

Broj: 01-02-4-00824-3/2022

BOSNA I HERCEGOVINA
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE
FEDERALNA UPRAVA ZA INSPEKCIJSKE POSLOVE
Kabinet direktora



***KOMUNIKACIJSKI PLAN
FEDERALNE UPRAVE ZA INSPEKCIJSKE POSLOVE
ZA 2022. GODINU***

Sarajevo, 28.2.2022. godine

1. UVOD

Javnost, transparentnost i otvorenost državnih institucija i organa državne uprave predstavlja jedno od osnovnih postulata i principa savremenog demokratskog društva. Djelovanje organa uprave u funkciji zaštite javnog i privatnog interesa, odnosno zaštite prava građana zahtijeva efektivnu saradnju s javnošću, s ciljem uspostavljanja konstruktivnih odnosa u pravcu solidarne izgradnje stabilnog društva i sistema vladavine prava.

Inspekcijski nadzor, kao vrsta upravnog nadzora, spada u poslove organa državne uprave u funkciji javnog interesa, ali i solidarnog, zajedničkog interesa građana i društvene zajednice, jer se uređenjem djelatnosti primjene pravnih propisa neposredno utječe na razvoj kulture njihovog poštivanja i podstiče razvoj kolektivne svijesti o društvenom značaju zakonitosti rada i djelovanja.

Najbolje inspekcijske prakse, u skladu sa zahtjevima i standardima EU, podrazumijevaju visok nivo saradnje s predstavnicima društvene zajednice, odnosno s ukupnom javnošću, u smislu da **efikasna komunikacija proizvodi interakciju, interakcija stvara povjerenje, a povjerenje društvenu osnovu za partnerstvo.**

Principi inspekcijskog djelovanja i nadzora moraju biti pravilno, tačno i adekvatno prezentirani i percipirani od strane javnosti, što je efekat za koji je zadužena kvalitetna komunikacijska poruka odnosno informacija, koja stvara pretpostavke za nove vrijednosti u društvenom ambijentu „friendly and bussines oriented“ inspekcije koju javnost odobrava, prihvata i promovira.

Promocija načela otvorenosti i transparentnosti inspekcijskih organa, uz proaktivan pristup javnosti je temelj organizacijske uspješnosti s aspekta građana i subjekata nadzora, s jedne strane, ali i osnov za jačanje vlastite odgovornosti u obavljanju poslova u skladu sa zakonom.

Realna društvena moć proizilazi iz reprezentacije odgovornosti u javnosti i praksi institucionalnog djelovanja. Očekivanja javnosti zapravo odgovaraju stepenu angažmana inspekcijskih organa u pravcu ostvarenja opće pravne sigurnosti i drugih vrhunskih principa vladavine prava, te kao takva zahtijevaju razvoj povjerenja i saradnje.

Strateško planiranje odnosa s javnošću, odnosno ciljni razvoj područja komuniciranja naročito je potreban s aspekta koncipiranja pravilne percepcije inspekcijskih organa i inspektora od strane javnosti. Učinkovito komuniciranje usmjereno je primarno u pravcu izgradnje sistema kvalitetne interne komunikacije, koji je preduvjet zadovoljstva, motivacije i povećanja produktivnosti zaposlenika, a zatim u pravcu eksterne komunikacije koja je njen konstruktivni rezultat. Eksterni plasman adekvatno uspostavljene interne komunikacije kreira vanjski doživljaj organizacijskog uspjeha.

Organizacijski uspjeh i ugled Federalne uprave za inspekcijske poslove počiva na ličnosti inspektora, čija etičnost, integritet i profesionalizam utječe na „dobar glas“ u percepciji javnosti. Eksterni doživljaj dalje zavisi, osim od neposrednog doživljaja u kontaktu s inspektorima, od posredno medijski prezentirane slike odnosno poslani komunikacijske poruke.



2.2. MISIJA I VIZIJA

2.2.1. MISIJA

Pravovremenim i tačnim informiranjem javnosti o ulozi inspeksijskih organa, predmetima inspeksijske kontrole, postupcima i rezultatima inspeksijskih nadzora, redovnom i iznimnom, interventnom, incidentnom i akcidentnom djelovanju Uprave i inspektora, inicirati kreiranje i provođenje konstruktivne i proaktivne komunikacije i time poticati pozitivan subjektivan osjećaj pravne sigurnosti, postaojanja pravne države i vladavine prava u kontrolabilnom društvenom ambijentu.

2.2.2. VIZIJA

Federalna uprava za inspeksijske poslove, na osnovu obostranog povjerenja i razumijevanja, razvojem i unapređenjem interaktivne, odgovorne, profesionalne komunikacije svih zaposlenika u neposrednim kontaktima sa subjektima nadzora i građanima, odnosno u posrednim kontaktima s medijima, ostvaruje partnerstvo inspekcije i zajednice u stvaranju opće kulture poštivanja i razumijevanja propisa, te sprečavanju nezakonitosti u postupcima nadzora nad njihovom primjenom.

2.3. CILJEVI

2.3.1 Osnovni cilj

- Prezentiranjem djelovanja Uprave i inspeksijskih poslova u različitim oblastima-resorima kroz progresivan i sistemski razvoj odgovorne, profesionalne i interaktivne interne i eksterne komunikacije proaktivnog, otvorenog i transparentnog pristupa, izgraditi razumijevanje, povjerenje i saradnju s javnošću, uspostaviti partnerski odnos s društvenim subjektima u kreiranju i učvršćivanju javnog mišljenja, te time definirati i kreirati identitet, ali i unapređivati integritet, imidž i reputaciju Uprave.

2.2.2. Pojedinačni ciljevi

- Razvoj proaktivne i fleksibilne službe za odnose s javnošću Kabineta direktora koja će adekvatno, pravovremeno, tačno, odgovorno i profesionalno informirati javnost o predmetima inspeksijske kontrole, postupcima i rezultatima redovnih i pojačanih inspeksijskih nadzora, redovnom i iznimnom, interventnom, incidentnom i akcidentnom djelovanju Uprave i inspektora.
- Sistemski i ciljani razvoj otvorenosti, dostupnosti i transparentnosti u radu, pravovremenosti, tačnosti, odgovornosti i objektivnosti pri izvještavanju u svrhu stvaranja osnove i pretpostavki za povjerenje građana, subjekata nadzora, i ukupne javnosti u djelovanje i značaj inspeksijskih organa.
- Konstantno i kontinuirano unapređivanje informiranosti svih zaposlenika Uprave o svim relevantnim i ključnim pitanjima vezanim za područje poslova, rada i djelovanja Uprave, razvijanjem internih komunikacijskih alata i unutarinstitucionalne komunikacije.
- Jačanje individualne odgovornosti svih zaposlenika u kvaliteti komuniciranja s javnošću, uz podizanje nivoa svijesti o značaju i utjecaju njihovog postupanja na poštivanje propisa, zakonitost rada i poslovanja u Federaciji BiH.

3.1. ZAKONSKI OKVIR

Odnosi s javnošću Federalne uprave za inspekcijske poslove regulirani su nizom zakonskih propisa. Uz primjenu svih zakonskih i podzakonskih propisa i etičkih kodeksa temeljem kojih inspektorati i druge organizacijske jedinice Uprave obavljaju poslove iz svoje nadležnosti, Kabinet direktora svoju komunikaciju s javnošću bazira na temeljnim pravnim aktima za rad inspekcije, medija i za zaštitu i tajnost ličnih podataka:

Zakon o inspekcijama
Zakon o državnoj službi FBiH
Zakon o slobodi pristupa informacijama
Zakon o zaštiti ličnih podataka
Zakon o zaštiti tajnih podataka
Etički kodeks za državne službenike FBiH
Etički kodeks za inspektore

3.2. TEMELJNE ORGANIZACIJSKE ODREDNICE I PRAVCI KOMUNIKACIJSKOG DJELOVANJA

Uspostavljene unutrašnje organizacijske vrijednosti doprinose promociji i konstituiranju kontinuiranog pravca komunikacijskog djelovanja, koji se zasniva na identifikaciji polaznih pretpostavki, trenutne slike i percepcije javnosti o radu, djelovanju i funkciji Federalne uprave za inspekcijske poslove do kreiranja jasnih postupaka, koraka i komunikacijskih aktivnosti koje dovode do educiranja javnosti o nadležnostima, ulozima, aktivnostima i rezultatima rada FUZIP, te ishodovanja poželjne slike javnosti, promjene postojećih stavova, promocije prezentiranih vrijednosti i učvršćivanja pozicije u javnosti i društvu.

U eksternom komunikacijskom djelovanju (nastupi u javnosti, učešća na seminarima, sastancima, radnim grupama) uposlenici uprave su dužni pridržavati se člana 11 (Ponašanje u javnim nastupima) Etičkog kodeksa za državne službenike (*Službene novine FBiH, broj: 63/2020*):

(1) Državni službenik je dužan da u svim oblicima javnog nastupa i djelovanja u kojima predstavlja državni organ iznosi stavove državnog organa, u skladu sa propisima, ovlaštenjima, stručnim zvanjem i ovim etičkim kodeksom.

(2) U javnim nastupima u kojima ne predstavlja državni organ, službenik ne smije iznositi podatke iz djelokruga rada državnog organa ili poslova svog radnog mjesta, koji bi mogli narušiti ugled državnog organa i povjerenje građana u rad državnog organa.

(3) Prilikom iznošenja ličnih stavova i mišljenja te dugih informacija putem društvenih mreža i drugih medija, državni službenik je dužan paziti na lični ugled i ugled državne službe.

„POSLUJMO U SKLADU SA ZAKONOM, ZAŠTITIMO JAVNI I PRIVATNI INTERES, OSNAŽIMO EKONOMIJU I PRINCIPE VLADAVINE PRAVA“



- Uskladite svoje poslovanje sa zakonima!
- Prijavite neregularnosti u poslovanju privrednih subjekata!
- Tražite fiskalni račun za sve kupljene proizvode i korištene usluge!
- Zaštitimo domaću ekonomiju i prirodna bogatstva!
- Budite naš partner u borbi protiv sive ekonomije!
- Zaustavimo „sivu ekonomiju“ zajedno!

5. KLJUČNE JAVNOSTI

S obzirom na širok dijapazon ovlaštenja FUZIP, koja putem 11 inspektorata i Sektora granične inspekcije ima nadležnosti nad provođenjem više od 800 zakona u oblastima zdravstva, sigurnosti hrane, trgovine, turizma, poljoprivrede, stočarstva, šumarstva, zaštite zdravlja, prirode i okoliša, veterinarstva, rada, radnih odnosa i zaštite na radu, okoliša i urbanizma, rudarstva, elektroenergetike, vodoprivrede, uvoza/izvoza, ključne javnosti se definišu u najširem obimu stanovništva FBiH, te se mogu fragmentirati kako slijedi:

Eksterno:

- građani FBiH u najširem smislu (dominantno iznad 18 godina starosti);
- fizička i pravna lica kao subjekti inspeksijskog nadzora, poslovna zajednica i poslovna/strukovna udruženja;

- saopćenje, obavijest, reagiranje, demanti
- izvještaji o radu (mjesečni, tromjesečni, polugodišnji, godišnji), bilteni
- forumi, rasprave, fokus grupe, radionice za novinare, posjete institucijama
- kampanje, prezentacije, promotivni film, imidž-brošura
- promotivni materijali
- TV emisija, reportaža, specijalni prilog, gostovanje
- Rješavanje po ZOSPI.



7. INTERNA KOMUNIKACIJA

Interna komunikacija je, kao ključni element slike o institucijama i uslugama koje one pružaju javnosti, u krajnjoj funkciji eksterne komunikacije. Svrha interne komunikacije je da pomogne u realizaciji strategija i ciljeva Uprave kroz sudjelovanje i informiranje državnih službenika i drugih zaposlenika. Primjenom raznovrsnih mehanizama horizontalne i vertikalne interne komunikacije, vrši se pozitivan uticaj na sudjelovanje i povezivanje zaposlenika, koje promoviše saradnju; osigurava se interna usklađenost s ciljevima institucije i porukama koje se plasiraju prema vani, te kvalitetni, relevantni savjeti i intervencije na temelju analiza javnosti i doprinosi dobrim rezultatima rada i institucionalnom unapređenju. Jedan od ciljeva interne komunikacije je razvijanje organizacijske kulture, kao i osjećaja pripadnosti i ponosa kod zaposlenika, koji doprinose pozitivnom stavu i promovisanju vrijednosti, ciljeva i dostignuća organizacije prema eksternim javnostima. Isto će se, između ostalog, aktivno provoditi i putem strategije za upravljanjem ljudskim resursima i baze znanja FUZIP.

8. KRIZNO KOMUNICIRANJE

Kriza se definira kao ozbiljan incident koji ugrožava sigurnost ljudi, okoline i proizvoda ili ruši ugled organizacije. U pravilu je neplanirana, vanredna, neželjena i teško kontrolabilna situacija koja dovodi do poremećaja u normalnom funkcioniranju sistema, a izaziva brzo širenje efekata negativnog publiciteta.

- d) Osigurati pretpostavke i procedure za koordiniranu i djelotvornu internu i eksternu komunikaciju, održati atmosferu radne discipline, reda i povjerenja - osigurati adekvatan i usaglašen rad Uprave
- e) Uspostaviti sisteme, linije, puteve i platforme za saradnju i komunikaciju s drugim institucijama, odgovornim i ključnim za prevazilaženje krize
- f) Definirati uzroke, moguće pravce razvoja i posljedice krize zbog identifikacije očekivanja i planskog komuniciranja s polazne tačke interesa javnosti
- g) Postaviti jasne ciljeve i očekivane ishode komuniciranja
- h) Osigurati proaktivnu transparentnost, razmjenu informacija, stalnu dostupnost i kontinuirani "briefing" odgovornih učesnika tokom trajanja krize (usaglasiti internu komunikaciju, te izvršiti podjelu poslova i „uloga“ unutar operativnog kriznog tima unutar organa – CMT - Crisis Management Team)
- i) Uspostaviti pravila komuniciranja i dosljedno poštovati pravila:
- prepoznati zahtjev/očekivanje/interes javnosti
 - pravovremeno i tačno predočiti sve raspoložive informacije,
 - objasniti javnosti efekat poduzetih radnji u momentu krize odnosno nivo utjecaja aktivnosti organa na prevazilaženje krize,
 - obavijestiti javnost o daljem radu i aktivnostima na suzbijanju odnosno prevazilaženju krize,
 - pratiti reakcije javnosti.
- j) Odrediti ciljne javnosti, jasno definirati komunikacijske aktivnosti i komunikacijske taktike i prioritetno ih usmjeriti na kategorije naročito pogođene krizom.
- k) Poslati ključne komunikacijske poruke, djelotvorno provoditi i pratiti komunikacijske aktivnosti, te vršiti evaluaciju učinka kriznog komuniciranja (media monitoring) i modifikaciju postojećeg plana kriznog komuniciranja uvažavajući iskustva i „naučene lekcije“.

A2	SAOPĆENJA ZA JAVNOST	Direktno: mediji Indirektno: ugovorne i društvene javnosti	Kabinet direktora	Mediji i javnost educirani i informirani o aktivnostima i rezultatima rada Uprave; Privredni subjekti i građani podstaknuti na saradnju (usklađivanje poslovanja sa zakonima / prijavljivanje nezakonitosti); Povećana transparentnost i povjerenje građana u rad FUZIP.	Kontinuirano	Nije potrebno
A3	ODGOVORI I REAKCIJE NA UPITE MEDIJA I MEDIJSKE ZAHTJEVE	Direktno: mediji Indirektno: ugovorne i društvene javnosti	Kabinet direktora	Uspostavljena i unaprijeđena efektivna i efikasna saradnja s medijima u cilju prezentiranja svih relevantnih informacija o djelovanju Uprave.	Kontinuirano	Nije potrebno
A4	GOSTOVANJE U TV I RADIJSKIM EMISIJAMA I PROGRAMIMA	Direktno: mediji Indirektno: ugovorne i društvene javnosti	Direktor Kabinet direktora Odabrani rukovodilac OJ	Javnost educirana i informirana o rezultatima rada; Povećan interes, podrška i povjerenje javnosti za rad FUZIP; Prepoznatljiv identitet Uprave; Učvršćen kredibilitet, integritet, imidž i ugled Uprave.	Kontinuirano	Nije potrebno
A5	INTERVJU I PRILOZI U PRINTANIM I WEB MEDIJIMA	Direktno: mediji Indirektno: ugovorne i društvene javnosti	Kabinet direktora	Javnost educirana i informirana o radu Uprave; Povećan interes, podrška i povjerenje javnosti za rad FUZIP; Ojačana saradnja s predstavnicima medija; Prepoznatljiv identitet Uprave; Učvršćen kredibilitet, integritet, imidž i ugled Uprave.	Kontinuirano	Nije potrebno

<u>PROMOTIVNE KAMPANJE</u>						
C						
C1	PRIPREMA I REALIZACIJA PROMOTIVNIH KAMPANJA	Ugovorne i društvene javnosti	Kabinet direktora, IT služba	Javnost informisana, unaprijeđen stepen podrške i učešće javnosti u konkretnim, ciljanim aktivnostima Uprave. Građani potaknuti na prijavljivanje primijećenih nepravilnosti u radu privrednih subjekata.	Po potrebi	<500,00 KM
<u>SLOBODA PRISTUPA INFORMACIJAMA</u>						
D						
D1	AŽURIRANJE VODIČA ZA SLOBODU PRISTUPA INFORMACIJAMA	Opća javnost	Službenik za informisanje	Javnost upoznata s principima i procedurama slobode pristupa informacijama.	Periodično/ po potrebi	Nije potrebno
D2	AŽURIRANJE REGISTRA ZA SLOBODAN PRISTUP INFORMACIJAMA	Opća javnost	Službenik za informisanje	Registar svih zahtjeva i odgovora po zahtjevima ažuran i javno dostupan.	Kontinuirano	Nije potrebno
D3	RJEŠAVANJE PO ZOSP I	Opća javnost	Službenik za informisanje	Uspostavljen visok stepen partnerstva i povjerenja u organ na temelju proaktivne transparentnosti i odgovornosti.	Kontinuirano	Nije potrebno
D4	IZVJEŠTAJI O REALIZACIJI ZAHTEJEVA ZA SLOBODAN PRISTUPA INFORMACIJAMA	Ombudsmeni, Parlament FBiH, opća javnost	Službenik za informisanje	Povećana javnost, odgovornost i transparentnost rada organa; Redovna analiza primjene i provođenja zakona osnov za evaluaciju postojećih zakonskih mehanizama.	Kontinuirano	Nije potrebno
<u>OBUKA UPOSLENIKA</u>						
E						
E1	PERMANENTNA EDUKACIJA I USAVRŠAVANJE	Službenici za odnose s javnošću, rukovodeće osoblje	ADS FBiH	Osaženi interni kapaciteti za upravljanje odnosima s javnošću	Kontinuirano	Nije potrebno