

A.P.O.H.

Komunikačná stratégia Asociácie podnikateľov v odpadovom hospodárstve

Pre Valné zhromaždenie A.P.O.H.

Christian Abl

viceprezident



09 / 2010

Analýza • Návrhy • Smerovanie

OBSAH

	Strana
1 ÚVOD	3
2 ANALÝZA KOMUNIKÁCIE	4
2.1 Interná komunikácia	4
2.2 Externá komunikácia	5
3 HODNOTENIE SÚČASNEJ SITUÁCIE	5
3.1 Hodnotenie súčasnej webstránky	7
4 SWOT ANALÝZA	9
5 NÁVRH AKTIVÍT VEDÚCICH K ZLEPŠENEJ KOMUNIKÁCIÍ A ČINNOSTI APOH	10
5.1 Cieľové skupiny	11
5.2 Zásady na zmenu doterajšej komunikácie APOH	11
5.3 Prestavba webstránky	14
5.4 Odborné školenia	14
6 PRÍLOHY	
PRÍLOHA Č. 1 / Časový návrh a postupnosť realizácie jednotlivých krokov komunikačnej stratégie	15
PRÍLOHA Č. 2 / Finančné plnenie jednotlivých krokov komunikačnej stratégie	16

1

ÚVOD

Valné zhromaždenie Asociácie podnikateľov v odpadovom hospodárstve (ďalej len APOH) diskutovalo na svojom zasadnutí dňa 26. mája 2010 o potrebe skvalitnenia komunikácie medzi jednotlivými členmi APOH. Lepšia komunikácia vo vnútri APOH by zabezpečila nielen rýchlejšie a rozsiahlejšie informovanie jednotlivých členov, ale aj operatívnejšie rozhodovanie a skvalitnenie samotnej činnosti APOH.

Z doterajších skúseností ohľadom komunikácie APOH vyplynulo, že je nedostatočná a nemotivuje členov k zvýšenej aktivite. Základná komunikácia členov sa uskutočňuje na zasadnutiach orgánov APOH – prezídiá a valného zhromaždenia a výnimočne aj na iných aktivitách, ktorých sa zúčastňujú zástupcovia orgánov alebo členovia APOH.

Vypracovanie komunikačnej stratégie smeruje k lepšiemu napĺňaniu cieľov a poslania APOH, zvýšenej mobilite jej členov a v neposlednom rade k aktívnej prezentácii značky APOH. V súčasnom období keď na Slovensku pôsobí niekoľko záujmových združení zastupujúcich spoločnosti pôsobiace v oblasti odpadového hospodárstva (napr. ZOVP, RUREP, ASE0) bude nevyhnutné jasne rozlíšiť aktivity a záujmy APOH, ako aj presadiť sa v tomto konkurenčnom prostredí.

APOH si uvedomuje potrebu strategického pohľadu na svoje fungovanie, žiaľ pri nedostatku personálnych i finančných prostriedkov sa v uplynulom období tejto problematike nevenoval.

Komunikačná stratégia slúži ako podklad na realizáciu komunikačných aktivít smerujúcich k zlepšenému fungovaniu APOH. Vychádza z cieľov a zamerania APOH. Snahou predloženej stratégie je zabezpečiť systematickosť vo vnútornej komunikácii, odstrániť náhodné a neefektívne aktivity. Správne zvolená komunikačná stratégia vedie k úspešnému osloveniu, získaniu záujmu verejnosti, médií a kľúčových partnerov, ako sú - ústredné orgány štátnej správy, Národná rada SR, obce, mestá, odborné organizácie, tretí sektor, zahraniční partneri a ďalší.



ANALÝZA KOMUNIKÁCIE

Cieľom analýzy je identifikovať slabé a silné stránky v systéme komunikácie, formulovať prípadné problémové okruhy a ohniská s konfliktným potenciálom vo vnútri i v okolí organizácie.

Analytická časť sa zameriava na vyhodnotenie existujúcich foriem komunikácie s dôrazom na činnosť hlavného komunikačného centra, ktorým je v prípade APOH prezídium, v zmysle stanov výkonný aj organizačný orgán Asociácie. Rozhodujúcu komunikáciu navonok i do vnútra vykonáva sekretariát výkonnej riaditeľky, do ktorého smeruje prevažná väčšina internej aj externej komunikácie.

Je samozrejmé, že komunikujú medzi sebou aj ostatné zložky Asociácie. Ich úroveň však nie je postihnuteľná.

2.1 INTERNÁ KOMUNIKÁCIA

Pre komunikáciu vo vnútri APOH platia všeobecne platné nástroje a prostriedky využívané v akejkolvek organizačnej štruktúre - smerom od centrality k rovnoprávnym členom

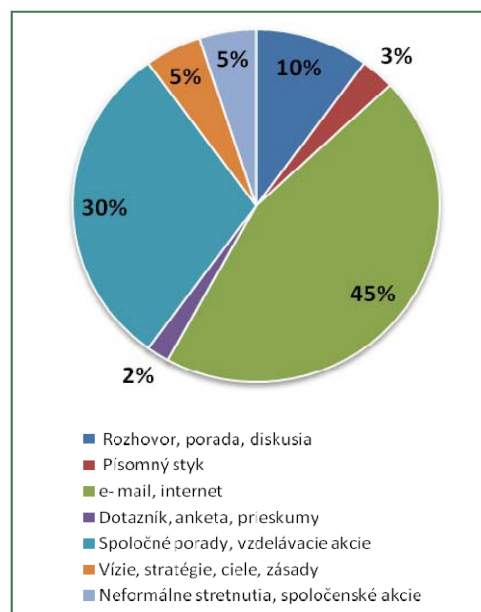
Interná komunikácia súvisí s organizačným správaním, základnými sociálnymi procesmi prebiehajúcimi v organizácii, informačnými systémami a štýlom vedenia a riadenia. Je súčasne nástrojom pre ich ovplyvňovanie. Základnou podmienkou fungovania akejkolvek komunikácie je spätná väzba a zodpovednosť vedenia za komunikáciu v organizácii.

Bariéry v komunikácii v organizácii:

- Nepremyslená alebo neexistujúca komunikačná koncepcia a stratégia
- Nedostatočné, neaktuálne a nepresné informácie, nefunkčný informačný systém
- Nedostatočná vnútorná zodpovednosť vedenia za komunikáciu v organizácii
- Neschopnosť odlíšiť podstatné a nepotrebné

Prostriedky internej komunikácie používané v APOH

- e- mail, internet
- Spoločné porady, spoločné vzdelávacie akcie, semináre
- Rozhovor, porada, diskusia (vrátane telefonických rozhovorov)
- Neformálne stretnutia, spoločenské akcie, tímové aktivity, tradície
- Písomné informovanie, list
- Dotazník, anketa, prieskumy záujmov, názorov
- Vízie, stratégie, ciele, zásady



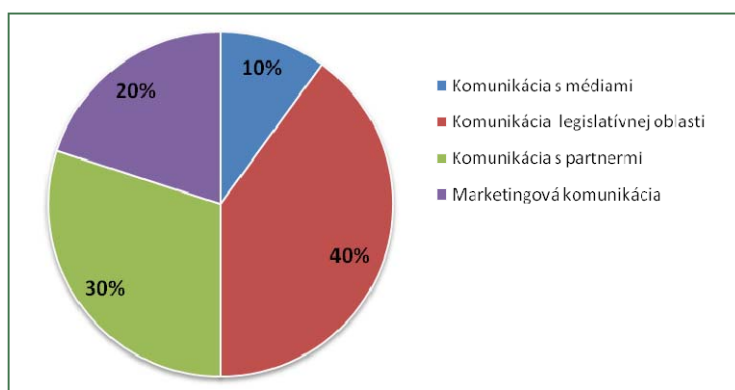
Graf č.1 | Využívanie prostriedkov internej komunikácie v APOH (odhad)

2

2.2 EXTERNÁ KOMUNIKÁCIA

Externá komunikácia je akákoľvek komunikácia, ktorú organizácia vyvíja navonok. Väzby s vonkajším prostredím ju viažu s partnermi ale aj s konkurenciou. V tejto oblasti vstupuje APOH do interakcií s médiami, zákonodarnou mocou, orgánmi štátnej správy, miestnej a regionálnej samosprávy, širšou verejnosťou, tretím sektorom, zahraničnými partnermi a inými subjektmi, ktoré nemajú bezprostredný vplyv na jej činnosti.

Špecifickým typom komunikácie s vonkajším prostredím je marketingová komunikácia. Prostredníctvom nej organizácia informuje o svojich produktoch, činnosti, zámeroch a cieľoch. Základné formy externej marketingovej komunikácie tvoria imidž, reklama a PR.



Graf č.1 | Využívanie prostriedkov externej komunikácie v APOH (odhad)

3

HODNOTENIE SÚČASNEJ SITUÁCIE

Hodnotenie súčasnej situácie sa uskutočnilo na základe rozhovorov s viacerými členmi APOH, výkonnou riaditeľkou ako aj z vyhodnotenia aktivít APOH za obdobie rokov 2008-2010.

Stav komunikácie v APOH vyplýva z potrieb jeho členov, stanov, technických možností, vykonávaných aktivít a dá sa charakterizovať ako viac-menej nemenný už niekoľko rokov. APOH využíva vo svojej činnosti všetky prostriedky internej aj externej komunikácie s dominanciou niektorých z nich. V internej komunikácii je to predovšetkým rozhovor, porada na zasadnutiach orgánov Asociácie, e-mail na zabezpečenie operatívneho informovania jednotlivých členov a neformálne stretnutia (Plesy odpadárov, koncoročné stretnutie zástupcov APOH), v menšej miere telefonické spojenie a písomný styk.

V oblasti externej komunikácie prevláda písomný styk, e-mail, v menšej miere telefonický kontakt, či osobné stretnutia, rozhovory. V minulom období APOH častejšie využíval s externým prostredím marketingovú komuni-

káciu formou účasti na výstave PRO-EXPO v Banskej Bystrici, avšak v tomto roku od tejto aktivity ustúpil, aj keď ju nahradil účasťou na celoštátnej konferencii ZMOS v Bratislave.

Za sledované obdobie sa uskutočnila jediná tlačová konferencia (18.5.2010), ktorá reagovala na problém novelizácie vyhlášky MŽP SR č.208/2005 o nakladaní s elektrozariadeniami a elektroodpadom.



Medzi hlavné činnosti APOH patrili v uplynulom období predovšetkým

ZASADNUTIA JEHO VOLENÝCH ORGÁNOV

- Prezídium 4 -5 ročne
- Valné zhromaždenia 1 - 2 ročne

AKTIVITY APOH

- Pripomienkové konanie k pripravovaným právnym
- Školenie
- Tlačová konferencia
- Ples
- Stretnutia s partnermi
- Účasť na výstavách
- Zlatý mravec

Možno konštatovať, že APOH sa v období rokov 2008-2010 neodklonil od svojho hlavného zamerania, ktorým bolo presadzovanie a ochrana oprávnených záujmov svojich členov, ale zároveň nevyvíjal dostatočné aktivity k vytváraniu korektných podnikateľských vzťahov, transparentnému podnikateľskému prostrediu a legislatívnych podmienok v oblasti odpadového hospodárstva, čo je dôsledkom nedostatočnej internej aj externej komunikácie. Volebné obdobie 2006-2010 možno označiť za obdobie účelových zmien legislatívy odpadového hospodárstva SR presadzujúcich skôr lobistické ako odborné (systémové) záujmy.

Hlavný komunikačný tok prebiehal na úrovni centrála APOH – jednotliví členovia, pričom úroveň a intenzita komunikácie bola rozdielna. Vo všeobecnosti platilo, že z centrály APOH bolo mesačne zaslaných 20-25 e-mailov smerom dovnútra i navonok. Lepšia spätná väzba bola medzi členmi, ktorí majú svoje zastúpenie v prezídiu APOH.

V tab.č.1 je zaznamenaný počet odosielaných e-mailov zo sekretariátu výkonnej riaditeľky APOH za obdobie 08.2008 – 09.2010 k členom. Z prehľadu vyplýva, že táto forma komunikácie je nepravidelná, zodpovedá uskutočňovaným aktivitám APOH. Intenzívnejšia komunikácia prebiehala napr. v rozmedzí 03.2009–06.2009 z dôvodu hľadania riešení na odstránenie krízy v odpadovom hospodárstve a 05.2010 z dôvodu zvýšenej aktivity na zabránenie prijatiu vyhlášky č.208/2005 Z.z. o nakladaní s

elektrozariadeniami a s elektroodpadom. Novela vyhlášky bola navrhnutá spôsobom, ktorý vytváral podmienky pre monopol pri nakladaní s elektroodpadom v SR.

Z uvedeného vyplýva, že Asociácia je v prípade potreby akcieschopná a pod tlakom vonkajších okolností dokáže vyvíjať potrebné aktivity. Na druhej strane však vyvíja málo komunikácie, ktorá by znamenala väčšiu akceptáciu predovšetkým v oblasti pripravovaných legislatívnych zmien a pôsobila by ako prevencia voči ďalšiemu opakovaniu podobných situácií v budúcnosti.

mesiac	2008	2009	2010
JAN		7	4
FEB		9	4
MAR		15	4
APR		14	3
MÁJ		4	11
JÚN		21	2
JÚL		3	0
AUG	1	10	3
SEPT	0	8	
OKT	2	6	
NOV	3	4	
DEC	3	3	
spolu/rok	9	104	31
priemer/mes.	1,8	8,7	3,4

Tab 1 | Počet zaslaných e-mailov z centrály členom APOH

3.1 HODNOTENIE SÚČASNEJ WEBSTRÁNKY

Jednou z najdôležitejších foriem komunikácie je webstránka organizácie. Táto vytvára možnosti ako pre internú komunikáciu s členmi, tak i s vonkajším prostredím (partnermi, verejnosťou). Je akousi výkladnou skriňou, do ktorej môže každý nahliadnuť a urobiť si o nej prvý dojem. Pokiaľ ho zaujme môže ho vziať k získaniu ďalších informácií o samotnej organizácii príp. k hľadaniu nejakých odborných riešení.

Webová stránka APOH, tak ako ju dnes poznáme, bola vytvorená v roku 2006 na základe zmluvy so spoločnosťou Euronet Považská Bystrica a nadväzovala na pôvodnú stránku Asociácie, z ktorej prevzala štruktúru aj obsahovú časť.

Súčasná verzia webstránky je tvorená v jednoduchom redakčnom systéme, umožňujúcom aktualizáciu administrátorovi.

Webstránka APOH neplní svoju funkciu ani do vnútra Asociácie pre svojich členov, ani navonok pre náhodného, či účelového návštevníka. Je v prvom rade už technicky zastaraná. Takisto administrátor nedostatočne ovláda prácu s redakčným systémom, čím vznikli na stránke mnohé zmatečné odkazy. Návštevník stránky www.apoh.sk sa dozvedá viac o plesovej nálade odpadovej obce, ako o odborných stanoviskách, návrhoch a aktivitách, ktoré sú uvedené v stanovách asociácie.

Grafická stránka súvisí s technickou, pretože redakčný systém je naprogramovaný s minimálnou možnosťou grafických zmien. Na stránke je uvádzaných málo aktivít, noviniek a tém, ktoré by zvýšili jej návštevnosť. Viaceré rubriky sú prázdne. *

*Tanzer Consulting čiastočne zrevidoval stav uvedený dole.



Obr. 1 | Stav webstránky august 2010 - akútne problémy čiastočne vyriešené zo strany TCS

ŠTRUKTÚRA STRÁNKY:

Horizontálne menu

- **O nás / About us**
Obsahuje úvodný text, potreba vyzdvihnúť ciele a prednosti asociácie. Názov obsahuje aj anglickú mutáciu, ktorá sa však na iných podstránkach nevyskytuje
- **Morálny kódex člena APOH**
Významovo by mal byť zaradený až za časť Stanovy
- **Kritériá pre vstup**
Neobsahuje postup pri možnosti vstupe – iba odkaz na stanovy – navrhujeme min. vytvoriť formulár/dotazník
- **Stanovy APOH**
- **ZOPNO**

Vertikálne menu

- **Zoznam členov**
Logá s odkazom na webstránky + adresy členov
- **Kontakt**
V kontaktoch sú uvedení členovia prezídia
- **Aktivity APOH**
Neobsahuje postup pri možnosti vstupe – iba odkaz na stanovy – navrhujeme min. vytvoriť formulár/dotazník
- **Ples odpadárov**
Informácie o Plese odpadárov 2007-2009, ktorý organizoval APOH. Otázne je, či to patrí pod samostatnú rubriku v menu.
- **Aktuálne**
- **Reklama**
Bannery ZISK—časopis pre manažérov (?)
FM Guide 2010— APOH odborný garant
- **Zlatý mravec**
Jedna z mála odborných aktivít, v ktorých sa APOH dlhodobo angažuje, je uvádzaná na poslednom, čo je na škodu veci
- **Sídlo APOH**

Každá z rubriek Vertikálneho menu má svoje nedostatky. V rubrike Zoznam členov chýbajú základné informácie o členoch (uvedenie kontaktnej osoby, presná adresa, tel.č., webstránka). V rubrike Kontakt sa uvádzajú členovia prezídia, ale bez uvedenia kontaktov. Skôr by bolo vhodné z dôvodu reprezentatívnosti uviesť samostatnú podstránku s orgánmi APOH – fotografiami členov prezídia a kontaktmi na firmu, ktorú zastupuje.

Vzniknuté chyby pripisujeme na vrub nedostatočného ovládania redakčného systému webstránky. Časť Aktivity APOH je absolútne neprehľadná, zmätočná, bez akejkoľvek chronológie popisovaných aktivít. Vzhľadom k tomu, že ide o kľúčovú stránku je nevyhnutná jej okamžitá revízia.*

* Opravené zo strany TCS v auguste 2010



The screenshot shows the website interface for 'Asociácia podnikateľov v odpadovom hospodárstve'. It features a search bar at the top left and a navigation menu on the left side. The main content area is divided into several sections:

- A.P.O.H.**
 - Zoznam členov
 - Kontakt
 - Aktivity APOH
 - Ples odpadárov
 - Len pre členov
- Aktuálne**
 - Konferencia ISWA, 31.5. - 2.6. 2011, Moskva
 - Zvýhodnené členské
 - Výročná konferencia FEAD 8.10.2010
 - [archív]
- Zlatý mravec 2010**
 - Zapojte sa do súťaže do 30. septembra 2010
 - Logo for 'Zlatý mravec' (Golden Ant) award.
- Sídlo**
 - Odbojárov 3
 - 831 04 Bratislava
 - tel./fax: 02/444 56 293

On the right side, there is a 'Kontakt' section with the following details:

- Prezident:** Ing. Katarína Kollárová
- Viceprezidenti:** Ing. Dušan Magula, Christian Abl
- Členovia prezídia:** Ing. Vladimír Šínák, Ing. Ján Kopernický, Ing. Roman Achimský
- Výkonná riaditeľka:** Ing. Sylvia Nerádová, Mobil: 0948 700 001, E-mail: apoh@apoh.sk
- Sídlo:** Odbojárov 3, 831 04 Bratislava, Tel./ Fax: 02/444 56 293, http://www.apoh.sk/

SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je založená na existencii silných a slabých stránok a príležitostí a hrozieb.

Silné a slabé stránky sú znakmi interných schopností organizácie. Silné stránky sú internými schopnosťami, prostredníctvom ktorých je organizácia schopná efektívne pôsobiť v externom prostredí. Slabé stránky znamenajú slabšiu spôsobilosť pre využitie externých príležitostí, ako i slabší ochranný potenciál proti možným hrozbám z externého prostredia.

Príležitosti a hrozby existujú mimo organizácie v rôznych oblastiach. Patria k nim faktory pôsobiace z lokálneho i globálneho prostredia, z makroprostredia, interakčného prostredia a z prostredia odvetvia. Typickým znakom príležitostí a hrozieb je, že vplyvajú na všetky subjekty vymedzeného prostredia, t.j. nielen na jednu organizáciu. Rozdiely medzi organizáciami sú práve v schopnostiach efektívne sa prispôsobiť resp. strategicky sa pripraviť na vplyvy z prostredia.

SILNÉ STRÁNKY APOH

- členovia APOH (*spoločnosti dosahujú významný obrat na trhu odpadového hospodárstva v SR, pokrývajú všetky významné pôsobnosti odpadového hospodárstva*)
- história
- členstvo vo FEAD
- ZOPNO

SLABÉ STRÁNKY APOH

- nedostatočná prezentácia APOH navonok
- ponuka vlastných aktivít a podujatí
- nevyužívanie zahraničných kontaktov
- nízka aktivita členov APOH
- nízky rozpočet (*väčšina rozpočtu sa použije na administratívne činnosti, poplatok FEAD*)
- webová stránka

PRÍLEŽITOSTI APOH

- Zintenzívniť svoju činnosť (*školenia, informačný bulletin, podujatia pre členov, tlačovky*)
- Stať sa atraktívnou Asociáciou pre ďalšie spoločnosti – rozšírenie členskej základne
- Odbornou a pravidelnou činnosťou sa stať uznanou autoritou
- Vytvoriť odborné sekcie v rámci APOH
- Zapojiť sa aktívnejšie do činnosti FEAD
- Využívanie internetu a webovej stránky APOH
- Aktívne vylepšovať podnikateľské prostredie v odpadovom hospodárstve
- Externá komunikácia s médiami a kľúčovými partnermi

HROZBY APOH

- Úbytok členov
- Nedostatočná akceptácia zo strany ústredných orgánov štátnej správy, NR SR, ZMOS a pod.
- Konkurenčné záujmové združenia obsadia priestor APOH
- Zánik APOH

NÁVRH AKTIVÍT VEDÚCICH K ZLEPŠENEJ KOMUNIKÁCII A ČINNOSTI APOH

Predložené návrhy aktivít vznikli na základe vyhodnotenia doterajšej činnosti APOH, rozhovorov s členmi APOH ako aj návštevy sesterskej rakúskej organizácie VÖEB (Verband Österreichische Entsorgungsbetrieb), ktorá sa uskutočnila 23.8.2010 v jej centrále vo Viedni.

Komunikácia APOH by mala vyplývať z jej zamerania, cieľov a záujmov, ktoré sú ustanovené v Stanovách APOH v článku 2.

STANOVY APOH článok 2)

Základným zameraním a poslaním Asociácie je:

- presadzovanie oprávnených spoločných záujmov členov Asociácie ako podnikateľov v odpadovom hospodárstve
- pomoc pri ochrane oprávnených záujmov členov Asociácie, pokiaľ sú totožné so spoločnými záujmami Asociácie, v styku so štátnymi orgánmi a orgánmi verejnej správy
- napomáhanie vytváraniu korektných podnikateľských vzťahov, transparentného podnikateľského prostredia s európskym štandardom kvality podnikania
- vyvíjanie aktivít smerujúcich k vytváraniu vhodných legislatívnych podmienok v oblasti odpadového hospodárstva SR pri rešpektovaní trvalo udržateľného rozvoja spoločnosti tak, aby boli kompatibilné s právnou úpravou a koncepciami, platnými v Európskej únii
- spolupráca s partnerskými organizáciami v SR i v zahraničí.

Predmetom činnosti Asociácie je najmä:

- analýza a definovanie spoločných záujmov členov Asociácie pre dané obdobie
- presadzovanie spoločných záujmov členov Asociácie pri rokovaniach so štátnymi orgánmi a orgánmi verejnej správy
- vypracovávanie alebo zabezpečenie a financovanie vypracovania technických a právnych analýz v oblasti nakladania s odpadmi, s osobitným zameraním na jej kompatibilitu s technickými a právnymi predpismi, platnými v Európskej únii
- predkladanie návrhov na zmenu technických a právnych predpisov, priamo alebo nepriamo súvisiacimi s odpadovým hospodárstvom a podnikaním v oblasti nakladania s odpadmi
- podpora zvyšovania odborných vedomostí členov Asociácie organizovaním a financovaním alebo spolufinancovaním odborných seminárov
- podpora výskumu v oblasti nakladania s odpadmi so zameraním na minimalizáciu negatívnych vplyvov odpadov na životné prostredie
- spolupráca s médiami pri riešení problematiky nakladania s odpadmi a všestranné rozširovanie názorov a stanovísk Asociácie prostredníctvom médií, konferencií, seminárov a pod.
- spolupráca s partnerskými organizáciami v zahraničí.

5

5.1 CIEĽOVÉ SKUPINY

Interná komunikácia:

jednotliví členovia APOH

Externá komunikácia:

- Štátna správa (Ministerstvo životného prostredia SR, Ministerstvo hospodárstva a výstavby SR)
- Národná rada SR - Výbor NR SR pre pôdohospodárstvo, životné prostredie a ochranu prírody
- Média
- Odborná verejnosť
- Podnikatelia pôsobiaci v oblasti odpadového hospodárstva



5.2 ZÁSADY NA ZMENU DOTERAJŠEJ KOMUNIKÁCIE APOH

K tomu, aby sa napĺňalo zameranie a predmet činnosti APOH je potrebné prispôbiť charakter jednotlivých aktivít.

INTERNÁ KOMUNIKÁCIA

1 Zvýšiť možnosti vzájomného sa stretávania členov APOH aj mimo jej orgánov

- Zaviesť pravidelnosť v zasielaní e-mailov pre členov. Rozšíriť počet osôb v mailingu z centrály APOH
- Vytvoriť pracovné skupiny APOH (*komunikačná, právna, elektrozariadenia, skládky, termické spracovanie odpadov, separovaný zber zložiek KO, obaly*)
- Vytvoriť rozhranie na webovej stránke umožňujúce internú komunikáciu
- Diskusný klub – ako fórum na generovanie odborných riešení, návrhov, pripomienok, názorov v mene APOH
- Vzájomné prehliadky prevádzok jednotlivých členov APOH, spoločné exkurzie
- Spoločná účasť na veľtrhoch, konferenciách

2 Uskutočňovanie pravidelných odborných školení

Odborné školenia vytvárajú osobitný priestor nielen na vzdelávanie, ale tiež na internú komunikáciu medzi ich účastníkmi. Miesto konania školení by bolo možné operatívne prispôbiť podľa záujmu za predpokladu, že v danom regióne bude min. 25-30 záujemcov o školenie. Školenia by boli určene prednostne pre členov Asociácie, ale zároveň by sa ich mohli zúčastňovať aj nečlenovia. Bližšie podrobnosti k tejto téme sú uvedené v časti „Odborné školenia“.



5

3 Vydávanie interného informačného bulletinu

Činnosť APOH, FEAD a aktuálne dianie v odpadovom hospodárstve SR, EÚ budú pravidelne (1x štvrtročne) zhrnuté v tlačennom informačnom Bulletine, cieľom ktorého bude poskytnúť prehľadné informácie, bilancie za uvedené obdobie pre väčší počet osôb podľa určenia jednotlivých členov Asociácie. Tento formát by mal vyplniť doposiaľ prázdne miesto tlačových výstupov v prostredí APOH. Predpokladáme, že pre uvedené účely by postačoval rozsah 6-8 strán Bulletinu vo formáte A4.

Počet výtlačkov: 150-200 ks.

Distribúcia poštou – počet ks podľa objednávky členov APOH

Náklady na výrobu 1 ks: 1€

4 Zabezpečenie právnych analýz

APOH je často postavený pred úlohu zaslania pripomienok v prebiehajúcom legislatívnom procese. V minulosti nebolo výnimkou, že lehoty na zaslanie pripomienok boli veľmi krátke. Výraznou pomocou v tomto by bolo odborné právne stanovisko posudzujúce dopad pripravovanej zmeny na prax resp. správne naformulovanie jednotlivých pripomienok k legislatívnym návrhom, aby sa umocnila ich akceptácia zo strany navrhovateľa. Uvedený spôsob je úspešne zaužívaný pre potreby VÖEB, kde má Zväz zmluvu s externým právnikom, ktorý ad hoc na základe objednávky vypracuje požadovanú právnu expertízu a zastupuje VÖEB v rámci pripomienkového konania. Náklady sa právne služby sa uhrádzajú mesačne podľa počtu odpracovaných hodín a dohodnutej hodinovej sadzby.

EXTERNÁ KOMUNIKÁCIA

1 Dohodnúť pravidlá komunikácie s predstaviteľmi MŽP SR, NR SR

Rozhodujúcimi partnermi na presadenie kľúčových zamerov APOH je Ministerstvo životného prostredia SR a Výbor národnej rady SR pre pôdohospodárstvo, životné prostredie a ochranu prírody. Je v životnom záujme APOH mať so zástupcami uvedených orgánov korektné a pravidelné vzťahy vybudované na základe vzájomného rešpektovania sa. Je preto veľmi dôležité mať dohodnuté základné pravidlá vzájomnej komunikácie. Tieto sa dajú najlepšie vytvoriť na začiatku ich funkčného obdobia (2010-2013).



2 Výber strategických partnerov APOH (ZOVP, ASPEK, ASEO, RÚREP) a dohodnúť s nimi formy komunikácie

V mnohých otázkach je dobré mať partnerov, ktorí majú rovnaké záujmy, ktorých presadzovanie spoločnými silami je účelné a obojstranne prospešné. S kým by mal APOH uzatvoriť takéto strategické partnerstvá? Dlhoročne sa osvedčila spolupráca v niektorých otázkach so Združením organizácií verejných prác (ZOVP) ako aj s Asociáciou priemyselnej ekológie na Slovensku (ASPEK). V prípade Asociácie spracovateľov elektroodpadu (ASEO) by bolo vhodnejšie uvažovať o kolektívnom členstve tejto organizácii v rámci APOH ako o samostatnom pôsobení (v rámci odbornej sekcie „Elektro“). Toto riešenie sa ponúka vzhľadom k tomu, že viacerí členovia tejto organizácie sú zároveň aj členmi APOH. V prípade Republikovej únie recyklačného priemyslu (RÚREP) je potrebné hľadať spoločné záujmy a prípadné formy spolupráce.

5

3 Vstup do niektorej zo zväzových asociácií

Je potrebné zvážiť výhody aj nevýhody vstupu do Asociácie zamestnávateľských zväzov a združení Slovenska., Republikovej únie zamestnávateľov resp. Zväzu podnikateľov Slovenska. Nespornou výhodou by bolo zastrešenie v rámci uznávanej a rešpektovanej organizácie. Nevýhodou zase nízka váha hlasu APOH pri presadzovaní vlastných záujmov v rozhodovaní AZZZ.

4 Nadviazať partnerstvo v mediálnom prostredí

Účelným a pomerne jednoduchým spôsobom je možné nadviazať komunikáciu s mediálnym prostredím, ktoré je prioritne zamerané na oblasť odpadového hospodárstva a má záujem o informácie z tejto oblasti. Takými to sú napr. printové médiá - mesačník Odpady a nepravidelne vychádzajúci časopis 21.storočie. Stanoviská APOH presahujúce svojim významom pôsobenie týchto periodík je potrebné publikovať v mienkotvorných médiách ako TREND, Hospodárske noviny, príp. SME.

V oblasti internetu je možnosť propagovať značku Asociácie prostredníctvom Odpady-portal.sk. Jedná sa o najčítanejší špecializovaný odborný žurnál o odpadovom hospodárstve na Slovensku, ktorý je vysoko navštevovaný odbornou i laickou verejnosťou.

V uvedených médiách je možné pravidelne informovať o činnosti a zámeroch APOH, čo je dôležité aj z hľadiska prezentácie odbornosti a profesionality Asociácie ako aj celoročne propagovať značku APOH (napr. formou reklamného banneru).

5 Uskutočňovať pravidelné tlačové konferencie

Tlačové konferencie sú veľmi účinným prostriedkom komunikácie s verejnosťou, zvlášť v prípadoch keď je potrebné zverejniť dôležité posolstvo, názor alebo stanovisko. Popri prezentácii značky APOH sa stávajú známymi aj reprezentanti Asociácie (jej tváre). Výstupy z tlačových konferencií majú veľmi široký záber od elektronických médií (TV, rozhlas) až po printové médiá a sú vnímané veľmi pozitívne aj zo strany členov APOH. Tlačovými konferenciami sa APOH názorovo vyčleňuje oproti konkurenčným záujmovým združeniam.

Ďalšou z možností je uskutočňovanie tzv. „Pracovných raňajok“ s vybranými zástupcami médií na vopred určenú tému.

Odporúčame tiež využívať možnosť zasielania tlačových správ priamo tlačovým agentúram, od ktorých ostatné médiá tieto preberajú a šíria ďalej.

6 Zdôrazňovanie príslušnosti k APOH zo strany jej členov

Malo by byť úplnou samozrejmosťou, že jednotliví členovia sa budú pri akejkoľvek vhodnej príležitosti hlásiť k tomu, že sú členmi APOH – napr. pri predstavovaní svojej spoločnosti, v reklamných materiáloch, rôznych odborných podujatiach, webovej stránke a pod. Príslušnosť k značke APOH prispeje k jej posilneniu a väčšej akceptácii.

7 Uskutočňovanie marketingovej komunikácie

K základným nástrojom externej komunikácie patrí marketingová komunikácia. Táto môže byť zameraná na vybranú cieľovú skupinu, alebo môže mať všeobecný charakter. V minulosti APOH využíval jednoduchšie formy marketingovej komunikácie formou účasti na výstavách (PRO-EKO) na odborných podujatiach (DOH, TOPka), kde boli využívané rôzne propagačné materiály APOH a jej jednotlivých členov (roll-up, letáky, prospekty, rôzne reklamné predmety) Uvedené aktivity sa zameriavajú na prezentáciu značky APOH. Odporúčame rozšíriť tieto tradične využívané formy o propagáciu v elektronickom médiu (Odpady-portal, celoročný banner, umiestnený na hlavnej stránke a všetkých podstránkach 120x60, 1/3 videní).

8 Aktívne využívať možnosti členstva vo FEAD

Malo by byť úplnou samozrejmosťou, že jednotliví členovia sa budú pri akejkoľvek vhodnej príležitosti hlásiť k tomu, že sú členmi APOH – napr. pri predstavovaní svojej spoločnosti, v reklamných materiáloch, rôznych odborných podujatiach, webovej stránke a pod. Príslušnosť k značke APOH prispeje k jej posilneniu a väčšej akceptácii.

5

5.3 PRESTAVBA WEBSTRÁNKY

K prestavbe webovej stránky sa dá pristúpiť dvoma spôsobmi.

Alternatíva 1

Využívať naďalej existujúci systém správy webu a opraviť jeho najproblémovejšie časti. Pri tejto alternatíve by zostala naďalej komplikovaná správa systému, a pretrvávajúce technické problémy. Hrozí, že aj vykonané zásahy do systému budú fungovať iba ako „záplaty“, ktoré v blízkej budúcnosti aj tak povolia (Mgr. Michal Hajdúch, Create.sk).

Alternatíva 2

Pristúpiť k vybudovaniu úplne nového webu, novej verzii systému, ktorý by ponúkal oveľa pohodlnejšiu a hlavne rýchlejšiu správu stránky. Tento model je aj finančne prístupný – predpokladané vstupné náklady: 650 €.

Odporúčanie

Navrhujeme uskutočniť úplnú rekonštrukciu webstránky po obsahovej aj grafickej stránke. Sprehľadnenie a logické usporiadanie jednotlivých podstránok s jasnou výpovednou hodnotou.

Stránka má vytvoriť priestor aj pre internú komunikáciu medzi členmi APOH (zaheslovanú), klásť dôraz na odbornú činnosť Asociácie, poskytnúť základné informácie pre záujemcov o vstup do APOH, prinášať aktuálne informácie nielen o samotnej Asociácii a jej členoch, ale aj všeobecne z oblasti odpadového hospodárstva SR, EÚ príp. jednotlivých členských krajín EÚ, odkaz na odborné a partnerské linky.

Webová stránka je zameraná na tieto cieľové skupiny:

1. Členovia APOH
2. Odborná verejnosť – informácie, kontakty
3. Laická verejnosť – služby, kontakty
4. Média – kontakty, informácie, podklady

5.4 ODBORNÉ ŠKOLENIA

Plán na uskutočňovanie odborných školení (seminárov) na regionálnej úrovni (Košice, Banská Bystrica, Bratislava – podľa potreby aj ďalšie)

Návrhy tém školení:

- zmeny v legislatíve odpadového hospodárstva
- bezpečnosť práce
- cezhraničná preprava
- ADR
- REACH
- podávanie povinných hlásení
- controlling
- obaly
- smernice EÚ

Predpokladané náklady na organizáciu školenia (4 hod.):
1500 €

Účastnícky poplatok (pri 30 účastníkoch): 50 €

Odborní lektori:

- Odborníci z konzultačných a právnych spoločností
- Prizvaní podľa jednotlivých tém

Termíny školení:

- 1x štvrťročne, príp. operatívne podľa potreby



Časový návrh a postupnosť realizácie jednotlivých krokov komunikačnej stratégie

Činnosť	2010												2011																										
	X.	XI.	XII.	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.	X.	XI.	XII.	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.									
	1. Schválenie komunikačnej stratégie																																						
2. Určenie zodpovednosti za jednotlivé časti KS																																							
3. Vstup do AZZZ, RÚZ resp. ZPS a účasť na jeho zasadnutiach																																							
4. Prestavba webových stránok APOH v zmysle návrhu KS a jej aktualizácia																																							
5. Komunikácia s MŽP SR, výborom PŽPOP NR SR a strategickými partnermi																																							
6. Oslovenie členov APOH ohľadom tematického zamerania odborných školení																																							
7. Tlačové konferencie																																							
8. Vytvorenie pracovných skupín APOH a ich činnosť																																							
9. Vydávanie informačného Bulletinu																																							
10. Odborné školenia																																							
11. Zasadnutie FEAD																																							
12. Výstupy do médií (Odpady-portal, Odpad, 21.storočie)																																							
13. Marketingová komunikácia																																							
14. Zdôrazňovanie príslušnosti k APOH																																							

6

PRÍLOHA Č. 2

Finančné plnenie jednotlivých krokov komunikačnej stratégie

Činnosť	2010	2011
1. Schválenie komunikačnej stratégie	0	0
2. Určenie zodpovednosti za jednotlivé časti KS	0	0
3. Vstup do RÚZ, AZZZ, resp. ZPS a účasť na jeho zasadnutiach (členský príspevok)	?	?
3a Republiková únia zamestnávateľov (RÚZ)	1.250	2.500
3b Asociácia zamestnávateľských zväzov a združení (AZZZ)		6.300
3c Združenie podnikateľov Slovenska (ZPS)		233
4. Prestavba webových stránok APOH v zmysle návrhu KS a jej aktualizácia	1000	
4a - Variant "Standart web" s naplnením obsahu	800	
4b - Jazyková mutácia niektorých stránok (ENG)	200	
5. Komunikácia s MŽP SR, výborom PŽPOP NR SR a strategickými partnermi	0	0
6. Oslovenie členov APOH k témam odborných školení	0	0
7. Tlačové konferencie	150	450
7a - prenájom miestnosti (50€/podujatie)	50	150
7b - pohostenie pre účastníkov (100 €/podujatie)	100	300
8. Vytvorenie odborných sekcií APOH a ich činnosť	100	1000
8a - Zasadnutie odborných sekcií (pozvánky, tlač, výstupy)	100	1000
9. Vydávanie informačného Bulletinu	240	880
9a - Tlač (1€/ks)	200	800
9b - *Distribúcia	40	80
10. Odborné školenia (50€/účastníka - hradí vysielajúca organizácia)	0	0
11. Zasadnutie FEAD	500	1500
12. Výstupy do médií (Odpady-portal, Odpady, 21.storočie)	100	400
13. Marketingová komunikácia	500	1.000
13a - Celoročný reklamný banner na Odpady-Portal.sk (31€/mes.)	62	372
13b - Vypracovanie grafického návrhu banneru	38	
13c - Vypracovanie grafického návrhu skladačky	100	
13d - Príprava a tlač propagačných materiálov (tlač skladačiek APOH) -1000 ks		1000
13e - Účasť na výstavách a konferenciách	300	500
SPOLU	2.090	5.602