

JAČANJE KOMUNIKACIJSKIH KOMPETENCIJA DRŽAVNIH SLUŽBENIKA U PRUŽANJU JAVNIH USLUGA

STRENGTHENING THE COMMUNICATION COMPETENCIES OF CIVIL SERVANTS IN PROVIDING PUBLIC SERVICES

Adis Holjan¹, Seid Masnica²

¹ Općina Novi Grad Sarajevo

² Univerzitet Džemal Bijedić Mostar, Fakultet humanističkih nauka

¹ adis_holjan@hotmail.com, ² masnica.seid@gmail.com

Primljen / Received : 30. 3. 2022.

Prihvaćen / Accepted: 18. 4. 2022.

Sažetak

Komunikacija je po svojoj definiciji dvosmjerni proces, tj. proces slanja i primanja poruka. Poslovna komunikacija predstavlja jednu od najinteresantnijih oblasti današnjice. U posljednjih dvadesetak godina, u vrijeme početka globalizacije i globalnog poslovanja, više se pažnje polazi posvećivati značaju poslovne komunikacije. Jačanje komunikacijskih kompetencija državnih službenika u pružanju javnih usluga predstavlja poseban izazov za državnu službu u našoj zemlji, posebno na nižim nivoima upravnog organiziranja. U procesu poslovanja najvažnije postaje da se poštuju potrebe i želje ciljanih korisnika, da se komunikacija integrira s ostalim funkcijama poslovanja i to na takav način da potrebe i želje ciljane javnosti postanu prioritet. Današnje savremeno poslovanje da bi bilo uspješno i dalo pozitivne rezultate, razmjena informacija između učesnika poslovnog procesa mora biti podignuta na najviši mogući komunikacijski nivo. Komunikacija predstavlja jedan od najosnovnijih elemenata poslovanja, iz razloga što trajno pomaže boljem poslovanju i poboljšava odnose, što znači da dobra komunikacija povećava kredibilitet institucije/kompanije, a loša komunikacija ga smanjuje. Danas se proces komunikacije ostvaruje putem brojnih kanala. Trendovi koji se odnose na savremenu poslovnu komunikaciju svoj naglasak stavljaju na što osobnije obraćanje sagovornicima i javnosti. Institucije danas svoju tradicionalnu komunikaciju, koja se odvijala putem telefona, faks i pošte, mijenjaju sa elektronskom komunikacijom, stoga se može zaključiti da se u tom smislu počinju koristiti e-mail, društvene mreže, blogovi, online mediji, videokonferencije i sl., a sve s ciljem uspješnije komunikacije pogotovu sa eksternom javnošću.

Ključne riječi: državni službenik, javna usluga, komunikacija, odnosi s javnošću, komunikacijske vještine, ljudski resursi, administracija, planiranje, profesionalizacija i depolitizacija

Abstract

Communication is by definition a two-way process, ie. the process of sending and receiving messages. Business communication is one of the most interesting areas to-

day. In the last twenty years, at the time of the beginning of globalization and global business, more attention has been paid to the importance of business communication. Strengthening the communication competencies of civil servants in the provision of public services is a special challenge for the civil service in our country, especially at lower levels of administrative organization. In the business process, the most important thing is to respect the needs and desires of target users, to integrate communication with other business functions in such a way that the needs and desires of the target public become a priority. Today's modern business in order to be successful and give positive results, the exchange of information between participants in the business process must be raised to the highest possible level of communication. Communication is one of the most basic elements of business, because it permanently helps better business and improves relationships, which means that good communication increases the credibility of the institution / company, and poor communication reduces it. Today, the process of communication is realized through numerous channels. Trends related to modern business communication place their emphasis on addressing the interlocutors and the public as personally as possible. Today, institutions are changing their traditional communication, which took place by phone, fax and mail, with electronic communication, so it can be concluded that in this sense, e-mail, social networks, blogs, online media, video conferencing, etc. are being used. all with the aim of more successful communication, especially with the external public.

Keywords: civil servant, public service, communication, Public relations, communication skills, human resources, administration, planning, professionalization and depoliticization

1. UVOD

Jedan od prioriternih zadataka rukovodioca državnog organa uprave trebao bi biti jačanje kapaciteta državnih službenika posebno u pogledu komunikacijskih vještina sa građanima. Državni službenici treba da predstavljaju najvjredniji resurs na osnovu kojeg se ostvaraju javne usluge.

Državna uprava mora biti plodno tlo za stvaranje ambijenta za nova ulaganja kroz pružanje kvalitetnih javnih usluga građanima i poslovnim subjektima. Glavni resurs uprave treba da bude službenik sa velikom koncentracijom znanja i vještina. On treba da radi na pojednostavljivanju i ubrzanju administrativnih procedura čineći ih prihvatljivim za potencijalne investiture, mora imati aktivnu ulogu u saradnji s privrednim subjektima, gradeći prepoznatljiv brend “dobrog mjesta za unosno poslovanje”.

Odgovoran službenik (in)direktno utiče na prliv sredstava u budžet i na taj način obezbjeđuje i mogućnost većeg investiranja u kapitalne projekte. Efikasnost općinske administracije, koja će brže i ažurnije odgovarati na potrebe građana i potencijalnih investitora, zavisi od primijene elektronske uprave u punom kapacitetu, po uzoru na pozitivnu evropsku praksu.

Državni službenik mora da eliminiira korupciju u administraciji, da sve građane stavlja u u ravnopravan položaj, čineći efikasnom javnu upravu skraćivajući rokove za obradu predmeta, primjenjujući načela pravednosti, ažurnosti, tansparenčnosti i pravičnosti. Službenik mora biti posvećen konzumentima usluga primjenjući zavidne komunikacijske vještine u skaldu sa normama lijepog ophođenja i poštivanju svih donesenih internih i drugih normativnih akata koji regulišu status državnog službenika.

2. UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA

Menadžment ljudskih resursa (eng. Human Resource Management – HRM) u teoriji je određeno polje istraživanja i usmjeravanja znanja s ciljem razumjevanja, usmjeravanja, mijenjanja i razvoja ljudskog ponašanja i potencijala u socijalnim institucijama, odnosno organizacijama. U ovom radu poseban akcenat dat je u pogledu razvoja ljudskog ponašanja koji se ogleda u jačanju komunikacijskih kompetencija.

Informacione tehnologije, tržište i proizvodni procesi postavili su nove zahtjeve prema javnoj upravi u današnjem društvu. Razvoj ljudskih resursa u suštini odnosi se na novo usvajanje znanja, alata i vještina. Pored navedenog, veoma bitna stvar u razvoju ljudskih resursa je i poboljšanje ponašanja ljudi u kolektivu u kojem rade. Znanje predstavlja najveći oblik kapitala, ono postaje glavni resurs koji bi državni službenici trebali koristiti za komuniciranje i motivaciju primjenjujući ga u zajednički finalni produkt – javnu uslugu.

Svaka organizacija ima određena ograničenja. Stres na poslu može uticati na rad i odlučivanje. On se u suštini pojavljuje kada se od nas očekujemo da nešto izvršimo a što je preko naših mogućnosti gdje je isključena podrška rukovodioca. Službenici su zbog stresa iritantni što se održava na njihovu komunikaciju sa strankama u postupku. Prisustvo stresa u poslu utiče na odlučivanje i smanjuje mogućnost da službenik generira kreativna razmišljanja.

Uspješna javna uprava iskazuje stvarni interes za ljude, pruža mogućnost razvoja službenika kroz treninge i mogućnost napredovanja. Da bi se to psotiglo potrebno je osigurati kvalitetne službenike, motivirati ih, obrazovati i razvijati tako da postižu visoke rezultate i daju doprinos ostvarenju pružanja što kvalitetnije javne usluge.

3. MODERNIZACIJA JAVNE UPRAVE

Kako unaprijediti produktivnost institucija javne uprave? U ranijem periodu nedovoljna pažnja se poklanjala promjenama u poslovanju javne uprave. Jedna od karakteristika službenika jeste potreba educiranja kroz cijeli radni i životni vijek

(eng. long life education), nadogradnja svojih vještina kako bi bolje odgovorili na izazove modernije uprave.

U prošlosti, školovanje je prestajalo kad bi se zasnovaio radni odnos. U modernom društvu novih izazova, obrazovanje nikad ne prestaje. Tradicionalni pristup obrazovanju je zastario i on nije više prihvatljiv za savremenu javnu upravu. Službenici se moraju kontinuirano obrazovati u skladu sa izazovima vremena. To će najbolje postići ako se identificiraju sa svojom profesijom, odnosno strukom kojoj trebaju svim srcem da pripadaju.

Razvoj organizacije, pa samim time i uprave, uključuje treninge zaposlenih, u smislu razvoja njihovih performansi i potencijala a sve s ciljem shvatanja novih izazova. Savremena službenička filozofija ogleda se u fokusiranju na konzumente usluga s ciljem njihovog zadovoljstva. Da bi uprava dosegla svoju viziju, ona treba naći načine kako da se pojavljuju pred svojim korisnicima kroz mjere, ciljeve i inicijative bazirane na upravljanju odnosima sa korisnicima usluga.

Proces razvijene uprave treba da obuhvata niz faza poput razvoja poslovne strategije, identificiranje potreba, investiranja u službenike, kao i mjerenje rezultata i nagrađivanje. Da bi se navedene faze ostvarile moraju se provoditi kontinuirano aktivnosti kao što su: komunikacija neposredno nadređenih sa službenikom, sastanci službi ili odsjeka s ciljem prezentiranja potreba za unapređenje rada i rezultata, kao i edukacija uposlenih. Kvalitet javne usluge vezan je za smanjenje obima dokumentacije, kao i na promijenjenu i razumljivu terminologiju prema građanima. Menadžment, odnosno rukovodioci organa uprave, moraju insistirati na stalnim poboljšanjima usluga kroz posvećenost razvoju i poboljšanju trenutnog sistema.

Za razliku od opipljivog proizvoda ili resursa, mjerenje i mijenjanje kvaliteta usluge je mnogo teže iz više razloga. Ključan segment kvaliteta usluge leži u psihološkom pristupu građanima, tj. u ophođenju kroz komunikaciju sa konzumentima usluge. Standardi kvaliteta serije ISO 9000 su međunarodni standardi koji predstavljaju minimum zahtjeva koje mora zadovoljiti sistem kvaliteta proizvoda ili usluge. Ključni ciljevi koji se žele postići kvalitetnim upravom jesu prije svega zadovoljstvo korisnika usluge što zacijelo zadire u pitanja od strateškog značaja za javnu upravu.

Današnja uprava mora biti prepoznata kao otvorena sredina visokih vrijednosti, konkurentskih sposobnosti i inovativnosti s ciljem stvaranja ambijenta za život i rad svih građana uz efikasnu i ekspeditivnu administraciju koja slijedi principe poslovne izvrsnosti.

4. PROFESIONALIZACIJA I DEPOLITIZACIJA SISTEMA DRŽAVNE SLUŽBE

Profesionalizacija i depolitizacija državne službe i dalje je jedan o najvećih izazova za Bosnu i Hercegovinu u procesu pridruživanja Evropskoj uniji. U izbornim platformama i kampanjama, politički subjekti pozivaju na depolitizaciju državne službe, a samim time i rukovodstva iste. U platformama se samo spominje profesionalizacija, a niko ne nudi sistem da bi se osigurala ista.

Profesionalizacija državnih službenika, s posebnim osvrtom na rukovodeće, trebala bi biti na vrhu političke platforme, odnosno stvaranje sistema u kojemu su državni službenici na rukovodećim pozicijama kompetentni a ne podobni. U fokus treba da budu njihove kompetencije, odnosno odgovarajuće stručne kvalitete, stručno usavršavanje ali i zapošljavanje prema kompetencijama, kontrolisanje odgovornosti i koordinacija sistemskih poslova, te nezavisnost od političkog uticaja, uz isključenost favoriziranja ili politizacije.

Postojanje kompetentnih rukovodećih državnih službenika vezano je za manji nivo korupcije u državnoj službi jer su jasno razdvojene političke od službeničkih funkcija. Većina uprava u našoj zemlji još nije sposobna, ili ne želi, organizirati profesionalne i kompetentne državne službenike na položajima smatrajući da time slabi politički uticaj rukovodioca organa državne službe.

5. POJAM I DEFINICIJA KOMUNIKACIJE

Čovjek se smatra komunikacijskim bićem, i u svrhu svoga opstanka komunicira sa drugima. Proces komunikacije obuhvaća sporazumjevanje, oblikovanje i prijenos određenih poruka i informacija. Pored ovoga, komuniciranje predstavlja i vještinu, u kojoj postoje uspješni zaposlenici, kao i oni koji su manje uspješni u toj vještini. Upravo, o ovoj vještini ovisi uspjeh svake organizacije pa tako i uprave, te ona čini vitalni proces, koji oblikuje i rukovodi organizacijom.

Da bi organizacija doživjela svoj uspjeh u poslovanju potrebno je, prvenstveno, da ima učinkovitu komunikaciju kako unutar kompanije, tako i izvan nje. „Moramo primjetiti da komunikacija predstavlja složeni sistem u koji su uključene različite varijante odnosa, procesa i kanala. Proces komunikacije započinje u momentu kada pošiljalac informacije kodira određenu poruku i istu, putem komunikacijskih kanala prenosi primaocu. Primaoc prima poruku, dekodira i šalje povratnu informaciju.”¹ Kada se komunikacija posmatra u kontekstu organizacije, tada ona predstavlja proces putem kojeg menadžeri ostvaruju funkcije planiranja, organiziranja i vođenja, kontrolisanja i koordiniranja. Također, komunikacija se može definisati i kao proces putem kojega dolazimo do određenog zajedničkog cilja.

¹ Fox R., Poslovna komunikacija, Hrvatska sveučilišna naknada, Zagreb, 2001., str. 89.

6. OSNOVNI MODELI KOMUNIKACIJE

Modeli ili prikazi komunikacije veoma su važni jer pojednostavljuju proces komunikacije do te mjere gdje on postaje razumljiviji i običnom čovjeku. Brojni komunikolozi bavili su se ovim problemom no od svih vrsta potrebno je istaknuti dva najjednostavnija i najvažnija modela komunikacije su:² Shannon – Weaverov model komunikacije i Lasswellov model komunikacije.

Osnovni oblici komunikacije su: verbalna komunikacija, neverbalna komunikacija, intrapersonalna komunikacija, interpersonalna komunikacija, grupna komunikacija, javna komunikacija, masovna komunikacija.

7. VRSTE KOMUNIKACIJE

Korupcija kao pojava, predstavlja Zbog različitih okolnosti u kojima se realizira komunikacija i koji utječu na komunikaciju, pojavljuju se različite vrste komunikacije.

Kao što su: Formalna i neformalna komunikacija, horizontalna i vertikalna komunikacija, osobna komunikacija i komunikacija putem posrednika, interpersonalna komunikacija, intrapersonalna komunikacija, grupna komunikacija, eksterna komunikacija, interna komunikacija.

Interpersonalna komunikacija predstavlja komunikaciju, koja se odvija između dvije ili više osoba, licem u lice, uz trenutno dobivanje povratne informacije.

Grupna komunikacija se odvija unutar manjih ili većih grupa. Glavna stvar ove komunikacije jeste ta da učesnici imaju isti cilj, koji žele da postignu putem zajedničke komunikacije.

Treći tip komunikacije predstavlja komunikaciju unutar jedne organizacije. Ukoliko unutar jedne organizacije postoji kvalitetno uspostavljen sistem komunikacije, tada će sve poruke i informacije kvalitetno se razmjenjivati i cirkulisati od vrha ka dnu (vertikalna komunikacija).

8. KOMUNIKACIJA I KOMUNIKACIJSKI KANALI ORGANIZACIJE

Komunikacija je jedna od glavnih komponenti, koja održava vezu između internog i eksternog okruženja kompanija. Reputacija kompanije predstavlja često rezultat percepcije od strane interne i eksterne javnosti. „Isto tako, skup znanja i emocija koji su zajednički za različite grupe stejkholdera u vezi sa konkretnom organizacijom, također predstavlja važnu osnovu u korporativnoj reputaciji. Korporativna

² Tucaković Šemso, Historija komuniciranja, Sarajevo 2001.

reputacija ima emocionalnu privlačnost, viziju, vodstvo i integritet, društvenu odgovornost, dok je radon društvo takvo da podstiče performanse zaposlenih.”³

Komunikacija u kompaniji ima direktan utjecaj na samo poslovanje određene kompanije. Korporativna komunikacija promovira: snažnu kulturu, pomaže u izgradnji identiteta kompanije, pomaže u kriznim situacijama, pomaže u izgradnji pozitivnog imidža kompanije.

Može se reći, da danas, svaka kompanija ima za cilj da izgradi pozitivan imidž i reputaciju, i u tome procesu komunikacija ima najvažniju ulogu.

9. JAVNOST U KOMUNIKACIJSKOM PROCESU ORGANIZACIJE

U samom procesu komunikacije javnost ima važnu ulogu. Javnost je skupina građana, koji svoju pažnju usmjeravaju na određena pitanja, koja su od javnog značaja, te međusobno komuniciraju. „Posmatrano sa preduzetničkog aspekta, javnost predstavlja bilo koju grupu koja ima stvarne ili potencijalne interese za uspješnost organizacije ili koja ima moć da utiče na uspjeh organizacije i na postizanje njenog cilja. Javnost se može shvatiti i kao grupa ljudi koji vode raspravu o nekom problemu koje iziskuje rješenja.”⁴

Moguće je da prepoznamo tri važne odrednice javnosti a to su: publika, javno mnijenje i process komunikacije. Publika je grupa ljudi, kojoj je zajedničko prihvatanje poruka putem medija, Masovna se publika javlja pojavom masovnih medija. Postoje razne vrste publike, poput: televizijske, filmske, čitalačke, ekonomske, radijske, sportske, političke itd. Javno mnijenje predstavlja kolektivni stav određene javnosti o nekom pitanju, problem, osobi, kompaniji i sl. Savremene teorije društva javnom mnijenju ne pridaju velik značaj, iz razloga što se u modernim sistemima u komunikaciji javlja veliki broj sudionika i posrednika.

Treći element jeste proces komunikacije. U samom procesu komunikacije se nalazi poruka. Ona predstavlja temeljni sadržaj koji se javlja između učesnika komunikacije. Proces komunikacije polazi u onom momentu kada učesnici stupe u međusobnu interakciju. Može se reći, da je, sljedeći element nakon ovoga izbor kanala poruke, tj. medija putem kojega ćemo prenijeti određenu poruku.

³ Stanford, N., *Organization Design; The Collaborative Approach*, Elsevier Butterworth, London 2005., str. 145.

⁴ Nuhanović, A., *Fenomen javnosti*, Promocult, Sarajevo, 1998., str. 118.

10. SMETNJE/ŠUMOWI U KOMUNIKACIJSKOM PROCESU

Komunikacijski proces je izložen brojnim utjecajima, koji mogu da ometaju prijenos same poruke, i pri tome nastaje nesporazum ili šum komunikacije. Šumovi komunikacije mogu da se pojave u bilo kojem trenutku komunikacije. Postoje unutarnji i vanjski šumovi.

Vanjski šumovi koji prijete uspjehu komunikacije i razumijevanju poruke su: Različiti zvukovi u prirodi koji odvlače pažnju od aktivnog sudjelovanja, kulturološke razlike između sagovornika, nepoznavanje jezika kojim sagovornici komuniciraju.

Unutrašnji šumovi su sve one psihološke pretpostavke i opasnosti, koje dolaze od strane samih sagovornika. U njih spadaju: Stavovi sagovornika, odgoj i obrazovni status sagovornika, usmeno izražavanje (dvosmislene poruke, nejasne poruke, besmisleno pričanje, poruke pune gramatičkih grešaka...), neverbalna komunikacija, pasivno slušanje, iznošenje novih, nevažnih i nepotpunih informacija.

Smetnje/šumove je potrebno svesti na najmanju moguću mjeru, a svaki oblik nesporazuma ili prepreke prekinuti na vrijeme, te se potruditi da se komunikacija nastavi odvijati uspješno.

11. EMPIRIJSKI ASPEKTI ISTRAŽIVANJA

Nakon teorijskih aspekata istraživanja u ovom dijelu rada prezentirat ćemo rezultate empirijskog istraživanja. Kao tehniku istraživanja koristili smo online anketu na uzorku od 91 ispitanika, starosna dob od 18 godina i više, 49 je ispitanika muškog spola, 42 ženskog. Da bi dobili određene odgovore usmjerene na interpersonalnu komunikaciju i njen značaj u javnoj upravi u Bosni i Hercegovini upitnik je realiziran u martu 2022. godine i obuhvaćala je dvanaest pitanja. U nastavku ćemo prezentirati odgovore iz ankete i intervju kao nezavisnu varijablu ovom istraživanju – intervju sa Amrom Švrakić iz Službe za odnose s javnošću Općine Novi Grad Sarajevo, i sumirati dobivene rezultate.

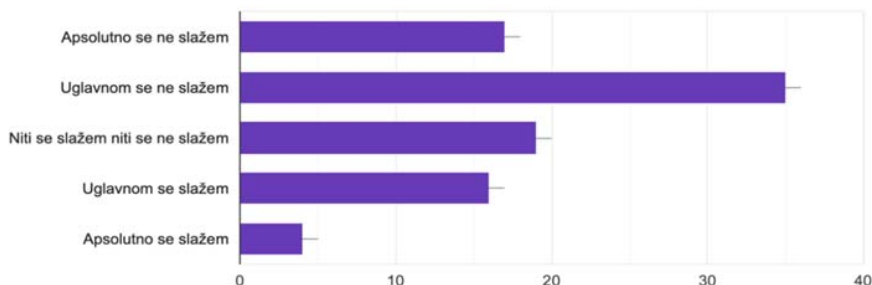
Jedno od ključnih pitanja iz ankete koje smo postavili bilo je da li je komunikacija državnih službenika na zavidnom nivou. Metodom skaliranja dobili smo rezultate koji pokazuju da je više od 56% ispitanika nezadovoljno komunikacijom državnih službenika u komunikaciji sa građanima. Taj podatak pokazuje da sugrađani nezadovoljni komunikacijskim kompetencijama službenika i da ne dobiju adekvatne informacije koje su im službenici dužni osigurati.

Više od 60% ispitanika smatra da je uzrok tome nedovoljna zainteresovanost za poslom kojim se bave državni službenici koji komuniciraju sa građanima, 20 % ih smatra da je uzrok tome loše rukovođenje tim službama, u kojima nadređeni nemaju uvid u lošu komunikaciju njihovih uposlenika da javnošću.

Grafikon br. 1.

4. Komunikacija državnih službenika s javnošću je na zavidnom nivou?

91 odgovor



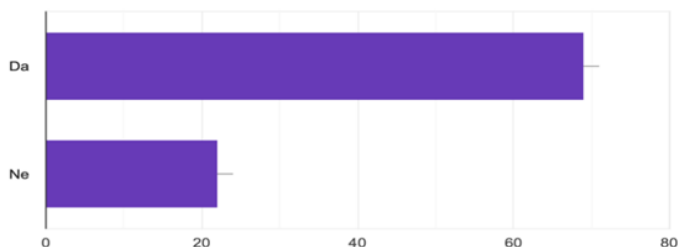
Amra Švrakić iz službe za odnose s javnošću Općine Novi Grad Sarajevo navodi da poslovni uspjeh započinje kvalitetnom internom komunikacijom. “Istovremeno se unapređuje, jednako kvalitetnom, eksternom komunikacijom. Uspješna komunikacija je osnova svake poslovne transakcije, a njeno kontinuirano unapređenje i održavanje su neophodnost u razvoju kompanije (institucije).”

U jednom od dvanaest postavljenih pitanja iz ankete zanimalo nas je da li građani smatraju da je upravo loša interpersonalna komunikacija uposlenika uzrok lošeg imidža institucije u kojoj rade. Tog je stava 70% ispitanika.

Grafikon br. 2.

5. Smatrate li da interpersonalna komunikacija državnih službenika doprinosi izgradnji i održavanju pozitivnog imidža službe/institucije u kojoj rade?

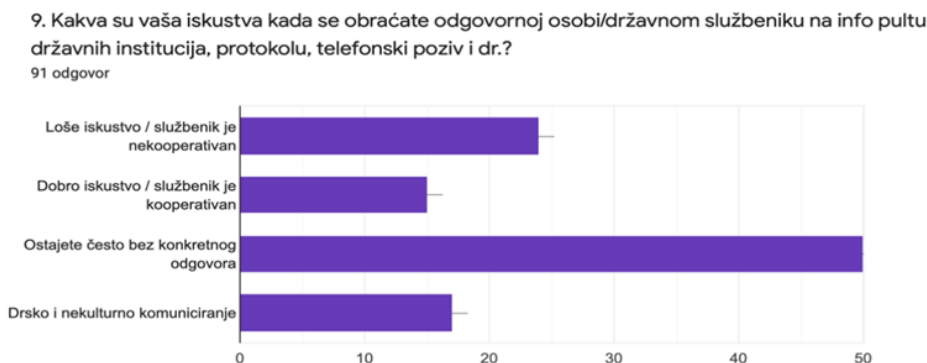
91 odgovor



U otvorenoj mogućnosti da građani u anketi daju svoj komentar čime su najviše nezadovoljni istakli: “Nedostaje profesionalizma, stručnosti, istrajnosti i kredibiliteta državnih službenika”, “Arogantni, nesusretljivi, neorganizovani, nesposobni, bez upućenosti”, “Većina državnih službenika kratko i jasno odgovore na naša postavljena pitanja, bez da nas dodatno upute ili ako treba pomognu u nečemu u što nismo upućeni...”, “Često drsko i neotesano ponašanje, nezavršen posao, kao građanin gubiš svaku volju da opet uđeš u općinu, poresku upravu ili sličnu instituciju”, “Rijetko se iznenadim kad je neko susretljiv i kulturnan, počevši od šaltera pa do kancelarije”, “Obično kontaktiram sa državnim namještenicima, a isti rade po uputama šefova. Mnogo čega treba promijeniti kako stranke ne bi bile izložene maltretiranju bez potrebe”, “Neki rade svoj posao časno i pošteno, i do kraja, neki samo sjede, klikću i govore kolegica šalter 7, pitajte njih, onda oni na šalteru 7 me vrate na isto mjesto i ona opet kaže idite kod kolege na drugom spratu”, “Malo je ko će vam objasniti ili uputiti Vas na pravu adresu, nekad drsko, uglavnom loše, svaka čast izuzecima pravu adresu, pomoć, uglavnom loše”...

Kada je riječ o iskustvu u komunikaciji sa državnim službenicima građani pored što su iznijeli svoja iskustva, više od 60% ispitanika odgovorilo je da je ostao bez konkretnog odgovora koji je tražio od odgovornih osoba iz institucija.

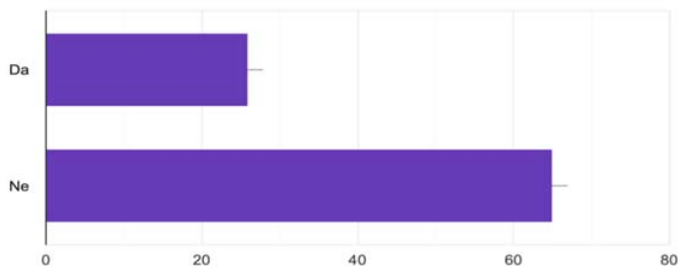
Grafikon br. 3.



Na pitanje da li na traženi upit dobijate potrebne i brze odgovore u komunikaciji sa državnim službenicima, 72% ispitanika je odgovorilo da na upit nikada nisu dobili konkretne i tražene odgovore. U intervjuu Amra Švrakić akcentira da “samo kvalitetna komunikacija može iskorijeniti “zastoj” u rješavanju bilo kakve problematike u poslovanju.”

Grafikon br. 4.

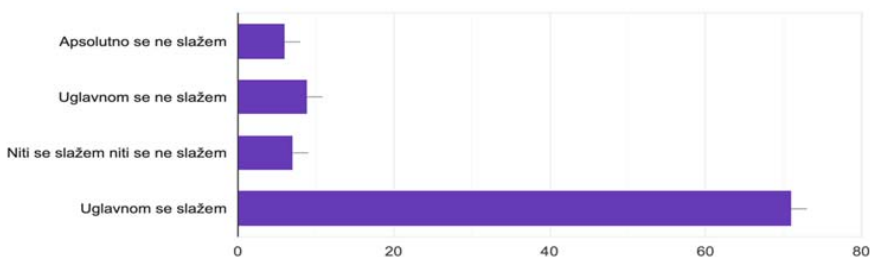
8. Da li na traženi upit dobijate potrebne i brze odgovore u komunikaciji sa državnim službenicima?
91 odgovor



Kada je riječ o vještinama komunikacije državnih službenika 72% ispitanika je mišljenja da tu komunikaciju državni službenici moraju posjedovati i unaprijediti, jer su u direktnoj svakodnevnoj komunikaciji s javnosti. Nažalost, u institucijama BiH možemo evidentirati da su nedovoljno razvijeni kanali komunikacije, da je eksterna komunikacija spora i zastarjela, da nedostaje ažurnosti u kanalima komunikacije, ali da često nedostaje i motiviranosti uposlenika, naročito ako su dugogodišnji uposlenici (op. stariji) da se izvrši modernizacija komunikacijskih alata i unaprijedi proces, ističe u intervjuu Amra Švrakić iz službe za odnose s javnošću Općine Novi Grad Sarajevo, te dodaje: “ Na sreću, institucija u kojoj djelujem već prije nekoliko godina pribjela je modernizaciji, pa tako na web stranici u svakom trenutku možete vidjeti ažurirane podatke i aktuelne informacije, komunikacija e-mailom (telefonom) također je u konstantnoj upotrebi, a društvene mreže su zastupljene i “žive”. Šaltersko poslovanje i komuniciranje također je na zavidnom nivou. Nažalost, takav slučaj nije u svim institucijama naše zemlje.“

Grafikon br. 5.

11. Vještinu formalnog komuniciranja državnih službenika potrebno je što prije unaprijediti zbog imidža institucije u kojoj rade?
91 odgovor



Švrakić ističe dalje navodi da je unapređenje komunikacijskih vještina državnih službenika od iznimne važnosti. “Jačanje i nadogradnja komunikacijskih vještina ujedno je minimiziranje svakog vida problematike prilikom obavljanja svakodnevnih poslova, a ujedno, potvrđeno je da razvijene komunikacijske vještine službenika povećavaju nivo njihove lične sigurnosti i samopouzdanja, unapređuju profesionalizam, umanjuju stres na poslu i što je najvažnije smanjuju pritužbe građana. Smatram iznimno važnim da službena lica moraju raditi na unapređenju komunikacijskih (verbalnih i neverbalnih) vještina, te znati se prilagoditi različitim situacijama i sagovornicima. Odgovornost institucije leži u svakom pojedincu i samo kvalitetan rad na profesionalizaciji i komunikaciji, edukaciji i usavršavanju može dati sveukupno pozitivnu sliku u javnosti.”

U kontekstu istraživanja zanimalo nas je i koje komunikacijske kanale građani najčešće koriste u komunikaciji sa državnim službenicima. Većina ispitanika njih 50 % za komunikaciju koriste e-mail, 30% telefonom komuniciraju s ciljem dobijanja potrebnih informacija, dok 20% ispitanika koristi info pultove i sastanke da bi dobili potrebne informacije. U kontekstu istraživanja zanimalo nas je da je potrebna obuka kadrova u kontekstu učenja formalne komunikacije. U tom kontekstu 80 % građana smatra da je neophodna obuka državnih službenika unapređenju komunikacijskih vještina i kompetencija.⁵

Iz navedenih rezultata istraživanja može se zaključiti da su građani u velikom procentu nezadovoljni komunikacijom državnih službenika u kontekstu komunikacije s njima, da informaciju koja im je potrebna ne dobiju na adekvatan i profesionalan način, da su državni službenici iz njihovog iskustva nezainteresirani i nedovoljno educirani za ono što su zaduženi u okviru službe za koju rade, te da menadžeri i rukovodioci službi nisu zainteresirani za unapređenje komunikacijskih i profesionalnih kompetencija svojih uposlenika.

12. ZAKLJUČAK

Nakon što smo prikazali teorijska saznanja autora iz oblasti navedenog istraživanja, te rezultate ankete i komparativnom dijelu istraživanja i odgovore iz intervjua, možemo prikazati i zaključna razmatranja. Važno je istaknuti da se za proces komunikacije može reći da je jedna od najvažnijih ljudskih aktivnosti, da uspješan proces komunikacije ovisi o adekvatnom izboru komunikacijskih kanala i modela, o poznavanju komunikacijskih vještina, te o poznavanju komunikacijskih kanala i modela i vještina druge strane, kao i o neverbalnoj komunikaciji. Proces komunikacije je dvosmjernan, jer svaki razgovor čine pošiljalac i primalac.

⁵ Kompletni rezultati istraživanja u arhivi autora.

U samu dinamiku razgovora je uključeno više faktora, poput mimike, izraza lica, gestova i sl, te oni određuju koliko će sam proces komunikacije biti uspješan. Poslovna komunikacija jeste svaki oblik komunikacije, koji se odvija u organizaciji, ili izvan nje, a koristi se za promociju kompanije, institucije, proizvoda ili usluga.

Pomoću procesa komunikacije institucija se predstavlja javnosti, i na taj način gradi svoj imidž. Svakoj instituciji je u cilju izgraditi pozitivan imidž, kako bi privukla nove klijente, a stare zadržala. To će postići samo adekvatnim izborom komunikacijskih kanala i modela, te stalnom komunikacijom kako sa internom tako i sa eksternom javnošću.

Odgovarajući izbor komunikacijskih kanala i modela u odnosima s javnošću predstavlja, zapravo stratešku ulogu PR-a, iz razloga što se pomoću komunikacije grade i čuvaju odnosi sa svim sudionicima, te ovo sve uvećava vrijednost same kompanije ili brenda. Što i dokazuju rezultati analizirane ankete građana.

Današnji značaj komunikacije je vrlo očigledan, i to ne samo u poslovnom svijetu, već i u drugim sferama života. Možemo reći da bez uspješnog i adekvatnog procesa komunikacije nema niti klijenata, niti zajedničkih saradnju, ali niti dobrih kolektivnih odnosa, kao niti odnosa i pozitivne radne klime između menadžera i uposlenika.

U svijetu, a i kod nas u Bosni i Hercegovini, su objavljena brojna istraživanja na temu o komunikaciji uposlenika posebno u kontekstu eksterne komunikacije, ali uprkos tome ona je još uvijek nedovoljno istražena. Jedan od glavnih razloga, zbog kojega je potrebno baviti se istraživanjem ove teme i oblasti jeste taj, što vještine komunikacija i njeni modeli, posebno savremeni modeli komunikacije predstavljaju vrlo važan segment u poslovanju, postizanju boljih rezultata, te ostvarivanja dugoročne profitabilnosti.

Komunikacija je posebno izražena u javnoj upravi. Ona je možda u navedenoj poslovnoj sferi najosjetljivija posebno u pogledu davanja informacije ili usluga. U ovoj sferi primaoc usluge ili informacije je neko ko šalje dalje signale o kvalitetu usluge pa se stoga mora poseban trud upotrijebiti prema korisniku usluge ili primaocu informacije. To se posebno ostvaruje kroz komunikacijske vještine državnih službenika.

Ovaj naučni rad bi mogao doprinijeti, tako što će motivisati buduće studente, praktičare, teoretičare, da se počnu ozbiljnije baviti istraživanjem ove oblasti i pisanjem naučnih radova, čiji će rezultati biti od velikog značaja i koristi ne samo javnoj upravi nego i kompanijama u Bosni i Hercegovini, kako bi ih implementirali u svoje poslovanje i strateško planiranje, te na kraju postizanje boljih poslovnih rezultata, a posebno izgradnji boljeg imidža u javnosti.

Literatura:

- Brown, David; Electronic government and public administration; International Review of Administrative Sciences 71:2 / online 2005. godine.
- Čerepinko, Darijo, Komunikologija: kratki pregled najvažnijih teorija, principa i pojmova, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2012.
- Čizmić, Elvir; Trgo, Adil; Savremeni menadžerski koncepti, Izdavačka djelatnost Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, 2010.
- Čizmić, Elvir; Veselinović, Ljiljan; Operativni menadžment, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, 2017.
- Duraković, Jasna: Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruženju, Sarajevo, 2019.
- Đokić Aleksandar, Dušanić-Gačić Svetlana, Šušnjar-Čanković V., Menadžment – poslovna komunikacija, liderstvo i poslovna etika, efikasnost poslovanja, Synopsis, Banja Luka, 2011.
- Fox R., Poslovna komunikacija, Hrvatska sveučilišna naknada, Zagreb, 2001.
- Koprić, Ivan; Marčetić, Gordana; Musa, Anamarija; Đulabić, Vedran; Lalić Novak Goranka Upravna znanost - Javna uprava u suvremenom europskom kontekstu, Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Studijski centar za javnu upravu i javne financije, Biblioteka Suvremena javna uprava, 2014.
- Koprić, I.; Struktura i komuniciranje u upravnim organizacijama; Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu- Studijski centar za javnu upravu i javne financije (1999).
- Koprić, I., Musa, A., Giljević, T. (ur.); Građani, javna uprava i lokalna samouprava: povjerenje, suradnja, potpora; Institut za javnu upravu, 2017.
- Musa, A.; Uprava u digitalno doba III: Transformacijski potencijal e-uprave za veću učinkovitost i odgovornost; Institut za javnu upravu i Zaklada Friedrich Ebert (2017).
- Musa, A.; Osmi forum za javnu upravu: Uprava u digitalno doba; Institut za javnu upravu i Zaklada Friedrich Ebert, 2016.
- Otajagić Ferid: Savremene tendencije u janoj upravi, stručni rad, ANALI Pravnog fakulteta Univerziteta u Zenici.
- Radojković, Miroljub, Miletić, Mirko, Komuniciranje mediji i društvo, Stilos, Novi Sad, 2006.
- Thill, John, Bovee, Courtland, Suvremena poslovna komunikacija, Mate, Zagrebačka škola ekonomije i menagementa, deseto izdanje.
- Tucaković Šemso, Historija komuniciranja, Sarajevo, 2001.