



Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

(KONAČNA VERZIJA)

„BIZimpact - Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice“

Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva

Ulica grada Vukovara 78, 10000 Zagreb, Hrvatska

Telefon: +385 (0)1 610 9773

Faks: +385 (0)1 610 9777

E-mail: bizimpact@mingorp.hr

Website: www.bizimpact.hr



EU CARDS projekt provodi konzorcij pod vodstvom Pohl Consulting & Associates

SADRŽAJ

	Stranica
1. Uvod	3
2. Kampanja za informiranje poslovne zajednice	5
3. Komunikacijska strategija i Akcijski plan	6
4. Rezultati Istraživanja potreba za poslovnim informacijama	6
5. Svrha i ciljevi	8
6. Ciljana javnost	9
7. Informacije za ciljanu javnost	9
8. Aktivnosti u kampanji za informiranje poslovne zajednice	11
9. Proračun i namjena sredstava	13
10. Donošenje, provedba i upravljanje	14
11. Vrednovanje i praćenje	15
12. Zaključak	15

1. Uvod

Pripremajući se za ulazak u Europsku uniju, Republika Hrvatska provodi značajne izmjene zakona i propisa koje će bitno utjecati na hrvatsku poslovnu zajednicu. Te su promjene neophodne kako bi hrvatski poslovni sektor dostigao standarde Europske unije i postao konkurentan na tržištu Europske Unije i na globalnom tržištu.

Stoga ovaj projekt, koji financira Europska unija, ima za cilj unaprijediti poslovnu klimu u Hrvatskoj razvijanjem instrumenata za procjenu učinaka zakonskih promjena na hrvatsku poslovnu zajednicu, te također, poboljšati informiranost poslovne zajednice o tim promjenama.

BIZimpact projekt traje 24 mjeseca i završava 17. rujna 2009.

Projekt obuhvaća zakonske promjene u osam područja značajnih za malo gospodarstvo:

- Zaštita potrošača
- Zaštita okoliša
- Norme za poljoprivredne proizvode
- Norme za industrijske proizvode
- Javna nabava
- Državne potpore
- Zaštita tržišnog natjecanja
- Prava intelektualnog vlasništva.

Glavni nositelj *BIZimpact projekta* je Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (MINGORP). Partneri projekta su Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG), Hrvatska gospodarska komora (HGK), Hrvatska obrtnička komora (HOK) i Hrvatska udruga poslodavaca (HUP).

Kako bi se naglasila međusobna suradnja i potpora aktivnostima projekta *BIZimpact*, pet sudionika projekta u ovoj Strategiji će se zvati partneri *BIZimpact projekta*.

Tri gospodarske udruge (HGK, HOK i HUP) među partnerima projekta imaju županijske/regionalne podružnice koje su također važni suradnici na aktivnostima projekta.

Uz partnere, projekt *BIZimpact* surađuje s brojnim javnim i privatnim organizacijama. Među njima su i institucije koje su dionici projekta ili javne institucije odgovorne i stručne za svako od osam zakonskih područja:

- Zaštita potrošača: Odjel za zaštitu potrošača u MINGORP-u i Državni inspektorat
- Zaštita okoliša: Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva i Hrvatska agencija za okoliš
- Norme za poljoprivredne proizvode: Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja i Hrvatski zavod za norme
- Norme za industrijske proizvode: MINGORP, Hrvatski zavod za norme i Državni inspektorat
- Javna nabava: Uprava za sustav javne nabave u MINGORP-u
- Državne potpore/Zaštita tržišnog natjecanja: MINGORP i Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
- Prava intelektualnog vlasništva: MINGORP, Zavod za intelektualno vlasništvo i Državni inspektorat.

Osim spomenutih organizacija s kojima je projekt *BIZimpact* uspostavio suradnju, na komunikacijskim aktivnostima sudjelovati će i druge institucije i organizacije važne za aktivnosti poboljšavanja pružanja informacija i to:

- Poslovne organizacije i stručna udruženja koje pokrivaju osam navedenih područja ili pružaju informacije malim poduzetnicima
- Jedinice lokalne i područne samouprave kao što su Uredi za gospodarstvo u županijama i gradskim poglavarstvima
- Regionalne razvojne agencije
- Ostali pružatelji poslovnih informacija/usluga na lokalnoj razini, kao što su poduzetnički centri, poduzetničke zone, industrijski parkovi i poduzetnički inkubatori
- Konzultanti, računovođe, odvjetnici i drugi privatni savjetnici.

Projektom su obuhvaćena četiri glavna područja aktivnosti:

- **Aktivnost 1: Obuka u osam zakonodavnih područja**

Zaposlenici partnerskih organizacija i drugih sadržaju projekta odgovarajućih tijela imenovani su za sudjelovanje na seminarima u osam zakonskih područja kako bi stekli znanja i vještine za kvalitetnije obavljanje svog posla u dijelu pružanja informacija malim i srednjim poduzetnicima o promjenama koje se događaju u osam zakonskih područja. U pripremi je sedam minivodiča za svako zakonsko područje (državne potpore i zaštita tržišnog natjecanja objedinjeni su u jedan minivodič). Svrha minivodiča je pružiti malim i srednjim poduzetnicima točnu i lako razumljivu informaciju o izmjenama zakona i propisa te njihovim učincima na poslovanje malih i srednjih poduzetnika.

- **Aktivnost 2: Osmišljavanje i provođenje “obuke instruktora” za procjenu učinaka**

U tijeku su aktivnosti na izradi metodologije procjene učinaka zakona i propisa na poduzetništvo u Hrvatskoj. Izrađuje se priručnik za procjenu učinaka, održavaju se seminari i radionice na temu procjene učinaka. U sljedećem razdoblju aktivnosti će obuhvatiti izradu nekoliko studija slučaja s ciljem vrednovanja učinaka koje predloženi zakoni ili propisi imaju na poslovanje malih i srednjih poduzetnika.

- **Aktivnost 3: Istraživanje potreba za poslovnim informacijama**

Provedeno je Istraživanje potreba za poslovnim informacijama (*B/INS*) te kvalitativno istraživanje. Cilj istraživanja je bio utvrditi trenutačno stanje informiranosti i razinu znanja malih i srednjih poduzetnika o pristupanju EU, kao i , procijeniti njihovu informiranosti o izmjenama zakona i propisa koje nastaju zbog pridruživanja. Zatim, utvrditi potrebe za vrstama i oblicima informiranja i najdjelotvornije komunikacijske kanale za širenje prostora informiranja poduzetnika s naglaskom na jačanje dvosmjerne komunikacije. Pri samom kraju projekta provest će se završno istraživanje koje će mjeriti uspješnost kampanje i utvrditi daljnje zadaće.

- **Aktivnost 4: Prezentacija informacija poslovnoj zajednici**

U projektu će se provesti cijeli niz aktivnosti kako bi se poboljšao protok informacija prema poslovnom sektoru i ispunile potrebe za njegovom informiranosti kako je istraživanje pokazalo, a kojima je cilj potaknuti dijalog javnog i privatnog sektora s poslovnom zajednicom. Operativne zadaće projekta sadrže:

- organiziranje kampanje za informiranje poslovne zajednice
- organiziranje odgovarajućih skupova i drugih oblika okupljanja u svrhu predstavljanja projekta i povećanja njegove vidljivosti, te organiziranje info dana po cijeloj Hrvatskoj radi širenja informacija prema poslovnoj zajednici i medijima, te poticanja dijaloga
- izradu publikacija, CD-a, web stranica, itd. uključujući i odgovore na „Najčešće postavljana pitanja“ (*FAQ*), vodiče za osam zakonodavnih područja, te prijedloge za poboljšanje informacijskih usluga
- obuku službenika zaduženih za informiranje iz svih županija.

2. Kampanja za informiranje poslovne zajednice

U sklopu Aktivnosti 4. *BIZimpact projekta*, u suradnji s partnerima na Projektu organizira se kampanja za informiranje poslovne zajednice. Cilj kampanje je poboljšati znanja i informiranost malih i srednjih poduzetnika o promjenama zakona i propisa u osam navedenih zakonskih područja vezano na prijenos pravne stečevine EU.

Osmišljavanje kampanje za informiranje hrvatske poslovne zajednice započelo je u razdoblju od lipnja do srpnja 2008. godine. Kampanja se temelji na rezultatima Istraživanja potreba za informacijama hrvatske poslovne zajednice i popratnih istraživanja provedenih u razdoblju od veljače do travnja 2008. Pri tome je važno napomenuti da je provedba nekih aktivnosti objedinjenih u kampanju informiranja poslovne zajednice, u praksi već započela. To su konferencije održane u šest regionalnih središta Hrvatske na kojima je predstavljen *BIZimpact projekt* i rezultati Istraživanja potreba za informiranjem, te šest seminara o komunikacijskim vještinama za partnere projekta u istome razdoblju.

Kampanja informiranja hrvatske poslovne zajednice trajati će do završetka *BIZimpact projekta*, odnosno do rujna 2009. U njoj će se smjenjivati razdoblja intenzivnog i manje intenzivnog rada, obzirom na sezonske čimbenike u poslovanju poduzetnika (kao što je primjerice vrijeme godišnjih odmora).

3. Komunikacijska strategija i Akcijski plan

Kampanja za informiranje hrvatske poslovne zajednice temeljit će se na dva dokumenta:

(a) Komunikacijska strategija

Strategija sadrži osnovne podatke o *BIZimpact projektu*, ciljeve, javnost kojoj je namijenjena i opsežno popisane aktivnosti, zadaće i sudionike za provedbu kampanje informiranja hrvatske poslovne zajednice.

(b) Akcijski plan

Namijenjen je provedbi Strategije i sadrži detaljno opisane aktivnosti potrebne za njenu provedbu i ostvarenje strateški zadanih ciljeva. U sadržaju Akcijskog plana je potanko razrađena analiza sadašnjeg stanja informiranosti, potrebna sredstva, poimence navedena javnost kojoj su aktivnosti usmjerene, opis svake aktivnosti, proračun, vremenski plan, raspodjela zadaća i odgovornosti, te preporuke za provedbu nadzora i procjenu aktivnosti u sklopu kampanje.

Oba dokumenta dostavit će se Radnoj Skupini za komunikacije (vidi Poglavlje 10. dolje) na raspravu i odobrenje.

4. Rezultati Istraživanja potreba za poslovnim informacijama

Rezultati Istraživanja potreba za poslovnim informacijama i rezultati kvalitativnog istraživanja objedinjeni su u posebnom izvješću. Rezultati Istraživanja za koji se utvrdi da su važni za izradu informativnog materijala i za izbor odgovarajućih komunikacijskih kanala bit će detaljnije opisani u Akcijskom planu.

Za potrebe ovog strateškog dokumenta, rezultati Istraživanja sažeti su kako slijedi:

- Mali poduzetnici prepoznaju koristi koje će pristupanje Europskoj uniji donijeti hrvatskom gospodarstvu i cijelom društvu – većina poduzetnika smatra da pridruživanje donosi više prednosti nego nedostataka – međutim mnogi poduzetnici sumnjaju u svoju sposobnost natjecanja s tvrtkama iz zemalja članica EU. Najmanje tvrtke (posebice mikro tvrtke i obrti) su ujedno i najviše zabrinute.
- Mali poduzetnici vjeruju da će izmjene zakona i propisa u osam zakonskih područja koji su uvjeti za pristupanje EU koristiti Hrvatskoj – glavnom dobrobiti smatra se jačanje vladavine prava. Međutim, većina malih poduzetnika malo je toga poduzela kako bi se pripremili za pristupanje EU.
- Zakonska područja zaštite okoliša, zaštite tržišnog natjecanja i zaštite potrošača, smatraju se važnim područjima na kojima mora doći do promjena. Međutim, razina znanja malih poduzetnika o zakonskim promjenama u ovim područjima prilično je niska.
- Mali i srednji poduzetnici trebaju više informacija o ovim promjenama – posebice informacija vezanih za njihov sektor poslovanja – koje mogu dobiti kroz sudjelovanje na seminarima, putem publikacija, internetskih stranica i medija. Međutim, vremenski i sredstvima su ograničeni u pronalaženju informacija.
- Informacije moraju biti lako razumljive i pristupačne. Trenutačno ima previše nepotpunih informacija razasutih po različitim izvorima informacija i većina ih je na napisana na teško razumljivom stručnom jeziku. Iako se većina malih poduzetnika služi internetom i elektroničkom poštom, vrlo im je teško pronaći željene informacije na internetskim stranicama.
- Većina postojećih komunikacijskih kanala namijenjenih malim poduzetnicima – kanala kojima se služe partneri projekta i ostali pružatelji poslovnih informacija/usluga – ocijenjena je ocjenama u rasponu od „slabo do umjereno“ korisnima. Slično je ocijenjena razina zadovoljstva poduzetnika kvalitetom dobivenih informacija.
- Najkorisnijim komunikacijskim kanalima poduzetnici smatraju seminare ili obrazovne treninge vezane uz određena zakonska područja i namijenjene posebnim sektorima ili skupinama tvrtki. Na taj način mali poduzetnici imaju priliku postavljati konkretna pitanja vezana uz poslovanje i započeti dijalog o učincima predloženih promjena.
- Mediji, posebno televizija i novine, su općenito glavni izvori informacija o pridruživanju EU i izmjenama zakona i propisa. Međutim, njihovo izvještavanje je najčešće vrlo općenito. Mediji stoga mogu odigrati značajnu ulogu u podizanju razine informiranosti o nadolazećim promjenama, ali je manje vjerojatno da poduzetnicima mogu pružiti konkretnije informacije koje su im prijeko potrebne.

5. Svrha i ciljevi

Svrha Komunikacije strategije temelji se na svrsi *BIZImpact projekta*:

Poboljšavanje informiranost hrvatskih malih i srednjih poduzetnika i obrtnika o izmjenama zakona i propisa neophodnim za pridruživanje Hrvatske Europskoj uniji kako bi bolje razumjeli promjene, kvalitetnije ispunili zahtjeve koji su pred njima i postali konkurentniji na europskom tržištu.

Komunikacijska strategija provoditi će se kroz nekoliko strateških ciljeva:

Strateški cilj 1: Izvori informacija. Poboljšavanje mehanizama kojima se pružaju informacije, dostupnost izvora informacija partnera *BIZImpact projekta* i olakšavanje pristupa malih poduzetnika izvorima informacija, s naglaskom na izmjene zakona i propisa u osam zakonskih područja koja se prenose i prilagođavaju pravnoj stečevini EU

Strateški cilj 2: Širenje informacija. Usavršavanje mehanizama za širenje informacija koje partneri *BIZImpact projekta* koriste za informiranje malih i srednjih poduzetnika, a povezano s promjenama zakona i propisa u osam zakonskih područja, te usmjereno i ciljano slanje najvažnijih informacija poslovnim subjektima po djelatnostima i sektorima poslovanja

Strateški cilj 3: Mediji. Jačanje interesa hrvatskih medija na državnoj i regionalnoj razini za razumijevanje i izvještavanju o promjenama zakona i propisa u osam zakonskih područja, kao i važnosti tih promjena za poslovanje malih poduzetnika

Strateški cilj 4: Interna komunikacija. Poboljšavanje komunikacije unutar i između pet partnerskih organizacija, njihovih središnjica i županijskih/regionalnih tijela i institucija, te između partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzećima

Strateški cilj 5: Suradnja s ostalim pružateljima informacija. Jačanje suradnje kod pružanja informacija malim poduzećima među partnerima te između partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzetnicima na državnoj, županijskoj/regionalnoj i lokalnoj razini

Strateški cilj 6: Seminari o komunikacijskim vještinama. Unapređivanje komunikacijskih vještina i sposobnosti partnerskih organizacija i ostalih pružatelja koji daju poslovne informacije malim poduzetnicima

Strateški cilj 7: Regionalno pokusno uvođenje. Pokusno uvođenje informativnih aktivnosti kao primjera dobre prakse u odabrane županije/regije u suradnji sa županijskim/regionalnim tijelima i institucijama partnerskih organizacija i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzetnicima na županijskoj/regionalnoj i lokalnoj razini.

Za pobrojane strateške ciljeve u sklopu kampanje u Poglavlju 8 utvrđene su aktivnosti, te će se detaljnije obrazložiti u Akcijskom planu.

6. Ciljana javnost

Kampanje za informiranje poslovne zajednice usmjerena je sljedećoj javnosti:

(a) Interna javnost

Obuhvaća službenike partnerskih organizacija na državnoj i na županijskoj/regionalnoj razini (posebno one koji se bave pružanjem informacija malim poduzetnicima i medijima), službenike javnih institucija zaduženih za osam zakonskih područja i službenike tvrtki koje pružaju informacije/usluge malim poduzetnicima.

(b) Stručna javnost

Obuhvaća predlagatelje javnih politika (eng. *policy-makers*), skupine koje oblikuju javno mnijenje (eng. *opinion-formers*) i posrednike u komunikaciji s malim poduzetnicima na državnoj, županijskoj/regionalnoj i lokalnoj razini, kao što su institucije Vlade RH, Sabora, regionalne i lokalne samouprave, regionalne razvojne agencije, poslovni centri i poduzetničke zone, mediji, strukovne udruge, nevladine organizacije povezane s osam zakonskih područja i ostali gospodarski subjekti koji imaju interes u osam zakonskih područja ili pružaju savjete poduzetnicima.

(c) Mali i srednji poduzetnici i obrti

Obuhvaća sve aktivne male poduzetnike u Hrvatskoj, odnosno male i srednje poduzetnike i obrtnike. Po potrebi se male i srednje tvrtke i obrti raščlanjuju po sektorima, veličini gospodarskih subjekata i regijama kako bi se omogućilo lakše i djelotvornije informiranje i pružanje konkretnih informacija ciljanim skupinama.

Analiza ciljane javnosti i njezine potrebe za informacijama, te konkretne aktivnosti namijenjene određenoj javnosti predmet su Akcijskog plana.

7. Informacije za ciljanu javnost

Potrebe za informacijama različite su u navedenoj ciljanoj javnosti, te će se za svako od osam zakonskih područja oblikovati različite informacije. Strategija stoga ne utvrđuje „ključne poruke“ pogodne za pobrojane ciljane javnosti i za svih osam zakonskih područja, već se usmjerava na širi kontekst kako slijedi:

(a) Interna javnost

Prioritet je podići razinu saznanja interne javnosti o ključnim informacijama potrebnim malim poduzetnicima (vidi (c) niže) i o najboljim izvorima informacija za svako od osam zakonskih područja. Kako bi se ovaj zahtjev ispunio, potrebno je osigurati intenzivnije umrežavanje i razmjenu informacija unutar i između organizacija.

Također je potrebno podignuti razinu saznanja o ograničenjima s kojima se suočavaju mali poduzetnici, o najdjelotvornijim komunikacijskim kanalima kojima se najlakše može doprijeti do poduzetnika, te o važnosti pružanja odgovarajućih informacija po djelatnostima poslovanja ili skupinama poduzetnika.

(b) Stručna javnost

Prioritet za predlagatelje javnih politika (eng. *policy-makers*) je podići njihovu razinu saznanja o potrebama malih poduzetnika i važnosti poboljšanja informiranja kako bi se promjene zakona i propisa mogle učinkovito provesti. U to je nužno uključiti i podizanje razine znanja o važnosti procjene učinaka i značaju razvijanja dijaloga/savjetovanja prije prihvatanja novih zakona i propisa.

Potrebno je promijeniti poimanja i percepcije posrednika u komunikaciji - kao što su npr. mediji i stručna udruženja - kao i interne javnosti, o potrebama malih poduzetnika za ključnim informacijama i najboljim izvorima tih informacija za svako od osam područja.

(c) Mali i srednji poduzetnici i obrtnici

Sastavit će se popis informacija namijenjenih malim i srednjim poduzetnicima i obrtnicima (a po potrebi namijenjenih i posebnim podskupinama ili sektorima) svojstvenih malom gospodarstvu za osam zakonskih područja. Informacije će se nadovezati na one koje su obuhvaćene minivodičima i na ostale informacije koje se prikupe od partnera i stručnih institucija. Teme u širem smislu za svako od osam zakonskih područja su sljedeće:

- Koje izmjene zakona i propisa utječu na male poduzetnike; objašnjenja trebaju biti sažeta i lako razumljiva
- Što mali poduzetnici trebaju poduzeti kako bi uskladili svoje poslovanje s ovim promjenama i proveli ih u praksi
- Dodatni izvori informacija, savjeti i podrška (uključujući i, gdje je to prikladno, financijsku potporu) o promjenama
- Primjeri dobre prakse (malih poduzeća u Hrvatskoj i, ako je prikladno, u novim zemljama članicama EU) u provedbi tih promjena
- Redovno ažuriranje podataka kako bi se osiguralo da svi izvori informacija prate promjene.

8. Aktivnosti u kampanji za informiranje poslovne zajednice

Provedba aktivnosti planira se u svrhu postizanja svakog od predloženih ciljeva:

Strateški cilj 1: Izvori informacija. Poboljšavanje mehanizama kojima se pružaju informacije, dostupnost izvora informacija partnera *BIZimpact projekta* i olakšavanje pristupa malih poduzetnika izvorima informacija, s naglaskom na izmjene zakona i propisa u osam zakonskih područja koja se prenose i prilagođavaju pravnoj stečevini EU

- 1.1 Izdavanje minivodiča koji će sadržavati ključne informacije o osam zakonskih područja namijenjene malim poduzetnicima, sadržaja koji je pisan lako razumljivim jezikom, u tiskanom i elektroničkom obliku.
- 1.2 Revidiranje i poboljšavanje informacija na internetskim stranicama partnerskih organizacija, poticanje razmjene i ustupanja informacija i davanje uputa gdje se informacije mogu pronaći te popis linkova na izvore informacija koji sadrže konkretne i detaljne informacije.
- 1.3 Revidiranje i poboljšavanje publikacija (tiskanih, CD-ROM-ova itd) koji se bave s osam područja i publikacija koje nude opće informacije koje izdaju partneri u projektu.
- 1.4 Revidiranje i poboljšavanje sustava partnerskih organizacija za obradu zahtjeva za informacijama malih poduzetnika.

Strateški cilj 2: Širenje informacija. Usavršavanje mehanizama za širenje informacija koje partneri *BIZimpact projekta* koriste za informiranje malih i srednjih poduzetnika, a povezano s promjenama zakona i propisa u osam zakonskih područja, razvoj javno-privatnog dijaloga o tim promjenama te usmjereno i ciljano slanje najvažnijih informacija poslovnim subjektima po djelatnostima i sektorima poslovanja

- 2.1 Distribucija minivodiča i ostalih relevantnih materijala u tiskanom i elektroničkom obliku svim partnerima, ostalim pružateljima poslovnih informacija/usluga te posredstvom partnera izravno malim poduzetnicima.
- 2.2 Organiziranje najmanje deset događanja na državnoj ili županijskoj/regionalnoj razini kako bi se prezentirali minivodiči i raspravljalo o njima, kao i drugim važnim pitanjima protoka informacija s partnerskim organizacijama, pružateljima poslovnih informacija i zajednicom malih poduzetnika.
- 2.3 Podrška razvijanju javno-privatnog dijaloga u suradnji s partnerskim organizacijama između javnih institucija i zajednice malih poduzetnika o predloženim promjenama zakona i propisa u osam područja.

Strateški cilj 3: Mediji. Jačanje interesa hrvatskih medija na državnoj i regionalnoj razini za razumijevanje i izvještavanje o promjenama zakona i propisa u osam zakonskih područja, kao i važnosti tih promjena za poslovanje malih poduzetnika

- 3.1 Pripremanje materijala za informiranje novinara o ključnim temama koje trebaju znati vezano uz svako od osam zakonskih područja i s njima povezanim pitanjima.

- 3.2. Organiziranje ciljanih seminara za novinare specijalizirane za određena područja kako bi ih se informiralo o svakom od osam zakonskih područja i s njima povezanim pitanjima u suradnji s partnerima i ostalim relevantnim tijelima.
- 3.3. Organiziranje posjeta hrvatskih novinara zemljama članicama EU da na licu mjesta vide kako se provode promjene; i/ili angažiranje stručnjaka/tvrtki iz zemalja članica EU za informiranje/dijeljenje znanja i iskustva s hrvatskim novinarima.
- 3.4. Pozivanje medija na javna događanja, organiziranje konferencija za novinare, intervju a i objavljivanje priopćenja za javnost kad se ocijeni prikladnim.

Strateški cilj 4: Interna komunikacija. Poboljšavanje komunikacije unutar i između pet partnerskih organizacija, njihovih središnjica i županijskih/regionalnih tijela i institucija, te između partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzećima

- 4.1. Preispitivanje i poboljšavanje mehanizama interne komunikacije i procesa kojima se partneri služe pri planiranju, što uključuju i njihove regionalne/županijske organizacije.
- 4.2. Preispitivanje i poboljšavanje komunikacije između partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija/usluga, uključujući uspostavljanje stalnih kanala za razmjenu informacija.
- 4.3. Razvijanje i održavanje internetske stranice *BIZimpact* projekta kao pomoćnog sredstva za pružanje informacija o svim aktivnostima u sklopu kampanje i s linkovima prema svim relevantnim partnerima i izvorima informacija.

Strateški cilj 5: Suradnja s ostalim pružateljima informacija. Jačanje suradnje kod pružanja informacija malim poduzećima među partnerima te između partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzetnicima na državnoj, županijskoj/regionalnoj i lokalnoj razini

- 5.1. Pozivanje i uključivanje relevantnih stručnih institucija, stručnih udruženja i ostalih poslovnih organizacija na nacionalnoj i županijskoj/regionalnoj razini da po potrebi sudjeluju u aktivnostima *BIZimpact* projekta vezano uz kampanju, posebno na javnim događanjima i seminarima.
- 5.2. Poboljšavanje razmjene informacija putem internetskih stranica (linkovi, zajednički info materijali, preuzimanje minivodiča itd.) i drugih komunikacijskih kanala (novina, časopisa, elektroničkih časopisa itd.) između partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija.

Strateški cilj 6: Seminari o komunikacijskim vještinama. Unapređivanje komunikacijskih vještina i sposobnosti partnerskih organizacija i ostalih pružatelja koji daju poslovne informacije malim poduzetnicima

- 6.1. Organiziranje dodatnih seminara o komunikacijskim i srodnim vještinama za vođenje javnih upita te poboljšanje interne i eksterne komunikacije za partnere i ostale pružatelje informacija poduzetnicima na državnoj i regionalnoj/županijskoj razini, uključujući ciljane seminare namijenjene rukovodećem kadru te dionicima u osam zakonskih područja.
- 6.2. Pružanje savjeta partnerima o učinkovitom korištenju komunikacijskih sposobnosti i informacijskih kanala.

Strateški zadatak 7: Regionalno pokusno uvođenje .Pokusno uvođenje informativnih aktivnosti kao primjera dobre prakse u odabrane županije/regije u suradnji sa županijskim/regionalnim tijelima i institucijama partnerskih organizacija i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzetnicima na županijskoj/regionalnoj i lokalnoj razini

- 7.1. Odabir županija/regija i poduzetničkih sektora te određivanje važnih promjena iz osam zakonskih područja koje posebno utječu na određeni sektor/regiju za pokusno uvođenje informacijskih aktivnosti kao primjera dobre prakse.
- 7.2. Osnivanje lokalnih radnih skupina sastavljenih od predstavnika partnera i ostalih pružatelja poslovnih informacija/usluga koje će pripremati i provoditi pokusne aktivnosti uz podršku tima *BIZImpact* projekta.
- 7.3. Vođenje stručnih seminara i seminara o komunikacijskim vještinama na lokalnoj razini, izdavanje publikacija i vođenje ostalih aktivnosti s ciljem publiciteta (mediji itd.) gdje je prikladno.
- 7.4 Izvještavanje i razmjena iskustava s ciljem poticanja slične vrste suradnje i sličnih aktivnosti u ostalim županijama/regijama.

9. Proračun i namjena sredstava

Glavnina sredstava potrebnih za kampanju informiranja poslovne javnosti je osigurana. Svi partneri imaju, svaki za sebe, uspostavljen tijekom komunikacijskih aktivnosti, te zadužene zaposlenike za pružanje informacija malim poduzetnicima povezanih uz promjene zakona i propisa u osam zakonskih područja. Na komunikacijske aktivnosti partnera nadopunjuju se one stručnih institucija, pružatelja poslovnih informacija/usluga na županijskoj/regionalnoj i lokalnoj razini te posrednika u komunikaciji, kao što su mediji i stručna udruženja.

Pregled komunikacijskih sredstava i aktivnosti partnera *BIZImpact projekta* i ostalih pružatelja poslovnih informacija malim poduzetnicima sastavni su dio Akcijskog plana.

Istraživanje potreba za poslovnim informacijama je, između ostalog, ocjenjivalo korisnost i učinkovitost različitih izvora informiranja i komunikacijskih kanala kojima se služe partnerske organizacije i ostali. Rezultati Istraživanja poslužit će za određivanje najprikladnijih aktivnosti za informiranje i uspostavljanje informacijskih veza s malim poduzetnicima.

Budući da je broj organizacija uključenih u pružanje informacija malim poduzetnicima, njima pripadajućih komunikacijskih kanala i aktivnosti jako velik, prioritet će se dati koordinaciji aktivnosti i racionalizaciji izvora informiranja, a ne njihovom daljnjem razvoju i širenju.

U odnosu na proračunska sredstva *BIZImpact projekt* je ograničen u smislu ljudskih potencijala (zaposlenici u Projektu i kratkoročno zaposleni stručnjaci), kao i u iznosu financijskih sredstava (u proračunu za nepredviđene izdatke) kojima bi se mogle sufinancirati aktivnosti organizacija, partnera i drugih ukoliko se ukaže potreba. Sredstva će se koristiti za pokriće nepredviđenih izdataka na poboljšanju komunikacijske djelatnosti, posebice zajedničke djelatnosti, u odgovarajućim situacijama.

Prijedlog za dodjelu sredstava iz *BIZImpact projekta* sastavni je dio Akcijskog plana.

10. Donošenje, provedba i upravljanje

Strategija komunikacije utvrdila je glavne strateške ciljeve i širinu aktivnosti u kampanji za podizanje razine informiranosti. Podnosi se na razmatranje i odobrenje Radnoj Skupini za komunikaciju, koja je za tu svrhu osnovana (kao što je navedeno u Izvještaju o početku BIZimpact projekta) i u koju su imenovani predstavnici svih partnera Projekta.

Po odobrenju Strategije komunikacije, tim BIZimpact projekta (koji uključuje i stručnjake kratkoročno zaposlene za ovu svrhu) obaviti će pripreme i izraditi podroban Akcijski plan koji će biti podnesen na raspravu i odobrenje Radnoj skupini za komunikaciju.

Provedba kampanje za podizanje razine informiranosti koja se na taj način dogovori biti će zajednička odgovornost BIZimpact projekta i organizacija partnera. Radna Skupina za komunikaciju će nastaviti sa sastancima prema potrebi za cijelo vrijeme trajanja kampanje kako bi pružila podršku provedbi strategije, savetovala prilagodbu provedbenih aktivnosti i odobrila promjene u Akcijskom planu sukladno informacijama o stanju provedbe .

Predloženo je da Radna Skupina za komunikaciju, ili slično tijelo, nastavi funkcionirati i nakon završetka BIZimpact projekta, kako bi se održala suradnja među organizacijama partnerima na zadacima davanja informacija poslovnoj zajednici.

11. Vrednovanje i praćenje

Akcijски plan sadržavati će pokazatelje za praćenje i procjenu u svrhu mjerenja učinkovitosti komunikacijskih djelatnosti. Pokazatelji su podijeljeni na izlazne pokazatelje (broj događanja, publikacija, obrađeni upiti itd) i pokazatelje utjecaja (promjene u razini svijesti, zadovoljstvo klijenata, medijsku pokrivenost itd). Uz njihovu uredovnu analizu, pokazatelji će se koristiti i kao podloga za izmjene i dopune Akcijskog plana prema potrebi.

Po završetku kampanje za podizanje razine informiranosti, provest će se daljnja istraživanja (uključiv i „Izlazno BINS“ istraživanje), kako bi se ocijenili učinci i učinkovitost kampanje, te pripremila podloga za pripremu i izradu preporuka na uvođenju stalnog programa komunikacije s poslovnom zajednicom.

12. Zaključak

Prijedlozi izneseni u ovoj Strategiji komunikacije ovise o dobroj suradnji BIZImpact projekta, organizacija partnera i drugih davatelja informacija/usluga malim poduzećima. Ukoliko se to postigne, ostvariti će se ciljevi poboljšanja informiranosti hrvatske poslovne zajednice u svezi promjena zakona i propisa na osam područja koja pokriva Projekt.

Kad Strategiju komunikacije odobre organizacije partneri BIZImpact projekta, putem svojih predstavnika u Radnoj skupini za komunikaciju, izraditi će se detaljan plan za provedbu strategije i ostvarenje zacrtanih ciljeva.

Strategija je, međutim, samo početak procesa koji će se morati nastaviti po okončanju BIZImpact projekta. Dobivena saznanja i poboljšana suradnja razvijena kroz Projekt mora se nastaviti i proširiti na druga područja na kojima se planiraju značajne zakonodavne i regulatorne promjene, te u njih uključiti druge organizacije na koje te promjene utječu.

Od suštinskog je značaja za konkurenciju hrvatskog gospodarstva da sektor malog poduzetništva bude dobro informiran o promjenama zakona i propisa koji na njega utječu, i sposoban za usklađivanje s njima. Jedino je na temelju trajno uspostavljenog procesa podizanja razine informiranosti i prihvaćanja ovih promjena moguće da hrvatska poslovna zajednica iskoristi prilike koje nudi ujedinjeno europsko tržište.

Prijevod uredila i prilagodila:

Jasminka Keser, voditeljica BIZImpact projekta u MINGORP
Zagreb, 10. srpnja 2008.

Chris McLean

Stručnjak za odnose s javnošću i zamjenik voditelja projekta, BIZImpact projekt
17. rujna 2008.