ANALIZA TRENUTNOG STANJA

Udruženje/Udruga preduzeća/poduzeća komunalne privrede/gospodarstva u Federaciji Bosne i Hercegovine (UPKP u FBiH) i Pododbor mladih stručnjaka komunalne privrede (Young Water Professionals – YWP)
Datum: 12. novembar 2025.
Izradila: Alma Strika, STORY marketing agency

1. Uvod

Ovaj dokument predstavlja analizu trenutnog stanja komunikacijskih procesa, digitalne prisutnosti i organizacijskih kapaciteta Udruženje/Udruga preduzeća/poduzeća komunalne privrede/gospodarstva u Federaciji Bosne i Hercegovine (UPKP u FBiH) i njegovog Pododbora mladih stručnjaka komunalne privrede – Young Water Professionals (YWP). Analiza je pripremljena kao prvi korak u izradi sveobuhvatnog komunikacijskog okvira i preporuka za uspostavu učinkovitih kanala za angažman članstva.

Analiza se temelji na uvodnom sastanku održanom 12. novembra 2025. godine i dostupnoj dokumentaciji, te predstavlja osnovu za dalji razvoj komunikacijske strategije, definisanje sistema interne komunikacije i unapređenje digitalnih kanala UPKP-a.

2. Organizacijski kontekst

2.1. Udruženje komunalnih privreda FBiH (UPKP)

UPKP okuplja komunalna preduzeća širom Federacije BiH, te ima ključnu ulogu u povezivanju, edukaciji i podršci članicama u oblasti vodosnabdijevanja, komunalnih usluga i infrastrukture. Komunikacijske aktivnosti Udruženja trenutno se odvijaju bez jasne strategije, definisanih standarda i ujednačenih procedura.

Primijećeni izazovi uključuju:

- necentraliziranu komunikaciju,
- nedostatak sistemskog pristupa objavljivanju informacija,
- ograničenu digitalnu vidljivost,
- nepostojanje protokola za razmjenu informacija između članica i Udruženja.

2.2. Young Water Professionals (YWP)

YWP predstavlja pododbor mladih stručnjaka u okviru UPKP-a, s ciljem profesionalnog razvoja i povezivanja novih stručnjaka u sektoru. Trenutno nema jasno definisan komunikacijski plan koji bi YWP integrirao u ukupne aktivnosti Udruženja, niti predviđen prostor unutar postojećih komunikacijskih kanala.

3. Digitalna prisutnost i komunikacijski kanali

3.1. Web stranica UPKP

UPKP posjeduje funkcionalnu web stranicu. Međutim:

- sadržaj se ažurira redovno, ali članice ne šalju svoja saopštenja
- vijesti nisu strukturirane niti organizirane u prepoznatljive rubrike,
- ne postoji integracija newsletter forme,
- stranica nema definisan urednički koncept.

Potencijal web stranice za širu komunikaciju i jačanje reputacije Udruženja trenutno nije iskorišten.

3.2. Društvene mreže

Aktivni kanali:

- Facebook stranica – prisutna i relativno aktivna, ali se objave uglavnom svode na dijeljenje sadržaja drugih preduzeća bez vlastitog narativa.
- Instagram stranica – postoji, ali uz minimalnu aktivnost, nedostatak vizualnog identiteta i strateškog sadržaja.

Neaktivni ili nepostojeći kanali:

- LinkedIn (neiskorišteni potencijal u B2B sektoru),
- TikTok,
- X/Twitter,
- Facebook grupa za internu komunikaciju,
- Viber Community ili WhatsApp Business kanal,
- YouTube kanal.

Nedostatak raznovrsnih kanala direktno utječe na vidljivost Udruženja i ograničava mogućnosti dvosmjerne komunikacije s članicama.

4. Interna komunikacija i administrativni kapaciteti

4.1. Baze podataka

UPKP trenutno posjeduje dvije odvojene baze:

1. Baza komunalnih preduzeća sa direktorima – djelimično ažurirana, pretežno s fiksnim telefonima preduzeća.
2. Baza učesnika radionica i edukativnih programa – nalazi se u različitim dokumentima, bez centralizacije.

Identificirani nedostaci:

- nepostojanje centralizirane master baze,
- nedostatak segmentacije (direktori, inženjeri, mladi stručnjaci, učesnici edukacija itd.),
- nepostojanje ažuriranja na godišnjem nivou.

4.2. E-mail i sistem slanja obavijesti

- Udruženje komunicira putem bih.net.ba Gmail adrese,
- ne postoji domena (npr. upkp.ba),
- nema mogućnosti za masovno i profesionalno slanje newslettera,
- proces slanja informacija članicama odvija se ručno.

5. Trenutni procesi komunikacije

5.1. Primanje i distribucija informacija od članica

Model komunikacije je sljedeći:

1. članice pošalju link svoje objave,
2. UPKP samo podijeli objavu bez uređivanja ili dodavanja konteksta.

Problemi:

- nedostatak originalnog sadržaja,
- nedostatak standardiziranog formata vijesti,
- neujednačen kvalitet objava,
- nedovoljna prepoznatljivost Udruženja kao komunikacijskog autoriteta.

5.2. Ažuriranje web stranice

- nije definisan sistem i period ažuriranja,
- ažuriranja se vrše minimalno svaka 2 mjeseca – nakon sjednica ili radionica,
- objave nisu urednički uređene.

5.3. Komunikacija u hitnim situacijama

Trenutno ne postoji definisan protokol za urgentne situacije, iako su potrebe u sektoru značajne (npr. razmjena informacija o požarima, kvarovima, potrebi za hitnom mobilizacijom resursa).

Nedostaje:

- lista urgentnih kontakata (mobilni brojevi),
- kanal za brzu komunikaciju (Viber, WhatsApp Business),
- osoba odgovorna za koordinaciju,
- jedinstveni komunikacijski protokol.

6. Ključni izazovi

1. Nepostojanje komunikacijske strategije i sistema rada.
2. Nedovoljno razvijeni digitalni kanali.
3. Slaba interna komunikacija i nepovezane baze podataka.
4. Neprofesionalna tehnička infrastruktura (nema domene, newsletter sistema).
5. Pododbor nema svoj komunikacijski identitet ni plan.
6. Nema standardiziranog obrasca za vijesti članica.
7. Nedostatak community kanala za direktnu komunikaciju.
8. Nedostatak protokola za hitne situacije.
9. Web stranica nije optimizirana za strategijsko informisanje javnosti.

Zaključak

Trenutno stanje pokazuje da UPKP i YWP imaju značajan prostor za unapređenje komunikacijskih procesa, digitalne prisutnosti i organizacije interne komunikacije. Organizacija ima veliku mrežu članica i snažan sektor koji može biti strateški komunikacijski vidljiv, ali trenutno ne postoje sistemska rješenja koja bi to omogućila.

Ova analiza predstavlja osnov za dalji rad na komunikacijskom okviru i prijedloge za:

- razvoj nove infrastrukture,
- formalizaciju procesa,
- digitalnu transformaciju komunikacija,
- jačanje identiteta i angažmana članstva,
- jačanje vidljivosti Udruženja u javnosti i u sektoru.