



# Strateški plan 2017. – 2020.

**Centar za edukaciju i informiranje potrošača**

Tel. 098/908 82 32

Vatrogasna 7  
31327 Bljje

[www.ceip.hr](http://www.ceip.hr)  
[ceip@gmail.com](mailto:ceip@gmail.com)

## Sadržaj

Polazišni dokumenti strateškog plana	1
Opis organizacije	2
Vizija, misija, načela i programske aktivnosti	3
SWOT analiza	4
PEST analiza	5
Razrada strateških područja	6
Monitoring i evaluacija	9

## METODOLOGIJA IZRADE

Udruga Centar za edukaciju i informiranje potrošača izradila je ovaj strateški plan razvoja za razdoblje od tri godine s ciljem određivanja jasnih smjernica razvoja Udruge koje će biti u skladu s potrebama potrošačkog društva sa područja Hrvatske .

Ovaj strateški plan odnosi se na razdoblje od 2017. do 2020. godine i sadrži strategije i ciljeva putem kojih se Centar za edukaciju i informiranje potrošača želi pozicionirati kao ključna organizacija koja se bavi edukacijom i informiranjem potrošača.

Kao dodatak Strateškom planu zaposlenici i volonteri izrađivati će godišnje operativne planove koji će biti okrenuti prema konkretnim aktivnostima, rokovima i zadacima u svrhu ispunjenja strateških ciljeva.

## **Polazišni dokumenti strateškog plana**

Kao polazišni dokumenti za izradu ovog strateškog plana korišteni su nacionalni strateški dokumenti, i dokumenti Europske unije:

- Nacionalni program za zaštitu potrošača 2013.-2016.
- Nacionalni program „ Živjeti zdravo „ ( 2015. )
- Nacionalna strategija stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva 2012.-2016.
- Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske ( (Narodne novine, br. 110/07.),
- Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast EUROPA 2020.
- Nacionalni program za mlade od 2014. do 2017. godine

## Opis organizacije

Centar za edukaciju i informiranje potrošača je nepolitička, nestranačka i nevladina udruga građana udruženih sa ciljem pružanja pomoći građanima u zaštiti njihovih prava kao potrošača i pacijenata. Provedbom projekata usmjerenih na edukaciju i informiranje građana/ki na području RH CEIP je pridonio da je nekoliko desetaka tisuća građana do sada educirano i informirano o njihovim zakonskim pravima. Korisnici naših projekata stekli su znanja o Zakonu o zaštiti potrošača, Zakonu o zaštiti prava pacijenata, Zakonu o zaštiti osobnih podataka itd, Zakonu o hrani itd. Centar za edukaciju i informiranje potrošača je dobitnik volonterske nagrade 2008. u kategoriji : Najbolji primjer dobre prakse uključivanja volontera na području Slavonije i Baranje. Aktivnosti udruge do sada su financirali : Europska komisija, Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo zaštite okoliša, UNDP, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, Ministarstvo zdravstva, Osječko-baranjska županija i Općina Bilje.



## Vizija, misija, načela i programske aktivnosti

---

### Vizija

Informirani i educirani potrošači koji preuzimaju aktivnu ulogu na tržištu roba i usluga.

### Misija

Promicanje i pomoć u ostvarenju temeljnih ljudskih prava: prava potrošača i pacijenata, pravo na zdrav okoliš, te promicanje energetske učinkovitosti kao osnovnog preduvjeta za održivi razvoj.

### Načela

- Transparetnost
- Ravnopravnost
- Nenasilje
- Tolerancija
- Ravnopravnost
- Volonterizam
- Suradnja

### Programske aktivnosti udruge

- Edukacija, savjetovanje i informiranje potrošača i pacijenata
- Neformalni odgoj i obrazovanje djece u osnovnim i srednjim škola, fakultetima, edukacija nastavnog i školskog osoblja, roditelja i dr., kroz projektne aktivnosti udruge;
- Suradnja sa istovrsnim društvima i organizacijama u inozemstvu, te svim organizacijama koje podupiru rad Udruge
- Priprema primjedbi i prijedloga kod donošenja propisa koji se odnose na područje zaštite potrošača i pacijenata
- Organizacija savjetovanja, predavanja, seminara, kongrese, tribine i druge stručne skupove o problemima potrošača i pacijenata
- Imenovanje svojih predstavnika u Povjerenstva za reklamacije potrošača, Savjete potrošača i i u druga tijela koja donose odluke od zajedničkog interesa potrošača i pacijenata
- Poticanje održivog razvoja
- Ekološko osvješćivanje članova
- Podizanje razine svijesti o nužnosti učinkovitog korištenja energije i održivog upravljanje energijom

## SWOT analiza

- Prepoznatljivost udruge kao kvalitetnog partnera na međunarodnoj razini
- Iskustvo zaposlenih na području civilnog sektora
- Iskustvo u pisanju i provođenju nacionalnih i europskih projekata
- Motiviranost za kontinuirano edukaciju
- Politička neovisnost
- Kreativnost
- Uredno financijsko poslovanje
- Postignuta vidljivost udruge na nacionalnoj i međunarodnoj razini

### SNAGE

- Neadekvatan prostor za rad
- Ne postoji dugoročno financiranje
- Nedovoljna aktivnost članova udruge
- Nije razrađena koordinacija menadžmenta volontera u organizaciji
- Mali broj otvorenih natječajâ za područje zaštite potrošača

### SLABOSTI

### PRILIKE

- Dobra suradnja sa udrugama i institucijama na području RH
- Dobra suradnja sa odgojnim i obrazovnim ustanovama na područja RH
- Dobra suradnja medijima
- Nema konkurencije na programima informiranja i edukacije
- Razmjena iskustava i umrežavanje sa udrugama na području RH

### PRIJETNJE

- Smanjenje interesa EU donatora za područje rada
- Pasivnost građana / potrošača
- Pogrešna percepcija javnosti o radu udruga
- Smanjeno financiranje udruge sa nacionalne razine

## PEST analiza

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedefinirana lokalna i regionalna politika za zaštitu potrošača</li> <li>• neaktivna Povjerenstva i Savjeti za zaštitu potrošača na lokalnoj i regionalnoj razini</li> <li>• nedovoljan aktivizam mladih na području zaštite potrošača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Članstvo u EU omogućuje korištenje strukturnih i kohezijskih fondova</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Članstvo Hrvatske u EU</li> <li>• Dobra provedba nacionalnih propisa u praksi</li> <li>• Osiguravanje financijske potpore organizacijama za zaštitu potrošača</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>POLITIČKA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Složenost prijave na strukturne i kohezijske fondove</li> <li>• Migracije</li> <li>• Nezaposlenost</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>EKONOMSKA</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>SOCIOLOŠKA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loša informiranost potrošača o njihovim pravima</li> <li>• Loša percepcija organizacija u javnosti</li> <li>• Pasivnost potrošača pri sudjelovanju u edukativnim aktivnostima</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>TEHNOLOŠKA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• visoka razina informatičke pismenosti potrošača</li> <li>• velika dostupnost besplatnih alata kao sredstva informiranja i edukacija ( društvene mreže, mailing liste itd.)</li> <li>• razvoj novih tehnologija otvara prostor za razvoj novih medija koji imaju potencijale za podizanje razine informiranosti i educiranosti potrošača</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećanje broja aktivnih udruga za zaštitu potrošača</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• slaba informatička pismenost potrošača</li> <li>• zastarjela tehnička opremljenost javnih objekata</li> </ul>

## Razrada strateških područja

### Strateško područje 1

#### Financijska održivost i jačanje kapaciteta organizacije

1.1. Područje ljudskih resursa - osiguravanje radnih mjesta (kontinuirana izrada projektnih i programskih prijedloga), daljnja specijalizacija i edukacija projektnog tima te raspodjela prioriteta područja rada svakog od djelatnika, nova zapošljavanja i državni poticaji za zapošljavanje, kvalitetan sustav upravljanja, uspostavljen sustav praćenja i evaluacije rada zaposlenika i rada cijele organizacije

1.1.1. Provedba i praćenje strategije o ljudskim resursima

1.1.2. Definiran poslovnik o radu s ciljem standardizacije postupaka

1.1.3. Ispostavljen plan edukacije i osposobljavanja zaposlenika

1.2. Izrada akcijskog / operativnog / održivog / financijskog plana organizacije, kontinuiran razvoj i održavanje partnerskih odnosa s drugim organizacijama i institucijama, te institucijama na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.

1.3 Provedba i praćenje akcijskog / operativnog / održivog / financijskog plana organizacije - Osiguravanje i provedba institucionalne podrške za stabilizaciju i razvoj udruge preko podrške Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva, Kontinuiran rad na razvoju partnerskih odnosa drugim organizacijama i institucijama te lokalnom i regionalnom samoupravom.

### Strateško područje 2

#### Razvoj inovativnih projekata i programa s ciljem podizanja visoke razine svijesti građana

2.1. Ulazak u minimalno 2 strateška partnerstva na području edukacije i informiranja građana/ potrošača

2.2. Umrežavanje sa ključnim dionicima u području zaštite potrošača na području Republike Hrvatske

2.3. Realizacija najmanje jednog projekta godišnje s ciljem podizanja razine svijesti građana, a u skladu sa globalnim prioritetima EU.



### Strateško područje 3

#### Doprinos zajednici

3.1. Provedba studija i istraživanja iz područja prioritetna za provedbu lokalnih , nacionalnih i europskih strategija ( održivi razvoj, bacanje hrane, sigurnost hrane, prehrambene navike djece i osoba starije životne dobi, zaštita potrošača i zdravlja)

3.2. Poticanje međusektorske suradnje dionika na području zaštite potrošača - Jačanje međusektorne suradnje u području prioritetnim za provedbu politike zaštite potrošača ( institucije i ustanove )

3.3. Poticanje suradnje lokalne samouprave, lokalne zajednice i organizacija civilnog društva na rješavanju potreba u zajednici kroz provedbu zajedničkih projekata koji se mogu sufinancirati preko natječaja zaklada, EU fondova i nadležnih ministarstava

### Strateško područje 4

#### Neformalno obrazovanje

4.1. Provedba edukativnih aktivnosti iz prioritetnih područja zaštite potrošača, a u skladu sa potrebama zajednice – javne tribine, panel diskusije, radionice, treninzi

4.2. Promocija neformalnog obrazovanja kroz suradnju sa srodnim organizacijama i institucijama te sudjelovanjem na stručnim edukacijama zaposlenika i članova udruge.

4.3. Osposobljavanje novih zaposlenika i članova za provedbu edukativnih aktivnosti od interesa za ciljanu skupinu

### Strateško područje 5

#### Međunarodna suradnja i partnerstvo

5.1. Ulazak u najmanje 2 međunarodna strateška partnerstva u područjima od interesa za udruhu

5.1.1 Uspostavljena partnerstva sa srodnim udrugama iz baltičkih zemalja s ciljem provedbe projekata u skladu sa EU prioritetima

5.1.2. Uspostavljena zajednička platforma sa udrugama iz regije s ciljem rješavanja zajedničkih problema na području zaštite potrošača kroz programe i projekte

## Strateško područje

### Aktivizam u zajednici

6.1. Sudjelovanje zaposlenika, članova i volontera u tijelima od interesa za potrošače ( Savjeti, Vijeća, Povjerenstva)

6.2. Organizacija i provedba edukativnih aktivnosti za potrošače

6.3. Informiranje potrošača putem kanala informiranja ( društvene mreže, web stranice, newsletter )

6.4. Promocija zaštite prava potrošača u vrtićima, osnovnim i srednjim školama i fakultetima.

## Monitoring i evaluacija

Provedbu strateškog plana pratiti ćemo analizom ostvarenja operativnih godišnjih planova (završna evaluacija krajem svake godine) i ostvarivanja unaprjeđenja ključnih organizacijskih komponenti.

Monitoring će vršiti putem redovitih mjesečnih sastanaka tima. Članovi radnog tima prema Operativnom planu za svaku pojedinu godinu izvještavaju o postignutim rezultatima i planovima za naredno razdoblje Skupštinu Udruge. Evaluacija će se vršiti putem izvještaja i uvida u proveden Operativni plan za svaku godinu. Evaluacija i vrednovanje rezultata radit će se za svaki pojedinačni organizacijski i programski strateški cilj.

Upravni odbor procjenjuje uspješnost provedbe Operativnog odnosno Strateškog plana. Strateški plan će se smatrati ostvarenim ukoliko je provedeno 80% indikatora uspješnosti. Glavni cilj jest pratiti napredak na upravljačkoj razini, napredak na operativnoj razini, detektiranje slabosti i predlaganja korektivnih mehanizama. Rezultat samoprocjene načina upravljanja i usluga poslužit će za ciklički proces učenja i uvođenje potrebnih promjena.