



Bosna i Hercegovina  
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE  
HERCEGOVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA  
**OPĆINA ČITLUK**  
**OPĆINSKO VIJEĆE ČITLUK**

Broj: 01-02-113/25  
Čitluk, 31. ožujka 2025. godine

Na temelju članka 27. točka 18. i članka 114. stavak 3. Statuta općine Čitluk ("Službeno glasilo Općinskog vijeća općine Čitluk", broj: 2/08, 6/08 i 3/13), Općinsko vijeće Čitluk na sjednici održanoj dana 31. ožujka 2025. godine *donosi*

**ZAKLJUČAK**  
**o davanju suglasnosti na Strategiju komunikacije Općine Čitluk za razdoblje 2025. - 2030.**

**Članak 1.**

Općinsko vijeće Čitluk daje suglasnost na Strategiju komunikacije Općine Čitluk za razdoblje 2025. - 2030. koju je donio Općinski načelnik, pod brojem: 02-02-1370/25 od 24.03.2025. godine.

**Članak 2.**

Zaključak stupa na snagu danom donošenja i objavit će se u "Službenom glasilu Općinskog vijeća općine Čitluk".



PREDSJEDNIK  
Općinskog vijeća Čitluk

*Lyica Jerkić, dipl. nov.*



Bosna i Hercegovina  
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE  
HERCEGOVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA  
**OPĆINA ČITLUK**  
**- NAČELNIK**

Broj: 02-02-1370/25  
Čitluk, 24. ožujka 2025.godine

# **STRATEGIJA KOMUNICIRANJA OPĆINE ČITLUK 2025. – 2030.**

*Čitluk, ožujak 2025.*

# Sadržaj

1. UVOD	3
1.1. Općina Čitluk u javnosti	3
1.2. Točke razvoja općine	4
1.3. Općinski kapaciteti i lokalni ekonomski razvoj	5
1.3.1. Funkcionalnost i pružanje informacija i usluga iz oblasti LER-a	5
1.3.2. Marketing I promotivne aktivnosti	5
1.3.3. Registracija gospodarskih subjekata	6
1.4. Komunikacijski ciljevi	6
1.5. Komunikacijski kanali	7
1.6. Elementi komunikacijske strategije	7
1.7. Analiza postojećeg stanja u oblasti strateškog komuniciranja	7
2. INTERNA KOMUNIKACIJA	8
2.1. Sastanci internog osoblja	8
2.2. Telefon	8
2.3. DocuNova	8
2.4. Oglasna ploča	8
2.5. Službeno glasilo	9
2.6. Internet	9
2.7. Neformalni sastanci	9
3. EKSTERNA KOMUNIKACIJA	9
3.1. Odnosi sa medijima	9
3.1.1. Press konferencije	9
3.1.2. Intervjui	10
3.2. Web stranica općine	10
3.3. Komunikacija s korisnicima usluga	11
3.3.1. Zborovi građana i javne rasprave, sjednice Općinskoga vijeća i dr.	11
3.3.2. eCitizen	11
3.3.3. Info centar	12
3.3.4. Promotivne publikacije (brošure, leci...)	12
3.3.5. Neformalni susreti s građanima i novinarima	12
3.3.6. "Dani otvorenih vrata"	12
3.3.7. Oglašavanje u promotivne svrhe	13
3.3.8. Zakonom propisano oglašavanje (natječaji, oglasi, javni pozivi, odluke vijeća)	13
3.3.9. Pristup informacijama	13
3.3.10. Zaštita osobnih podataka građana	14
3.4. Odnosi sa strankama/građanima-korisnicima usluga	14
3.4.1. Prijem građana	14
3.4.2. Telefon	14
3.4.3. Centar za pružanje usluga – šalter sala	15
3.4.4. Knjiga pritužbi, obrazac pritužbi	15
3.4.5. Događaji	15
3.4.6. Organiziranje Lokalnih vijeća	16
3.5. Dizajn, vizualni identitet, znak/logo	16
3.6. Institucionalni identitet i brendiranje općine	16
3.7. Turistička zajednica općine Čitluk	17
4. CILJNE GRUPE	17
4.1. Interna ciljna skupina – predstavnici Općinske administracije	17
4.2. Javnost-građani (odrasli i djeca, kao posebna ciljna skupina)	18
4.3. Udruženja i NVO	18
4.4. Jedinice mjesne samouprave	18
4.5. Poduzeća, pravne i fizičke osobe	18
4.6. Strane tvrtke	19
4.7. Vlada, jedinice regionalne i lokalne samouprave, javne ustanove	19
4.8. Predstavnici međunarodne zajednice, ambasade, međunarodne financijske institucije, EU i zemlje donatori	19
5. PLAN I METODOLOGIJA	20
5.1. Faze provedbe strategije komuniciranja	20
5.2. Metodologija provedbe strategije komuniciranja	20
6. PLAN AKTIVNOSTI	21
7. PLAN EVALUACIJE	26
8. ZAKLJUČAK	26
Obrazloženje za izradu Strategije komuniciranja Općine Čitluk	27

## 1. UVOD

Strategije komuniciranja, kao *conditio sine qua non*<sup>1</sup> kada je u pitanju ostvarivanje dvosmjerne komunikacije u bilo kojoj oblasti, pogotovo ako se radi o zadatku kojeg ima svaka lokalna zajednica, razrađuje strategiju informiranja te uspostave dijaloga sa građanima u cilju kreiranja što kvalitetnijeg lokalnog ambijenta s aspekta ugodnog, zdravog i prosperitetnog života u njoj.

Strategije komuniciranja, osim toga, daju odgovore na mnogobrojna pitanja s kojima se susreću lokalne zajednice i administracija u svom svakodnevnom radu, ali i daju smjernice i nude rješenja za ostvarivanje kvalitetne, objektivne, istinite i profesionalne komunikacije s građanima.

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

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

Tako je i Strategija komuniciranja Općine Čitluk nastala kao potreba da se, uz Integriranu strategiju razvoja općine Čitluk 2019.-2027., ponude rješenja za komunikaciju gdje bi građani, kao izravno zainteresirani i kao primarna ciljna skupina, sudjelovali u procesu dijaloga. Svrha općinske administracije je biti prvenstveno servis građanima, a ova Strategija komunikacije pruža građanima “alate” za iznošenje svojih mišljenja i ideja, sve u cilju stvaranja što boljeg ambijenta za život i razvoj u općini Čitluk. U Strategiji komunikacija korišten je metod “odozdo na gore” i dijalog, koji će se uspostaviti s građanima, s tim u vezi, njena je osnovna svrha, motiv i cilj.

### 1.1 Općina Čitluk u javnosti

Općina Čitluk spada u red manjih općina u Federaciji i Bosni i Hercegovini (181 km<sup>2</sup> sa oko 18.140 stanovnika) i ima relativno dinamičan društveno-ekonomski razvoj u razdoblju poslije rata.

Važnu ulogu u tome ima lokalna uprava koja je, po svom ustrojstvu i glavnim ciljevima, u funkciji razvoja općine. O ostvarivanju te uloge i konkretnim aktivnostima lokalne vlasti, građani nisu informirani u onoj mjeri u kojoj se ti rezultati ostvaruju. Slijedom prednjeg, iako nisu vršena egzaktna istraživanja, može se konstatirati da su rezultati rada organa uprave u općini Čitluk bolji u odnosu na sliku koja vlada u javnosti.

Ranija istraživanja su pokazala da je većina građana zadovoljna informiranjem i općinskom upravom u cjelini, no isto se za pojedine dijelove javnosti tek treba egzaktno utvrditi (poslovni sektor, NVO, MZ...). Strategija komuniciranja na dugoročnoj osnovi uspostavlja jedinstven, funkcionalan, dobro prohodan i primjenjiv sustav informiranja i daje odgovor na ključna pitanja odnosa s javnošću općinskih organa uprave.

Glavni ciljevi Komunikacijske strategije su:

- povećati razinu znanja građana o aktivnostima Općine;
- povećati nivo transparentnosti i odgovornosti rada organa uprave;
- odnose s javnošću, adekvatno i funkcionalno uvezati sa svim općinskim službama (izvorima informacija) i medijima preko kojih će se te informacije plasirati građanima;
- osposobiti sve službe Općine da putem službe i osobe zadužene za odnose s javnošću kontinuirano izvještavaju javnost o svojim aktivnostima;
- odnose sa medijima regulirati u skladu sa zakonom i preporukama odgovarajućih organa, pomagati ih i podržavati u nastojanju da blagovremeno i efikasno obavještavaju javnost o radu općinskih organa uprave;
- putem Odjela za lokalno-ekonomski razvoj (LER) ojačati interakciju općinskog organa i privrednog sektora sa ciljem poboljšanja ekonomskog razvoja općine Čitluk;
- primjeniti praktične mjere /pravilnici i uputstva/ u primjeni Zakona o zaštiti osobnih podataka („Sl. glasnik BiH“ broj: 49/06 i 76/11).

<sup>1</sup> Lat. - uvjet bez kojeg se ne može

Strategija komuniciranja Općine Čitluk 2025.-2030. biti će implementirana putem Odjela za LER prema rokovima i raspoloživim sredstvima. Općina predstavlja složen socio-ekonomski sustav. Funkcioniranje tog sustava ovisi od niza čimbenika, a jedan od njih je svakako i komunikacija.

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

Prateći Integriranu strategiju razvoja općine Čitluk 2019.-2027.godine, kroz organizacijske promjene u Službama uprave Općine Čitluk, ovim strateškim dokumentom želi se kroz dijalog i kreativnost svih uključenih subjekata stvoriti što bolji ambijent za život i razvoj u općini Čitluk.

Prijedlozi za unaprijeđenje rada:

S obzirom na zahtjeve koji se postavljaju pred Odjel za LER u oblasti informiranja i odnosa s ciljanim javnostima, veoma je bitno da se na vrijeme planiraju potrebne edukacije za sve zaposlenike Općinske administracije, kako bi se informirali i motivirali u dovoljnoj mjeri za njenu provedbu. Moderno komuniciranje polazi od iskorištavanja svih resursa, zbog čega je educiranje zaposlenika veoma bitan faktor za postizanje konačnog cilja. Također, zaposlenici trebaju biti upoznati i sa svakim ciljem iz Integrirane strategije razvoja općine Čitluk, budući da isti izravno sudjeluju u njegovoj provedbi.

Preporuka:

Za ovu svrhu i na ovom mjestu potrebno je planirati:

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

## ***1.2 Točke razvoja općine***

Strategija komuniciranja općine Čitluk proistječe iz Integrirane strategije razvoja općine Čitluk za razdoblje 2019.-2027.

Strateški ciljevi razvoja općine su:

Strateški cilj 1. Razvijeno i konkurentno gospodarstvo

Strateški cilj 2. Unaprijeđena kvaliteta javnih usluga i povećana socijalna uključenost

Strateški cilj 3. Razvijene komunalne usluge uz očuvan okoliš

U skladu s ovim ciljevima definirana je i vizija općine Čitluk:

Općina Čitluk je dinamična, uređena i razvijena općina s prepoznatljivom turističkom ponudom i razvijenim gospodarstvom, koja pruža mogućnosti kvalitetnog života i rada. Čitluk je mjesto susreta ljudi, kultura i poslovnih mogućnosti.

Vizija općine Čitluk utemeljena je na sljedećim vrijednostima:

- Poduzetna - Općina Čitluk je poduzetna sredina s razvijenom poslovnom infrastrukturom.
- Prepoznatljiva - Općina Čitluk je prepoznatljiva kao hodočasničko mjesto s prepoznatljivim sportskim identitetom i kao vinorodno područje.
- Turističko središte - Općina Čitluk je jedna od najposjećenijih turističkih sredina.
- Mjesto susreta - Općina Čitluk je mjesto susreta različitih kultura, ljudi i nacija iz cijelog svijeta.

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

Općina Čitluk se može svrstati u red lokalnih uprava s dobrim razvojnim kapacitetima, posebno imajući u vidu razvijenu vinsku i vinogradarsku kulturu, Međugorje kao vrlo posjećeno marijansko svetište, razvijeno gospodarstvo itd. U organizacijskom smislu, općinska uprava unaprjeđuje svoj rad na poslovima lokalnog ekonomskog razvoja preko formirane organizacijske jedinice – Odjela za LER koji obavlja ove poslove u formalno definiranom okviru i gdje je važno sustavno jačanje kapaciteta ljudskih resursa za obavljanje ključnih funkcija. Neophodno je da postoji jasan i sistematiziran opis poslova, kao i da se obuka planira sustavno i da ne bude isključivo uvjetovana eksternim čimbenicima, odnosno akterima (onako kako to diktiraju donatori ili institucije viših razina vlasti).

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

Odjel za LER u suradnji s drugim službama treba uspostaviti mehanizam prikupljanja podataka o postojećoj strukturi gospodarstva, zaposlenosti, nezaposlenosti (u postocima, strukturi, po sektorima), te uspostaviti vlastiti mehanizam prikupljanja podataka i izvještavanja o broju postojećih i novootvorenih samostalnih radnji (poduzetnika) i poduzeća, sortiranih po gospodarskim sektorima i strukturi vlasništva. Općinsko rukovodstvo treba koristiti ekonomske podatke prilikom odlučivanja i u komunikaciji s građanima i aktivnostima vezanim za odnose s javnošću.

Općina Čitluk ima osnovne ekonomske podatke i ekonomski profil zajednice, ali ne postoji adekvatna i sveobuhvatna baza podataka. Podaci nisu sistematizirani i ne nalaze se na jednom mjestu, što je od ključnog značaja za adekvatno upravljanje lokalnim ekonomskim razvojem koje treba stalno ažurirati, kako bi se koristili za analizu i planiranje razvoja. Osim toga, sadržaji na web stranici općine trebaju biti orijentirani ka lokalnom ekonomskom razvoju i iz perspektive gospodarskog sektora.

#### **Preporuke:**

Jedan od ključnih zadataka Odjela za LER, kao i drugih službi, mora biti prikupljanje, a gdje je moguće i objedinjavanje, relevantnih i validnih podataka neophodnih za adekvatno upravljanje razvojem. Isto predstavlja jedno od najlakše ostvarivih poboljšanja koje Općina može brzo provesti, kako u predstavljanju svoje zajednice, praćenju efekata svog rada, tako i u upotrebi podataka za donošenje kvalitetnih odluka. Iz kuta gospodarstvenika, pružanje kompletnih informacija neophodno je za buduće odluke u vezi ulaznih troškova, prepoznavanja poslovnih prilika i rizika, kao i nalaženja kooperanata u lokalnim zajednicama. Često se događa da svi gore navedeni podaci postoje, ali se nalaze na nekoliko mjesta, u različitim općinskim odjeljenjima i javnim poduzećima. Sve podatke treba prikupiti na jedno mjesto, što u početku zahtijeva dosta posla, ali kasnije mnogostruko skraćuje vrijeme i utječe na povećanu učinkovitost – upravo ono što investitori žele vidjeti.

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

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

- 1) nedostatak samog "proizvoda" odnosno ponude koju bi općina promovirala i
- 2) nedostatak financijskih i ljudskih resursa da se takve aktivnosti provedu.

#### **Preporuke:**

- izraditi Vodiče za investitore te postaviti ih na vidljiva mjesta na web stranici Općine, jasno odvojene od ostalih informacija;
- vodiče za investitore prevesti na engleski ili više stranih jezika;
- vizualni identitet cjelokupnog promotivnog materijala uskladiti (loš primjer je kada svaka služba pravi svoj dizajn i strukturu, jer to otežava informiranje);
- Općina Čitluk treba imati uvijek spremnu prezentaciju za investitore i trenutno je može organizirati;
- Općina Čitluk treba koristiti svaku priliku da promovira svoju sredinu (preko Turističke zajednice, sajmovi, domaći i strani časopisi, i sl.);
- poželjna je suradnja između općinskog rukovodstva i gospodarstvenika, kao najvećih promotora općine Čitluk;

- Lokalno ekonomsko vijeće za konkurentnost treba poticati dijalog između gospodarstvenika i općine;
- Lokalno ekonomsko vijeće za konkurentnost nije od presudnog značaja za gospodarstvenike, ali nalazi svoje mjesto zato što indirektno govori o stupnju posvećenosti općinskog rukovodstva kako bi svi procesi lokalnog ekonomskog razvoja bili organizirani transparentno uz sudjelovanje predstavnika gospodarstva i ostalih interesnih grupa. Samim tim, može se očekivati kako će se ključne odluke donositi pažljivo i uz puno poštovanje svih činitelja lokalne zajednice.

### 1.3.3. Registracija gospodarskih subjekata

Općina Čitluk osigurava informacije o procedurama i obrascima za registraciju gospodarskih djelatnosti, pravne savjete i informacije o proceduri i troškovima registracije gospodarskih društava, te unutar nadležne službe pruža pomoć u pripremi dokumentacije. Obrasci su javno dostupni na web stranici Općine Čitluk, a isti se mogu preuzeti i unutar šalter sale.

Preporuke:

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

Kada predstavljaju lokacije za gospodarstvenike, bilo da su u pitanju „*greenfield* ili *brownfield* investicije“ (urbano planiranje i investicije u nekretninama), neke općine koriste i skice, fotografije, pa čak i digitalizirane mape, koje slikovito prikazuju ponuđeno zemljište, linije opskrbe, prometnu povezanost, infrastrukturu, poduzeća koja su već locirana, itd. U današnje vrijeme jake konkurencije, ovaj način prezentacije postao je neophodnost. Ako je jedno gospodarsko društvo (ili više njih) posebno zadovoljno uvjetima, suradnjom s Općinom i svojim poslovanjem, to je uvijek najbolja preporuka za Općinu. "Što drugi kažu o nama" može postati sastavni dio općinskih prezentacija.

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

### 1.4 Komunikacijski ciljevi

Komunikacijski ciljevi Općine Čitluk definirani su tako da izravno podrže ostvarenje vizije općine, kao i da doprinesu ostvarenju strateških razvojnih ciljeva općine u budućnosti, a što se ogleda u sljedećem:

- podizanje kvalitete komunikacijskih kapaciteta s ciljnim grupama, a posebno s građanima, gospodarstvenicima, investitorima i višim razinama vlasti,
- poticanje transparentnosti i javnih odgovornosti općine, kroz efikasnije komuniciranje sa strankama/gr građanima te kroz edukaciju građana o procedurama i nadležnostima,
- unaprjeđenje pozicioniranja općine u medijima,
- financijski transparentnije i racionalnije komuniciranje unutar i izvan općine,
- uspostavljanje učinkovitijeg sustava interne komunikacije kako bi se poboljšala suradnja unutar općine,
- unaprjeđenje cjelokupnog ugleda i reputacije općine kroz izgradnju snažnog i prepoznatljivog brenda Općine Čitluk.

Kao što se može vidjeti, ciljevi su jednostavni, kratki, lako razumljivi i obuhvaćaju sve sfere života. Kao takvi, ciljevi Strategije komuniciranja nisu beznačajni, i veoma su pogodni za daljnju komunikaciju. To znači da će ciljevi u daljnjoj komunikaciji biti lako razumljivi, neće ih trebati dodatno pojašnjavati, jednostavno će se distribuirati do ciljnih skupina, a osim toga izbjegao se jezik kojeg ne razumiju svi građani, tehnički i administrativni jezik, koji nema za cilj da pridobije ničiju pozornost, ili potakne ga na

razmišljanje. Upravo to je i zadatak modernog komuniciranja, osigurati da kod definiranja ciljeva strateškog komuniciranja osiguramo sve ove preduvjete za njihovo provođenje.

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

Strategijom komuniciranja Općine Čitluk 2025.-2030. godine postojeće stanje će se unaprijediti kako bi se stvorila još pozitivnija slika o Općini Čitluk, a za to će biti korišteni glavni i posebni ciljevi, čija realizacija vodi ka gore spomenutom.

### **1.5. Komunikacijski kanali**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



## **2. INTERNA KOMUNIKACIJA**

### **2.1 Sastanci zaposlenog osoblja**

#### Analiza stanja:

Načelnik u svojstvu nositelja izvršne vlasti održava sastanke sa svojim pomoćnicima po potrebi kao i s pojedinačnim službama. Sastanci pomoćnika načelnika sa službenicima i namještenicima se održavaju po potrebi, kao i sastanci sindikalne organizacije.

#### Ciljevi koje želimo postići:

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

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

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

### **2.2 Telefon**

#### Analiza stanja:

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

#### Ciljevi koje želimo postići:

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

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

- izraditi pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja

### **2.3 DocuNova**

Program upravljanja dokumentima u elektronskom obliku koji je uveliko poboljšao internu komunikaciju na način da je u svakom trenutku poznato gdje se nalazi predmet, zaduženi djelatnik za obradu i fazu rješavanja.

#### 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.

### **2.4 Oglasna ploča**

#### Analiza stanja:

Na samom ulazu u zgradu Općine postavljena je oglasna ploča. Na oglasnoj ploči se građanima i zaposlenicima pružaju aktualne informacije o radu organa uprave, javni pozivi, oglasi, poticaji i druge informacije.

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

Pravilnik i protokol o oglašavanju na oglasnu ploču ne postoji.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati korištenje

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

- donijeti pravilnik o postupcima i načinu oglašavanja

## **2.5 Službeno glasilo**

### Analiza stanja:

Općinsko vijeće Čitluk je utemeljitelj i izdavač Službenog glasila Općinskog vijeća općine Čitluk koje izlazi prema potrebi (najčešće mjesečno) te se tiska u 100 primjeraka. U istom su sadržani svi akti usvojeni na sjednicama Općinskog vijeća (odluke, rješenja, zaključci itd.) kao i akti usvojeni od strane općinskog načelnika i općinskih službi. Nositelj pripreme i izrade sadržaja i samog glasila je Stručna služba Općinskog vijeća Čitluk u suradnji sa Uredom načelnika - Tajništvo Općine Čitluk. Isti se dostavlja svim službama Općine Čitluk, kao i drugim zainteresiranim subjektima te se objavljuje na službenoj web stranici Općine Čitluk s ciljem omogućavanja dostupnosti svim građanima.

### Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati produkciju i distribuciju
- učiniti službeno glasilo dostupno svim zainteresiranim subjektima

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

- donijeti pravilnik o izgledu, dizajnu i sadržaju službenog glasila te promovirati dostupnost istog putem web stranice [www.citluk.ba](http://www.citluk.ba)

## **2.6 Internet**

### Analiza stanja:

Svi zaposlenici čija radna mjesta zahtijevaju upotrebu interneta imaju za to osigurane tehničke uvjete, stoga se razmjena informacija odvija putem interneta, te svi zaposlenici imaju e-mail adrese koje su izrađene po službama ili poimenice putem domene [citluk.ba](http://citluk.ba), a u ovom segmentu bilo bi poželjno uvesti i dodatne informatičke edukacije za zaposlenike.

### Ciljevi koje želimo postići:

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

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

- kontinuirano informatički educirati zaposlene

## **2.7 Neformalni sastanci**

### Analiza stanja:

Najčešći oblik prijenosa informacija u internoj komunikaciji su upravo neformalni kontakti, koji najviše doprinose širenju neslužbenih i netočnih informacija zbog manjka službenih informacija.

### Ciljevi koje želimo postići:

- smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima.

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

- uvesti redovne sastanke zaposlenih sa ciljem pravovremenog informiranja.

### **3. EKSTERNA KOMUNIKACIJA**

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

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

###### Analiza stanja:

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

Ne postoji pravilnik niti protokol za održavanje press konferencija, ali postoji uobičajeni postupak u skladu sa stručnim nahođenjem i općim pravilima obraćanja javnosti.

Kada su u pitanju uvjeti za održavanje press konferencija, postoji sala za sastanke u kabinetu Općinskog načelnika te sala za sastanke u kabinetu Općinskog vijeća u zgradi Općine koji relativno zadovoljavaju uvjete za održavanje press konferencija. Adekvatna pozadina s logom i natpisom općine je urađena, ali postoji potreba za dodatnom tehničkom opremom za snimanje, ozvučenje, ugrađeno platno za prezentaciju i drugo.

###### Ciljevi koje želimo postići:

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

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

- odrediti mjesto održavanja press konferencija
- tehnički opremiti prostor u kojem će se održavati press konferencije
- donijeti pravilnik o održavanju press konferencija

##### **3.1.2 Intervjui**

###### Analiza stanja:

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

###### Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati način davanja intervjuja

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

- uraditi pravilnik kojim će se definirati koje osobe ispred Općine mogu davati intervjuje

#### **3.2. Web stranica općine**

###### Analiza stanja:

Web stranica Općine Čitluk, dostupna na adresi [www.citluk.ba](http://www.citluk.ba), služi kao službeni portal općinske uprave, pružajući građanima i posjetiteljima informacije o radu općine, aktualnostima i korisnim kontaktima. Službena web stranica Općine Čitluk ima ključnu ulogu u komunikaciji između lokalne uprave i građana te predstavlja značajan projekt u procesu informiranja, tj. komuniciranja s građanima putem koje se isti upoznaju o radu lokalne samouprave i svim drugim događanjima. Web stranica Općine Čitluk nije samo informativna platforma, već i alat za poboljšanje digitalne administracije, transparentnosti i interakcije između Općine i građana.

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 korištenje/broj posjeta
- promovirati povoljno poslovno okruženje
- kompletirati stranicu

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

- promovirati stranicu u cilju povećanja interaktivnosti korisnika
- redovno ažurirati stranicu
- analizirati primjedbe i sugestije upućene od strane građana
- uvesti nove linkove

### **3.3. Komunikacija s korisnicima usluga**

#### **3.3.1. Zborovi građana i javne rasprave, sjednice Općinskog vijeća i dr.**

##### Analiza stanja:

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

Ako odluči da Nacrt odluke ili općeg akta stavi na javnu raspravu, Vijeće zaključkom utvrđuje sljedeće način objavljivanja nacrta, određuje nositelja aktivnosti na organiziranju i vođenju javne rasprave, obujam i razinu javne rasprave, potrebna financijska sredstva i izvore sredstava za provođenje javne rasprave, rok za provođenje javne rasprave, način prikupljanja i obrade mišljenja i prijedloga iz javne rasprave.

Općinsko vijeće Čitluk radi u sjednicama u skladu sa odredbama Poslovnika o radu Općinskog vijeća Čitluk ("Službeno glasilo Općinskog vijeća općine Čitluk", broj: 8/21 - *prečišćeni tekst*). Vijeće održava redovite, tematske, svečane i izvanredne sjednice Vijeća. Redovite sjednice održavaju se najmanje jednom mjesečno, a po potrebi i češće radi raspravljavanja i odlučivanja iz nadležnosti Vijeća. Iznimno, u izvanrednim okolnostima, moguće je održavanje online sjednica Vijeća. Sve sjednice Vijeća su javne, izuzev slučajeva utvrđenih Zakonom, Statutom i Poslovníkom. Kao gosti na sjednici Vijeća mogu nazočiti samo osobe koje su pozvane od strane Predsjednika Vijeća odnosno osobe koje imaju dopuštenje Predsjednika Vijeća. Vijeće može po potrebi održavati i tematske sjednice. Svečana sjednica se održava u povodu dana Općine Čitluk, a može i u čast nekog drugog događaja ili istaknute osobe.

##### Ciljevi koje želimo postići

- povećati posjećenost građana na zborovima građana i javnim raspravama
- informiranost građana o održavanju sjednica Općinskog vijeća kao i o zaključcima nakon završetka iste

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

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

### **3.3.2. eCitizen**

#### Analiza stanja:

Aplikacija eCitizen omogućava građanima lakšu komunikaciju s općinskom upravom i nudi niz funkcionalnosti koje poboljšavaju dostupnost javnih usluga: elektronička prijava problema, push notifikacije, planirani radovi i prekidi usluga, vremenske nepogode i krizna obavještenja, javni dokumenti i odluke, ankete i savjetovanja, pitanja i prijedlozi, dostupnost na mobilnim uređajima. Aplikacija eCitizen omogućava Općini Čitluk da poboljša komunikaciju s građanima, poveća transparentnost i digitalizira usluge, čime se smanjuje birokracija i unapređuje kvaliteta lokalne uprave.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- poboljšana digitalizirana dostupnost javnih usluga, transparentnost i komunikacija

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

- daljnje dorade i unaprjeđenje aplikacije u skladu s tehničkim mogućnostima

### **3.3.3. 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 2009. godine i sastoji se od dva dijela, tj. od Centra za pružanje usluga građanima i od Centra za izdavanje dozvola. Rad Centra reguliran je naputkom 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 zaposlenike o Etičkom kodeksu i načinu komuniciranja sa strankama

### **3.3.4. Promotivne publikacije (brošure, leci...)**

#### Analiza stanja:

Općina izdaje promotivne materijale (letke, plakate, brošure, business mape i slično). Letci informativnog i servisnog karaktera nalaze se u pristupačnim boksovima u šalter sali. Sam način izdavanja nema propisanu posebnu proceduru izdavanja. Nisu propisani standardi niti načini izdavanja promotivnih publikacija i materijala. Nisu doneseni pravilnici i protokoli o pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija, izuzev što su spomenuti kao obaveza u opisu poslova u sistematizaciji radnih mjesta.

#### Ciljevi koje želimo postići

- sistematizirati izdavanje promotivnih publikacija

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

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

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

#### Analiza stanja:

Neformalni susreti sa građanima i novinarima se odvijaju svakodnevno i predstavljaju jedan od najčešćih načina komuniciranja. Uzroci neformalnih sastanaka nisu ispitani.

#### Ciljevi koje želimo postići

-smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima

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

- povećati broj službenih susreta sa građanima i novinarima

### **3.3.6. „Dani otvorenih vrata“**

#### Analiza stanja:

Općina Čitluk do sada nije imala praksu organiziranja manifestacije „Dani otvorenih vrata“.

#### Ciljevi koje želimo postići:

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

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

- utvrditi točan datum manifestacije „Dani otvorenih vrata“ (jedanput godišnje)
- pripremiti protokol manifestacije
- odrediti nositelje aktivnosti

### **3.3.7. Oglašavanje u promotivne svrhe**

#### Analiza stanja:

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

#### Ciljevi koje želimo postići

- sistematizirati oglašavanje u promotivne svrhe
- izraditi službeni suvenir općine Čitluk

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

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

### **3.3.8. Zakonom propisano oglašavanje (natječaji, oglasi, javni pozivi, odluke vijeća)**

#### Analiza stanja:

Općina Čitluk vrši Zakonom propisana oglašavanja i postoje određene osobe koje vrše oglašavanje takve vrste, ovisno od oblasti (javne nabave, radni odnosi, javni oglasi, natječaji...). Odluke vijeća se objavljuju u Službenom glasniku Općine, dok se ostala oglašavanja objavljuju u Službenom glasniku BiH, Službenim novinama Federacije BiH, dnevnim listovima, web stranici općine, oglasnim tablama u gradu i MZ.

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

Oglašavanje se vrši na zakonom propisanim obrascima (oglasni i tenderi...).

#### Ciljevi koje želimo postići

- sistematizirati zakonom propisano oglašavanje

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

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

### **3.3.9. Pristup informacijama**

#### Analiza stanja:

Zakon o slobodi pristupa informacijama FBiH ("Sl.glasnik FBiH", broj 32/2001) u općini Čitluk dosljedno se poštuje. Zahtjevi za informacijama koji stignu e-mailom, telefonom, neposrednim kontaktom ili na neki drugi manje formalan način imaju isti tretman kao i zahtjevi podnešeni putem propisanog obrasca u šalter sali i na njih se odgovara u zakonskom roku. Vodič za pristup informacijama u Općini Čitluk je donesen i potrebno je bolje upoznati građane s istim.

#### Ciljevi koje želimo postići

- upoznati građane s mogućnošću dobivanja potrebnih informacija

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

- revidirati i promovirati Vodič za pristup informacijama

### **3.3.10. Zaštita osobnih podataka građana**

#### Analiza stanja:

U Općini je potrebno doraditi praktičnu primjenu Zakona o zaštiti osobnih podataka.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- zaštititi osobne podatke građana u postupku obrade, prijenosa i pohranjivanja podataka
- visok stupanj znanja iz oblasti zaštite osobnih podataka

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

- uraditi Plan sigurnosti osobnih podataka organa uprave Općine Čitluk
- uraditi pravilnik o provođenju Zakona o zaštiti osobnih podataka
- uraditi obrazac evidencije o zbirkama osobnih podataka
- organizirati edukacije iz oblasti zaštite osobnih podataka

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

### **3.4.1. Prijemi građana**

#### Analiza stanja:

Općinski načelnik svakodnevno prima stranke, uz najavu putem Ureda načelnika kojom se obrazlaže tema prijema i određuje točno vrijeme prijema. U slučaju kada načelnik prima stranke vodi se evidencija o primljenim strankama. U slučajevima kada pomoćnici načelnika primaju stranke ne postoji točna evidencija o broju posjeta, temama razgovora i o rezultatima razgovora.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- sistematizirati komunikaciju putem prijema građana

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

- utvrditi protokol prijema građana
- otvoriti i voditi evidencije posjeta (evidentirati posjetitelja, temu, trajanje)

### **3.4.2. Telefon**

#### Analiza stanja:

Svi zaposlenici imaju mogućnost da preko centrale dobiju izlaz, a pomoćnici Općinskog načelnika i zaposlenici čiji posao zahtijeva izravnu liniju radi učinkovitijeg rješavanja radnih zadataka imaju izravne izlazne linije.

Svi građani imaju pristup organu uprave putem centralne telefonske linije, a svaku službu, odnosno svakog pomoćnika općinskog načelnika, Općinsko vijeće, ured općinskog načelnika, mogu dobiti izravnim kontaktom ili preko lokala, odnosno izravno telefonskom linijom. Evidencija propuštenih poziva na centrali ne postoji.

#### Ciljevi koje želimo postići

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

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

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

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

#### Analiza stanja:

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 učinkovit način. Centar je stavljen u funkciju 2009. godine i sastoji se od dva dijela, tj. od Centra za pružanje usluga građanima i od Centra za izdavanje dozvola. Rad Centra reguliran je naputkom o radu centra.

#### Ciljevi koje želimo postići

- skratiti vrijeme čekanja na usluge te unaprijediti rad info centra

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

- dodatno informirati zaposlenike o Etičkom kodeksu i načinu komuniciranja sa strankama

### **3.4.4. Knjiga pritužbi, obrazac pritužbi**

#### Analiza stanja:

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

### **3.4.5. Događaji**

#### Analiza stanja:

Općina svake godine organizira Dane berbe grožđa, Festival mladih u Međugorju, Didakove dane te brojne druge turističke, kulturne i gospodarstvene manifestacije. Također, 24. svibnja svake godine se obilježava Dan općine Čitluk.



### Ciljevi koje želimo postići

- unaprijediti i sistematizirati organizaciju događaja
- u suradnji s Turističkom zajednicom općine Čitluk raditi na poboljšanju i promociji manifestacija

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

- donijeti pravilnik o načinu organiziranja događaja

### **3.4.6. Organiziranje Lokalnih vijeća**

Ideja Lokalnog ekonomskog vijeća je davanje prilike svima da kreiraju lokalni ekonomski razvoj u smislu participativnog planiranja i povratak ekonomske moći općini. U Lokalnom ekonomskom vijeću (LEV) postoji mogućnost da ljudi iskažu svoje mišljenje, da se kroz razgovor može doći do ideje i određivanja zajedničkog problema, koji je rješiv u doglednom periodu. Ovo vijeće, u vezi s poslovanjem treba dati odgovore, savjete, pomoć i sugestije u slučaju pojave investitora.

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

### Ciljevi koje želimo postići

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

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

- najmanje jedanput godišnje organizirati LEV uz sudjelovanje Odjela za LER, Općinskog vijeća, privatnog i javnog sektora, organizacija civilnog društva...

### **3.5. Dizajn, vizualni identitet, znak/logo**

#### Analiza stanja:

Kada je u pitanju upotreba (korištenje) znaka-grba općine, on se uglavnom upotrebljava na jedinstven način. Dizajn grba, memoranduma, treba uskladiti u skladu sa odabranim vizualnim identitetom općine. Vizualni identitet se koristi u skladu sa trenutnim zahtjevima i pretežno u vidu plakata na nosačima uz prometnice, te koncem kalendarske godine kada se tiskaju kalendari, rokovnici, kemijske olovke i sl.

### Ciljevi koje želimo postići

- postići jedinstvenost i prepoznatljivost grafičkog identiteta općine
- proširiti paletu korištenja vizualnog identiteta općine
- doprinijeti estetskom i vizualnom izgledu općine.

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

- izraditi knjigu grafičkih standarda
- izraditi protokol
- educirati zaposlene o grafičkom dizajniranju i principima korištenja
- uraditi dizajn loga općine na artiklima (rokovnicima, kalendarima, letcima i sl.)
- uraditi displej i reklamne panoe na stubovima gradske rasvjete koji su idealni za marketinške kampanje, institucionalno oglašavanje, informiranje o različitim manifestacijama, sponzorstvima, koncertima, aktualnim kampanjama, otvaranjima novih objekata i prostora....

### **3.6. Institucionalni identitet i brendiranje općine**

Institucionalni identitet znači da će na različitim medijskim lokacijama općina biti jasno prepoznatljiva na osnovu svog vizualnog predstavljanja kojega odlikuje jasna asocijativna veza sa proizvodom/uslugom koji nudi.

Informacija koju šalje mora biti jasna, konkretna i koncizna (*engl. 3C – clear, concrete, concise*). Informacija mora biti osmišljena na dosljedan i dopadljiv način, u skladu sa ustanovljenim grafičkim standardima. **Brend je ime, termin, znak, simbol ili oblik, ili njihova kombinacija, sa namjerom da identificira naše proizvode ili usluge i da ih razlikuje od konkurentskih (proizvoda i usluga).**

Polazište primjene koncepcije brendiranja grada/općine je da ime nekog grada/općine postane marka/brend, a kao rezultat toga stvori psihološke slike u svijesti pripadnika ciljnih grupa (potencijalnih investitora, turista, građana, gospodarstvenika), pomaže svima u ocjeni gradskih/općinskih proizvoda i usluga, olakšava turistima donošenje odluke o posjeti, utječe na donošenje poslovnih odluka, utječe na odluke o selidbi rezidenata i sl.

#### Ciljevi koje želimo postići:

- urađen vizualni identitet općine
- usklađeni grafički standardi vizualnog identiteta općine
- općina Čitluk kao prepoznatljiv brend u okruženju

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

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

### **3.7. Turistička zajednica općine Čitluk**

Turistička zajednica Općine Čitluk osnovana je 2022.godine, temeljem Odluke o osnivanju koju je donijelo Općinsko vijeće Općine Čitluk, u svrhu razvoja, unapređenja i promicanja turizma na području lokalne zajednice, gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost u neposrednoj vezi s turizmom, na način da upravlja destinacijom na razini za koju je osnovana. Turističku zajednicu je važno spomenuti u okviru ove Strategije budući da ona ima značajnu ulogu u eksternoj komunikaciji, prvenstveno putem web stranice <https://tzcitluk.ba/> na kojoj sve domaće i strane fizičke i pravne osobe mogu pronaći najvažnije podatke o Općini turističkog karaktera, ponajprije o Međugorju kao vrlo posjećenom rimokatoličkom hodočasničkom odredištu te vinskoj i vinogradarskoj kulturi Brotnja, koji su dio ranije spominjanog identiteta i imidža Općine Čitluk. Također, Turistička zajednica dvosmjerno komunicira s građanima i putem profila na društvenim mrežama, info maila, uredovnog radnog vremena s građanima i kontakt telefona, a u budućnosti je planirano i daljnje unaprjeđivanje svih oblika komunikacije.

## **4. CILJNE GRUPE**

Radi svrsishodnijeg komuniciranja s njima, podijelit ćemo ih na sljedeće:

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

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

#### Ciljevi:

- dobro informirana i motivirana općinska administracija

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

- upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike općine sa značajem i mjerama koje nalaže Strategija komuniciranja

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

Sa aspekta provedbe ciljeva Strategije komuniciranja, bitno je istaknuti da je sve podređeno objektivnom, istinitom i kontinuiranom informiranju javnosti, s ciljem formiranja javnog mnijenja. Posebnu pažnju trebalo bi obratiti na djecu, kao najsenzibilniji dio javnosti.

##### Ciljevi:

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

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

- tiskati veći broj nakladnih promotivnih i informativnih materijala
- organizirati seminare i educirati ljude o značaju sudjelovanja na javnim raspravama
- uraditi ankete, upitnike...

#### **4.3 Udruženja i NVO**

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

##### Ciljevi:

- NVO uključene u tokove komunikacija općine

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

- nastaviti s dobrom praksom međusobnog informiranja
- godišnje panel diskusije sa predstavnicima NVO-a

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

Obzirom na policentrični razvoj općine, status 26 (dvadeset šest) mjesnih zajednica i kvaliteta života građana u njima se posebno poštuje. Postoje uhodani kanali komunikacije, a sva pitanja bitna u procesima donošenja odluka na razini čitave općine dostupni su ravnopravno i predstavnicima mjesnih zajednica te kroz održavanje javnih rasprava o svim važnim pitanjima. Općina ima određenog zaposlenika koji za sve mjesne zajednice vodi Registar mjesnih zajednica i svakodnevno ostvaruje kontakte sa predsjednikom i zamjenikom predsjednika, a po potrebi i s drugim građanima mjesnih zajednica.

##### Ciljevi:

- informirano stanovništvo u podružnicama i mjesnim zajednicama , ravnopravno u procesima donošenja odluka

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

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

#### **4.5. Poduzeća, pravne i fizičke osobe**

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

##### Ciljevi:

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

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

- nastaviti suradnju s gospodarstvenicima
- tiskati informativne materijale samo za gospodarske subjekte
- dostavljati ih na adresu gospodarskih društava i web stranicu općine
- slati e-mailove
- organizovati redovne informativne sastanke sa gospodarstvenicima
- redovito ažuriranje i unaprjeđenje postojećih registara

#### **4.6. Strane tvrtke**

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

##### Ciljevi:

- privući potencijalne investitore

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

- vršiti promotivne kampanje
- sudjelovati na domaćim i međunarodnim sajmovima
- pripremiti promotivni materijal
- putem međunarodnih organizacija, institucija i međuopćinske (regionalne suradnje), te drugih općina povezati se sa potencijalnim investitorima i donatorima

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

Ovdje je riječ o ustanovama i institucijama u državi, entitetima i županijama, s kojima je potrebno započeti/nastaviti suradnju te istu unaprijediti, kako bi se ispunili ciljevi ove Strategije.

##### Ciljevi:

- postati prepoznatljiva sredina u regionalnom, entitetskom i državnom okviru kao lokalna zajednica koja želi afirmirati svoje resurse

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

- povezati se sa nositeljima najodgovornijih funkcija na svim razinama
- aplicirati na tendere i grantove viših razina vlasti
- biti domaćin određenih poslovnih konferencija i sastanaka šireg značaja

#### **4.8. Predstavnici međunarodne zajednice, ambasade, međunarodne financijske institucije, EU i zemlje donatori**

Pristupni fondovi EU, regionalna suradnja, infrastrukturni projekti koji se financiraju u potpunosti ili dijelom trebaju biti jedan od primarnih fokusa općine.

### Ciljevi:

- postati prepoznatljiva sredina koja prati suvremene tijekove i izazove i samim tim je privlačna za ulaganja

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

- unaprijediti i ojačati suradnju s predstavnicima međunarodnih zajednica, financijskim institucijama, predstavnicima zemalja donatora i sl.
- sudjelovati na konferencijama i sastancima šireg značaja

## 5. PLAN I METODOLOGIJA

### 5.1. Faze provedbe Strategije komuniciranja

Plan provedbe Strategije komuniciranja sadržan je u tri faze.

#### **I faza – priprema:**

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

#### **II faza – provedba:**

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

#### **III faza – završna:**

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

### 5.2. Metodologija provedbe Strategije komuniciranja

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

Na taj način osigurat će se:

- nesmetan protok informacija
- neophodan feedback u formi mišljenja građana
- uspostava i gradnja povjerenja između lokalnih vlasti i svih ostalih zainteresiranih ciljnih grupa
- demokratski proces odlučivanja
- visoku razinu motivacije svih ciljnih grupa
- kreiranje pozitivnog stava u skladu sa ciljevima Strategije

U skladu s prednjim, vrši se i odabir instrumenata, kao i sam plan i proračun neophodan za provedbu Strategije koja je utemeljena na klasičnom modelu kreiranja javnih komunikacijskih strategija. Osnovna karakteristika takvih strategija je, uz odabir adekvatne metodologije koja će osigurati siguran i kontinuiran protok informacija, i to da je riječ o relativno niskobuždetnim i istovremeno veoma intenzivnim komunikacijskim platformama. Istovremeno, društveni značaj njenih ciljeva je takav da će trebati uložiti dodatne napore za njenu provedbu i to kroz profesionalni angažman. Umanjen proračun će se morati nadomjestiti povećanim angažmanom profesionalaca. Isto tako, resursi za adekvatnu provedbu Strategije u dobroj mjeri već postoje. Planirano vrijeme za provedbu ove strategije komunikacije je pet (5) godina. S tim u vezi potrebno je nakon svake godine provedbe Strategije izvršiti valorizaciju njene provedbe, te dati prijedlog za eventualne promjene plana i proračuna.

## 6. PLAN AKTIVNOSTI

Red. broj	Ciljevi	Aktivnosti/projekti	Rok	Nositelj/i	Proračun
1.	- povećati informiranost zaposlenika putem internih sastanaka - unaprijediti i sistematizirati komunikaciju putem sastanaka	- uvesti redovne sastanke pomoćnika načelnika sa zaposlenicima - nabaviti tehničku opremu za snimanje i arhiviranje tonskih zapisa	kontinuirano	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti
2.	- zadržati postojeći način rada - skratiti vrijeme komuniciranja - uvijek biti dostupni	- uraditi pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja	2025.- 2028.	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti
3.	- unaprijediti tehničke kapacitete - unaprijediti razinu upotrebe interneta u poslovne svrhe	- organizirati tečajeve i edukacije za rad na računalima kako bi zaposlenici dobili odgovarajuće certifikate o znanju korištenja računala - dosljednije koristiti softvere za neposrednu komunikaciju	kontinuirano	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka - Odjel za LER	- u okviru postojećih mogućnosti i u skladu s propisanim zakonskim procedurama za nabavu predmetnih usluga
4.	- sistematizirati oglašavanje ovisno o svrsi (javne nabave, javni oglasi, natječaji, javi pozivi i sl.)	- donijeti pravilnik o postupcima i načinu oglašavanja	2025.- 2028.	- Odjel za LER	- u okviru postojećih mogućnosti
6.	- unaprijediti tehničke kapacitete - povećati razinu upotrebe - racionalno koristiti internet	- izvršiti edukaciju zaposlenih	2025.- 2027.	- Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti

7.	- sistematizirati komunikaciju putem prijema građana	- utvrditi protokol prijema građana - otvoriti i voditi evidencije posjeta	2025.- 2027.	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti
8.	- smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima	- uvesti redovne sastanke zaposlenih sa ciljem pravovremenog informiranja	- najmanje jedanput mjesečno	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti
9.	- uvesti u praksu redovitije održavanje press konferencija - sistematizirati način organiziranja konferencija	- odrediti mjesto održavanja press konferencija - tehnički opremiti prostor u kojem će se održavati press konferencije	Najmanje dva puta godišnje	- Općinsko vijeće - Načelnik - Odjel za LER - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
11.	- sistematizirati način davanja intervjua	-uraditi pravilnik kojim će se definirati koje osobe ispred Općine mogu davati intervjue	2027.	- nadležna služba -PR	- u okviru postojećih mogućnosti
12.	- zaštititi osobne podatke građana u postupku obrade, prijenosa i pohranjivanja podataka	-Uraditi Plan sigurnosti osobnih podataka organa uprave općine -Uraditi pravilnik o provođenju Zakona o zaštiti osobnih podataka -Uraditi obrazac evidencije o zbirkama osobnih podataka	2026.	- Šefovi službi - Šefovi odsjeka - Arhiva	- u okviru postojećih mogućnosti
13.	- povećati korištenje/broja posjeta - ostati posebno prepoznatljivi u oblasti općinskih web portala - mogućnost praćenja sadržaja web stranice i na engleskom jeziku	- promovirati stranicu u cilju povećanja interaktivnosti korisnika - pratiti broj posjeta - analizirati primjedbe i sugestije upućene od strane građana - unaprijediti linkove - redovno ažurirati stranicu	2025.- 2027.	- Odjel za LER - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
14.	- povećati posjećenost građana na zborovima građana i javnim raspravama	- provesti anketu među građanima s ciljem ispitivanja uzroka, odnosno razloga neposjećenosti i predložiti mjere - intenzivnije promovirati javne raspave - educirati građane o njihovim pravima, značaju i principima javnih rasprava - uvesti redovno anketiranje građana o svim bitnim pitanjima - postaviti ankete na web stranicu	kontinuirano	- članovi predstavničkog tijela - Načelnik - Odjel za LER - PR - NVO	- u okviru postojećih mogućnosti

15.	- sistematizirati izdavanje promotivnih publikacija	- donijeti naredbu o izdavanju promotivnih materijala i publikacija - donijeti protokol o pisanju, dizajnu i izdavanju publikacija	2028.	- Načelnik	- u okviru postojećih mogućnosti
16.	- smanjiti potrebu za neformalnim kontaktima	- povećati broj službenih susreta s građanima i novinarima	kontinuirano		- u okviru postojećih mogućnosti
17.	- Upoznavanje najšireg kruga građana sa poslovima i aktivnostima zaposlenika, nositeljima izvršne i zakonodavne vlasti - Uspostavljanje prisnijeg odnosa građana sa uposlenicima i nositeljima izvršne i zakonodavne vlasti	- Utvrditi točan datum manifestacije „Dani otvorenih vrata“ (jedanput godišnje) - Pripremiti protokol manifestacije - Odrediti nositelje aktivnosti	2026.	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka - Služba - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
18.	- sistematizirati oglašavanje u promotivne svrhe	- donijeti pravilnik o načinu reklamiranja u promotivne svrhe - voditi evidenciju o urađenim publikacijama - odrediti osobu za provođenje aktivnosti	2026.	- Načelnik - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
19.	- sistematizirati zakonom propisano oglašavanje	- donijeti protokol o postupku i načinu oglašavanja - uspostaviti i voditi evidenciju obavljenih publikacija	2026	- Načelnik - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
20.	- skratiti vrijeme realizacije zahtjeva	- revidirati i promovirati Vodič za pristup informacijama	kontinuirano	- Služba za LER - PR - Službenik za odnose s javnošću	- u okviru postojećih mogućnosti
21.	- uvijek dostupni - skratiti vrijeme komuniciranja - podići kvalitet komuniciranja sa građanima	- prisutnost radnika ili zamjenika tijekom cijelog radnog vremena, bez pauze, na centrali - napraviti pravilnik o kulturi telefonskog komuniciranja - educirati radnika na centrali tehnikama komuniciranja	kontinuirano	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti



23.	- unaprijediti i sistematizirati organizaciju događaja – u suradnji s Turističkom zajednicom općine Čitluk raditi na poboljšanju i promociji manifestacija	- donijeti pravilnik o načinu organiziranja događaja	2027.	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti
24.	- Putem LEV-a (Lokalnog ekonomskog vijeća) sinergijom svih subjekata doći do optimalnih rješenja za razvoj	- najmanje jedanput godišnje organizirati LEV uz sudjelovanje Odjela za lokalni ekonomski razvoj, Općinskog vijeća, privatnog i javnog sektora, organizacija civilnog društva...	kontinuirano	- Predsjednik OV-a - Načelnik - Šefovi službi - Odjel za LER - NVO	- u okviru postojećih mogućnosti
26.	- postići jedinstvenost i prepoznatljivost grafičkog identiteta općine - proširiti paletu korištenja vizualnog identiteta općine - doprinijeti estetskom i vizualnom izgledu općine.	- izraditi knjigu grafičkih standarda - izraditi protokol - educirati zaposlene o suštini grafičkog dizajna i principima korištenja - uraditi totalni dizajn loga općine na artiklima (rokovnicima, kalendarima, letcima i sl.) - uraditi displej i reklamne panoe na stubovima gradske rasvjete koji su idealni za marketinške kampanje, institucionalno oglašavanje, informiranje o različitim manifestacijama, sponzorstvima, koncertima, aktualnim kampanjama, otvaranjima novih objekata i prostora....	2025.-2028.	- Odjel za LER - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
27.	- Urađen vizualni identitet općine - Usklađeni grafički standardi vizualnog identiteta općine - Općina Čitluk kao prepoznatljiv brend u okruženju	- upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike općine sa značajem vizualnog identiteta općine - upoznati ostale subjekte u procesu donošenja odluka o značaju institucionalnog identiteta i brendiranja općine	kontinuirano	- Odjel za LER - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
28.	- dobro informirana i motivirana općinska administracija	- upoznati (u skladu sa njihovim potrebama i zaduženjima) sve zaposlenike Općine sa značajem i mjerama koje nalaže Strategije komunikacija	2025.	- Načelnik - Šefovi službi - Šefovi odsjeka	- u okviru postojećih mogućnosti

29.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- izvršiti istraživanje građana o zadovoljstvu pruženim uslugama (po raznim javnostima i generalno)</li> <li>- povećati razinu znanja o pozitivnim i uspješnim projektima općine</li> <li>- povećati znanje o mogućnostima i beneficijama participacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tiskati veći broj nakladnih promotivnih i informativnih materijala</li> <li>- organizirati seminare i educirati ljude o značaju sudjelovanja na javnim</li> <li>- uraditi ankete, upitnike</li> </ul>	2026.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Odjel za LER</li> <li>- PR</li> </ul>	- u okviru postojećih mogućnosti
30.	- informirane NVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nastaviti sa dobrom praksom međusobnog informiranja</li> <li>- godišnje panel diskusije sa predstavnicima NVO</li> </ul>	kontinuirano/ godišnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Načelnik</li> <li>- Odjel za LER</li> <li>- PR</li> <li>-NVO</li> </ul>	- u okviru postojećih mogućnosti
31.	- informirano stanovništvo u podružnicama i MZ , ravnopravno u procesima donošenja odluka	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nastaviti sa dobrom praksom međusobnog informiranja</li> <li>- pratiti zahtjeve i potrebe stanovništva na mjesnim područjima</li> <li>- utjecati na razvoj društvenog i socijalnog života, kroz promociju ruralnih sredina</li> </ul>	kontinuirano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predsjednik OV-a</li> <li>- Str. službaOV-a</li> <li>- Načelnik</li> <li>- Odjel za LER</li> <li>- PR</li> </ul>	- u okviru postojećih mogućnosti
32.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- širiti partnerski odnos sa biznis sektorom</li> <li>- povećati razinu znanja o pozitivnim i uspješnim projektima općine</li> <li>- povećati znanje o mogućnostima i beneficijama suradnje i poslovanja u općini</li> <li>- povećati broj potencijalnih investitora koji smatraju da je u općini pozitivno okruženje za razvoj biznisa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nastaviti suradnju s gospodarstvenicima</li> <li>- tiskati informativne materijale samo za gospodarske subjekte</li> <li>- dostavljati ih na adresu gospodarskih društava i web stranicu općine</li> <li>- slati e-mailove</li> <li>- organizirati redovne informativne sastanke sa gospodarstvenicima</li> <li>- redovito ažuriranje i unaprjeđenje postojećih registara</li> </ul>	kontinuirano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Načelnik</li> <li>- Odjel za LER</li> <li>- PR</li> </ul>	- u okviru postojećih mogućnosti
33.	- privući potencijalne investitore	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vršiti promotivne kampanje</li> <li>- sudjelovati na domaćim i međunarodnim sajmovima</li> <li>- pripremiti promotivni materijal</li> <li>- putem međunarodnih organizacija, institucija i među općinske (regionalne suradnje), te drugih općina povezati se sa potencijalnim investitorima i donatorima</li> </ul>	kontinuirano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Načelnik</li> <li>- Odjel za LER</li> <li>- PR</li> </ul>	-u okviru postojećih mogućnosti

34.	- postati prepoznatljiva sredina u regionalnim, entitetskim i državnom okviru kao lokalna zajednica koja želi afirmirati svoje resurse	- povezati se sa nositeljima najodgovornijih funkcija na svim razinama - aplicirati na tendere i grantove viših razina vlasti - biti domaćin određenih poslovnih konferencija i sastanaka šireg značaja	kontinuirano	- Svi član.preds. tijela - Načelnik - Odjel za LER -PR	- u okviru postojećih mogućnosti
35.	- postati prepoznatljiva sredina koja prati suvremene tijekove i izazove i samim tim je privlačna za ulaganja	- unaprijediti i ojačati suradnju s predstavnicima međunarodnih zajednica, financijskim institucijama, predstavnicima zemalja donatora i sl. - sudjelovati na konferencijama i sastancima šireg značaja	kontinuirano	- Svi član.preds. tijela - Načelnik - Odjel za LER - PR	- u okviru postojećih mogućnosti
36.	- informatiziran rad Općinskog vijeća - ubrzan rad OV-a - elektronsko slanje radnih materijala	- nabavljeni tableti za rad vijećnika - instalirani mikrofoni i nabavljena jedinica za snimanje	2025.	- OV - Načelnik - Služba za LER	- u okviru postojećih mogućnosti

## 7. PLAN EVALUACIJE

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

<i>Vrsta evaluacije</i>	<i>Obim evaluacije</i>	<i>Implementator</i>	<i>Rok</i>	<i>Stavka u Kom. planu</i>
Godišnje ispitivanje javnog mnijenja (sve ciljne grupe) na reprezentativnom uzorku – eksterno komuniciranje	Reputacija općine, stavovi ljudi, korištenje općinskih komunikacija	Odjel za LER/PR	Jednom godišnje tijekom mjeseca studenog	
Godišnje ispitivanje stavova i potreba korisnika web stranice	Kvaliteta web prezentacije	Odjel za LER/PR	Jednom godišnje tijekom mjeseca studenog	

## 8. ZAKLJUČAK

Strategija komuniciranja spada u red dinamičnih i zahtjevnih strategija te u skladu je sa najnovijim teoretskim i praktičnim pristupom komunikacijskih vještina uopće. Provedbom Strategije komuniciranja omogućit će se provedba njenih ciljeva.

S aspekta faza provedbe Strategije komuniciranja u fazi smo kreiranja i provjere Strategije, a slijede provedba i kontrola. S obzirom na ciljeve koji se imaju dostići, kao i značaj, te složenost tehnika, instrumenata i metodologije (Instrumenti, AIDA, dvosmjernost komuniciranja, *feedback*, kreiranje medijskih sadržaja, valorizacija), ova strategija komuniciranja zahtijeva, prije svega, stručan, intenzivan i predan rad, uz superviziju visokostručnih profesionalaca.

## ➤ **Obrazloženje za izradu Strategije komuniciranja Općine Čitluk**

### • **Pravni temelj:**

Pravni temelj za donošenje ove Strategije sadržan je u članku 39. Zakona o načelima lokalne samouprave u FBiH (Službene novine FBiH, br.: 49/06), Programu rada Općinskog vijeća za 2025. godinu ("Službeno glasilo Općinskog vijeća općine Čitluk", broj: 1/25) i Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu Jedinственог опćинског тјела управе и стручних служби Опćине Читлук ("Službeno glasilo Općinskog vijeća općine Čitluk", br.: 11/24 – *prečišćeni tekst*)

### • **Razlozi za donošenja:**

Na osnovu ukazane potrebe i u skladu sa Pravilnikom o unutarnjem ustrojstvu Jedinственог опćинског тјела управе и стручних служби Опćине Читлук, urađen je nacrt Strategije komuniciranja 2025.- 2030. godina što uključuje:

- Procjenu stanja prakse unutarnje i vanjske komunikacije općinskih tijela;
- Predlaganje mjera i aktivnosti kojima će se unaprijediti sustav i praksa komunikacije unutar općinskih tijela;
- Predlaganje mjera i aktivnosti s ciljem poboljšanja i komunikacije Odjela za LER s poslovnim sektorom, medijima, građanima i njihovim organizacijama i udruženjima;
- Provođenje konzultacija s predstavnicima građana i medija koja će biti temelj za poboljšanje vanjske komunikacije i izradu općinske strategije komuniciranja;
- Izradu Nacrta općinske strategije komuniciranja uz uvažavanje predloženih mjera i sugestija koje proizilaze iz javnih konzultacija i rada Općinskog vijeća.

NAČELNIK  
OPĆINE ČITLUK



**Marin Radišić, dipl.oec.**