



**JAVNA USTANOVA KANTONA SARAJEVO
ZAVOD ZA ZDRAVSTVENU ZAŠTITU STUDENATA
UNIVERZITETA U SARAJEVU**

Komunikacijska strategija 2017-2020.

Sarajevo, februar 2017.

Sadržaj

1. Uvod	3
2. Svrha, ciljevi i ciljne grupe	3
2.1. Svrha komunikacijske strategije	3
2.2. Opći cilj komunikacijske strategije	3
2.3. Specifični ciljevi	3
2.4. Ciljne grupe	4
3. Aktivnosti	5
4. Komunikacijski kanali i alati	6
5. Implementacija, evaluacija i revizija komunikacijske strategije.....	6

1. Uvod

Komunikacija je značajna za sve socijalne relacije, pa tako i za relacije na radnom mjestu, kako između uposlenika jedne ustanove, tako i između uposlenika i pojedinaca, grupa i organizacija van ustanove. Način i kvalitet komunikacije naročito se odražava proces rada onda kada je ustanova pružalac određenih usluga, kao što je to slučaj sa JUKS Zavod za zdravstvenu zaštitu studenata Univerziteta u Sarajevu (u daljem tekstu: Zavod).

Imajući u vidu smjernice iz relevantnih strateških dokumenata i programa rada Zavoda, koje ukazuju na značaj približavanja zdravstvene zaštite pacijentu i stavljanja u fokus (potencijalnih) pacijenta i njegovih potreba, Zavod prepoznaje važnost donošenja komunikacijske strategije.

2. Svrha, ciljevi i ciljne grupe

2.1. Svrha komunikacijske strategije

Komunikacijska strategija treba da olakša realizaciju postavljenih strateških ciljeva Zavoda, promoviše temeljne vrijednosti i principe na kojima su strateški ciljevi zasnovani, osigura da informacije koje se žele dati ciljnim grupama što efikasnije pronađu put do njih, te posluži unapređenju saradnje i zadobivanju podrške ciljnih grupa i javnosti.

2.2. Opći cilj komunikacijske strategije

Opći cilj komunikacijske strategije Zavoda je povećati stepen vidljivosti i unaprijediti saradnju sa javnosti (naročito sa ciljnim grupama).

2.3. Specifični ciljevi

U skladu sa općim ciljem komunikacijske strategije Zavoda, definisani su sljedeći specifični ciljevi:

- 1) unaprijediti komunikaciju unutar Zavoda radi efikasnije koordinacije aktivnosti i iskorištavanja resursa u pružanju zdravstvenih usluga;
- 2) promovisati zdravstvene usluga koje Zavod pruža mladima, ali i drugim pacijentima, prvenstveno onima koji imaju značajan društveni utjecaj na život mladih (osoblje obrazovnih ustanova i sl.), što predstavlja promociju zdravih životnih stilova;
- 3) informisati javnost o aktivnostima Zavoda i osigurati dvosmjernu komunikaciju sa relevantnim akterima (naročito ciljnim grupama);
- 4) jačati utjecaj Zavoda u relevantnim profesionalnim i društvenim krugovima i široj javnosti.

2.4. Ciljne grupe

Prepoznato je nekoliko ciljnih grupa prema kojima će se usmjeriti djelovanje radi realizacije postavljenih ciljeva komunikacijske strategije.

Osoblje Zavoda

Razvijanje adekvatnih mehanizama interne komunikacije važno je za kvalitet i sigurnost zdravstvenih usluga jer unapređuje koordinaciju aktivnosti i iskorištavanje resursa – materijalnih i ljudskih. Pravovremen protok informacija, razmjena iskustava, standardizirano informiranje o svakoj za rad relevantnoj temi, doprinosi povećanju posvećenosti, motiviranosti i uključenosti u posao. Osoblje Zavoda treba da doživljava ustanovu u kojoj radi kao svoje vlasništvo i spremno daje doprinos da Zavod funkcionira na najbolji mogući način.

Mladi koji pohađaju visokoškolske ustanove u Kantonu Sarajevo

Mladi koji pohađaju visokoškolske ustanove u Kantonu Sarajevo, a naročito Univerzitet u Sarajevu su populacija koja najviše koristi usluge Zavoda i samim tim su jedna od najbrojnih i najvažnijih ciljnih grupa. S jedne strane, nastup Zavoda prema njima treba da osigura pravovremen protok relevantnih informacija. S druge strane, Zavod treba razviti takav sistem koji će omogućiti dvosmjernu komunikaciju, odnosno podržati participaciju mladih u planiranju, promociji i realizaciji preventivnih, promotivnih i edukativnih zdravstvenih aktivnosti i programa.

Mladi koji pohađaju završne razrede srednjih škola u Kantonu Sarajevo i šire

Mladi koji pohađaju završne razrede srednjih škola u Kantonu Sarajevo, ali i šire, su populacija potencijalnih korisnika usluge Zavoda. Nastup Zavoda prema njima treba da osigura pravovremen protok relevantnih informacija koje se tiču ostvarivanja njihovog prava na zdravstvenu zaštitu nakon završetka srednje škole i započinjanja studija, te dobivanja zdravstvenih usluga u Zavodu.

Menadžment i drugo osoblje univerziteta i fakulteta u Kantonu Sarajevo

Menadžment i drugo osoblje univerziteta i fakulteta u Kantonu Sarajevo, naročito Univerziteta u Sarajevu, je ciljna grupa značajna prvenstveno zato što se radi o populaciji koja svojim djelovanjem značajno utječe na život mladih. Uposlenici univerziteta, s jedne strane, mogu korištenjem usluga Zavoda unaprijediti svoje zdravlje, što je značajno za njihov rad sa mladima. S druge strane, menadžment i nastavno osoblje univerziteta mogu biti partneri Zavodu osmišljavanju i realizaciji edukativnih zdravstvenih aktivnosti i programa i istraživanja.

Menadžment i drugo osoblje srednjih škola u Kantonu Sarajevo i šire

Menadžment srednjih škola u Kantonu Sarajevo, ali i šire, je ciljna grupa jer saradnja Zavoda sa njima omogućava pravovremen protok relevantnih informacija koje se tiču ostvarivanja

prava učenika na zdravstvenu zaštitu nakon završetka srednje škole i započinjanja studija, te dobivanja zdravstvenih usluga u Zavodu. Također, uposlenici škola mogu korištenjem usluga Zavoda unaprijediti svoje zdravlje, što je značajno za njihov rad sa mladima. Pored toga, menadžment i nastavno osoblje škola mogu biti partneri Zavodu osmišljavanju i realizaciji edukativnih zdravstvenih aktivnosti i programa za mlade.

Relevantne institucije, ustanove, organizacije i pojedinci u oblasti zdravstva

Relevantni akteri u oblasti zdravstva – institucije, ustanove, organizacije i pojedinci koji donose i utječu na donošenje politika, strategija i odluka u oblasti zdravstva, naročito zdravstvene zaštite mladih, ciljna su grupa sa kojom treba obržavati kontinuiranu dvosmjernu komunikaciju. Svrha komunikacije je osigurati participaciju Zavoda u planiranju i implemetaciji relevantnih politika, strategija i odluka.

Šira javnost

Informiranje šire javnosti o radu Zavoda ima za cilj pozicioniranje Zavoda kao najvažne ustanove za pružanje zdravstvenih usluga mladima, kao i onima koji značajno utječu na život mladih (prvenstveno nastavno osoblje). Pored toga, komunikacijske aktivnosti koje su usmjerene ka široj javnosti trebale bi rezultirati povećanjem broja komercijalnih zdravstvenih usluga (sistematskih pregleda, pregleda radi izdavanja ljekarskih uvjerenja i sl.).

3. Aktivnosti

Očekuje se da će implementacija sljedećih aktivnosti tokom perioda 2016.-2020. godine rezultirati ostvarivanjem ciljeva komunikacijske strategije Zavoda:

- 1) edukacija pojedinih uposlenika radi unapređenja komunikacijskih vještina (prvenstveno medicinskih sestara i tehničara koji prvi ostvaruju kontakt sa pacijentima, ali i ostalog osoblja, što je u skladu sa Akreditacijskim standardima za zdravstvene usluge naklonjene mladima, AKAZ, 2009.);
- 2) edukacija ključnog osoblja za korištenje modernih komunikacijskih kanala (prvenstveno menadžmenta, ali i drugog osoblja koje identificirano kao spona između Zavoda i ciljnih grupa);
- 3) usavršavanje već uposlene osobe za obavljanje poslova saradnika za odnose sa javnošću (tehnički sekretar direktora, pravno-kadrovska služba ili sl.);
- 4) izrada, postavljanje u Zavodu i distribucija na relevantne lokacije (imajući u vidu ciljne grupe) informativnih i/ili edukativnih materijala Zavoda (poster, leci, brošure i sl.);
- 5) jačanje dvosmjerne komunikacije sa relevantnim institucijama, ustanovama, organizacijama i pojedincima koji donose i utječu na donošenje politika, strategija i

odluka u oblasti zdravstva, naročito zdravstvene zaštite mladih, kroz redovnu saradnju i organizaciju stručnih događaja;

- 6) uspostavljanje proaktivnog odnosa prema medijskim kućama i sklapanje sporazuma o saradnji sa odabranim medijima;
- 7) planiranje troškova implementacije komunikacijske strategije.

4. Komunikacijski kanali i alati

Za implementaciju komunikacijske strategije koristit će se tri komunikacijska kanala – neposredni, posredni i putem medija.

Neposredno s ciljnim grupama Zavod treba da komunicira koristeći sljedeće alate:

- web stranicu, Facebook profil i e-mail adresu,
- štampani promotivni i edukativni materijal (leci, brošure, poster...),
- ankete i upitnike,
- pisma zahvale, zahvalnice i plakete,
- javni i/ili stručni događaji (organiziranje i/ili učešće Zavoda).

Posrednom komunikacijom smatrat će se uključivanje Zavoda u aktivnosti i projekte drugih ustanova i organizacija, uz osiguravanje vidljivost Zavoda.

Putem medija Zavod treba da komunicira koristeći sljedeće komunikacijske alate:

- izjave i saopštenja povodom događaja i aktivnosti relevantnih za ciljne grupe;
- informacije sa fotografijom nakon relevantnog događaja;
- stručne istupe u medijima (objavljivanje edukativnih tekstova, učestvovanje u emisijama i sl.);
- oglašavanje (reklame), sponzorirane tekstove, plaćene tv i radio priloge.

5. Implementacija, evaluacija i revizija komunikacijske strategije

Komunikacijska strategija razvija se, implementira i revidira u okviru sistema upravljanja kvalitetom i sigurnosti zdravstvenih usluga, što je definisano (AKAZ, 2009):

- 1) standardom 6: *Tim za pružanje usluga mladima otvoreno komunicira i osigurava im dovoljno informacija da bi mogli donijeti odluke o svom tretmanu;*
- 2) kriterijem 6.5: *Mladi su uključeni u kreiranje načina komunikacije između ustanove i predstavnika mladih;*
- 3) indikatorima 6.5.1 (*Ustanova ima usvojenu komunikacijsku strategiju za mlade*), 6.5.2 (*Predstavnici mladih potvrđuju da su učestvovali u kreiranju komunikacijske*

strategije), 6.5.3 (Ustanova ima plan promocije strategije za mlade i širu javnost) i 6.5.4 (Ustanova ima definisanu mrežu komunikacijskih kanala sa mladima).

Za izradu, implementaciju, evaluaciju i reviziju komunikacijske strategije odgovoran je direktor. Radi efikasnije implementacije komunikacijske strategije direktor može, samostalno ili u saradnji sa uposlenicima Zavoda, sačiniti akcioni plan sa preciziranim aktivnostima, odgovornim osobama i rokovima za realizaciju aktivnosti. Evaluacija komunikacijske strategije formalno se vrši posljednje godine njene implementacije pri čemu se u obzir uzimaju ciljevi komunikacijske strategije, aktivnosti i akcioni plan (ukoliko postoji). Rezultati evaluacije koriste se za reviziju komunikacijske strategije, pri čemu se poštuju propisani standardi (AKAZ, 2009).

Bisera Sofović,
koordinator za poboljšanje kvaliteta
i sigurnosti zdravstvenih usluga

prim. dr sci Žana Pozderac,
v.d. direktora
