

**Министерство за економија**  
**КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА & ПЛАН за 2010 година**  
- екстерни и интерни комуникации-

**Временски преиод**

---

Април 2010 - Јануари 2011

**Релевантни документи**

---

- Програма на МЕ
- Стратешки план
- Извештајот на Европска Комисија
- Анализа на медиа мониторинг
- Анализа на интерна комуникација
- Анализа на екстерна јавност
- Други релевантни документи и истражувања

**Програмски и стратешки цели на МЕ**

---

- Во периодот 2010-2012 година Министерството за економија во рамките на своите надлежности ќе работи за остварување на визијата за :
- Остварување на пораст на животниот стандард и вработеноста преку динамичен стабилен и одржлив економски развој со просечен пораст на БДП од 1,8-3,0% . Економскиот развој ќе биде заснован врз зголемени инвестиции , конкурентен и иновативен индустриски корпоративен сектор , развој на кластерингот и вклучување на македонските компании во мрежата на глобални добавувачки ланци , развиен претприемачки сектор на микро , мали и средни претпријатија , регулиран внатрешен пазар и примена на европските стандарди за квалитет , раст на извозот и инвестициите, либерализација на енергетскиот пазар, создавање на услови за стабилно и одржливо обезбедување со енергија и раст на инвестициите во енергетскиот сектор и развој на туризмот со покачување на стандардите на туристичката понуда и зголемена валоризација и промоција на македонските туристички можности.
- Усвојување и примена на европската регулатива и стандарди во областа на индустријата , енергетиката , искористувањето на минералните ресурси , внатрешниот пазар , развојот на МСП и туризмот.

- Поттикнување и поддршка за поинтензивно користење на средствата од инструментите за предпристапна помош на ЕУ (ИПА) и Програмите на Заедницата (ЦИП) во функција на остварување на динамичен и иновативен развој на индустријата, енергетиката, туризмот и малите и средни претпријатија.

Цел/приоритет	2010 Планирани резултати
1. Зголемување на индустриското производство	1,8%
Зголемување на извозот Зголемување на увозот	4% 4%
2. Подобрување на деловната клима и пораст на инвестициите	Зголемена годишна стапка на инвестирање Процентуално зголемување на СДИ во структурата на БДП.
3. Развој на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на МСП	Зголемување на бројот на МСП за 5% Зголемување на бројот на работни места за 2% Зголемено учество на МСП во БДП
4. Зголемување на ефикасноста во производството, снабдувањето и користењето на енергија	Привлекување на странски инвестиции во изградбата на нови енергетски објекти. Поголема енергетската ефикасност и поголемо искористување на обновливите извори на енергија. Либерализација на домашниот пазар на електрична енергија и природен гас.
5. Интегрирање во внатрешниот пазар на ЕУ	Пристапување кон ПЕКА протоколот на ЕУ Примена на хармонизираното законодавството, институционална надградба и развој на лабораториски капацитети за контрола на квалитетот на производите на домашниот пазар

6. Истражување, експлоатација и одржливо искористување на минералните сировини;	-Изработка на геолошки карти (подлоги); - интензивирање на искористувањето на минералните ресурси; -Привлекување на странски инвестиции -Зголемен девизен прилив од искористувањето на минерални сировини;
7. Воведување и имплементирање на Геолошко информативен систем - (ГИС);	-Средување на геолошката документација во дигитална форма; -Унифицирање на геолошки карти (подлоги) и нивно издавање; -Воведување на катастар за истражните и експлоатационите концесиски простори;
8. Зголемување на туристичкиот промет	7%

## Анализа на состојбата

### Политичко опкружување и социо-економското опкружување

- Се наоѓаме во втората половина од мандатот на актуелната Влада која јавноста очекува исполнувања на ветувањата
- Политичка нестабилност, нарушување на коалициските односи
- Почеток (одложување) на преговори за полноправно членство во ЕУ
- Однесувањето на опозицијата ќе се обидува да воведо своја агенда да се поклопи со нашата планирана агенда
- Доминација на партиските програми во креирање на клучните владини политики
- Невработеноста и понатаму ќе остане на високо ниво (33%)
- Нискиот степен на инвестиции
- Лоша структура и слаба конкурентска моќ на економијата
- Влијание на економска криза на Грција

### Медиумско опкружување

- Значително прегрупирање на медиумите и можност на влијание врз граѓаните
- Политичко влијание и можна злоупотреба од одредени новинари
- Отсуство на регулација и контрола на медиумскиот сектор
- 
- Дефинирање на предизвикот и можностите за комуникација  
(Преку одговор на следниве прашања:
  - Дали Министерството е засегнато од оваа ситуација?

- Можеме ли да ја искористиме во наша полза?
- Имаме ли доволно аргументи и силни страни? Кои се тие?
- Каков е квалитетот на работата на нашата институција? Имаме ли силни страни (во дадената ситуација)? Кои се тие?
- Со какви ресурси (човечки и материјални) располагаме? Имаме ли доволно квалитетни луѓе и финансии за реализација на задачата и комуникација?
- Каков е нашиот моментален имиџ (репутација)?
- Постои ли некаков отпор (предрасуди) кај внатрешната и надворешната јавност?
- Какви пречки би можеле да се појават во реализацијата на активностите и комуникацијата?)

## **SWOT**

---

Набројување на силните страни, слабостите, можностите, заканите по процесот на комуникација

### **Силни страни**

- Програма за работа и стратешки план добро дефинирани
- Јасно и јавно демонстрирана подготвеност на министерството за отвореност, транспарентност и партнерски однос со целните групи
- Прогрес во имплементацијата на одредени политики и закони
- Добра перцепција и разбирање од страна на медиумите за позицијата на министерот, а со тоа и на министерството

### **Слабости**

- Неразвиен пазар на работна сила, недостаток на специфични вештини кај работната сила и структурна невработеност
- Лоша структура и недоволна конкурентска моќ на економијата
- Нефункционалност на внатрешниот пазар, надзорот на пазарот и заштитата на конкуренцијата
- Несистематичност во екстерната и интерната комуникација

### **Можности**

- Регулација на енергетскиот пазар, вклучувајќи ги обновливите извори на енергија и енергетската ефикасност
- Имплементирање на европските директиви и нивна примена
- Поставување на систем за интерни и екстерни комуникации
- Подобра промоција на секторските програми, особено оние за подобрување на конкурентноста на деловните субјекти и развој на претприемништвото
- Интензивирање на дијалогот со бизнис заедницата и креирање на нови форми на институционален дијалог, вмрежување и соработка

- Поттикнување на конкурентските предности на македонската економија

### **Закани**

- Недоволна координација меѓу министерствата
- Непочитување на ЕУ агендата
- Продолжување и ескалирање на ефектите од економската криза
- Недостаток на финансиски средства за реализација на програмите и проектите
- Нефункционална распределба на средствата од буџетот за јавните инвестиции
- Политички дуализам за одредени економски политики на Владата
- Нефункционалност на дијалогот со бизнис заедницата
- Креирање на преголеми очекувања, неисполнување на ветеното во врска со најавените проекти
- Окрупнување на опозицијата (не само политичка)
- Недоволен административен капацитет, координација, волја и мотивација на вработените во министерството

### **Целни групи (публики)**

---

Содржи одговори на следниве прашања:

#### **Примарни целни групи:**

- општа јавност
- бизнис заедница: деловни здруженија, мали и средни претпријатија, големи фирми
- вработени во министерството
- други органи на државна управа
- потенцијални партнери: дипломатски претставништва, меѓународни организации, невладини (граѓански) организации, научно-истражувачки институции, експерти

#### **Специфична секундарна целна група:**

- новинари
  
- Што очекуваат тие од МЕ?
- Какво е нивното (досегашно) мислење за МЕ?
- Кои се нивните интереси, ставови и очекувања?
- Какви се нивните комуникациски навики? Кои канали за комуникација најчесто ги користат?

## Комуникациски цели

---

### Општи комуникациски цели:

.... се однесуваат на унапредување на репутацијата и на унапредување на односот што го има институцијата кон одредена публика (целна група).

- Обезбедување на јавност и транспарентност преку проактивна комуникација со целните публики, пред се' општа јавност, бизнис заедница и интерна јавност.
- Промовирање на мерките, политиките и проектите што се креираат во рамки на министерството, во рамки на стратешките и програмските цели, и создавање на позитивна слика за министерството.

Содржи одговори на следниве прашања:

- Што сакаме да постигнеме со комуникацијата?
- Како комуникацијата ќе влијае на остварување на програмските цели на Министерството?

НАПОМЕНА: За да бидат остварени, комуникациските цели, особено конкретните мора да бидат (1) јасно дефинирани, (2) мерливи и (3) да се однесуваат за конкретна целна група (публика).

### Конкретни комуникациски цели:

... треба да овозможат:

- Промена на нивото на свесност за одредено прашање или политика на МЕ.
- Промена на мислењето кај одредена целна група.
- Промена на однесувањето на одредена целна група.
  
- Промена на перцепцијата кај бизнис заедницата за степенот на нивната вклученост во креирањето на политиките и мерките во рамки на министерството

- Елиминирање на потешкотиите на бизнис заедницата за директна комуникација со министерството
- Зголемување на нивото на информираност на деловните субјекти за политиките, мерките и активностите кои се во надлежност на министерството
- Промена на мислењето кај јавноста во насока на проактивно работење на министерството
- Подигање на нивото на информираност кај интерната јавност за она што се случува во министерството, обезбедување на повратен одговор т.е. двонасочна комуникација и подигање на нивото на мотивираност на вработените.

## Комуникациски пораки

---

### Главна комуникациска порака

Министерството за економија и сите негови вработени активно работат на реализација на стратешките програмски цели кои содржат ефикасни мерки, активности и политики, кои треба да обезбедат подинамичен економски развој преку унапредување на деловната клима и пораст на инвестициите.

Во остварувањето на политиките се водиме од стандардите и регулативата на Европска Унија, во сите области особено во енергетиката, внатрешен пазар, мали и средни претпријатија и останатите области, преку партнерство и соработка со бизнис заедницата, научно истражувачки институции, граѓани, во координација со други државни институции, министерства и агенции.

Во насока на ублажување на негативните влијанија од глобалната економска криза врз домашната економија, МЕ во соработка со своите партнери ќе продолжи да предвидува и предлага соодветни мерки и решенија.

(Доколку во реализација на стратешките програмски цели продолжат негативните влијанија)

***СОВЕТ:** Секоја порака треба да содржи три основни работи: **Ветување, значење и акција** (што ќе напарвите и со кого)*

### Стратегија

---

*- Опис на начинот, стилот и тонот на комуникациите, клучните канали (медиуми) што ќе ги користите, како и можните сојузници и противници.*

- Теми кои се помалку познати во јавноста: проактивна комуникација преку алатки за отварање на темата од наша страна заедно со трета страна (партнер/и) со помош на брифинзи (индивидуални и колективни) со потенцијални партнери заради едукација на целните групи

***Напомена:** Во почетните фази, додека не се искристализира темата, министерот го изолираме од експонирање, а отварањето на темата го реализираме преку*

*експертите/раководителите или портпаролот. Министерот го вклучуваме во крајната фаза, кога добиваме конкретни решенија или резултати, кога ги вклучуваме и медиумите, односно широката јавност (изјава, press release, интервју)*

- Веќе отворени познати теми за пошироката јавност: соопштување на нова "жешка" вест преку прес-конференција, со вклучување на трета страна (кога постои можност за тоа) и известување од терен

*Напомена: Министерот е во најголема мерка вклучен во соопштувањето на веста*

- Секојдневна комуникација: Брз одговор, главно преку портпаролот или министерот, во зависност дали станува збор за процес при донесување на решенија или донесено финално решение.

## **Проценка на ризикот**

---

- Опис на можните комуникациските ризици при реализација на овој план и креирање на излезни сценарија

- Одложување или неодржување на активностите
- Отсуство на лидерство
- Непочитување на рокови
- Кадровски промени