. Основна начела и принципи

Запослени у Општини Брод примјењиваће следеће принципе у комуникацији са јавношћу:

- Пружање јасних и приступачних информација брзо и ефикасно.
- Стручно и одговорно.
- Ефикасност и ефективност у комуникацији.
- Транспарентност.

б. Циљеви Плана интерне и екстерне комуникације

Овом планом дефинишу се комуникацијски циљеви, кључне поруке, циљне групе, канали и алати, људски ресурси, те план праћења реализације планираних активности. Уједно дефинишу се и начини комуникације са свим заинтересованим странама укључујући интерну и екстерну комуникацију.

Интерна комуникација односи се на све запослене у локалној администрацији, а **екстерна комуникација** обухвата грађане, привреднике, инвеститоре, цивилно друштво, више нивое власти, медије, међународне организације и донаторе.

Пажња ће се посветити већем учешћу грађана, а посебно маргинализованих и рањивих група, у процесима креирања јавних политика које доноси локална управа.

Општина ће подузети следеће кораке како би се остварили комуникацијски циљеви:

1. ЕФИКАСНА ИНТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА

- Унапређење интерне комуникације у циљу ефикаснијег рада запослених,
- Припрема и усвајање Протокола о интерној комуникацији који ће регулисати начин, комуникационе алате и канале за проток информација између одјељења, одсјека и запослених,
- Достављање записника са закључцима, након сваког састанка свим запосленима који су присуствовали састанку,
- Дистрибуирати кључне вијести/новости путем електронске поште свим запосленим квартално,
- Континуирана едукација носилаца комуникацијских активности и запослених (нпр. ефикасна интерна комуникација, презентацијске вјештине, комуникација са медијима, кључне комуникацијске поруке и канали комуникације са грађанима, управљање друштвеним мрежама).

2. КОНТИНУИРАНО И ПРОАКТИВНО ИНФОРМИСАЊЕ ЈАВНОСТИ

- Припремити каталог услуга/преглед/инфографику о постојећим услугама и контакт детаљима,
- Представљање информација у формату који је једноставан, разумљив, лако доступан за све циљне групе,
- Објављивање информација прилагођених полу, годинама и мјесту становања циљне групе,
- Припремање прегледа и промовисање постојећих механизма за непосредно учешће грађана у процесима доношења одлука
- Информисање грађана о јавним расправама путем локалних медија, мјесних заједница, организација цивилног друштва, Савјетодавног одбора грађана, итд. те обавезно адекватно давање повратне информације грађанима по завршеним консултацијама о уваженим и одбијеним приједлозима уз одговарајућа образложења,
- Континуирано информисање јавности о иницијативама покренутим од стране Привредног савјета, Савјетодавног одбора грађана, мјесних заједница, као и о њиховом статусу,
- Консултовање организација цивилног друштва прије објављивања јавног позива од посебног интереса за организације цивилног друштва,
- Подизање свијести грађана о надлежностима локалне управе и информисање о надлежним службама и контакт особама за одређена питања.

3. УКЉУЧЕНОСТ ЗАЈЕДНИЦЕ

- Коришћење различитих комуникацијских канала и алата како би се анимирали грађани и привредници да се активно укључе у процес креирања политика и одлучивања,
- Коришћење прилагођених комуникацијских порука у односу на циљне групе,
- Подстицање грађана и привредника да користе електронску пошту и онлајн алате као начин комуникације са представницима локалне управе како би се унаприједила ефикасност, повећала транспарентност,
- Унапређење сарадње са организацијама цивилног друштва (невладине организације) у циљу ефикасније размјене информација са својим члановима о активностима од јавног значаја,
- Одржавање редовних састанака Привредног савјета као и информисање привредника и потенцијалних инвеститора о подстицајима, услугама, итд. ,
- Укључивање мјесних заједница, Савјетодавног одбора грађана у процесе доношења одлука и промовисање њихових улога,
- У Годишњем комуникацијском плану јасно дефинисати понашања, одлуке или радње које Општина жели промовисати грађанима и другим актерима. На примјер, то може бити веће учешће грађана у јавним расправама, приступ специфичним услугама или циљеви попут заштите животне средине. То ће омогућити да Општина усмјери своје комуникацијске напоре на акције и понашања која жели промовисати грађанима.

4. ИНТЕГРИСАЊЕ РОДНЕ РАВНОПРАВНОСТИ И СОЦИЈАЛНЕ УКЉУЧЕНОСТ

- Укључивање маргинализованих група кроз идентификовање и редовну комуникацију са Центром за социјални рад, струковним удружењима, утицајним особама у заједници, организацијама цивилног друштва која раде на родној равноправности и социјалној инклузији, мјесним заједницама, затим организацијама и институцијама које пружају услуге социјалне заштите, услуге неформалног образовања, пољопривредним удружењима, а како би се дошло до припадника маргинализованог гурпа у дислоцираним / удаљеним дијеловима општине,
- Интерним општинским актима јасно дефинисати строгу забрану сексуалног и сполног узнемиравања, говора мржње и других облика дискриминације, са посебним освртом на најугроженије маргинализоване групе,
- Подјела материјала рањивим групама путем свих доступних дигиталних канала и штампаним путем, имајући у виду њихове потребе. Кад год је могуће дигиталне

информације је потребно објавити у формату који је приступачан сlijепим и слабовидним лицима,

- Разврставање података по полу и другим социо-демографским карактеристикама, попут података о старости, образовања, статуса запослења, брачног статуса и сл.,
- Размјенивати информације значајне за побољшање родне равноправности и социјалне инклузије, кроз различите материјале приказивати мушкарце и жене избјегавајући стереотипе и шаљући поруке које помичу границе онога што се обично сматра искључиво женским или мушким улогама,
- Успостављање форума за размјену идеја и мишљења укључујући округле столове, приредбе, различите догађаје како би осигурали да се чују гласови и промишљања различитих слојева друштва, а и са циљем подизања свијести о препрекама с којима се суочавају маргинализоване групе, попут неприступачности услуга за особе са инвалидитетом, родно-заснованог насиља, вредновања неплаћеног рада, допринос женског предузетништва и других важних тема.

5. ТРАНСПАРЕНТНОСТ

- Осигурати да су све информације јавно доступне како би се јачало повјерење у локалну управу,
- Представљање информација у формату који је једноставан, разумљив, лако доступан, са посебним фокусом на приступачност маргинализованим групама становништва.

6. ДИГИТАЛНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Коришћење друштвених мрежа како би се информисале циљне групе које примарно добијају информације кроз тај канал,
- Унапређење двосмјерне комуникације на друштвеним мрежама,
- Коришћење визуала, инфографика како би се скренула пажња циљних група на теме од јавног значаја – као на примјер о услугама, роковима, обавјештењима,
- Емитовање јавних расправа на друштвеним мрежама и дигиталним каналима Општине како би се информација учинила доступнија циљним групама, као и давање повратних информација о уваженим и одбијеним приједлозима уз одговарајуће образложење,
- Редовно ажурирање промотивног материјала (брошура, летака, водича за инвеститоре, итд.) и редовно обезбјеђивање материјала на веб страницама Општине и веб страницама других институција,
- Промовисање активности Привредног савјета кроз пласирање информација о активностима, подстицајима, извјештајима,
- Промовисање рада мјесних заједница и Савјетодаваног одбора грађана креирањем посебне секције на веб страни гдје ће бити објављене све информације о активностима.

7. ОДНОСИ С МЕДИЈИМА

- Наставити градити и одржавати коректну сарадњу са свим медијима. Медији су потенцијални партнери за повећање грађанског ангажмана и судјеловања у активностима (на примјер, промоција учешћа по одређеним питањима, изградња повјерења у локалне власти, итд.),
- Редовно анализирање објава медија и по потреби прилагођавање садржаја и текстова који се пласирају како би се осигурала присутност у различитим медијима.

8. АНКЕТЕ

- Редовно проводити анкете о задовољству грађана и привредника јавним услугама и објављивати резултате на веб страни. Резултати анкетања требали би бити представљени на начин да се истичу побољшања и постигнути добри резултате, како би се нагласио осјећај да се задовољство грађана побољшава (на примјер, показујући да се "задовољство побољшало за XX% у посљедњих неколико мјесеци", или да је "већина људи који посјећују ову веб страницу задовољна садржајем").

в. Једноставне, атрактивне, друштвене и правовремене информације

Како би се повећала вјероватноћа укључивања грађана и других релевантних учесника, пажња ће се посветити да сва комуникација буде једноставна, атрактивна, друштвена и правовремена. Овај оквир дефинише сваки од ових елемената као:

ЈЕДНОСТАВНО

Жељене радње (радње које желимо да грађани или актери подзму, попут контактирања Општинске управе, тражења више информација или приступа потребним обрасцима) требају се идентификовати и поједноставити што је више могуће у комуникацијским материјалима. То може подразумевати пружање једноставних, детаљних инструкција и да су контакт детаљи и обрасци лако доступни и јасно обиљежени.

АТРАКТИВНО

Повећати привлачност информација и жељених радњи, посебно:

- Наглашавањем кључних и важних информација помоћу визуално привлачних елемената као што су различити геометријски облици и боје,
- Осигурати да жене и мушкарци или маргинализоване групе на фотографијама или снимцима не буду издвојени или маргинализовани, да распоред особа на фотографијама одражава инклузивност и разноликост, те да ниједна особа не буде приказана као жртва или на увредљив начин.
- Истицањем конкретних користи и предности улагања и политика које општина проводи, као и опасности и трошкова њиховог успјешног провођења или недовољног грађанског ангажмана око важних тема (на примјер, изградња парка који грађани не користе и о којем се не брину важан је ризик који се треба узети у разматрање),
- Развијањем прилагођених комуникацијских материјала који су у складу с интересима, мотивацијама и потребама грађана (који можда нису најосновнији или најизравније повезани с општином, као што су културни и спортски интереси).

ДРУШТВЕНО

Може бити врло ефикасно приказати друштвене елементе као што су преферирана понашања других, њихови позитивни погледи на то одређена питања или успјешне приче. Ови примјери могу послужити као снажни мотиватори, поготово када су приказани појединци високо цијењени у заједници (нпр. успјешни чланови заједнице, угледне особе). Ти појединци не морају нужно имати формална овлаштења или политички положај, али се сматрају вјеродостојнима и утицајнима. Њихов ангажман може укључивати:

- Истицање позитивних искустава, најбољих пракси или узора: то укључује приказивање позитивних искустава, добрих пракси или појединаца који служе као узор. Чинећи ове примјере видљивима, могу се надахнути и потакнути други да слиједе примјер (посебно када се ради кроз стварне или измишљене ликове који могу створити емпатију и идентификацију). У одређеним случајевима такође може бити корисно учинити видљивима жртве „*status quo*“ који локална управа жели промијенити. Кроз истицање позитивних искустава везаних за положај маргинализованих група, може се повећати свијест и ангажовање по питању родне равноправности и социјалне инклузије, као и већу укљученост маргинализованих група у процес доношења одлука. Битно је успоставити личну везу и приближити се својој публици. Умјесто представљања само статистике, која може изгледати дистанцирано и безлично, потребно је узети у обзир важност приповиједања. Увођењем појединаца са којима се грађани могу поистовијетити, који су изравно осјетили користи, можете створити снажнији однос и изазвати значајнији одговор грађана.

- Пружање сажетих информација о групном понашању или мишљењима: Овај приступ укључује дијелење статистика или сажетака о понашању или мишљењима одређене групе. На примјер, могло би се рећи: "...% људи ради ово и ово." То може утицати на појединце истицањем онога што се сматра нормом унутар одређене друштвене групе и подстицањем да се ускладе с том нормом.

ПРАВОВРЕМЕНО

Информације и интервенције требају бити представљене у правим тренуцима, када људи обраћају пажњу и заинтересовани су за одређену тему. То може укључивати, на примјер, позиве на акцију или једноставне смјернице за наредне кораке на страницама на којима људи траже информације како се укључити у активности у својој општини или учествовати у догађајима или локацијама на којима ће присуствовати значајан број грађана.

Подржавање жељеног дјеловања на физичком, психолошком и друштвеном нивоу

Комуникација о понашању, одлукама или радњама које Општинска управа жели промовисати међу грађанима и другим учесницима (као што је учествовање у одређеним случајевима или приступ одређеним услугама) мора осигурати и саопштити о доступној подршци за ту активност. Обично се ова подршка може усредоточити на три слоја:

- **физички** (као што су канцеларије, виртуалне платформе итд.),
- **психолошки** (као што су знања и вјештине које су људима потребне за приступ) и
- **друштвени** (као што су неформална правила и идеје).

На примјер, ако Општинска управа жели промовисати учешће - грађана на јавној расправи о буџету потребно је јасно комуницирати подршку која ће бити доступна на сва три нивоа, на примјер:

- **Физичка или виртуална инфраструктура** која ће бити осигурана како би се грађанима омогућило учешће (укључујући аранжмане за особе које обично мање учествују, као што су жене и особе с нижим примањима, те за особе рањивих група). То може укључивати, на примјер, да простор у којем ће се догађај одржати је прилагођен различитим популацијама, које су мјере подузете како би се подстакло учешће недовољно заступљених група, прилагођено вријеме одржавања догађаја како би што већи број грађана могао присуствовати, итд. ,
- **Знања и вјештине** које би учесници требали имати или ће стећи приликом учешћа, попут знања о темама које се дискутују, јавног говора, писања биљешки, итд. ,
- **Увјерења** која људи имају о томе колико је уобичајено (или неуобичајено) и колико је прихватљиво (или неприхватљиво) учествовати на таквим догађајима. На примјер, ако људи вјерују да већина не иде на те догађаје и не сматра их важним, потребно је комуницирати на начин да се покаже да та увјерења нису тачна или се могу промијенити.

г. Језик

Како је језик један од основних видова комуникације, запослени у Општинској управи користе неискључив језик и радиће на примјени родно-осјетљивог рјечника. Употреба искључиво мушког рода према Закону о равноправности полова у БиХ представља један облик дискриминације (члан 9. став е.). Дискриминација у језику постоји када се користи искључиво један граматички род као генерички појам. Уколико се јединица локалне самоуправе определила да користи искључиво мушки род, неопходно је да први пут користити оба облика и у мушком и у женском роду, уз сљедеће објашњење: "Сматра се да се сви изрази, употребљени у мушком граматичком роду у овом документу односе, без дискриминације, и на жене."

Такође, из језика ће се настојати елиминисати све врсте стереотипа и генерализације, на примјер приказивање жена као немоћних, или мушкараца као неосјетљивих или агресивних. Маргинализоване и рањиве групе неће бити приказане као немоћне, чак и када се говори или пише о дискриминацији, насиљу или другом кривичном дјелу почињеном као посљедица стереотипа или стигматизације одређене групе.

Социјална кохезија ће бити приоритет, као и обавеза јавне осуде говора мржње и дјела почињених из предрасуда. Сваки вид родно-заснованог насиља, сексистичког говора, полног и родног узнемиравања, инциденти, изјаве, дјела и други облици дискриминације биће осуђени јавним саопштењем, без одлагања.

Постоји неколико основних правила којих ће се запослени придржавати да се не би упали у замку говорног и писаног језика који може да се протумачи или испољи као дискриминаторан, уврједљив или понижавајући. У комуникацији са особама с инвалидитетом ће се опходити са дужном пажњом, без омаловажавања и вреднујући их као особе са пуним потенцијалом.

Приликом навођења функције, титуле, звања, занимања када се односи на жену користиће се облик женског рода, а када се односи на мушкарце користиће се облик мушког рода. Такође, поштоваће се језичка норма коју је запосленик/ца одабрао/ла.

5. Годишњи комуникацијски план

У складу са обједињеним Годишњим планом рада начелника особа задужена за односе с јавношћу припремиће годишњи план комуникацијских активности, наводећи временски оквир, одговорне особе и буџет. На крају године биће припремљен извјештај о реализованим активностима, а који ће бити саставни дио обједињеног Извјештаја о раду Општинске управе за протеклу годину.

6. Комуникацијски циљеви

При креирању стратешки усмјерених комуникација, поред квантитативних дефинисани су и квалитативни комуникацијски циљеви који треба да допринесу квалитету комуникације, бољој репутацији Општинске администрације.

а. Квалитативни

- Унаприједити механизме интерне комуникације и проток информација између одјељења, одсјека и запослених унутар општинске управе.
- Континуирано и проактивно обавјештавати јавност о активностима локалне управе користећи различите комуникацијске алате како би информација стигла до свих циљних група.
- Повећати ниво ангажмана и учешћа грађана у процесима доношења одлука
- Повећати ниво повјерења грађана, привредника, цивилног друштва, итд. у рад локалне управе.
- Подизати свијест грађана о стратешком усмјерењу и актуелностима локалне управе, укључујући оне који се односе на унапређење родне равноправности и социјалне инклузије, односно на примјену принципа „да нико не буде изостављен“.
- Континуирано ажурирање веб страни и Фејсбук налогу општине.

б. Квантитативни

Преглед квантитативних циљева дат је у секцији Кључни индикатори успеха.

7. Кључне поруке

Кључне поруке су усмјерене на стварање прогресивне и транспарентне администрације и општине у цјелини и биће редовно ревидиране:

- Потребно навести

а. Слоган

Учествујући у Програму унапређења услуга, у оквиру USAID-овог Пројекта помоћи локалној управи (LGAA), Општина Брод је дефинисала сет приоритетних вриједности и одговарајући слоган, који представљају дефиницију и лајтмотив за пружање квалитетних и кориснички оријентисаних услуга управе.

Тим за унапређење услуга Општине Брод се приоритетно определио за три вриједности које су основа за пружање услуга грађанима од стране локалне управе и то: *професионализам, поузданост и љубазност*.

На основу одабраних кључних вриједности на креативан начин дефинисан је слоган Општине Брод који представља идеју водилу у процесу унапређења услуга које Општина пружа својим корисницима, односно грађанима:

ОПШТИНА

Благовремена услуга

Разумијевање потреба грађана

Отвореност

Доступност

Слоган ће се користити приликом преношења кључних порука циљним групама.

б. Позив на акцију

Како би се подстакле циљне групе на дјеловање, учешће у специфичним програмима и активностима, попут јавних расправа, учешћа на догађајима, итд. креираће се поруке упућене кроз различите комуникацијске канале и алате које позивају на акцију. У порукама ће бити наведени начини учествовања и доприноса областима о којима Општина комуницира (нпр. буџет или одређене политике) како би грађани могли дати свој допринос и учествовати. На примјер:

- Посјетите нашу веб страну,
- Пошаљите поруку путем електронске поште,
- Придружите се јавној расправи,
- Провјерите најновији Буџет за грађане,
- Желите сазнати више? Пратите нас на нашим друштвеним мрежама,
- Желите допринијети развоју ХХХ (уписати тему, нпр. промјени буџета) у Броду? Провјерите овај линк (навести жељену акцију, нпр. региструјте се за наредну јавну расправу о буџету заказану).

8. Циљне групе

Континуирана и транспарентна комуникација с циљним јавностима је кључна за разумијевање и перцепцију о успјешности рада локалне управе. Циљне јавности су појединци и групе до којих Општина настоји допријети како би их информисали или укључили у одређене процесе. Циљне групе обухватају све особе које учествују, присуствују, користе и/или би могле користити услуге локалне управе.

Имајући у виду да свака циљна група има различите комуникацијске потребе, оне захтјевају и различит приступ, теме, поруке и комуникацијске методе и средства (на примјер, неке групе желе да науче о одређеним темама онлајн путем, али могу да приступе одређеним информацијама о другим темама само личним контактом, итд.). Како би се одговорило на овај захтјев, Општина треба редовно да спроводи истраживања међу грађанима и другим заинтересованим странама како би процјенила задовољство грађана, њихове преференције и мотивацију. То се може урадити на релативно лаган и повољан начин подјелом онлајн анкета или провођењем анкете мањег обима на догађајима које већ Општина организује.

Како би се код развоја порука и садржаја водило рачуна о комуникацијским потребама различитих циљних група, у **Анексу а** су описани профили типичних корисника одабраних услуга, укључујући профил рањивих група.

У контексту овог плана циљне групе су подјелене на неколико специфичних група:

а. Интерна јавност

- Начелник,
- Предсједник Скупштине општине,
- Одборници/е,
- Одјељења и одсјеци општинске администрације,
- Јавне установе и предузећа чији је оснивач Општина,
- Запослени/е.

б. Екстерна јавност

Примарне циљне групе:

- Грађани који живе на подручју општине:
 - Грађани који остварују своја права,
 - Маргинализоване и рањиве групе,
 - Организације цивилног друштва.
- Приватни сектор:
 - Привредници,
 - Потенцијални инвеститори,
 - Предузетници/е.
- Дијаспора,
- Савјети мјесне заједнице, неформалне групе грађана

Секундарне циљне групе:

- Шира јавност,
- Медији,
- Институције виших нивоа власти на државном и ентитетском нивоу,
- Међународне организације и донатори.

9. Канали комуникације

а. Интерна комуникација

Интерна комуникација представља размјењивање информација и идеја унутар општинске администрације. Она помаже запосленим у општинској управи да приликом обављања њихових задатака разумију визије Општине, као и идентификују и брзо реагују на потенцијалне потешкоће. Унапређење интерне комуникације је кључно како би се креирали услови за ефикаснији рад и позитивну климу за остваривање постављених стратешких циљева Општине.

У интерној комуникацији Општинске управе разликујемо хоризонталну и вертикалну комуникацију. Значајан дио интерне комуникације се одвија кроз састанке руководства, тимова, радних тијела, путем непосредних разговора, интерним дописивањем путем електронске поште, преко огласне табле, телефоном и путем подношења извјештаја.

Како би се осигурао несметан проток информација према службеницима за односе са јавношћу, потребно је да начелници и шефови одјељења и одсјека минимално пет дана прије догађаја, састанка, посјете, и слично доставе информацију: ко, шта, гдје, када, зашто и како, уз доставу кључних чињеница. У случају да се информације требају објавити на веб страни Општине, потребно је доставити сва пратећа документа, заједно са фотографијама.

Интерни канали и алати комуникације које користи Општина су:

ДИРЕКТНА КОМУНИКАЦИЈА

Кабинет начелника

- Начелник одржава редовно састанке са начелницима и шефовима одјељења и одсјека.
- Предсједник Скупштине општине одржава редовну комуникацију са Начелником и одборницима.

Интерни дописи

Интерни дописи су писани документи који садрже информације за све запослене или одређене групе о питањима која се тичу њиховог службеног положаја, радног окружења, задатака, права и обавеза и сл., а појављују се у форми саопштења/обавјештења, захтјева, позива и у другим формалним облицима.

Састанци

Састанци се организују по потреби и омогућавају директну размјену информација између руководства и запослених.

Лични контакт

Лични контакт представља један од видова комуникације који се најчешће користи у свакодневном раду.

Телефонска комуникација

Комуникација путем телефона представља свакодневно и често кориштено средство за комуникацију између запослених.

ОНЛАЈН КОМУНИКАЦИЈА

Електронска пошта

Користи се свакодневно за размјену информација и докумената између запослених. Сви запослени имају службену емаил адресу и дефинисан електронски потпис.

Електронско управљање документима

Докунова је програмско рјешење намјењено за праћење процеса рјешавања, похрањивања и архивирања предмета у складу са важећим законским прописима из области канцеларијског пословања и архивске грађе.

Преглед интерних канала комуникације:

ДИРЕКТНА КОМУНИКАЦИЈА
Кабинет начелника, интерни дописи, састанци, лични контакт, телефонска комуникација,
ОНЛАЈН
Електронска пошта, Докунова

6. Екстерна комуникација

Екстерна комуникација представља однос са екстерним јавностима, грађење имица Општине у широј јавности. Остварује се планираном размјеном информација између различитих структура јавности – грађана, привредника, медија, цивилног друштва, итд. За преношење порука јавности користиће се различити канали комуникације и истицати визуелни идентитет Општине.

Елементи визуелног идентитета су грб и меморандум. Екстерна комуникација се најчешће одвија путем саопштења за јавност, конференција за медије, медијских наступа, састанака, догађаја, веб странице, итд.

Екстерни канали и алати комуникације које користи Општина су:

ДИРЕКТНА КОМУНИКАЦИЈА

○ ПИСМЕНА КОРЕСПОНДЕНЦИЈА

Различити управни акти

Корисити се приликом позивања и обавјештавања свих циљних група.

○ ЛИЧНА КОМУНИКАЦИЈА

Телефонска комуникација

Чест канал комуникације са свим циљним групама. Сви важнији бројеви телефона наведени су на веб страни Општине [Контакт - Општина Брод \(opstina-brod.net\)](http://opstina-brod.net).

Састанци

Састанци представљају канал који омогућава размјену информација са партнерима, грађанима и свим циљним групама како би се остварио обостран интерес те пружи квалитетна услуга.

Шалтер сала

Шалтер сала представља просторију гдје грађани могу путем непосредне комуникације са запосленим службеницима да остваре своја права и да буду услужени.

Директни контакти са начелником

Начелник свакодневно прима упите за термине и посјете од стране свих заинтересованих страна.

Директни контакти са службама

У складу са пословима и задужењима, општинске службе остварују директни контакт са заинтересованим странама у зависности од механизма за непосредно учешће грађана који се користе.

Мјесна заједница

Мјесна заједница је механизам за непосредно учешће грађана у пословима локалне самоуправе путем којих грађани покрећу иницијативе, учествују у јавним расправама, износе своје мишљење, представке и притужбе, те остварују сарадњу са општинском управом, јавним предузећима и удружењима грађана везано за питања од интереса за грађане мјесне заједнице.

Привредни савјет

Привредни савјет је савјетодавно тијело Начелника општине. Задатак Савјета је стална комуникације привреде и локалне управе која има за циљ јачање квалитета пословног амбијента бродске општине. Савјет својим активностима обезбјеђује да сви процеси локалног развоја и питања значајна за локалну заједницу буду разматрана са стручног аспекта, а рјешења креирана у високом степену уз учешће истакнутих представника привреде, искусних стручњака и других релевантних представника локалне заједнице.

Чланове Савјета именује Скупштина општине на период од четири године. Савјет има 17 чланова. Сједнице Савјета одржавају се по потреби, а најмање једном у два мјесеца.

Све информације о раду Привредног савјета, Пословнику и записници са састанака доступни су на веб страни Општине [Привредни савјет - Општина Брод \(opstina-brod.net\)](http://opstina-brod.net)

Савјетодадни одбор грађана (СОГ)

Савјетодадни одбор грађана је савјетодавно тијело и механизам боље комуникације и промовисања већег учешћа грађана у расправама са изабраним званичницима и становништвом о кључним питањима за локалну заједницу. Савјет чине представници физичких и правних лица са пребивалиштем на подручју општине Брод, а бирају се на период од двије године. Савјет као радно тијело:

- Иницира ангажман грађана да у савјетодавној улози учествују у процесима јединице локалне самоуправе, као и да доприноси креирању политика које се односе на области од изузетног значаја за општину Брод,
- Учествује у праћењу провођења кључних функција, као што је реализација буџета, провођење локалних стратегија и акционих планова итд.),
- Заговара реализацију приоритетних пројеката и иницијатива грађана,
- Доприноси унапређењу информисања грађана, како би кључне информације биле доступније, те како би грађанству био олакшан приступ истим,
- Доприноси унапређењу двосмјерне комуникације са привредним сектором, како би се обезбиједила боља срадања.

○ ИНФОРМАТИВИ И ДРУГИ СЕРВИСИ

Огласна табла

Огласна табла је постављена у општинске зграде, У зависности од природе акта службеници ресорних одјељена су у обавези да поставе обавјештења на огласне табле.

Јавни позиви и конкурси

Конкурси и јавни позиви се редовно објављују на веб страни Општине, као и на огласној табли у згради Општине. [Јавни конкурси - Општина Брод \(opstina-brod.net\)](http://opstina-brod.net)

Јавне расправе

Јавне расправе се организују о свим просторно-планским, развојним и буџетским документима и Статуту Општине, али и о осталим актима које у складу са законом Скупштина општине упути на јавну расправу, та за акте за које су потребне консултације са грађанима

Књига утисака и притужби

Налази се у Општине. Књигу притужби једном седмично прегледа одговорно службеник и сачињава записник који се доставља

Анкетирање

У циљу консултовања већег броја грађана о одређеним питањима, проблемима или приоритетима проводи се анкета. Општина проводи редовну годишњу анкету о испитивању задовољства грађана и привредног сектора јавним услугама, те друге анкете по потреби.

О ОНЛАЈН КОМУНИКАЦИЈА

Електронска пошта

Представља брз, повољан и ефикасан начин комуникације. На веб страни Општине наведене су адресе електронске поште начелника Општине и начелника одјељења

Службени гласник Општине

Општина мјесечно издаје службени гласник у којем се оглашавају акта начелника и Скупштине општине. Доступан је свим грађанима на интернет страници у рубрици Службени гласник.

[Службени гласници за 2023. годину - Општина Брод \(opstina-brod.net\)](http://opstina-brod.net)

Скупштински материјали

Сви материјали које одборници разматрају на Скупштини доступни су на увид грађанима на веб страници [Материјали за скупштину - Општина Брод \(opstina-brod.net\)](http://opstina-brod.net)

Веб странице

Све активности општинске управе, Скупштине општине, обавјештења и информације везане за активности локалне управе редовно се објављују на веб страни [Општина Брод - Општина Брод \(opstina-brod.net\)](http://opstina-brod.net). Поред ове, Општина Брод има посебну страну намјењену за промоцију инвестицијских потенцијала општине investinbrod.ba

Видео записи и фотографије

За потребе представљања реализованих активности и постигнутих резултата Општина по потреби ангажује спољашње сараднике како би се снимио видео материјал. 'Показивање', а не 'причање', има снажанији утисак и повећава свијест међу циљним групама. За потребе информисања сваки догађај ће бити забиљежен, а фотографије објављене уз пратећи текст на веб страни и друштвеним мрежама. За фотографисања, снимања и објављивање слика и видео записа малолетних лица биће унапријед тражено одобрење родитеља или старатеља.

Приликом фотографисања или снимања, важно је да ни жене ни мушкарци, као ни маргинализоване групе, не буду издвојени или удаљени. Особе које се фотографишу би требало распоредити тако да композиција фотографије осликава укљученост и разноликост.

О ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ

Велики значај у информисању грађана имају друштвене мреже. Информације везане за рад Начелника општине и Општинске управе, грађани могу пратити и путем Фејсбук налога Општине Брод. Информације се објављују свакодневно. Званични профил Општине на Фејсбуку је [Facebook](https://www.facebook.com/opstina-brod).

О МАТЕРИЈАЛИ

Овлаштени службеници припремају различите врсте информативних, едукативних и промотивних материјала. Материјале израђују надлежна одјељења у складу са годишњим планом. Материјали су доступни у електронској форми и по потреби се штампају. Неки од кључних су: леци, брошуре, водичи, плакати, инфографике, презентације, извјештаји. Већина материјала је доступна у електронској форми на веб страни Општине.

○ ДОГАЂАЈИ

На почетку сваке године, Кабинет начелника у сарадњи са xxxx припремиће Годишњи план комуникацијских активности у склопу којег ће бити уврштен детаљан Календар догађаја наводећи све значајније датуме који ће бити обиљежени и догађаји организовани. Општина ће обиљежити и важне међународне датуме како би промовисала родну равноправност, социјалну инклузију и теме од значаја за локалну заједницу.

○ ОДНОСИ С МЕДИЈИМА

У циљу објективнијег информисања и потпуног преноса тачних информација јавности службеници Општинске управе редовно припремају саопштења за медија. За редовну комуникацију са медијима Општина:

- Припрема и дистрибуира најаве и саопштења за јавност свим електронским, штампаним, и осталим медијима.
- Овлаштена лица дају изјаве и гостују на медијима.
- Континуирано комуницира са представницима медија о темама које доприносе развоју општине (нпр. зашто млади требају остати, како неадекватно одлагање отпада доприноси загађењу животне средине, итд.)

Начелник општине и Предсједник Скупштине општине су овлаштени да дају изјаве за медије, а по овлаштењу Начелника то могу урадити и начелници одјељења.

Преглед екстерних канала комуникације

ДИРЕКТНА КОМУНИКАЦИЈА
ПИСМЕНА КОРЕСПОНДЕНЦИЈА
Разни управни акти
ЛИЧНА КОМУНИКАЦИЈА
Телефонска комуникација, састанци, шалтер сала, инфо пулт, пријем странака, директни контакт са начелником, директни контакт са службама, мјесна заједнице, Привредни савјет, Савјетодавни одбор грађана
ИНФОРМАТИВНИ И ДРУГИ СЕРВИСИ
Огласна табла, конкурси и јавни позиви, јавне расправе, књига утисака и притужби, анкетирање
ОНЛАЈН КОМУНИКАЦИЈА
Електронска пошта, службени гласник, скупштински материјали, веб страна, видео записи, фотографије
ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ
Фејсбук
МАТЕРИЈАЛИ
Лаци, брошуре, водичи, плакати, извјештаји, презентације, видео снимци
ДОГАЂАЈИ
Приједи, манифестације, обиљежавање важних међународних датума
ОДНОСИ С МЕДИЈИМА
Најаве и саопштења за медије, конференције за медије, изјаве за медије, приче, догађаји и састанци

10. Људски ресурси

За реализацију и координацију комуникацијских активности задужени је Кабинет начелника. По потреби ангажују се агенције, дизајнери, видеографи.

11. Буџет

Трошкови реализације комуникацијских активности биће предвиђени годишњим општинским буџетом.

12. Кључни индикатори успјеха

Редовно праћење и евалуација реализације Плана интерне и екстерне комуникације су кључни како би се по потреби прилагодиле поруке, комуникацијски канали, динамика активности, итд. Задужене особе за односе са јавношћу ће на годишњем нивоу пратити реализацију и сугерисати измјене како би се постигли задати циљеви. Праћење обухвата активности надзора и мјерења напретка, уочавање потешкоћа у реализацији и извјештавање о достизању циљева.

Анкете о задовољству грађана и привредника јавним услугама послужиће за евалуацију. Анализа података ће бити разврстана по полу и по могућности по другим социо-демографским карактеристикама.

ИНДИКАТОР	2024.	ЦИЉ 2025	ЦИЉ 2026	ЦИЉ 2027	ЦИЉ 2028
ЕКСТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА					
УЧЕШЋЕ ГРАЂАНА					
Број одржаних јавних расправа					
Број присутних на јавним расправама:					
Мушкараца					
Жена					
Број поднијетих иницијатива од стране грађана					
Мушкараца					
Жена					
Број одржаних састанака у мјесним заједницама					
Број присутних на састанцима у мјесним заједницама					
Мушкараца					
Жена					
Број иницијатива упућених од стране мјесних заједница, Савјетодавног одбора грађана					
ОНЛАЈН					
Број објава на веб страни					
Број посјета веб страни					
Број преузетих материјала					
Формулара					
Летака					
Брошура					
ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ					
Број пратилаца					
Жена					
Мушкараца					
Број објава					
Домент објава					
ДОГАЂАЈИ					

Број догађаја за младе: Број учесника: Мушкараца Жена					
Број догађаја за привреднике: Број учесника: Мушкараца Жена					
Број догађаја за предузетнике: Број учесника: Мушкараца Жена					
Број догађаја за жене: Број учесника:					
Број догађаја за дијаспору: Број учесника: Мушкараца Жена					
Број одржаних сједница Привредног савјета					
Број одржаних сједница Савјетодавног одбора грађана					
МАТЕРИЈАЛИ					
Летак Ажуриране информације					
Водич Ажуриране информације					
Брошура Ажуриране информације					
Видео					
МЕДИЈИ					
Број конференција за медије					
Број објава у медијима Број објава посвећен родној равноправности и социјалној инклузији					
АНКЕТИРАЊЕ					
Број проведених анкета					

Потенцијални индикатори о промјене понашања, а који се могу мјерити анкетом:

ПИТАЊЕ	ТЕМА И ВАЖНОСТ
Размислите о могућности да промијените ствари у својој заједници учешћем у јавним расправама и другим активностима учешћа грађана. Користећи скалу од 1 до 5, гдје је 1 "Нема", а 5 је "Пуно", колики утицај имате?	Ја и ефикасност исхода - увјерења која људи имају о томе колико њихово дјеловање може утицати на различите исходе (попут локалног развоја) кључна су за промовисање грађанског учешћа.
Да ли сте икада учествовали у јавној расправи или било којој другој врсти иницијативе учешће грађана? Од 10 особа у вашој општини, шта мислите колико је њих учествовало у јавним расправама или било којој другој врсти иницијативе?	Емпиријска очекивања и друштвене норме - увјерења која људи имају о ономе што други раде често имају велики утицај на то како се људи одлучују дјеловати. Ако људи вјерују да "нико не ради" нешто, много је мање вјеројатно да ће то учинити сами.
Жељели бисмо Вас питати колико вјерујете различитим скупинама. Можете ли рећи за сваку од наведених ставки вјерујете ли људима из ове групе у потпуности, донекле, не пуно или уопште не? (скала 1 Повјерење у потпуности, 2 Вјерујте донекле, 3 Не вјерујте пуно, 4 Уопште не вјерујте): ○ Општинске установе и организације ○ Запосленим у Општинској управи ○ Људима који живе у овој општини ○ Припадници дијаспоре који су поријеклом из ове општине	Повјерење у институције и друге – ниво повјерења у институције (као што је Општинска управа), у запослене у локалној управи и друге људе кључне су за потицање сарадње с грађанским учешћем и поштивањем закона.

13. Анекси

а. Профили персона

Профили корисника за услугу Издавање грађевинске дозволе

Профил корисника услуге: становник градске средине

Име корисника: Јован

Демографија:

Године: 35

Локација: живи у градској средини

Образовање: SSS

Запослење: запослен

Породични статус: ожењен, 2 дјеце

Навике/Особине:

Рекреативно воли да игра фудбал

Дружење са пријатељима

Воли излете и путовања са породицом

Комуникативан

Технологија:

Користи мобител

Активан је на друштвеним мрежама (ФБ и Инстаграм)

Користи e-mail

Користи компјутер

Циљеви:

Што једноставније и брже добити грађевинску дозволу за изградњу куће.

Фрустрације:

Обилазак више институција и предузећа ради прикупљање потребне документације.

Што мора лично да обилази у институцији ради прикупљања потребне документације.

Вријеме потрошено на добивање дозволе.

Трошкови такси и накнада у поступку.

Трошкови превоза у друге градове ради прибављања документације и пројекта.

Шта га/је чини сретним/ом:

Да на једном мјесту у Општини добије све потребне информације о поступку и потребној документацији.

Умањење накнаде за уређење и ренту.

Профил корисника услуге: РВИ

Име корисника: Горан

Демографија:

Године: 50

Локација: Живи у руралном дијелу

Запослење: запослен

Породични статус: ожењен, 2 дјеце

Прималац мјесечног борачког додатка

Навике/Особине:

Вриједан

Воли да поправља и одржава ствари око куће

Воли да гледа ТВ

Добар домаћин

Циљеви:

Што једноставније и брже да добије грађевинску дозволу за изградњу куће.

Фрустрације:

Отежано разумијевање читавог процеса.

Обилазак више институција и предузећа ради прикупљање потребне документације.

Што мора лично да обилази у институцији ради прикупљања документације.

Вријеме потрошено на добивање дозволе.

Трошкови такси и накнада у поступку.

Трошкови превоза у друге градове ради прибављања документације и пројекта.

Технологија:

Користи мобител
Користи ТВ
Користи ФБ
Користи рачунар

Шта га/ју чини сретним/ом:

Сустретљивост упослених и њихова помоћ
приликом прикупљања потребне
документације.
Што је ослобођен плаћања одређених такси.

б. Екстерне циљне групе и кључне поруке

ЦИЉНА ГРУПА	ШТА ТРЕБАЈУ ДА ЗНАЈУ?	КЉУЧНЕ ПОРУКЕ	КОМУНИКАЦИЈСКИ КАНАЛИ И АЛАТИ
Грађани са подручја општине - Грађани/ке који остварују своја права, - Маргинализоване и рањиве групе, - Млади, - Организације цивилног друштва.	- Гдје могу пронаћи информације о услугама Општине? - Кога могу контактирати за проблем у својој мјесној заједници? - Које активности, пројекте, политике реализује општина? - Како и када се могу укључити у процес јавних расправа? - Како могу поднијети иницијативе? - Гдје могу пријавити случај корупције? - Коју подршку Општина пружа предузетницима?	- Општина пружа квалитетне јавне услуге и све информације су доступне правовремено и на једном мјесту - Све сервисне информације доступне су на општинској веб страни - Скратите вријеме и пошаљите нам упит електронским путем и добићете одговор у року од 48 сати - Сазнајте више о активностима и пројектима које реализује Општина посјетом нашој веб страници - Укључивање грађана, жена, младих, цивилног друштва у процесе доношења одлука је кључно за креирање угодног амбијената за живот и рад - Организацијом различитих догађаја и активности пружа се могућност за богат друштвени и културни живот	- Директна комуникација - Електронски и штампани медији - Материјали - Догађаји - Друштвене мреже
Приватни сектор - Привредници, - Потенцијални инвеститори, - Предузетници/е.	- Гдје пронаћи информације о услугама? - Гдје пронаћи информације о раду Привредног савјета - Које подстицаје за привреднике Општина нуди привредницима?	Општина пружа институционалну подршку привредницима, инвеститорима и предузетницима путем Одјељења за привреду и друштвене дјелатности и Привредног савјета	- Директна комуникација - Материјали - Догађаји - Привредни савјет - Веб страна - Друштвене мреже

ЦИЉНА ГРУПА	ШТА ТРЕБАЈУ ДА ЗНАЈУ?	КЉУЧНЕ ПОРУКЕ	КОМУНИКАЦИЈСКИ КАНАЛИ И АЛАТИ
	- Гдје могу наћи информације о јавним позивима, подстицајима? - Које активности проводи Општина на унапређењу пословног окружења? - Како могу поднијети иницијативе?	- Општина Брод стимулише потицајно пословно окружења и креира услове за нова радна мјеста. - Општина Брод пружа сталну подршку и подстиче улагања - Општина одговорно управља буџетом и континуисано улаже у инфраструктуру како би подржао нова улагања - Општина ставља заштиту животне средине и одрживи развоју као приоритет	
Дијаспора	- Које су надлежности Општине? - Како могу регулисати документа? - Како могу улагати у своју општину? - Које активности могу подржати у својој локалној заједници?	- Све сервисне информације и обрасци доступни су на општинској веб страни - Скратите вријеме пошаљите нам упит електронским путем и добићете одговор у року од 48 сати - Општина пружа квалитетне јавне услуге и све информације су доступне правовремено и на једном мјесту - Општина Брод пружа сталну подршку и подстиче улагања - Општина одговорно управља буџетом и континуисано улаже у инфраструктуру како би се подржала нова улагања	- Директна комуникација - Електронски сервиси - Материјали - Догађаји - Веб страна - Друштвене мреже

ЦИЉНА ГРУПА	ШТА ТРЕБАЈУ ДА ЗНАЈУ?	КЉУЧНЕ ПОРУКЕ	КОМУНИКАЦИЈСКИ КАНАЛИ И АЛАТИ
Савјети мјесне заједнице	• Како се могу рјешити проблем у њиховој локалној заједници? • Како могу укључени у друштвени и јавни живот?	• Општина пружа подршка реализацији кључних пројеката у локалним заједницама • Информисање о пројектима у мјесним заједницама	• Директна комуникација • Догађаји • Веб страна
Медији	• Које активности, пројекте, политике реализује општина? • Које активности проводи општина на унапређењу пословног окружења?	• Општина пласира тачне, непристрасне, благовремене и релевантне информације • Општина одговорно управља буџетом и континуисано улаже у инфраструктуру	• Конференције за медије • Најаве и саопштења за медије • Прес пакети • Приче • Веб страна • Друштвене мреже
Шира јавност	• Које активности, пројекте, политике реализује Општина? • Које активности проводи Општина на унапређењу пословног окружења?	• Општина испуњава све законом дефинисане прописе. • Општина одговорно и домаћински управља својим буџетом • Општина је транспарентна у подјели информација, документа, извјештаја о свом раду • Општина брине о својим грађанима и настоји створити угодан амбијент за живот и рад	• Медији • Веб страна • Догађаји • Друштвене мреже
Институције виших нивоа власти на државном и ентитетском нивоу	• Које активности, пројекте, политике реализује Општина?	• Општина испуњава све законом дефинисане прописе. • Општина одговорно и домаћински управља својим буџетом • Општина је транспарентна у подјели информација, документа, извјештаја о свом раду	• Директна комуникација • Догађаји • Веб страна

План интерне и екстерне комуникације Општине Брод

ЦИЉНА ГРУПА	ШТА ТРЕБАЈУ ДА ЗНАЈУ?	КЉУЧНЕ ПОРУКЕ	КОМУНИКАЦИЈСКИ КАНАЛИ И АЛАТИ
Међународне организације и донатори	• Које активности, пројекте, политике реализује Општина? • Које активности проводи општина на унапређењу пословног окружења?	• Општина испуњава све законом дефинисане прописе. • Општина одговорно и домаћински управља својим буџетом • Општина је транспарентна у подјели информација, документа, извјештаја о свом раду •	• Директна комуникација • Догађаји • Веб страна

в. Календар догађаја

ДАТУМ И ВРИЈЕМЕ	НАЗИВ ДОГАЂАЈА	ВРСТА ДОГАЂАЈА	ЦИЉНА ГРУПА	ЛОКАЦИЈА