



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



# Komunikacijska strategija Partnerskog vijeća za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije do 2020. godine

Zadar, srpanj 2016.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)  
„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## SADRŽAJ

2. Izjava o ograničenju odgovornosti .....	3
3. Popis kratica .....	4
4. Uvod .....	5
5. Partnersko vijeće za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije .....	6
6. Centar za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala .....	8
7. Komunikacijska strategija .....	9
7.1. Komunikacijski ciljevi .....	9
7.2. Ciljane skupine .....	10
7.3. Komunikacijske aktivnosti .....	11
7.3.1. Službene manifestacije i događanja .....	12
7.3.2. Oglašavanje .....	12
7.3.3. Odnosi s medijima .....	13
7.3.4. Društvene mreže .....	14
7.3.5. Primjeri dobre prakse .....	14
7.3.6. Edukativne radionice .....	15
7.3.7. Centar za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala .....	15
7.3.8. Interna komunikacija .....	16
7.3.9. Partnerska suradnja s ostalim LPZ-ovima u RH .....	17
7.3.10. Lobiranje i proaktivan odnos s donositeljima odluka .....	17
8. Pokazatelji postignuća .....	19
8.1. Procjena napretka .....	19
8.2. Praćenje i izvještavanje .....	20



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## 2. Izjava o ograničenju odgovornosti

Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE i ne predstavlja stavove ili mišljenja Europske komisije.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)  
„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



### 3. Popis kratica

Tablica 1.: Popis kratica

PVTR	Partnersko vijeće za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala
ZŽ	Zadarska županija
SRLJPŽŽ	Strategija razvoja ljudskih potencijala Zadarske županije
EU	Europska unija
RH	Republika Hrvatska
Centar	Centar za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala
LPZ	Lokalno partnerstvo za zapošljavanje



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## 4. Uvod

Zbog značajne uloge koju Partnersko vijeće za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala ima na društveno planiranje u širem području (zapošljavanje, obrazovanje, civilni sektor, socijalna uključenost i dr.) unutar županije, a u svrhu daljnjeg jačanja njegove strukture i djelovanja, pripremljena je Komunikacijska strategija PVTR-a ZŽ.

Svaka komunikacijska strategija zapravo je alat koji omogućava definiranje i objašnjavanje svrhe postojanja i djelovanja određenih organizacija/institucija/ustanova i to, kako prema njezinim članovima/zaposlenicima, tako i prema svim identificiranim javnostima. Sama komunikacija i komunikacijske aktivnosti pomažu u plasiranju i širenju ciljeva organizacije/institucije/ustanove. Na taj način moguće je utjecati na oblikovanje mišljenja i ponašanja samih pripadnika organizacija/institucija/ustanova i njihovih javnosti. Pri tome valja napomenuti kako je vrsta komunikacije i komunikacijske poruke kao i upotreba određenih kanala komunikacije usko povezana i ovisi o identificiranim ciljnim skupinama i javnostima kojima se u cjelokupnom komunikacijskom postupku obraća.

Iz tog razloga, Komunikacijska strategija PVTR-a ZŽ definira glavne komunikacijske ciljeve, određuje ciljne skupine, odnosno ključne javnosti koje imaju različite komunikacijske potrebe i zahtjeve te daje prijedloge i preporuke o tome koje komunikacijske kanale i komunikacijske taktike upotrijebiti prema pojedinim skupinama.

U konačnici, Komunikacijskom strategijom PVTR-a ZŽ postavit će se okvir za pružanje, razmjenu i plasman bitnih informacija s tržišta rada te podizanje svijesti o ulozi PVTR-a u implementaciji politika zapošljavanja i razvoja ljudskih potencijala na tržištu rada kao i o izvorima financiranja razvojnih projekata u javnosti.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## 5. Partnersko vijeće za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije

Partnersko vijeće za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije ima ulogu savjetodavnog tijela Zadarske županije i sastavljeno je od predstavnika javnog ili upravnog sektora, privatnog sektora i drugih socijalnih partnera – gospodarskih komora, sindikata, udruga poslodavaca te nevladinih organizacija. Osim toga, PVTR djeluje i kao operativno tijelo koje pridonosi stvaranju, razvoju, programiranju i praćenju dokumenata, županijskih programa i projekata s područja razvoja ljudskih potencijala. Rad Partnerstva osigurava jačanje lokalnih kapaciteta i sudjelovanje dionika u procesu planiranja i provedbe politike razvoja ljudskih potencijala.

Zadarska županija osnovala je prvo Partnersko vijeće za tržište rada 2006. godine iz Programa CARDS 2002. U sklopu programa CARDS 2004 Lokalna partnerstva za zapošljavanje – faza II osnovana su lokalna partnerstva za zapošljavanje u još četiri županije. Dvogodišnje iskustvo rada ovih pokusnih lokalnih partnerstava za zapošljavanje donijelo je raznolike spoznaje i prijepore vezane uz organizaciju i uspješnost ispunjenja njihovih uloga i funkcija. Na temelju zaključka da su počeci lokalnih partnerstava za zapošljavanje postigli određena unaprjeđenja kapaciteta programiranja u sektoru razvoja ljudskih potencijala, ali da je izostalo jačanje provedbenih kapaciteta u tom sektoru, formuliran je program IPA 2007. – 2009. Lokalna partnerstva za zapošljavanje – faza III sa specifičnom svrhom unaprjeđenja i razvijanja institucionalnog okvira za razvoj ljudskih potencijala na županijskoj razini i jačanja kapaciteta lokalnih dionika za razvoj i provođenje mjera aktivne politike tržišta rada.

Sukladno novom normativnom i institucionalnom okviru 2. ožujka 2011. godine osniva se Partnersko vijeće za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije, koje djeluje pod predsjedništvom župana Stipe Zrilića, a čiji je osnivač Zadarska županija. Navedeno tijelo osnovano je prihvaćanjem Sporazuma o partnerstvu, Statuta i Pravilnika o radu partnerstva od strane šireg kruga sudionika/partnera iz javnog, privatnog i civilnog sektora i djeluje kao krovno tijelo u županiji vezano uz zapošljavanje, razvoj ljudskih potencijala i tržište rada.

Glavni zadaci Lokalnog partnerstva za zapošljavanje (LPZ-a) su:

- Utvrđivanje problema, ideja, rastućih klastera i svih drugih pitanja koja se tiču politike zapošljavanja;
- Angažiranje svih dostupnih resursa u korist integrirane strategije prihvaćene od svih, a temeljene na potrebama županije i utvrđene formalnom obvezom – PVTR-om;
- Unaprjeđivanje koordinacije mjera vezanih uz zapošljavanje, s ciljem razvijanja županijske Strategije



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



razvoja ljudskih potencijala, kao dijela i elementa za poticanje županijske razvojne strategije;

- Podržavanje provedbe mjera vezanih uz određeni predmet u skladu sa Strategijom razvoja ljudskih potencijala.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## 6. Centar za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala

Centar za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala osnovan je 29. lipnja 2015. godine u sklopu projekta „STEP FORWARD – Korak naprijed u jačanju kapaciteta Lokalnog partnerstva za zapošljavanje Zadarske županije“ i otada djeluje kao poseban odsjek unutar Odjela za regionalni razvoj Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE.

Centar obavlja poslove Tajništva PVTR-a Zadarske županije te obavlja aktivnosti vezane uz poticanje, pripremanje, implementaciju, praćenje i evaluaciju projekata i drugih inicijativa s područja zapošljavanja i razvoja ljudskih potencijala, a koje ujedno proizlaze iz rada Partnerskog vijeća za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije.

Neke od najvažnijih zadaća Centra za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala su informiranje i savjetovanje članova PVTR-a te ostalih dionika s područja Zadarske županije vezano uz tematiku zapošljavanja i razvoja ljudskih potencijala, pružanje potpore projektima i inicijativama iz područja zapošljavanja i razvoja ljudskih potencijala na razini Zadarske županije i šire, te promicanje modela cjeloživotnog obrazovanja, pomoć pri koordinaciji aktivnosti jedinica lokalne i regionalne samouprave vezanih uz socio-ekonomski razvoj, priprema, provedba, nadzor i evaluacija Strategije razvoja ljudskih potencijala Zadarske županije i njoj pripadajućih akata te drugih strateških dokumenata iz područja tržišta rada i razvoja ljudskih potencijala, povezivanje i usmjeravanje svih ključnih lokalnih dionika iz civilnog, privatnog i javnog sektora s ciljem koordiniranog razvoja tržišta rada i ljudskih potencijala, te obavljanje redovitih administrativno-tehničkih poslova koji omogućavaju funkcioniranje Centra za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala.

Kroz rad Centra za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala osigurava se jačanje lokalnih kapaciteta i sudjelovanje dionika u procesu planiranja i provedbe politike Strategije razvoja ljudskih potencijala Zadarske županije.

Na temelju svega navedenog, evidentno je kako Centar ima važnu ulogu u cjelokupnom komunikacijskom procesu PVTR-a.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“





Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## 7. Komunikacijska strategija

Komunikacijska strategija važna je za rad PVTR-a iz nekoliko razloga. Prije svega, ona doprinosi transparentnosti djelovanja PVTR-a, ali i mjerenju njegovih učinaka na lokalnom tržištu rada (i šire) te pomaže njegovim osnivačima i članovima, kao i krajnjim korisnicima, da prepoznaju svoju ulogu u razvoju ljudskih potencijala na ovom području.

Isto tako, jedan od osnovnih ciljeva ove strategije jest pridonijeti boljem shvaćanju važnosti djelovanja PVTR-a ZZ, kao ključnog pokretača lokalnog razvoja kroz partnerski okvir, i njegovih glavnih zadaća definiranih Pravilnikom o radu, i to kod svih dionika u području razvoja ljudskih potencijala, zapošljavanja i tržišta rada u Zadarskoj županiji.

Još jedna važnost ovog dokumenta očituje se u činjenici da će ovaj dokument pomoći samim osnivačima i članovima PVTR-a da unaprijede međusobnu komunikaciju i tako brže dođu do kvalitetnijih informacija.

Sukladno navedenom, krajnji cilj Komunikacijske strategije PVTR-a jest priopćiti informacije, podići svijest i razumijevanje o važnosti PVTR-a i njegovom djelovanju na lokalnom tržištu rada te olakšati i unaprijediti komunikaciju između partnera kao i pravovremenu razmjenu informacija.

### 7.1. Komunikacijski ciljevi

Kako bi Komunikacijska strategija zaista bila koristan alat koji će članovima olakšati rad unutar Partnerstva i učiniti ga efikasnijim, njezin djelokrug potrebno je usmjeriti na sljedeće postavljene komunikacijske ciljeve:

- **Opći cilj Komunikacijske strategije PVTR-a:** Pridonijeti boljem shvaćanju uloge i djelovanja Partnerskog vijeća za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije na lokalnom tržištu rada te unaprijediti internu komunikaciju Partnerstva
- **Specifični ciljevi Komunikacijske strategije su:**
  - Informirati ciljne skupine i širu javnost o ulozi i radu Partnerskog vijeća za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala Zadarske županije na lokalnom tržištu rada
  - Informirati ciljne skupine i širu javnost o mogućim izvorima financiranja razvojnih projekata
  - Definirati i dati preporuke za internu komunikaciju članova Partnerstva
  - Osigurati medijsku popraćenost rada PVTR-a
  - Poticati komunikaciju s ostalim LPZ-ovima u RH



Za više informacija o EU fondovima: [www.struktturnifondovi.hr](http://www.struktturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



- Poticati proaktivan pristup u komunikaciji s donositeljima odluka

## 7.2. Ciljane skupine

Iz gore navedenih i opisanih ciljeva vidljivo je kako su oni usmjereni različitim ciljnim skupinama i javnostima. Sukladno tome, osnovne taktike, aktivnosti i preporuke u kojem smjeru i kako, u komunikacijskom smislu, djelovati u radu PVTR-a, potrebno je prilagoditi određenoj ciljnoj skupini i javnosti.

Nakon što se, prije svega, identificiraju ciljne skupine i javnosti, a onda se definiraju njihovi problemi, oblikovat će poruke kojima će se najbolje objasniti što Partnerstvo jest, što nudi i kako može pomoći u rješavanju problema na lokalnom tržištu rada.

Identificirane ciljne skupine Komunikacijske strategije PVTR-a ZŽ grupirane su u sljedeće kategorije:

- Opća javnost (interesne skupine, novinari i mediji, stanovnici Zadarske županije)
- Donositelji odluka
- Članovi PVTR-a

Opća javnost, koju čine stanovnici ove županije te ostale interesne skupine (obrazovne institucije, poduzeća, udruge civilnog društva i nevladine udruge, ustanove koje se bave zdravstvom i socijalnom skrbi te sve ostale javne ustanove/institucije/organizacije i drugi), u komunikacijskom smislu iznimno je važna skupina, budući da od učinaka i rezultata rada Partnerstva krajnju korist imaju upravo pripadnici ove skupine. Kako bi se djelovanje Partnerstva približilo općoj javnosti, Komunikacijska strategija će, u nastavku, donijeti vrlo konkretan oblik prijedloga komunikacije s ovim dijelom javnosti.

Novinari i mediji izdvojeni su kao posebna javnost iako su zapravo specifičan dio opće javnosti, budući da prenose željene komunikacijske poruke općoj javnosti. Novinari i mediji, odnosno kreatori javnog mnijenja jedna su od ključnih javnosti u obraćanju i komunikaciji PVTR-a i to iz nekoliko razloga. Općenito možemo reći da vlada ustaljeno mišljenje kako ono što nije popraćeno u medijima, kao da se nije niti dogodilo, budući da širem dijelu publike nije poznato. Isto tako, ono što se u medijima prikazuje doprinosi formiranju mišljenja i općeg stava o nekoj temi. Sukladno tome, odabirom vrste sadržaja i načina na koji je on plasiran putem medija javnosti, moguće je utjecati na promjenu mišljenja javnosti. Zbog svega navedenog, u vidu preporuka za rad s medijima koje su dane unutar ove Strategije, potiče se proaktivan pristup i otvorena



Za više informacija o EU fondovima: [www.struktturnifondovi.hr](http://www.struktturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



komunikacija PVTR-a s kreatorima javnog mnijenja. Krajnji cilj takvog odnosa jest osigurati pozitivno medijsko pokrivanje rada i aktivnosti PVTR-a što će olakšati komunikaciju ovog tijela ne samo s općom javnosti, već i s donositeljima odluka.

Donositelji politika mogu se okarakterizirati kao svi oni dionici koji imaju utjecaj na razvoj i kreiranje politike razvoja ljudskih potencijala i tržišta rada (Vlada RH, resorna Ministarstva, državne ustanove i tijela, jedinice regionalne i lokalne samouprave, nevladine organizacije, itd.). Cilj komunikacije s donositeljima odluka je njihovo osvještavanje i razumijevanje za, sukladno različitim zakonskim ovlastima, mjesto i ulogu PVTR-a ZŽ i njegov djelokrug rada. PVTR je osnovano od strane Zadarske županije te je ono u svom radu odgovorno isključivo Županiji kao osnivaču. Zbog svega navedenog komunikacija s ovom jedinicom regionalne samouprave, a koja, kao nositelj razvoja, upravlja razvojem na regionalnoj razini u sklopu čega obavlja poslove od područne (regionalne) važnosti, itekako je važna. Komunikacija s osnivačem odvija se putem izvješća o napretku PVTR-a, glavnih sjednica te na druge načine ovisno o potrebama i zahtjevima ZŽ. U komunikaciji prema osnivaču, osim stjecanja pune podrške za svoj rad, PVTR se mora afirmirati kao tijelo koje, zbog iskustva i znanja koje posjeduje u području tržišta rada i razvoja ljudskih potencijala, može dati stručna mišljenja prilikom izrade određenih preporuka, propisa, odluka i odredbi kojima se regulira ovo područje. Iz tog razloga, važna je i komunikacija PVTR-a s resornim Ministarstvima i ostalim državnim tijelima i tijelima lokalne samouprave. Ova komunikacija može se odvijati putem okruglih stolova, edukativnih radionica, seminara, konferencija itd.

Članovi Partnerstva čine posebnu javnost, odnosno ciljnu skupinu. Osnivači i članovi PVTR-a su zatvorena skupina koja je već prepoznala ulogu i važnost djelovanja PVTR-a na lokalnom tržištu rada pa komunikacija prema njima mora biti usmjerena ka tome da prepoznaju vlastitu ulogu unutar Partnerstva. Isto tako, redovita i sustavna interna komunikacija pridonosi jasnijoj raspodjeli zadataka i obaveza unutar PVTR-a. Komunikacija između samih članova bitna je i u pogledu jačanja upravljačkih kapaciteta članova, budući da omogućava izmjenu znanja i iskustava kao i pravovremenu razmjenu informacija.

### 7.3. Komunikacijske aktivnosti

Kako bi se gore navedeni specifični ciljevi Komunikacijske strategije zaista ostvarili, PVTR će se u svojoj komunikaciji prema ciljnim skupinama koristiti mnogobrojnim komunikacijskim taktikama i alatima.

U nastavku su navedena i detaljnije opisana odabrana komunikacijska sredstva.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



### 7.3.1. Službene manifestacije i događanja

Organizacija novih i sudjelovanje na raznim postojećim događanjima i manifestacijama poput festivala, dana otvorenih vrata, predstavljanja škola, sajmovi (sajam poslova) i slično u komunikacijske svrhe, preporuča iz nekoliko razloga. Prije svega, sudjelovanja na navedenim događanjima izvrsna su prilika za predstavljanje i promociju Partnerstva i Centra među općom i stručnom javnosti. Budući da su ovakva događanja posjećena od strane javnosti koja je zainteresirana za ovo područje, moguće je kroz osobni kontakt i iskustvo prenijeti poruku o značaju i djelovanju Partnerstva/Centra na lokalnom tržištu rada. Osobnom komunikacijom i kroz dijalog, moguće je prenijeti puno više detaljnih informacija o radu Partnerstva i uslugama Centra. Isto tako, manifestacije i događanja osiguravaju mjesto za razne informativne materijale i omogućavaju njihovu distribuciju (promotivni štand). Osim činjenice da su ovakve aktivnosti dobro percipirane kod zainteresirane javnosti, one su u velikom broju slučajeva i medijski popraćene (posebno od strane lokalnih medija) što predstavlja dodatnu prednost i korist.

### 7.3.2. Oglašavanje

Oglašavanje, kao vrsta komunikacije čija je uloga informiranje, obavještanje (o proizvodima ili uslugama), neizostavna je aktivnost za prenošenje i plasman ključnih poruka široj publici. Budući da je predmet oglašavanja upućen javnosti kanalima masovnih medija, ono svakako uključuje oglašavanje u medijima (televizija, radio, Internet, novine, časopisi), a sama poruka i komunikacijski kanali moraju biti odabrani i prilagođeni pojedinim ciljnim skupinama.

U svrhu oglašavanja u medijima, a s obzirom na lokalizirano područje djelovanja Partnerstva i Centra, preporuča se suradnja s lokalnim medijima:

- Tisak – Zadarski list, Narodni list, Slobodna Dalmacija
- Radio stanice – Radio Zadar, Radio 057, Novi radio, Radio Centar, Antena Zadar, Radio Biograd na moru, Radio Benkovac
- Televizija – MREŽA TV, Gradska televizija Zadar
- Internet:
  - Službene Internet stranice: [www.centar-trziste-rada.com](http://www.centar-trziste-rada.com), [www.zadarska-zupanija.hr](http://www.zadarska-zupanija.hr),
  - Portali: ezadar.hr, 057info.hr, zdnews.hr, znet.hr, zadarski.hr, kalelargainfo.hr, potraga.hr

Što se tiče same vrste oglašavanja i učestalosti, ono će ovisiti o raspoloživom budžetu i dostupnim izvorima financiranja. Kako su djelovanje i rad Partnerstva i Centra usmjereni široj publici, aktivnosti oglašavanja



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



moгу se provoditi tijekom cijele godine, u bilo koje doba. Intenzitet oglašavanja trebao bi biti jači u periode kada se najavljuje otvorenje natječaja za financiranje EU projekata kako bi se ta informacija na vrijeme plasirala što većem broju potencijalnih korisnika.

Osim suradnje s lokalnim medijima, koji su financijski dostupniji, svakako se predlaže i oglašavanje u nacionalnim medijima koji imaju širi doseg. Pri tome valja posebno paziti na vrstu sadržaja koja se plasira putem nacionalnih medija, odnosno vijest bi trebala imati neki širi značaj od lokalnog te mora biti dovoljno zanimljiva. Neke od mogućih vijesti za plasman putem ovih kanala zasigurno su primjeri dobre prakse, analize i rezultati istraživanja u ovom području (anketiranje poslodavaca, izrada standarda zanimanja i sl.) te preporuke za daljnje djelovanje u skladu s dobivenim rezultatima.

### 7.3.3. Odnosi s medijima

Kako bi se osigurala pozicija Partnerstva kao relevantnog partnera za raspravu o razvoju ljudskih potencijala i tržišta rada u županiji, važan faktor u pozicioniranju jesu upravo odnosi i suradnja s kreatorima javnog mnijenja – novinarima i medijima.

Za postizanje uspješnog odnosa s ovom specifičnom javnosti, a koji će doprinijeti osvještavanju pozicije i uloge Partnerstva i Centra kod zainteresirane javnosti sa ciljem uključivanja iste u aktivnosti LPZ-a, u nastavku se preporučaju neke od sljedećih taktika i aktivnosti.

U cilju u proaktivnog pristupa predstavnicima medija, pripremit će se službene objave za medije i priopćenja za medije. Ovakav oblik pisane komunikacije koristit će se pri širenju redovnih informacija (npr. mogućim izvorima financiranja, objavom otvorenih natječaja, aktualnim događanjima iz ovog područja i sl.).

Redoviti razgovori i pozivanje novinara na pojedine tematske sjednice/događanja idealna su prilika u kojima se predstavnike medija može informirati o aktualnostima i novostima vezanim uz samo Partnerstvo i Centar. Organizaciji spomenutih aktivnosti prethodi detaljna analiza i razrada tema koje su medijima dovoljno zanimljive za odaziv (npr. uvijek je zanimljivo raspravljati o upisnim kvotama u svjetlu stvarnih potreba lokalnog tržišta rada, deficit i suficit određenih zanimanja itd.). U slučaju važnijih datuma i događanja, preporuča se organizacija tematskih konferencija za novinare.

U suradnji s lokalnim radio postajama, predlaže se organiziranje radijskih intervjua u sklopu određenih radijskih emisija. U emisijama će se govoriti o temama kao što su mogućnosti prijave razvojnih projekata krajnjih korisnika na neke od budućih natječaja, rezultatima provedenih analiza (npr. analiza tržišta rada i standard zanimanja), izrađenih preporuka za djelovanje u ovom području itd.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



Centar za tržišta rada i razvoj ljudskih potencijala, kao operativno tijelo PVTR-a, u sklopu vlastite Internet stranice redovito će kreirati i objavlјivati relevantan sadržaj, a kako bi doseg bio čim veći, preporuča se uska suradnja s aktualnim portalima. Cilj ovakve suradnje je podjela i objava sadržaja na web stranicama portala što će rezultirati većom vidljivosti u općoj javnosti i među ciljnim skupinama kojima se obraća.

#### 7.3.4. Društvene mreže

Uzevši u obzir činjenicu kako je veliki dio javnosti kojima se obraćamo prisutan i redovito koristi društvene mreže, one postaju neizostavan komunikacijski alat. Radi se o relativno novijoj komunikacijskoj platformi koja se izuzetno brzo razvija, a jedan od razloga je i taj što omogućuje bržu i jednostavniju komunikaciju među korisnicima.

S aspekta komunikacijskih ciljeva PVTR-a, društvene mreže su, osim za brzo i jednostavno plasiranje bitnih informacija istovremeno većem broju interesenata, važne i zbog mogućnosti dobivanja povratne informacije i komentara.

Važnost društvenih mreža u komunikacijskom smislu, prepoznata je i od većine postojećih članova PVTR-a. Prisutnost partnerskih institucija/ustanova/organizacija na društvenim mrežama također omogućava podjelu sadržaja i još širi doseg što predstavlja dodatan razlog za komunikaciju ovog tipa.

Budući da je komunikacija koja se odvija putem društvenih mreža neformalnog tipa, tomu je potrebno prilagoditi i komunikacijske poruke koje će se plasirati putem ovog kanala.

#### 7.3.5. Predstavljanje primjera dobre prakse

Implementacija primjera dobre prakse iz ovog područja predstavlja još jedan važan i učinkovit komunikacijski alat, budući da imaju svojevrsan motivacijski učinak na one kojima se komuniciraju.

Dobri praktični primjeri suradnje relevantnih institucija koji su polučili korisnim rezultatima, razvojni projekti u provedbi ili oni provedeni, partnerstva i slično, uvijek su zanimljive teme i važan izvor informacija koji, u konačnici, mogu rezultirati uključivanjem većeg broja interesenata u aktivnosti LPZ-a kao i novih članova.

Zbog svega navedenog, preporuča se redovito korištenje ovog tipa komunikacije u obliku događanja koje će okupiti veći broj zainteresiranih sudionika. Događanje je predloženo iz razloga što omogućava dvosmjernu komunikaciju, dobivanje upita i odgovaranja na iste na licu mjesta te povezivanje i umrežavanje korisnika.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



### 7.3.6. Edukativne radionice

U cilju okupljanja novih članova kao i približavanja djelovanja Partnerstva i Centra općoj javnosti, preporuča se organizacija edukativnih radionica.

Objašnjavanje problematike kojom se Partnerstvo i Centar bave, transfer znanja i iskustva iz područja razvoja ljudskih potencijala i tržišta rada, povezivanje partnera samo su neke od mogućih tema edukativnih radionica koje također mogu imati određen motivacijski učinak na okupljanje većeg broja sudionika i potencijalnih novih članova Partnerstva.

Edukativne radionice mogu se organizirati za postojeće članove i to, primjerice, neposredno prije otvaranja natječaja sa ciljem okupljanja i umrežavanja potencijalnih prijavitelja te pružanja stručne pomoći u sastavljanju ozbiljnijih i većih razvojnih projekata koji mogu uspješno konkurirati svim prijavljenim prijedlozima. Isto tako, s obzirom na različite ekspertize koje članovi Partnerstva posjeduju, moguće je organizirati tematske radionice kojima je cilj unaprijediti znanja i kapacitete partnera u različitim područjima kako bi im se olakšao njihov svakodnevni rad: odnosi s javnošću, projektni menadžment, volontiranje, *crowd funding* (prikupljanje sredstava za određene projekte/aktivnosti), digitalni marketing itd.

Osim za članove Partnerstva, preporuča se organizacija edukativnih radionica za sve zainteresirane dionike iz ovog područja, tj. širu skupinu ljudi kojima će se na taj način približiti i detaljnije objasniti ovo područje. Teme radionica za one zainteresirane pripadnike opće javnosti mogu biti predstavljanje i rad Partnerstva te usluge Centra, mogući izvori financiranja razvojnih projekata, primjeri dobre prakse putem kojih će se zainteresirane dionike upoznati s provedenim projektima te će ih se provesti kroz cijeli proces provedbe kako bi im se na što jasniji i zanimljiviji način približila ova tematika i ostala različita pitanja i problematika iz područja obrazovanja, zapošljavanja, socijalne uključenosti i civilnog društva.

### 7.3.7. Konzultativni sastanci i Internet stranica Centra za tržište rada i razvoj ljudskih potencijala

Kao što je već opisano u uvodnom dijelu ovog dokumenta, Centar ima važnu ulogu u radu Partnerstva na ovom području. U komunikacijskom smislu, njegova važnost još jednom se ističe.

Uvođenjem konzultativnih sastanaka namijenjenih ne samo članovima Partnerstva, već i svima ostalima kojima je potrebna određena informacija i savjetodavna pomoć vezano za strukturiranje njihovih potencijalnih aktivnosti u području rada i razvoja ljudskih potencijala, napravljen je pozitivan iskorak u jačanju kapaciteta Partnerstva u komunikacijskom smislu.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



Isto tako, Centar, u svako doba, svi zainteresirani dionici mogu kontaktirati telefonskim putem na broj 023/492 880 i putem e-maila ([ana.tortic@zadra.hr](mailto:ana.tortic@zadra.hr) i [zadra@zadra.hr](mailto:zadra@zadra.hr)). Time se cilja na poboljšanje komunikacije s postojećim i potencijalnim članovima te sa svima zainteresiranima, a kontakt centar ujedno osigurava pravovremenost i pružanje točnih informacija.

U komunikacijske svrhe, Centar će koristiti i vlastitu internet stranicu. Osim objave važnih informacija (otvaranje natječajne, donošenje ili promjena aktualnih zakona, propisa i odredbi, najave događanja i manifestacija i sl.), a u svrhu uključivanja što većeg broja građana i ostalih, preporuča se na stranici provoditi i razne ankete kako bi najnovije informacije uvijek bile dostupne te kako bi s javnošću raspravljali o aktualnim temama iz područja tržišta rada.

Također, stranica će imati opciju brzog upita kako bi se omogućila dvosmjerna komunikacija sa ciljnim skupinama.

### 7.3.8. Interna komunikacija

Interna komunikacija iz nekoliko je razloga bitna za funkcioniranje PVTR-a. Prije svega, redovita i sustavna interna komunikacija pridonosi jasnijoj raspodjeli zadataka i obaveza unutar PVTR-a. Isto tako, komunikacija između samih članova bitna je i u pogledu jačanja upravljačkih kapaciteta članova, budući da omogućava izmjenu znanja i iskustava kao i pravovremenu razmjenu informacija.

Komunikacija putem e-mailova predstavlja jedan od važnijih komunikacijskih oblika koji se svakako i dalje treba prakticirati. Naime, e-mail je još uvijek jedan od najčešćih i najraširenijih oblika svakodnevne korespondencije pa se ovim putem na e-mail adrese partnera preporuča slanje obavijesti o mogućim izvorima financiranja, različitih upita, obavijesti, poziva i slično.

Kako bi se informacije između članova pravovremeno izmjenjivale, a do traženih odgovora i sadržaja došlo brže i jednostavnije, preporuča se korištenje dostupnih online komunikacijskih alata koji su svojevrsna kombinacija e-maila i društvenih mreža. Neke od prednosti ovakvog načina komunikacije jesu sljedeći:

- transparentan protok informacija
- za svaku aktivnost koja se odvija na mreži svim članovima istovremeno dolazi obavijest i putem elektroničke pošte
- moguće je prilagati i dijeliti dokumente, video zapise, itd.
- lakše praćenje sadržaja komunikacije, budući da se komunikacija može odvojiti i kategorizirati po temama



Za više informacija o EU fondovima: [www.struktturnifondovi.hr](http://www.struktturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“





Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



*Newsletter*, kao komunikacijski oblik, prisutan je u raznim pojavnim oblicima, a najpopularniji, u posljednjih nekoliko godina, je onaj digitalni, odnosno, e-mail *newsletter*. U ovom obliku, on može biti odličan komunikacijski alat pogodan za istovremenu komunikaciju sa svim članovima Partnerstva kojima će se kontinuirano (na mjesečnoj bazi, a možda i češće kad su natječaji u pitanju) slati važne informacije o mogućim izvorima financiranja, događanjima i sl.

Interna komunikacija svakako bi se trebala odvijati putem internih sastanaka članova zbog čega se preporuča redovita organizacija istih. Takvi sastanci doprinijet će upoznavanju, povezivanju i umrežavanju članova PVTR-a te razmjeni informacija i ideja između istih. Također, zajednički sastanci, neposredno prije otvaranja natječaja, a u svrhu povezivanja i umrežavanja potencijalnih partnera i razrade određenih projektnih ideja i prijedloga, pomoći će u prepoznavanju bitnih projektnih prijedloga, ali isto tako pružit će mogućnost za povezivanje više manjih u jedan veći projekt. Iz tog razloga, preporuča se izrada kratke prezentacije koja će sadržavati najvažnije informacije o određenom natječaju (prioriteti, ciljevi i sl.).

### **7.3.9. Partnerska suradnja s ostalim LPZ-ovima u RH**

U komunikacijskom smislu vrlo je važna aktivna i stručna suradnja s ostalim LPZ-ovima u RH. Ovakva suradnja omogućava izmjenu znanja i iskustava u ovom području kao i razmjenu primjera dobre prakse. Na taj način PVTR ZŽ može unaprijediti vlastite kapacitete i djelovanje te naći eventualne partnere na projektima.

Kako bi se ostvario kontakt s ostalim LPZ-ovima, preporuča se sudjelovanje na stručnim konferencijama, skupovima i događanjima koji se bave pitanjima upravljanja ljudskim potencijalima i tržištem rada, a koji okuplja članove LPZ-ova diljem RH.

### **7.3.10. Lobiranje i proaktivan odnos s donositeljima odluka**

Izuzetno je bitno da se rezultati i trud Partnerstva po pitanju rješavanja problema na lokalnom tržištu rada komuniciraju prema van, a posebno prema donositeljima odluka na višim razinama kako bi se ukazalo na potrebu za daljnjim postojanjem i ulaganjem u razvoj ovakvog tijela.

Preporuke za daljnje djelovanje, nastale kao rezultat prikupljenih i analiziranih inputa te identificiranih problema na lokalnom tržištu rada od strane članova PVTR-a i ostalih ključnih dionika, predstavljaju temelj proaktivnog odnosa prema donositeljima odluka. Kako bi iste bile distribuirane prema donositeljima odluka, predlaže se korištenje medija, službene Internet stranice Centra i institucionalnih partnera kao kanala komunikacije.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



Osim same pripreme preporuka, vrlo je važno osigurati prihvaćanje istih na lokalnoj i nacionalnoj razini. Lobiranjem na višim odlučujućim razinama za realizaciju preporuka, PVTR možda može osigurati i mogućnost utjecaja na distribuciju barem dijela sredstava mjera aktivne politike zapošljavanja i ostalih mjera. U tu svrhu, preporuča se organizacija i sudjelovanje na tematskim sastancima i/ili okruglim stolovima sa ključnim dionicima u gradu, županiji, saborskim zastupnicima, predstavnicima resornih ministarstava, političkih stranaka, udruga i slično na kojima će se raspravljati o politikama vezanima za zapošljavanje i razvoj ljudskih potencijala.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## 8. Pokazatelji postignuća

### 8.1. Procjena napretka

U svrhu procjene koliko su predložene komunikacijske aktivnosti uspješne u ostvarenju općeg i specifičnih ciljeva ove Komunikacijske strategije, definirani su pokazatelji uspjeha.

Postizanje specifičnih ciljeva vrednovat će se kroz sljedeće pokazatelje:

- Broj organiziranih promotivnih događaja
- Broj sudionika na promotivnim događajima
- Broj sudjelovanja na postojećim događanjima
- Broj pripremljenih i poslanih objava za medije
- Broj objavljenih sadržaja u lokalnim i nacionalnim medijima
- Broj članova na službenom profilu na društvenim mrežama
- Broj održanih edukativnih radionica
- Broj sudionika na edukativnim radionicama
- Broj održanih konzultativnih sastanaka u Centru
- Broj upita postavljenih Centru putem telefona i e-maila
- Broj posjetitelja Internet stranice Centra (broj klikova na objavljeni sadržaj na stranici, broj direktnih upita preko stranice)
- Broj partnera u mailing listi
- Broj poslanih newslettera
- Broj održanih internih sastanaka članova PVTR-a
- Broj ostvarenih kontakata s ostalim LPZ-ovima u RH
- Broj izrađenih preporuka za djelovanje
- Broj sudjelovanja na tematskim sastancima/okruglim stolovima sa donositeljima odluka

Za gore navedene pokazatelje polazišna vrijednost je 0, a ciljevi su postavljeni u skladu s terminskim planom provedbe SRLJPŽ, odnosno do 2020. godine.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



**Tablica 2.: Predviđene vrijednosti indikatora postignuća**

POKAZATELJI	CILJ
Broj organiziranih promotivnih događaja	1
Broj sudionika na promotivnim događajima	50
Broj sudjelovanja na postojećim događanjima	3
Broj pripremljenih i poslanih objava za medije	5
Broj objavljenih sadržaja u lokalnim i nacionalnim medijima	5
Broj članova na službenom profilu na društvenim mrežama	100
Broj održanih edukativnih radionica	5
Broj sudionika na edukativnim radionicama	200
Broj održanih konzultativnih sastanaka u Centru	5
Broj upita postavljenih Centru putem telefona i e-maila	5
Broj posjetitelja Internet stranice Centra (broj klikova na objavljeni sadržaj na stranici, broj direktnih upita preko stranice)	100
Broj partnera u mailing listi	50
Broj poslanih newslettera	5
Broj održanih internih sastanaka članova PVTR-a	20
Broj ostvarenih kontakata s ostalim LPZ-ovima u RH	5
Broj izrađenih preporuka za djelovanje	2
Broj sudjelovanja na tematskim sastancima/okruglim stolovima sa donositeljima odluka	2

## 8.2. Praćenje i izvještavanje

Praćenje provedbe Komunikacijske strategije bit će kontinuirana aktivnost rada djelatnika Centra za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala u suradnji s svim članovima PVTR-a.

Ova aktivnost u skladu je s glavnim zadaćama Centra koje su utvrđene Programom rada Odsjeka/Centra za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala, a koje, između ostalog, uključuju:

- informiranje i savjetovanje članova PVTR-a te ostalih dionika s područja Zadarske županije vezano uz tematiku zapošljavanja i razvoja ljudskih potencijala
- pružanje potpore projektima i inicijativama iz područja zapošljavanja i razvoja ljudskih potencijala na razini Zadarske županije i šire



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



- promicanje modela cjeloživotnog obrazovanja
- pomoć pri koordinaciji aktivnosti jedinica lokalne i regionalne samouprave vezanih uz socio-ekonomski razvoj
- priprema, provedba, nadzor i evaluacija Strategije razvoja ljudskih potencijala Zadarske županije i njoj pripadajućih akata te drugih strateških dokumenata iz područja tržišta rada i razvoja ljudskih potencijala
- povezivanje i usmjeravanje svih ključnih lokalnih dionika iz civilnog, privatnog i javnog sektora s ciljem koordiniranog razvoja tržišta rada i ljudskih potencijala
- obavljanje redovitih administrativno-tehničkih poslova koji omogućavaju funkcioniranje Centra za inicijative u zapošljavanju i razvoju ljudskih potencijala.

Evaluacija i kontrola uspješnosti provedbe Komunikacijske strategije provodit će se na polovici kalendarske godine, a obuhvaćat će jednogodišnje razdoblje (od lipnja prošle godine do lipnja tekuće godine). Nakon provedene evaluacije realizacije unaprijed postavljenih aktivnosti te njihovih učinaka, sastavit će se izvješće do siječnja svake godine za proteklu godinu.



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



## KONTAKTI:

Ugovorno tijelo zaduženo za koordinaciju projekta:  
HRVATSKI ZAVOD ZA ZAPOŠLJAVANJE  
Ured za financiranje i ugovaranje projekata Europske unije

Petračićeva 4/3, 10000 Zagreb

Tel.: +385 1/5393-220

Fax: +385 1/5393-200

[www.esf.hr](http://www.esf.hr)

[www.hzz.hr](http://www.hzz.hr)

[cesdfc@hzz.hr](mailto:cesdfc@hzz.hr)

Kontakt korisnika projekta:  
AGENCIJA ZA RAZVOJ ZADARSKJE ŽUPANIJE ZADRA NOVA

Grgura Budislavića 99, 23000 Zadar

Tel.: +385 23/492-880

Fax: +385 23/492-881

E-mail: [zadra@zadra.hr](mailto:zadra@zadra.hr)

[www.zadra.hr](http://www.zadra.hr)

Partneri na projektu:  
ZADARSKA ŽUPANIJA  
Božidara Petranovića 8, 23000 Zadar  
Tel.: +385 23/350-423  
Fax: +385 23/350-424  
E-mail: [zupanija@zadarska-zupanija.hr](mailto:zupanija@zadarska-zupanija.hr)  
[www.zadarska-zupanija.hr](http://www.zadarska-zupanija.hr)

Hrvatski zavod za zapošljavanje, Područni ured Zadar

Kralja Stjepana Držislava 7, 23000 Zadar

Tel.: +385 23/300-800

Fax: +385 23/313-688

E-mail: [HZZ.Zadar@hzz.hr](mailto:HZZ.Zadar@hzz.hr)

[www.hzz.hr](http://www.hzz.hr)



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)

„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija iz  
Europskog socijalnog fonda



Za više informacija o EU fondovima: [www.strukturfondovi.hr](http://www.strukturfondovi.hr)  
„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost Agencije za razvoj Zadarske županije ZADRE NOVE“