

МИНИСТЕРСТВО ЗА ЕКОНОМИЈА

**СТРАТЕГИЈА ЗА ИНФОРМИРАЊЕ И КОМУНИКАЦИЈА
НА МИНИСТЕРСТВОТО ЗА ЕКОНОМИЈА
ВО ПРОЦЕСОТ НА ПРИСТАПУВАЊЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА 2009-2011**

Скопје, јули 2008 година

Содржина:

I. ВОВЕД	4
II. ПРИОРИТЕТИ И ЦЕЛИ 2009– 2011	11
2.1. ПРИОРИТЕТИ И ЦЕЛИ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА	12
III. ЦЕЛНИ ГРУПИ	16
3.1. ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ЕНЕРГЕТСКИТЕ МОЖНОСТИ	17
3.2. УНАПРЕДУВАЊЕ НА СОРАБОТКАТА ПРИ КРЕИРАЊЕТО НА АКТИВНИТЕ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ЗА ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ИНДУСТРИСКОТО ПРОИЗВОДСТВО.....	19
3.3. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНФОРМИРАНОСТА ЗА ДОБИВАЊЕ ПОДДРШКА НА БИЗНИС СУБЈЕКТИТЕ	20
3.4. ПОДОБРУВАЊЕ НА ДЕЛОВНАТА КЛИМА И ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ДОМАШНИТЕ И СТРАНСКИ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ	21
3.5. ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПОЛИТИКИТЕ ЗА РАЗВОЈ И ИНВЕСТИЦИСКИТЕ ПРОЕКТИ ВО ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО	22
3.6. ЗАОКРУЖУВАЊЕ НА РЕГУЛАТИВАТА ПОВРЗАНА СО РАБОТАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА (МСП)	25
3.7. ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПАРТНЕРСТВО СО МАКЕДОНСКИТЕ СТОПАНСКИ СУБЈЕКТИ	28
3.8. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНСПЕКЦИСКИОТ НАДЗОР.....	30
IV. ПОРАКИ	32
4.1. ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ЕНЕРГЕТСКИТЕ МОЖНОСТИ	32
4.2. УНАПРЕДУВАЊЕ НА СОРАБОТКАТА ПРИ КРЕИРАЊЕТО НА АКТИВНИТЕ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ЗА ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ИНДУСТРИСКОТО ПРОИЗВОДСТВО.....	36
4.3. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНФОРМИРАНОСТА ЗА ДОБИВАЊЕ ПОДДРШКА НА БИЗНИС СУБЈЕКТИТЕ	39
4.4. ПОДОБРУВАЊЕ НА ДЕЛОВНАТА КЛИМА И ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ДОМАШНИТЕ И СТРАНСКИ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ	41

4.5. ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПОЛИТИКИТЕ ЗА РАЗВОЈ И ИНВЕСТИЦИСКИТЕ ПРОЕКТИ ВО ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО	46
4.6. ЗАОКРУЖУВАЊЕ НА РЕГУЛАТИВАТА ПОВРЗАНА СО РАБОТАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА (МПС)	52
4.7. ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПАРТНЕРСТВО СО МАКЕДОНСКИТЕ СТОПАНСКИ СУБЈЕКТИ	57
4.8. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНСПЕКЦИСКИОТ НАДЗОР	59
V. ВРЕМЕНСКА РАМКА	63
VI. БУЏЕТ	67
VII. МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА	68

I. ВОВЕД

Министерството за економија на Република Македонија го прифати стратешкото планирање како современ и ефикасен начин за управување, преку кој ги дефинираше стратегиите за остварување на своите приоритети и цели, кои се во согласност со утврдените стратешки приоритети на Владата на Република Македонија.

Министерството за економија на Република Македонија со овој стратешки документ создава основа за планирано, систематизирано и транспарентно информирање и комуникација со јавноста, во периодот од 2009 до 2011 година, имајќи го во преден план процесот на пристапување во Европската Унија, како приоритет врз кој се заснова и политиката што ја креира Владата на Република Македонија.

Стратегијата за информирање и комуникација со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во Европската Унија 2009-2011, претставува прв ваков документ, односно прво систематизирање на активностите за информирање и комуникација со јавноста, кои претходно се одвиваа врз основа на годишни програмски документи, периодични кампањи и акциони планови. Оваа Стратегија подготвена согласно стратешкиот план ги има следниве базични принципи: редовно, точно и навремено информирање за економските политики, реформските процеси и активности на Министерството за економија во процесот на пристапување во Европската Унија, за придобивките што ќе произлезат, но и за обврските, задачите и одговорностите кои треба да се почитуваат и да се исполнуваат.

Согласно Стратешкиот план, Министерството за економија е дефинирано како законита, стручна, транспарентна и демократски ориентирана организација посветена и во функција на граѓаните, а Комуникациската стратегија тргнувајќи од овие постулати предвидува максимално почитување на принципите на отвореност во информирањето на институциите и групи, создавање на кадровски и технички капацитети, вклучувајќи лица, опрема и материјали, во насока на успешно спроведување на Стратегијата.

Во моментот Министерството за економија во својата организациона структура има Одделение за односи со јавност, кое делува во рамките на Секторот за

информатика и комуникации, со незадоволителен кадровски капацитет и од аспект на бројност и од аспект на едуцираност. За реализација на Стратешкиот план, а согласно современите текови за комуникација, Министерството за економија ќе се посвети на креирање на интерна, меѓусекторска мрежа за информирање и комуникација во рамките на Министерството, која би се проширила и на органите во состав на Министерството и самостојните органи со кои министерството за економија има заеднички активности. Оваа интерна комуникациска мрежа да биде дел од секоја фаза на процесот на креирање на политиките на Министерството за економија, со цел активностите навремено и плански да се извршуваат, а притоа јавноста, за која се наменети овие политики и активности да биде информирана.

Оваа стратегија ќе биде во функција на реализирање на целосна координација со Владата на Република Македонија, Секретаријатот за европски прашања, вклучувајќи ја и ЕУ комуникациската и координативна работна група и останатите министерства, заради размена на информации, постојаност во комуникацискиот процес, навременост во информирањето и усогласеност во пренесувањето на пораките до јавноста. Тоа ќе придонесе и кон преземање на дел од активностите за комуникација со јавноста кои се во врска со ЕУ, а во надлежност на Министерството за економија, односно за ефикасно спроведување на делот од Стратегијата за информирање и комуникација со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во Европската Унија 2007-2010, изготвена од страна на СЕП, за кој е надлежно Министерството за економија.

Промоција на стратешките приоритети и активности кои се во надлежност на Министерството за економија пред меѓународната јавност, особено во земјите – членки на ЕУ за да ја поддржат кандидатурата на Република Македонија, како и блиска соработка со соседните земји и со новите земји-членки во насока на размена на искуства и знаења и полесно решавање на проблемите. За подобра координација на овие активности, Министерството за економија треба да биде вклучено во посебната Стратегија за промоција на РМ во земјите-членки на ЕУ, која треба да ја изготвува МНР.

Поради потребата од попрецизно утврдување на целните групи на кои најмногу им се потребни информациите, како и за оценување на степенот на разбирливост и приемчивост на пораките кои ги добиваат, неопходно е редовно следење на ставовите на јавноста и испитување и анализа на потребите на деловната заедница, кои ќе се профилираат како засегнати при процесот на целите и приоритетите на Стратегијата.

СТРАТЕШКИ ДОКУМЕНТИ, НАСОКИ И ПРИНЦИПИ ЗА ИЗРАБОТКА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

1.1. Министерството за економија својата политика во процесот на пристапување во ЕУ ја гради врз основа на неколку стратешки документи, кои ги содржат приоритетите и целите во работењето на оваа институција и органите во нејзин состав.

А. Стратегијата за информирање и комуникација со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во Европската Унија 2009-2011 ги зема за основа приоритетите содржани во Програмата за работа на Владата на Република Македонија за периодот 2006-2010 година, Програмата за работа на Министерството за економија за 2008 година, Акцискиот план за Европско партнерство, Националната програма за усвојување на правото на Европската Унија и Стратешкиот план на Министерството за економија 2008-2010.

Б. Особен акцент во Стратегијата е ставен на важноста на мерките и активностите за подобрување на деловната и инвестиционата клима, поттикнување на претприемништвото, дерегулацијата на економските активности, либерализацијата на економијата, зголемување на степенот на регулација на внатрешниот пазар, зголемување на конкурентноста на македонското стопанство низ процесот на примена на европското законодавство и стандарди, како и навремено информирање на бизнис секторот за потребата и текот на превземените мерки и активности, вклучувајќи ги и придобивките од нив.

В. Имајќи ги предвид приоритетите опишани во споменатите стратешки документи на Министерството за економија, Стратегијата има за цел да придонесе за подетално информирање на пошироката јавност за значењето и процесот на спроведување на започнатите реформи, за отворањето можности за влегување на странски инвестиции, поттикнување на развојот на малото стопанство, развој на дејноста во енергетиката, индустријата, угостителството, туризмот и други области за кои е надлежно, засилена економска промоција на македонските деловни субјекти на европскиот пазар, како и остварување на целите кои произлегуваат од Спогодбата за стабилизација и асоцијација меѓу Република Македонија и Европските заедници и нивните земји членки.

1.2. Стратегијата за комуникација и информирање ги вклучува сите субјекти во економскиот сектор кои се инволвирани во процесот на пристапување во ЕУ, а имаат удел во креирање и спроведување на економските мерки и активности и учествуваат во економските реформски процеси. Покрај владините институции и органите во состав на Министерството за економија, активна улога имаат бизнис секторот, бизнис асоцијациите, невладиниот сектор и медиумите. Конкретни прашања и проекти кои се директно поврзани со процесот на пристапување во ЕУ и овозможуваат бенефити на македонската деловна заедница во предпристапниот период, ја вклучуваат и Делегацијата на Европската Комисија во Република Македонија, а во континуирана комуникација и координација со Секретаријатот за европски прашања.

ОДГОВОРЕН ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА СТРАТЕГИЈАТА

Стратегијата ќе ја спроведува Одделението за односи со јавност, кое функционира во рамките на Секторот за информатика и комуникации во Министерството за економија.

- Главните задачи и одговорности на Одделението е да ги врши работите што се однесуваат на информирањето за активностите на министерот од делокругот на Министерството, да ги координира и насочува комуникациските активности преку директна врска со релевантните институции, да собира и доставува материјали, да организира конференции и брифинзи со средствата за јавно информирање, подготвува соопштенија и други информации за јавноста, учествува во подготвувањето на публикации, билтени и друга стручна литература што ја издава Министерството, да обезбедува јавност и отвореност во работењето на имателите на информации, да им овозможува на физичките и правните лица да го остварат правото на слободен пристап до информации согласно Законот за слободен пристап до информации од јавен карактер.

- Информирањето на домашната јавност се врши преку веб страната на Министерството (www.economy.gov.mk), која се ажурира на дневна основа и има 132.000 посетители во последната година, и во просек по 1.500 посетители неделно, односно 210 посетителти дневно; изготвувањето на Билтен „Економски реформи“ на 3 странски јазици, кој се издава два пати годишно, како и со користење на сите форми на информирање преку средствата за јавно

информирање (соопштенија, брифинзи, конференции за печат, гостувања, изјави и интервјуа на експерти од поедини сектори на министерството), а за поедини проекти и преку организирање на кампањи за подигање на јавната свест.

- Информирањето на светската јавност се врши преку изработка на промотивни материјали за македонската економија и стопанство, со учество на бизнис форуми, конференции и саеми.

- Секојдневно се прави и прес-клипинг со вести од домашните медиуми кои обработуваат теми и прашања во надлежност на министерството или ресорно блиски актуелности и истражувања.

- Заедно со останатите одделенија од Секторот за информатика и комуникации учествува во организирање на настани и промовирање на земјата во странство, особено земајќи ги предвид земјите-членки на ЕУ. За таа цел во план е изработка на лого и мото на министерството, по пат на јавен конкурс, во кој акцент би бил ставен на 'Економија по европски стандарди', особено затоа што согласно секторските програми дел од активностите се насочени токму кон подобрување на конкурентноста на македонските производи и услуги и планска промоција на македонското стопанство надвор од Македонија, а се' заради поуспешен пласман и подобрена конкурентност на европскиот пазар, поради што во Стратешкиот план 2009-2011, во текот на 2010 година е планирано и отпочнување на кампања „Економија по европски стандарди“.

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИЗРАБОТУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

Следејќи ги современите стандарди за воведување стратешки пристап во комуникацијата со јавноста и целните групи на секоја сериозна институција, по донесување на Стратешкиот план 2009 - 2011 година, Министерството изготви комуникациска стратегија. Во својата содржина овој документ целосно ги следи насоките утврдени со стратешкиот план на Министерството за економија, а неговата функција е да ги определи начините на пренесување на информациите за работата на институцијата кон нејзините внатрешни и надворешни целни групи. Оваа стратегија содржи:

- идентификување на целните групи;

- анализа на потребите на секоја целна група;
- дефинирање на целите на комуникација во однос на стратешките приоритети на МЕ за 2008 – 2010 и 2009-2011;
- пораките кои Министерството за економија ќе ги користи генерално и кон секоја целна група посебно;
- „алатките“ кои Министерството ќе ги користи при пренесување на пораките и остварувањето на комуникацијата;
- временска рамка за спроведување на потребните активности;
- потребен буџет за реализација на Стратегијата;
- мониторинг и
- евалуација.

МЕТОДОЛОШКИ ОБЈАСНУВАЊА ЗА ТЕРМИНИТЕ УПОТРЕБЕНИ ВО КОМУНИКАЦКАТА СТРАТЕГИЈА

Приоритети и цели

Тоа се главните приоритети во работењето на институцијата, кои се дефинирани во Стратешкиот план на институцијата, или во некој друг општ долгорочен или среднорочен документ, со кој се детерминира дејствувањето на институцијата на подолг рок. Приоритетите и целите дефинирани во комуникациската стратегија мора да соодветствуваат со општите насоки и начела на работење на институцијата.

Стратешки комуникациски цели

Претставуваат стратешки цели на комуникациската стратегија, кои соодветствуваат на општите приоритети и цели на институцијата/организацијата, како и на нејзините програмски цели.

Целни групи

Целните групи се групи на луѓе, институции и организации, кои се директно или индиректно засегнати со имплементирањето на активностите на институцијата. Идентификувањето на целните групи треба да биде што попрецизно и подетално. Освен граѓаните од различни групи, целни групи се и институциите/организациите со кои се соработува, вработените, јавноста, медиумите, итн.

Потреби на целните групи

Претставуваат потреби на целните групи во однос на остварување на стратешката комуникациска цел.

Веб страна

Порака е клучната идеја што произлегува од она што ќе го соопшти/напише/објави институцијата, а кое се однесува на нејзините активности и работа.

Обично, секоја организација дефинира една општа порака, која ја сублимира работата на институцијата и нејзиниот стремеж кон идеалот. Централната порака мора да потекнува од општите цели и приоритети на институцијата.

При создавање на пораките, мора да се внимава на фактот дека публиките и групите на кои им се обраќа институцијата честопати се разликуваат во многу работи, како што е нивото на образование, возраста, полот, интересите.

Цели на комуникацијата

Претставуваат цел на остварената комуникација на институцијата со нејзините публики, т.е што е она што сака институцијата да го мислат целните групи во однос на стратешката комуникациска цел

Алатки и форми на комуницирање

Претставуваат активности или начини на кои пораката ќе биде пренесена до целните групи.

II. ПРИОРИТЕТИ И ЦЕЛИ 2009–2011

Главните приоритети и цели на Министерството за економија согласно Стратешкиот план на Министерството за 2009-2011 се:

- Надворешно-економско отворање и либерализација, преку соодветна мултилатерална и билатерална соработка и трговски режими и создавање на соодветна регулаторна рамка во согласност со стандардите на ЕУ и барањата на СТО;
- Внатрешната трговија преку следење на движењата и состојбите на пазарот на стоки и услуги и влијанието на мерките на економската политика врз движењата на пазарот и односите на пазарот; снабдувањето на пазарот со земјоделски, прехранбени и други производи за широка потрошувачка и надзор над пазарот, заштита на потрошувачите и нивните права;
- Хармонизација и воведување на меѓународни стандарди;
- Ценовна либерализација, паралелно со заштитата на конкуренцијата, преку изградба на транспарентни и регулаторни и институционални механизми за заштита на конкуренцијата;
- Зголемување на индустриското производство и развој на одделни сектори од индустријата и индустриската политика, рестартирање на индустриските капацитети и реструктурирање на индустријата, пазарна трансформација и развој на наменското производство;
- Подобрување на деловната клима и зголемување на домашните и странски директни инвестиции;
- Веб страна
- Развој на малите и средните претпријатија и занаетчиството и поттикнување на претприемништвото;
- Зголемување на конкурентноста на македонската економија преку поддршка на претпријатијата;

- Развој на енергетскиот сектор и подобрувањето на енергетската ефикасност, структурните реформи во областа на енергетиката во правец на остварување на основните цели во оваа област: конкурентност, сигурност на снабдување со енергија и заштита на животната средина; реструктурирање на електростопанството;
- Искористување на минералните и неминерални природни ресурси;
- Развој и промоција на туризмот;
- Управен и инспекциски надзор и други управни работи утврдени со закон.

2.1. ПРИОРИТЕТИ И ЦЕЛИ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

Главна цел на Комуникациската стратегија на Министерството за економија за периодот 2009 - 2011 е:

Развивање на партнерски однос помеѓу граѓаните и бизнис заедницата за зголемување на довербата на сите заинтересирани страни во економските реформски текови со транспарентен систем на работа.

Посебни цели на Комуникациската стратегија на Министерството за економија за периодот 2009 – 2011 се:

- презентирање на најширока и најтемелна можна слика за развојот на економијата, реформските процеси и активности
- промоција на активностите кои се во надлежност на Министерството за економија во земјите – членки на ЕУ во насока на обезбедување поддршка на кандидатурата на Република Македонија, како и блиска соработка со соседните земји и со новите земји-членки во насока на размена на искуства и знаења
- поддршка базирана на дијалог со бизнис заедницата за спроведување на реформите за подобрување на бизнис опкружувањето, а со тоа и до одржлив раст и развој на националната економија
- професионална соработка со медиумите и новинарите.

2.1.1. СТРАТЕШКИ КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ

Имајќи ги предвид стратешките цели на Министерството за економија, за потребите на оваа комуникациска стратегија тие се сублимирани во 8 приоритети, на кои се надворзуваат стратешките комуникациски цели.

Прва стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Претставување на енергетските можности за инвестирање со цел обезбедување на инвестиции за развој на енергетскиот сектор.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е промовирање на предностите кои произлегуваат од употребата на различни извори на енергија, со што ќе се постигне подобрување на енергетската ефикасност, како и сигурно, безбедно, стабилно и одржливо обезбедување со енергија.

Втора стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Унапредување на соработката при креирањето на активните политики и стратегии за зголемување на индустриското производство.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е континуирано запознавање на јавноста со стратегиите за подобрување на индустриското производство и афирмација на придобивките од кластерското здружување на индустриските субјекти; презентирање на предностите кои произлегуваат од брендирањето на македонските производи.

Трета стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Подобрување на информираноста за добивање поддршка на бизнис субјектите.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е поддршка и редовно информирање на бизнис субјектите за воведувањето на меѓународни стандарди и значењето на нивната поголема примена кај производите на македонскиот пазар, што доведува до зголемување на конкурентноста и извозот на македонските производи.

Четврта стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Подобрување на деловната клима и зголемување на домашните и странски директни инвестиции.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е континуирано запознавање на јавноста со спроведувањето на процесот на реформи и можности за привлекување на домашните и странски инвестиции.

Петта стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Презентација на политиките за развој и инвестициските проекти во туризмот и угостителството.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е обезбедувањето на информации, знаења и поддршка за изградба на модерна туристичка инфраструктура и промоција на Република Македонија како атрактивна туристичка дестинација во странство.

Шеста стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Заокружување на регулативата поврзана со работата на малите и средни претпријатија (МСП).

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е афирмација на новите бизнис центри и обезбедување поддршка на проектите на МСП кои се фокусирани на нивна одржливост преку едукација на човечките ресурси.

Седма стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Обезбедување на партнерство со македонските стопански субјекти.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е зајакнување на соработката со стопанските субјекти и да се информираат за можностите за развивање на бизнисите преку мерките на Владата на РМ и Министерството за економија, како доделувањето на стимулации и субвенции, но и другите мерки за зголемување на конкурентноста на македонските производи и услуги на пазарот и поддршката при презентацијата на македонската економија на странските пазари.

Осма стратешка цел од Стратешкиот план на Министерството за економија

Подобрување на инспекцискиот надзор.

Стратешка комуникациска цел

Стратешка комуникациска цел на овој приоритет е континуирано информирање на јавноста за новите принципи на работа на инспекцискиот надзор и за ефектите од негово координирано дејствување.

III. ЦЕЛНИ ГРУПИ

Во спроведувањето на активностите предвидени со законските обврски, како и во остварувањето на приоритетите зацртани во Стратешкиот план и другите документи кои се однесуваат на неговата работа, Министерството за економија ќе соработува и ќе им се обраќа на различни целни групи, кои директно или индиректно се засегнати од активностите што ги спроведува.

Имајќи ги предвид стратешките цели и приоритети, со оваа Комуникациска стратегија, Министерството за економија ги поставува стратешките насоки за интензивирање и унапредување на соработката со следниве целни групи:

- граѓаните на РМ (домаќинства /потрошувачи)
- стопански комори, други стопански субјекти и бизнис асоцијации
- стопанство
- странски и домашни енергетски компании
- меѓународни бизнис групации
- меѓународни институции и носители на одлуки, особено во земјите членки на ЕУ
- домашни и меѓународни стопански институции
- хотелиери, угостители и туристички организации
- странски туроператори
- претприемачи
- кластери
- домашни и странски инвеститори
- медиуми
- невработени
- потрошувачи
- единици на локалната самоуправа (ЕЛС)

Во понатамошното разработување на приоритетите и соодветните стратешки комуникациски цели, оваа стратегија предвидува и специфични методи и алатки на комуницирање со секоја од целните групи.

При изработка на годишните комуникациски планови, овие целни групи ќе се сегментираат дополнително, а се' со цел комуникацијата во однос на активностите на Министерството да се одвива преку соодветните алатки на начин разбирлив и прифатлив на публиките на кои тие се однесуваат.

3. 1. ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ЕНЕРГЕТСКИТЕ МОЖНОСТИ

Стратешка комуникациска цел

Промовирање на предностите кои произлегуваат од употребата на различни извори на енергија, со што ќе се постигне подобрување на енергетската ефикасност, како и сигурно, безбедно, стабилно и одржливо обезбедување со енергија.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на првиот утврден приоритет на Министерство за економија, целни групи претставуваат:

- странски, домашни енергетски компании и инвестициски фондови
- меѓународни организации во чија надлежност е и енергетиката
- стопанство
- домаќинства
- медиуми
- ЕЛС

Потреби на целните групи

- Странските, домашните енергетски компании и инвестициските фондови имаат потреба од:
 - информирање за новите инвестициски енергетски проекти

- транспарентност на постапката
- запознавање со новините во македонското законодавство
- запознавање со поволностите при инвестирање
- сигурна, безбедна и стабилна преносна енергетска мрежа

Оваа целна група има потреба од поголема информираност и транспарентност во постапките и запознавање со поволностите при инвестирање за да се има сигурна, безбедна и стабилна преносна енергетска мрежа.

- Меѓународните организации како целна група имаат потреба од:
 - запознавање со текот на хармонизација на законската регулатива со ЕУ
 - транспарентност на постапката
 - стабилно, безбедно и одржливо обезбедување со енергија
- Стопанството како целна група има потреба од:
 - стабилно обезбедување со електрична енергија
 - субвенционирана цена на електричната енергија
- Домаќинствата како целна група имаат потреба од:
 - квалитетно и стабилно снабдување со електрична енергија
 - електрификација на неелектрифицираните села
 - поволна цена
 - користење на поевтини извори на штедење на електрична енергија
- Медиумите како целна група имаат потреба од:
 - неврамено, транспарентно и постојано информирање
- ЕЛС како целна група има потреба од:
 - меѓусебно информирање и координирање на активностите

3. 2. УНАПРЕДУВАЊЕ НА СОРАБОТКАТА ПРИ КРЕИРАЊЕТО НА АКТИВНИТЕ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ЗА ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ИНДУСТРИСКОТО ПРОИЗВОДСТВО

Стратешка комуникациска цел

Континуирано запознавање на јавноста со стратегиите за подбрување на индустриското производство и афирмација на придобивките од кластерското здружување на индустриските субјекти; презентирање на предностите кои произлегуваат од брендирањето на македонските производи.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на вториот утврден приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- стопански субјекти и бизнис асоцијации
- кластерите
- граѓаните

Потреби на целните групи

- Стопанските субјекти и бизнис асоцијации како целна група има потреба од:
 - изработка на стратегии
 - поефикасно вклучување во процесот на креирање политики
 - развивање на сознанието за потребата од созавање брендови
- Кластерите како целна група имаат потреба од:
 - поддршка за одржливост на кластерското здружување
 - потреба од нивно мрежување
 - промовирање на кластерското здружување како модел

- Граѓаните како целна група имаат потреба од:
- создавање на услови за развој на индустријата
- нови вработувања
- подобрување на животниот стандард

3. 3. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНФОРМИРАНОСТА ЗА ДОБИВАЊЕ ПОДДРШКА НА БИЗНИС СУБЈЕКТИТЕ

Стратешка комуникациска цел

Поддршка и редовно информирање на бизнис субјектите за воведувањето на меѓународни стандарди и значењето на нивната поголема примена кај производитите на македонскиот пазар, што доведува до зголемување на конкурентноста и извозот на македонските производи.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на третиот утврден приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- бизнис субјекти
- потрошувачи
- медиуми

Потреби на целните групи

- Бизнис субјектите целна група имаат потреба од:
 - информирање и едукација за предностите од воведувањето стандарди
 - да се обезбеди продолжување на поддршката за воведување на меѓународните стандарди

- Потрошувачите како целна група имаат потреба од:

- информирање за стандардите во однос на безбедноста и квалитетот на производите и услугите
- информирање за остварување и заштита на нивните права
- постојан надзор на пазарот и доследно почитување на стандардите за квалитет и безбедност
- Медиумите како целна група имаат потреба од:
 - навремено доставување на информации вредни за објавување и поактивна комуникација

3.4. ПОДОБРУВАЊЕ НА ДЕЛОВНАТА КЛИМА И ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ДОМАШНИТЕ И СТРАНСКИ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ

Стратешка комуникациска цел

Континуирано запознавање на јавноста со спроведувањето на процесот на реформи и можности за привлекување на домашните и странски инвестиции.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на четвртиот приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- Агенција за СДИ
- Меѓународен совет на инвеститори
- Меѓународни носители на одлуки (ЕУ)
- Стопански комори и асоцијации
- Меѓународна бизнис заедница
- ЕЛС
- Медиуми

Потреби на целните групи

- Агенцијата за СДИ, Меѓународниот совет на инвеститори, Стопанските комори и асоцијации, ЕЛС и медиумите како целни групи имаат потреба од:
 - континуирано и навремено информирање за реформите и активностите за промоција на Република Мекдонија
 - редовно информирање за текот на инвестициските проекти
 - помош и поддршка во изнаоѓање на странски бизнис партнери
 - координирање на активностите
 - транспарентно информирање за интересот на странските компании за конкретни проекти
 - претставување на олеснителните можности за развој на бизнис
- Меѓународните носители на одлуки (ЕУ) како целна група имаат потреба од:
 - континуирано и навремено информирање за реформите и активностите за промоција на Република Македонија
 - редовно информирање за текот на инвестициските проекти
 - координирање на активностите
 - претставување на олеснителните можности за развој на бизнис, како дел од прогресот во реформските процеси.

3. 5. ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПОЛИТИКИТЕ ЗА РАЗВОЈ И ИНВЕСТИЦИСКИТЕ ПРОЕКТИ ВО ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО**Стратешка комуникациска цел**

Министерството за економија обезбедува информации, знаења и поддршка за изградба на модерна туристичка инфраструктура и промоција на Република Македонија како атрактивна туристичка дестинација во странство.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на петиот утврден приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- хотелиери и угостители и нивните асоцијации
- домашни и странски инвеститори
- странски туроператори
- образовни институции од областа на туризмот и угостителството
- домашни и странски туристи
- ЕЛС
- медиуми

Потреби на целните групи

- Хотелиерите и угостителите и нивните асоцијации, како целна група имаат потреба од:
 - регулирање и доследно спроведување на легислативата во областа на туризмот и угостителството,
 - институционална надградба,
 - отстранување на бариерите за водење бизнис
 - целосна реализација на категоризацијата на хотелските угостителски објекти
 - соработка во делот на промоција на туристичките потенцијали
 - детално информирање и презентирање за туристичкиот потенцијал
 - развој на инфраструктурата и сместувачките капацитети
 - навремено информирање за интересот на странските компании за конкретни проекти

- Домашните и странски инвеститори како целна група имаат потреба од:

- регулирање и доследно спроведување легислативата во областа на туризмот и угостителството,

- отстранување на бариерите за започнување бизнис
- целосна реализација на категоризацијата на хотелските угостителски објекти
- детално информирање и презентирање на туристичкиот потенцијал
- воспоставување на комуникација со домашните туроператори
- развој на инфраструктурата и сместувачките капацитети
- редовни, точни и навремени информации

- Домашните и странски туристи, како целна група имаат потреба од:

- регулирање и доследно спроведување легислативата во областа на туризмот и угостителството,

- детално информирање и презентирање за туристичкиот потенцијал
- развој на инфраструктурата и сместувачките капацитети
- редовни, точни и навремени информации

- Образовните институции од областа на туризмот и угостителството, како целна група имаат потреба од:

- стекнување на нови знаења и вештини од областа на туризмот и угостителството
- активно вклучување во реализирањето на политиките од областа на туризмот и угостителството
- соработка со хотелиерите, угостителите и тур-операторите
- редовни, точни и навремени информации

- ЕЛС како целна група имаат потреба од:

- стекнување на нови знаења и вештини од областа на туризмот и угостителството
 - активно вклучување во реализирањето на политиките од областа на туризмот и угостителството
 - регулирање и доследно спроведување на легислативата од областа на туризмот и угостителството,
 - институционална надградба,
 - соработка во делот на промоција на туристичките потенцијали
 - развој на инфраструктурата и сместувачките капацитети
 - навремено информирање за интересот на странските компании за конкретни проекти
-
- Медиумите како целна група имаат потреба од:
 - редовни, точни и навремени информации
 - детално информирање и презентирање за туристичкиот потенцијал
 - соработка во делот на промоција на туристичките потенцијали
 - навремено информирање за интересот на странските компании за конкретни проекти
 - претставување на можностите што ги нуди Република Македонија

3. 6. ЗАОКРУЖУВАЊЕ НА РЕГУЛАТИВАТА ПОВРЗАНА СО РАБОТАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА (МСП)

Стратешка комуникациска цел

Афирмација на новите бизнис центри и обезбедување поддршка на проектите на МСП кои се фокусирани на нивна одржливост преку едукација на човечките ресурси.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на шестиот утврден приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- претприемачи
- бизнис центри
- ЕЛС-ЛЕР
- Академија за менаџери / Фонд за развој на човечки ресурси
- Невработени
- Меѓународни институции
- медиуми

Потреби на целните групи

- Претприемачите како целна група имаат потреба од:
 - едукација и обука
 - полесен пристап до финансии
 - поедноставни процедури
 - техничка и стручна помош
 - вклучување во планирањето на стратешките документи
 - развој на менаџерските вештини во претпријатијата

- Бизнис центрите како целна група имаат потреба од:
 - едукација и обука
 - полесен пристап до финансии

- поедноставни процедури
 - техничка и стручна помош
 - вклучување во планирањето на стратешките документи
 - информирање за можностите за самовработување преку преквалификација и стручна помош за изработка на бизнис план
- ЕЛС-ЛЕР како целна група имаат потреба од:
 - едукација и обука
 - полесен пристап до финансии
 - поедноставни процедури
 - техничка и стручна помош
 - поддршка за развој на ЛЕР-от
 - вклучување во планирањето на стратешките документи
 - развој на менаџерските вештини во претпријатијата
 - информирање за можностите за самовработување преку преквалификација и стручна помош за изработка на бизнис план
- Академијата за менаџери / Фонд за развој на човечки ресурси како целна група имаат потреба од:
 - едукација и обука
 - полесен пристап до финансии
 - поедноставни процедури
 - техничка и стручна помош
 - вклучување во планирањето на стратешките документи
- Невработените како целна група имаат потреба од:
 - едукација и обука

- полесен пристап до финансии
 - поедноставни процедури
 - техничка и стручна помош
 - информирање за можностите за самовработување преку преквалификација и стручна помош за изработка на бизнис план
- Меѓународните институции како целна група имаат потреба од:
 - Информации за текот на измените на регулативата и нејзино усогласување на европското законодавство
 - Редовен проток на информации за мерките и активностите што државата ги презема за поддршка и развој на претпримеништвото и МСП
 - Можности за соработка од технички и струшен аспект
 - Медиумите како целна група имаат потреба од:
 - редовни, точни и навремени информации за реформите во микробизнисот
 - едукација и обука

3. 7. ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПАРТНЕРСТВО СО МАКЕДОНСКИТЕ СТОПАНСКИ СУБЈЕКТИ

Стратешка комуникациска цел

Зголемување на конкурентноста на македонските производи и услуги на пазарот преку стимулации (доделување субвенции) и поддршка при презентацијата на македонската економија на странските пазари.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на седмиот утврден приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- стопански субјекти и нивни здруженија
- ДКП-а на РМ - економски промотори
- медиуми

Потреби на целните групи

- Стопанските субјекти и нивните здруженија како целна група имаат потреба:
 - да бидат субвенционирани за подобра конкурентност
 - да бидат вклучени во процесот на креирање на Програмата за подобрување на конкурентноста на македонските производи и услуги
 - да се обезбеди успешно и планско претставување на странските пазари и изнаоѓање на странски партнери
 - вклучување во промотивните активности на странските пазари
 - редовно информирање и директно учество на настаните што се организираат за промоција на Република Македонија

- ДКП-ата/економските промотори како целна група имаат потреба:
 - да бидат вклучени во процесот на креирање на Програмата
 - да се обезбеди успешно и планско претставување на странските пазари и изнаоѓање на странски партнери
 - вклучување во промотивните активности на странските пазари
 - редовно информирање и директно учество на настаните што се организираат за промоција на Република Македонија

- Медиумите како целна група има потреба од:

- редовно информирање и директно учество на настаните што се организираат за промоција на Република Македонија

3. 8. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНСПЕКЦИСКИОТ НАДЗОР

Стратешка комуникациска цел

Континуирано информирање на јавноста за новите принципи на работа на инспекцискиот надзор и за ефектите од негово координирано дејствување.

Целни групи

Во однос на стратешката комуникациска цел на осмиот утврден приоритет на Министерството за економија, целни групи се:

- стопански субјекти
- потрошувачи
- медиуми

Потреби на целните групи

- Стопанските субјекти како целна група имаат потреба од:
 - доследно спроведување на надзорот на пазарот
 - навремено информирање за новите регулативи и активностите на надзорните органи
 - да добијат знаења и вештини за создавање производи и услуги согласно стандардите за квалитет и безбедност

- Потрошувачите како целна група имаат потреба од:
 - доследно спроведување на надзорот на пазарот
 - навремено информирање за новите регулативи и активностите на надзорните органи
 - да добијат производи и услуги согласно стандардите за квалитет и безбедност

- Медиумите како целна група имаат потреба од:
 - редовни и точни информации за спроведувањето на надзорот на пазарот
 - навремено информирање за новите регулативи и активностите на надзорните органи

IV. ПОРАКИ

Главната должност на Министерството за економија е да се грижи за развојот и унапредувањето на економијата и согласно домашните регулативи и можности да обезбедува привлекување на домашните и странските инвестиции. Со оваа Комуникациска стратегија се развиваат пораки, кои имаат цел да ги објаснат активностите на Министерството и на неговите вработени на разбирлив начин и да ја подобрат соработката и комуникацијата со засегнатите публики.

Општа порака на Министерството за економија:

Министерството за економија во континуитет се грижи за подобрување на економските можности во земјата, за развој на енергетските и индустриските системи, за поттикнување на МСП, за унапредување на туризмот. Министерството за економија работи отворено, посветено и професионално, почитувајќи ги потребите на граѓаните и законските регулативи со цел да обезбеди подобра и посигурна економска перспектива за сите нас.

Во понатамошниот текст на Комуникациската стратегија се разработуваат и специфични цели на комуникацијата, пораки и алатки, кои се однесуваат на определените приоритети и целните групи.

4. 1. ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ЕНЕРГЕТСКИТЕ МОЖНОСТИ

Стратешка комуникациска цел

Промовирање на предностите кои произлегуваат од употребата на различни извори на енергија, со што ќе се постигне подобрување на енергетската ефикасност, како и сигурно, безбедно, стабилно и одржливо обезбедување со енергија.

Општа порака за првата стратешка комуникациска цел

Министерството за економија овозможува развој на енергетскиот сектор преку ефикасно и транспарентно работење за обезбедување на сигурно, безбедено и стабилно функционирање на електроенергетскиот систем. Преку хармонизирана регулатива води сметка за почитување на пазарните законитости и се залага за поголемо искористување на алтернативните извори на енергија и завршување на процесот на електрификација.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на првиот приоритет на Министерството за економија

1. СТРАНСКИ И ДОМАШНИ ЕНЕРГЕТСКИ КОМПАНИИ (И ИНВЕСТИЦИСКИ ФОНДОВИ)

Цел на комуникацијата

Вработените и Министерството за економија се трудат да ги почитуваат доследно тендерските постапки и да ја хармонизираат законската регулатива со онаа на ЕУ со цел да се презентира потенцијалот на енергетскиот сектор и Македонија да стане атрактивна бизнис дестинација.

Порака:

Министерството за економија работи во функција на развојот на енергетскиот сектор и стимулирање на користењето на различни извори енергија согласно хармонизираната законска регулатива со ЕУ

Комуникациски алатки:

- бизнис форуми
- кампањи
- брошури
- промотивни материјали
- огласи
- Интернет
- непосредни контакти

2. МЕЃУНАРОДНИ ОРГАНИЗАЦИИ ВО ЧИЈА НАДЛЕЖНОСТ Е И ЕНЕРГЕТИКАТА

Цел на комуникација

Обезбедување на сигурен, безбеден, стабилен и одржлив енергетски систем, транспарентност при работата и запознавање со текот на хармонизација на законската регулатива со онаа на ЕУ.

Порака

Преку обезбедување на транспарентно тендерско работење и хармонизација на законската регулатива се обезбедува поволна деловна клима.

Комуникациски алатки

- конференции
- непосредни контакти
- Интернет

3. СТОПАНСТВО

Цел на комуникација

Запазување на функционирањето на енергетскиот сектор согласно пазарните законитости со цел непречено и континуирано снабдување со електрична енергија.

Порака

Министерството за економија обезбедува континуирано и ефикасно снабдување со електрична енергија, водејќи сметка за почитување на пазарните законитости.

Комуникациски алатки

- непосредни контакти
- кампања
- бизнис форуми
- тркалезни маси и трибини
- прес конференции

- огласи
- соопштенија
- веб страна

4. ДОМАЌИНСТВА

Цел на комуникација

Почитување на сите стандарди за квалитетно снабдување со електрична енергија и континуирани активности за што поцелосна електрификација на територијата на Република Македонија, водејќи сметка за пазарното работење и информирање за повољностите од алтернативните извори на енергија.

Порака

Продлжување со стимулирање на користењето на алтернативните извори на енергија, како и со процесот на електрификација со унапредување на стандардите и почитување на принципите на пазарната економија.

Комуникациски алатки

- кампања
- прес конференции
- соопштенија
- огласи
- флаери

1. МЕДИУМИ

Цел на комуникација

Министерството за економија работи во интерес на јавноста преку запознавање за иницијативите и можностите во енергетскиот сектор со навремено и целосно информирање.

Порака

Министерството за економија обезбедува поедноставен и целосен пристап на информации, со што ќе се избегнат можностите од шпекулации и пласирање на неточни информации.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страна
- интервјуа
- изјави

4. 2. УНАПРЕДУВАЊЕ НА СОРАБОТКАТА ПРИ КРЕИРАЊЕТО НА АКТИВНИТЕ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ЗА ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ИНДУСТРИСКОТО ПРОИЗВОДСТВО

Општа порака за втората стратешка комуникациска цел

Министерството за економија, во соработка со стопанските субјекти, ја креира индустриската политика, го поттикнува брендирањето и кластерското здружување во функција на подобрување на животниот стандард.

Стратешка комуникациска цел

Континуирано запознавање на јавноста со стратегиите за подобрување на индустриското производство и афирмација на придобивките од кластерското здружување на индустриските субјекти; презентирање на предностите кои произлегуваат од брендирањето на македонските производи.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на вториот приоритет на Министерството за економија

1. СТОПАНСКИТЕ СУБЈЕКТИ И БИЗНИС АСОЦИЈАЦИИ

Цел на комуникација

Активно вклучување на сите засегнати страни за подобрување на конкурентноста на македонските производи и услуги и промовирање на потребата од брендирање

Порака

Министерството за економија во соработка со стопанските субјекти работи на формулација на јасна индустриска политика за раст на иднсутриското производство и едукација за предностите на брендот во функција на подобар пласман.

Комуникациски алатки

- непосредни контакти
- Интернет
- веб страна
- прес конференции
- соопштенија
- кампањи

2. КЛАСТЕРИТЕ

Цел на комуникација

Министерството за економија обезбедува постојана стручна, техничка и финансиска помош, и работи на стимулирање на организирањето во регионални центри, анимирање на индустриските сектори и запознавање со предностите од овој модел на здружување.

Порака

Министерството за економија овозможува одржливо функционирање и промоција на кластерите и нивно поврзување во регионални рамки.

Комуникациски алатки

- средби
- национални конференции
- регионални и меѓународни конференции
- веб страна
- Интернет
- брошури
- соопштенија
- прес конференции

3. ГРАЃАНИТЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Цел на комуникација

Министерството за економија презема мерки за подорбување на квалитетот на животот.

Порака

Со новите политики за развој се придонесува за поефикасно индустриско производство и повисок стандард за граѓаните.

Комуникациски алатки

- кампања
- прес конференции
- соопштенија
- огласи
- флаери

4. 3. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНФОРМИРАНОСТА ЗА ДОБИВАЊЕ ПОДДРШКА НА БИЗНИС СУБЈЕКТИТЕ

Општа порака за третата стратешка комуникациска цел

Министерството за економија работи во насока на целосно исполнување на меѓународните стандарди од страна на стопанските субјекти за правилно функционирање на внатрешниот пазар и ги информира потрошувачите за остварување на нивните права.

Стратешка комуникациска цел

Поддршка и редовно информирање на бизнис субјектите за воведувањето на меѓународни стандарди и значењето на нивната поголема примена кај производитите на македонскиот пазар, што доведува до зголемување на конкурентноста и извозот на македонските производи.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на вториот приоритет на Министерството за економија

1. БИЗНИС СУБЈЕКТИТЕ

Цел на комуникација

Бизнис субјектите да веруваат дека Министерството за економија обезбедува континуирана едукација и поддршка според потребите на стопанските субјекти во функција на поголема примена на меѓународните стандарди.

Порака

Министерството за економија активно работи за целосно исполнување на стандардите за правилно функционирање на внатрешниот пазар, преку обезбедување на поддршка и информации за бизнис субјектите.

Комуникациски алатки

- бизнис средби
- Интернет
- веб страна
- непосредни контакти
- конференции
- обуки
- соопштенија

2. ПОТРОШУВАЧИЦел на комуникација

Континуирана информираност за новитетите во оваа област, како и за начинот на реализирање на нивните права и заштита на потрошувачите и обезбедување на постојан инспекциски надзор на пазарот.

Порака

Министерството за економија го интензивира и подобрува информирањето за воведување на меѓународните стандарди, а со цел остварување на правата и заштитата на потрошувачите.

Комуникациски алатки

- кампања
- прес конференции
- соопштенија
- брифинзи
- бев страница
- интервјуа
- изјави

3. МЕДИУМИ

Цел на комуникација

Министерството за економија е отворено за обезбедување на информации.

Порака

МЕ континуирано информира за мерките и активностите со цел подигање на јавната свест за значењето на меѓународните стандарди.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страна
- интервјуа
- изјави

4. 4. ПОДОБРУВАЊЕ НА ДЕЛОВНАТА КЛИМА И ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ДОМАШНИТЕ И СТРАНСКИ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ

Општа порака за четвртата стратешка комуникациска цел

Министерството за економија спроведува реформи за создавање поволна деловна клима и нуди решенија за надминување на постојните бариери, а преку промоција на Република Македонија како атрактивна бизнис дестинација, овозможува зголемување на странските директни инвестиции.

Стратешка комуникациска цел

Континуирано запознавање на јавноста со спроведувањето на процесот на реформи и можности за привлекување на домашните и странски инвестиции.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на четвртиот приоритет на Министерството за економија

1. АГЕНЦИЈА ЗА СДИ

Цел на комуникација

Навремено доставување на информациите за реформските процеси, а проектите и активностите се реализираат во соработка со Агенцијата.

Порака

Реформите што се преземаат обезбедуваат целосно и координирано промовирање на Република Македонија како атрактивна бизнис дестинација.

Комуникациски алатки

- Интернет
- веб страна
- директни средби
- извештаи
- брошури

2. МЕЃУНАРОДЕН СОВЕТ НА ИНВЕСТИТОРИ

Цел на комуникација

Министерството за економија обезбедува целосна информираност за реформите и презентирање на конкретни проекти.

Порака

Министерството за економија работи на изнаоѓање на напредни решенија за надминување на бариерите во деловното опкружување со кои се соочуваат при работата.

Комуникациски алатки

- Интернет
- веб страна

- соопштенија
- огласи
- непосредни контакти
- прес конференции

3. СТОПАНСКИ КОМОРИ И АСОЦИЈАЦИИ

Цел на комуникација

Креирање на бизнис клима согласно потребите на бизнис заедницата и олеснување на воспоставувањето на деловните контакти.

Порака

Унапредување на партнерските односи во создавањето на поволна бизнис клима и поддршка во изнаоѓањето на странски деловни партнери.

Комуникациски алатки

- средби
- форуми
- дебати и тркалезни маси
- веб страна
- Интернет
- соопштенија
- прес конференции

4. МЕЃУНАРОДНА БИЗНИС ЗАЕДНИЦА

Цел на комуникација

Министерството за економија нуди целосно и навремено информирање за поволностите за инвестирање и можностите за вклучување во конкретни проекти.

Порака

Министерството за економија ги превзема сите активности за подобрување и промовирање на условите за инвестирање во Република Македонија.

Комуникациски алатки

- брошури
- ЦД-а
- саемски манифестации
- бизнис форуми во странство
- Интернет
- веб страна
- економски промотори
- огласи
- Тим Македонија

5. Единици на локалната самоуправа (ЕЛС)

Цел на комуникација

Проектите и активностите се реализираат во координација со ЕЛС за заедничка промоција на инвестиционите проекти.

Порака

ЕЛС учествуваат во проектите организирани од страна на Министерството кое ги смета за стратешки партнер во промовирањето на инвестициските проекти пред потенцијалните странски инвеститори.

Комуникациски алатки

- инвестициски форуми
- Интернет
- веб страна
- соопштенија
- прес конференции

- посети и средби во ЕЛС

6. Меѓународните носители на одлуки (ЕУ)

Цел на комуникација

Министерството за економија креира политики, мерки и програми и спроведува активности во насока на комплетирање на реформските процеси, а преку промовирање на новитети и инвестиционите проекти овозможува зголемување на странските инвестиции.

Порака

Министерството за економија редовно и континуирано информира за текот и прогресот на реформските процеси и активностите поврзани со нив, од делокругот на своето работење, како и за инвестициските проекти, чиј носител е.

Комуникациски алатки

- Инвестициски форуми
- Меѓународни конференции
- Директни средби и работни состаноци
- веб страна
- изјави
- Брошури
- Публикации
- Извештаи до институциите

7. Медиуми

Цел на комуникација

Министерството за економија е отворено во презентирањето на информациите поврзани со инвестициите и редовно информира за новитетите во деловното опкружување.

Порака

Министерството за економија информира отворено и континуирано за мерките, активностите и проектите со цел зголемување на СДИ.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страна
- интервјуа
- изјави

4. 5. ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПОЛИТИКИТЕ ЗА РАЗВОЈ И ИНВЕСТИЦИСКИТЕ ПРОЕКТИ ВО ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО

Општа порака за петтата стратешка комуникациска цел

Министерството за економија работи на создавање квалитетна законска регулатива со цел унапредување на туристичката и угостителската понуда за зголемување на бројот на туристи, како и на презентација на можностите за инвестирање и промоција на туристичките потенцијали.

Стратешка комуникациска цел

Министерството за економија обезбедува информации, знаење и поддршка за изградба на модерна туристичка инфраструктура и промоција на Република Македонија како атрактивна туристичка дестинација во странство.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на петтиот приоритет на Министерството за економија

1. ХОТЕЛИЕРИ И УГОСТИТЕЛИ И НИВНИТЕ АСОЦИЈАЦИИ

Цел на комуникација

Наврремено информирање за промените во законската регулатива, вклучување на туристичките работници за унапредување на постапката за категоризација, скратување на постапката за обезбедување лиценца за работа.

Порака

Министерството за економија работи на развој на туристичката легислатива и институционалната надградба со што ја унапредува туристичката и угостителската понуда.

Комуникациски алатки

- средби
- саемски настапи
- конференции
- форуми
- дебати
- непосредни контакти
- соопштенија
- прес конференции
- веб страна
- Интернет

2. Домашни и странски инвеститори

Цел на комуникација

Министерството за економија обезбедува целосна информираност за инвестициските туристички проекти и можностите за ЈПП.

Порака

Во контактите со инвеститорите, Министерството за економија нуди целосно и точно презентирање на поволностите и можностите за инвестирање на овој сектор.

Комуникациски алатки

- брошури
- ЦД-а
- саемски манифестации
- бизнис форуми во странство
- Интернет
- веб страна
- економски промотори
- огласи
- Тим Македонија

3. СТРАНСКИ ТУРОПЕРАТОРИ

Цел на комуникација

Организирано презентирање на турстичката понуда, со цел Република Македонија да стане дел од светската туристичка мапа.

Порака

Министерството за економија обезбедува детално презентирање на туристичките можности и го олеснува воспоставувањето деловни контакти за туроператорите.

Комуникациски алатки

- брошури
- ЦД-а
- саемски манифестации

- Интернет
- веб страна
- економски промотори
- огласи
- организирани посети во Македонија
- хепенинзи

4. ОБРАЗОВНИ ИНСТИТУЦИИ ОД ОБЛАСТА НА ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО

Цел на комуникација

Континуирана соработка во подготовките за измена на законите, стратегиите и програмите и координирана промоција на македонскиот туризам, како и поттикнување на практична настава на студенти.

Порака

Партнерството со образовните институции и информирањето за новите туристички текови придонесува за унапредување на туристичкиот сектор.

Комуникациски алатки

- средби
- дебати
- соопштенија
- Интернет
- веб страна
- форуми
- прес конференции
- саемски настапи (заеднички)
- промотивни материјали (заеднички)

5. ДОМАШНИ И СТРАНСКИ ТУРИСТИ

Цел на комуникација

При креирањето на туристичките производи, Министерството за економија ги зема предвид нивните потреби и барања и овозможува остварување на нивните права.

Порака

Преку редовното информирање и активните политики, Министерството за економија учествува во креирање на туристички производ, кој во целост ќе ги задоволи потребите и барањата на домашните и странските туристи.

Комуникациски алатки

- туристички водичи
- брошури
- веб страни
- Интернет
- соопштенија
- огласи
- ЦД-а
- промотивни филмови
- флаери
- билборди
- саеми

6. ЕДИНИЦИТЕ НА ЛОКАЛНАТА САМОУПРАВА (ЕЛС)

Цел на комуникација

Министерството за економија е отворено за соработка со ЕЛС и ги смета ЕЛС за стратешки партнер во промовирањето и спроведувањето на инвестициските проекти и можности во туризмот.

Порака

Преку соработка и имплементирање на новите трендови во туризмот, Министерството за економија и ЕЛС можат да придонесат многу за развојот на локалниот туризам и напредокот на локалните заедници.

Комуникациски алатки

- инвестициски форуми
- Интернет
- Веб страна
- соопштенија
- прес конференции
- посети и средби во ЕЛС

7. МЕДИУМИ

Комуникациска цел

Континуирано информирање за мерките, активностите, проектите и состојбите во туристичкиот сектор.

Порака

Министерството за економија информира редовно и транспарентно за состојбите во туризмот, преземените активности и конкретни проекти за подобрување на деловното опкружување и подобро презентирање на Македонија како атрактивна туристичка дестинација.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страна
- интервјуа
- изјави
- јавни настани
- кампањи

4. 6 ЗАОКРУЖУВАЊЕ НА РЕГУЛАТИВАТА ПОВРЗАНА СО РАБОТАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА (МСП)**Општа порака за шестата стратешка комуникациска цел**

Со редовно претставување на измените во регулативата поврзана со работата на МСП и со афирмација на новите бизнис центри, Министерството за економија обезбедува поддршка за нивна одржливост, преку континуирана едукација на човечките ресурси, а со тоа и креирање на нови работни места.

Стратешка комуникациска цел

Афирмација на новите бизнис центри и обезбедување поддршка на проектите на МСП кои се фокусирани на нивна одржливост преку едукација на човечките ресурси.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на шестиот приоритет на Министерството за економија**1. ПРЕТПРИЕМАЧИ**

Цел на комуникација

Континуирано обезбедување обуки и едукација за развој на претприемничките вештини и поедноставни процедури со поквалитетна законска регулатива со што ќе се олесни основањето, функционирањето и згаснувањето на бизнисот.

Порака

Министерството за економија со целосно спроведување на реформите во законските регулативи го олеснува започнувањето и развојот на малите и средни претпријатија и обезбедува едукации за унапредување на претприемачките вештини.

Комуникациски алатки

- огласи
- прес конференции
- тркалезни маси и дебати
- веб страници
- Интернет

2. БИЗНИС ЦЕНТРИ

Цел на комуникација

Редовно информирање и обезбедување финансиска и стручна помош за непречено функционирање на бизнис центрите и во соработка со нив креира политика за развој и поддршка на МСП.

Порака

Министерството за економија работи во функција на развој на секторот за МСП и го стимулира основањето и развивањето на бизнис центрите во општините.

Комуникациски алатки

- национални и меѓународни конференции
- посети и средби
- дебати и тркалезни маси
- Интернет

- веб страна
- соопштенија

3. ЕЛС-ЛЕР

Цел на комуникација

Со координирани активности за развој на претприемаштвото се унапредуваат можностите за креирање нови работни места и се нуди техничка и стручна помош при креирањето на стратегиите, документите и програмите за ЛЕР.

Порака

ЕЛС претставуваат стратешки партнер во планирањето и реализацијата на политиката за развој на МСП и креирањето на нови работни места.

Комуникациски алатки

- конференции
- дебати и тркалезни маси
- Интернет
- веб страна
- прес конференции
- посети и средби во ЕЛС

4. АКАДЕМИЈА ЗА МЕНАѢРИ / ФОНД ЗА РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ

Цел на комуникација

Обезбедување на финансиска поддршка за реализација на проекти врзани со развојот на менаџерските и човечки ресурси и информирање за МСП, за активностите на Академијата за менаџери со цел да се развива претприемачкиот дух и култура.

Порака

Со развојот на политиките за подобрување на човечките ресурси ќе се унапредува работата на МСП.

Комуникациски алатки

- брошури
- Интернет
- веб страници
- прес конференции
- соопштенија
- огласи

5. МЕЃУНАРОДНИ ИНСТИТУЦИИ

Цел на комуникација

Обезбедување на информации и податоци за измените на законската регулатива и нејзино усогласување со европската, вклучувајќи ги и мерките и активностите што државата ги презема за поддршка и развој на претприемништвото и МСП.

Порака

Министерството за економија со политиките што ги креира и активностите што ги презема нуди постојана поддршка и помош (од технички и стручен аспект) во развојот на претприемништвото, како основа на македонското стопанство.

Комуникациски алатки

- Извештаи
- Веб страна
- Публикации
- Форуми
- Меѓународни конференции
- Директни средби и работни состаноци
- Изјави

6. НЕВРАБОТЕНИ

Цел на комуникација

Министерството за економија води сметка за континуирано информирање на граѓаните за можностите за самовработување и нивна подготовка за самостоен бизнис преку обуки за подготвување на бизнис планови и друг вид на помош и совети.

Порака

Министерството за економија работи во функција на подобрување на ефикасноста на МСП и креирање на услови за отворање на нови работни места.

Комуникациски алатки

- огласи
- флаери
- соопштенија
- прес-конференции
- непосредни контакти
- кампањи

7. МЕДИУМИ

Цел на комуникација

Транспарентно, навремено и целосно информирање за можностите за започнување бизнис и вработувања.

Порака

Министерството за економија се грижи за навремено информирање на медиумите, јавноста и граѓаните за можностите за развој на МСП, како и за едукативните активности, какви што се обуките и преквалификациите, чија цел е да обезбедат современи знаења за работоспособното население и отворање на нови вработувања.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страна

- интервјуа
- изјави

4. 7. ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПАРТНЕРСТВО СО МАКЕДОНСКИТЕ СТОПАНСКИ СУБЈЕКТИ

Општа порака за седмата стратешка комуникациска цел

Министерството за економија со партнерски однос врши редовно и планско субвенционирање на деловните субјекти со цел зголемување на нивната конкурентност и преку организиран заеднички настап на странски пазари ја промовира македонската економија.

Стратешка комуникациска цел

Зголемување на конкурентноста на македонските производи и услуги на пазарот преку стимулации (доделување субвенции) и поддршка при презентацијата на македонската економија на странските пазари.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на седмиот приоритет на Министерството за економија

1. СТОПАНСКИТЕ СУБЈЕКТИ И НИВНИТЕ ЗДРУЖЕНИЈА

Цел на комуникација

Унапредување на партнерскиот однос за дефинирање и планирање на активностите за подобрување на конкурентноста на македонските производи и услуги и обезбедување на континуирано субвенционирање од 50 отсто од трошоците за определени намени.

Порака

Министерството за економија врши редовно и планско субвенционирање на деловните субјекти со цел подобрување на конкурентноста преку организиран заеднички настап за промоција на македонската економија.

Комуникациски алатки

- огласи
- соопштенија
- форуми
- саеми
- Интернет
- веб страна
- конференции
- тркалезни маси
- дебати
- средби, посети и непосредни контакти

9. ДКП-а НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА / ЕКОНОМСКИ ПРОМОТОРИ

Цел на комуникација

Обезбедување на информации за активностите на странските пазари и вклучување во реализацијата на промотивните активности.

Порака

ДКП-ата преку економските промотори се вклучени во планирањето и реализацијата на промотивните активности.

Комуникациски алатки

- брошури
- ЦД-а
- веб страна
- Интернет

- огласи
- соопштенија
- средби

10. МЕДИУМИ

Цел на комуникација

Министерството за економија обезбедува информации за активностите и конкретните мерки на Министерството за соработката и помошта понудена на стопанските субјекти за подобрување на бизнис климата во земјава.

Порака

Министерството за економија ќе ја информира редовно јавноста за активностите кои се во функција на промовирање и зајакнување на бизнис секторот и подобрување на бизнис климата во земјава .

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страни
- интервјуа
- изјави

4. 8. ПОДОБРУВАЊЕ НА ИНСПЕКЦИСКИОТ НАДЗОР

Општа порака за осмата стратешка комуникациска цел

Министерството за економија со усогласување на законската регулатива и нејзина имплементација, преку своите инспекциски органи врши квалитетен надзор на пазарот, подобра заштита на потрошувачите и јакнење на довербата во инспекциските органи.

Стратешка комуникациска цел

Континуирано информирање на јавноста за новите принципи на работа на инспекцискиот надзор и за ефектите од негово координирано дејствување.

Цели на комуникација, пораки и алатки кон секоја целна група во однос на седмиот приоритет на Министерството за економија**1. СТОПАНСКИТЕ СУБЈЕКТИ****Цел на комуникација**

Министерството за економија работи на целосно усогласување на законодавството, со цел да обезбеди инструменти за квалитетен надзор на пазарот, со што ќе се придонесе за намалување на сивата економија.

Порака

Министерството за економија работи на усогласување на законската регулатива и преку своите инспекторати обезбедува квалитетен надзор на пазарот.

Комуникациски алатки

- средби и контакти
- веб страна
- Интернет
- прес конференции
- конференции и тркалезни маси
- соопштенија
- огласи

2. ПОТРОШУВАЧИ**Цел на комуникација**

Преку подобрувањето на редовниот надзор на пазарот и конкретните мерки во таа насока, Министерството за економија придонесува за заштита на потрошувачите и остварувањето на нивните права.

Порака

Имплементација на законите и примената на стандардите ја подобруваат заштитата на потрошувачите и ја јакнат довербата во инспекциските органи.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- соопштенија
- флаери
- билборди
- прирачници
- кампањи
- едукативни прилози

11. МЕДИУМИ

Цел на комуникација

Министерството за економија е кредибилен извор, кој обезбедува редовни и точни информации за активностите и конкретните мерки преземени од надзорните органи.

Порака

Министерството за економија работи во функција на целосен пристап до информациите за активностите на инспекторатите и новините во законската регулатива.

Комуникациски алатки

- прес конференции
- брифинзи
- соопштенија
- веб страни

- интервјуа
- изјави
- кампањи

V. ВРЕМЕНСКА РАМКА

Министерството за економија, согласно Стратегијата за информирање и комуникација 2009-2011, изработена врз основа на Стратешките планови на Министерството за економија 2008-2010 и 2009-2011, предвидува соодветен период за реализација на приоритетите и целите кои произлегуваат од неа.

Процесот на реализација на активностите и имплементација на Комуникациската стратегија, ќе го врши Одделението за односи со јавност, во континуирана соработка со секторите кои работат во рамки на Министерството за економија и се одговорни за остварување на приоритетите и целите предвидени со Стратешките планови на министерството 2008-2010 и 2009-2011 година.

За реализација на приоритетите и целите предвидени со програмите на органите во состав на министерството и независните органи, активностите ќе се одвиваат во соработка со:

- Државниот пазарен инспекторат
- Техничка инспекција
- Биро за метеорологија
- Институт за стандардизација
- Институт за акредитација
- Агенција за енергетика
- Агенција за туризам
- Агенција за поддршка на претприемништвото (АППРМ)
- Агенција за странски директни инвестиции
- Дирекција за технолошко-индустриски развојни зони.

5.1. За реализација на комуникациската цел бр.1 предвидуваме континуирани непосредни контакти со заинтересираните страни, квартални одржување на тркалзени маси за промовирање на новитетите во законската регулатива, дневно ажурирање на веб страната со податоци за инвестициските

проекти и текот на нивната реализација, како и за новитетите во законската регулатива. Во втората половина на годината се предвидува осмислување и реализација на кампања за штедење на електрична енергија. Квартално се организираат бизнис форуми и конференции во земјава и во странство на кои се презентираат инвестициските проекти од областа на енергетиката, а за секој нов инвестициски проект се објавува и јавен повик. Комуникацијата со медиумите е редовна, а најмалку еднаш месечно се организираат прес-конференции и брифинзи.

5.2. За реализација на комуникациската цел бр.2 се предвидуваат редовни средби со претставниците на бизнис заедницата и квартални јавни дебати за новитетите во процесот на креирање на индустриската политика. Веб-страницата на Министерството за економија се ажурира на дневна основа со најава на конкретните активности и резултати од веќе реализираните цели. Новитетите и актуелностите се покриваат со организирање на месечни прес-конференции и соопштенија кои се однесуваат на конкретни проекти. Еднаш годишно се организира регионална и меѓународна кластерска конференција, а за поголеми проекти, за кои масовно треба да се информира јавноста, се предвидуваат кампањи и изработка на флаери.

5.3. Комуникациска цел бр.3: Квартално организирање на бизнис средби, обуки и конференции за и со бизнис заедницата и редовно организирање на прес-конференции. Годишно издавање на едукативни прилози и флаери за поефикасно информирање на потрошувачите. Дневно ажурирање на веб-страницата на Министерството за економија, а по потреба објавување на соопштенија и обезбедување на изјави/интервјуа од релевантни фактори за реализираните мерки и активности.

5.4. Континуирана комуникација преку Интернет и дневно обновување на веб-страницата, како и изготвување на извештаи и информации согласно заклучоци од владини седници се планирани за реализација на комуникациската цел бр.4. Објавување на огласи и соопштенија во зависност од динамиката на конкретните инвестициски проекти. Квартално организирање на форуми и конференции и редовни непосредни средби со инвеститори, единици на локална самоуправа и бизнис асоцијации. Годишно издавање на брошури, флаери и ЦД-а и учество на 4-5 меѓународни саемски манифестации

годишно. Редовна комуникација со економските промотори и активности планирани согласно агендата на „Тим Македонија“. Во зависност од посетите во странство ќе се организираат контакти со новинарите во земјите во кои се престојува за да се запознае меѓународната јавност со можностите што ги нуди Македонија за развој и инвестирање во неа.

5.5. За реализација на активностите на комуникациската цел бр. 5 се предвидува организирање и учество на туристички берзи и на планирани и одобрени меѓународни саемски манифестации и годишно организирање на хепенинзи или национални туристички саеми во земјава. Годишно публикување на каталози, брошури, карти и туристички водичи. Редовна комуникација со економските промотори и активности планирани согласно агендата на „Тим Македонија“. Интервјуа со странски новинари во зависност од посетите на одредени земји и месечни брифинзи со домашните медиуми. Редовно ажурирање на веб страната и изработка на специјализирана веб страна за туризмот. Квартално организирање на форуми и конференции и редовни непосредни средби со инвеститори, туроператори, туристички работници, единици на локална самоуправа и бизнис асоцијации. Месечни прес конференции и соопштенија чија динамика ќе зависи од распоредот на конкретните активности. Квартално организирање на форуми на кои ќе се презентираат инвестициските туристички проекти и повремено објавување огласи за јавните повици поврзани со нив.

5.6. Квартално организирање на бизнис средби, обуки и конференции за и со бизнис заедницата и редовно организирање на прес конференции, се дел од активностите за реализација на комуникациската цел бр. 6. Годишно издавање на едукативни прилози и флаери за поефикасно информирање на претприемачите. Дневно ажурирање на веб страната на Министерството за економија, а по потреба објавување на соопштенија и обезбедување на изјави/интервјуа од релевантни фактори за реализираните мерки и активности. Повремени посети на бизнис-центрите и единиците за локална самоуправа (Локален економски развој) и месечни средби со Академијата за менаџери/Фондот за развој на човекови ресурси. Изработка на флаери и објавување на огласи и соопштенија за конкретни проекти и

активности. Отпочнувањето и финализирањето на проектите и активностите ќе биде проследено со прес конференции.

5.7. За остварување на комуникациската цел бр. 7 се планира квартално организирање на бизнис форуми, планирано учество на меѓународни саемски манифестации од одделни индустриски гранки, публикување на ЦД-а, брошури и веб страна како Регистар на сертифицирани компании, како и огласи и соопштенија за начините и условите за субвенционирање на стопанските субјекти. Неделни средби со бизнис субјектите и нивните асоцијации и редовни контакти со кластерските здруженија. Квартално одржување на конференции и тркалезни маси и месечно брифирање на медиумите. Правење на соопштенија при започнување и финализирање на конкретни активности и дневно ажурирање на веб страната на Министерството за економија. Редовна Интернет комуникација со економските промотори.

5.8. Редовни средби и контакти со стопанските субјекти се основа за реализација на комуникациската цел бр.8. Се предвидуваат и квартални конференции и тркалезни маси на кои ќе бидат дискутирани новитетите и измените во регулативата, а по потреба се издаваат соопштенија и огласи за конкретни активности и проекти. Изјави од компетентни лица и организирање на прес конференции за одржаните активности и неделно ажурирање на веб страната. По потреба за анимирање на пошироката јавноста се предвидува печатење на флаери, едукативни прилози или прирачници, а масовните акции ќе бидат поткрепени со билборди и кампањи.

За активностите предвидени во 2009 и 2010 година ќе бидат изготвени годишни оперативни планови во кои прецизно ќе бидат определени конкретните проекти, активности и рокови во насока на остварување на комуникациските цели. При изготвувањето на овие годишни планови, ќе се води сметка за повеќе фактори кои ќе го одредуваат времето и интензитетот на работата на секоја од стратешките цели, како календарот на Владата на РМ и министерствата, календарот и активностите на другите институции, значајните домашни и меѓународни економски средби и манифестации, националните празници, активните и неактивните периоди во домашниот и меѓународниот политички и економски живот итн.

VI. БУЏЕТ

Работната група оцени дека фискалните импликации кои ќе ги предизвика реализацијата на оваа стратегија нема да бидат поголеми од 5% од вкупниот утврден буџет за спроведување на Стратешкиот план на Министерството 2008 – 2010.

Во Стратешкиот план 2009-2011, согласно Програмата за Подобрување на комуникациската инфраструктура во Министерството за економија и транспарентно информирање на јавноста во процесот на пристапување во ЕУ, која произлегува од стратешките приоритети на Владата на Република Македонија во 2009, испланирани се конкретни активности со проценка на неопходни финансиски средства, предвидени во буџетите за наредните години. Според проекциите, за 2009 година планиран е износ од 6.000.000 денари, за 2010 износ 12.000.000, а за 2011 износ од 13.600.000 денари.

Посебните ставки за конкретните активности согласно оваа комуникациска стратегија ќе бидат дополнително утврдени во Програми со оперативни планови за нејзина имплементација, кои ќе се донесуваат на годишно ниво.

VII. МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА

Министерството за економија го смета мониторингот и евалуацијата на спроведувањето на оваа комуникациска стратегија за клучен фактор во детерминирањето на успехот на преземените активности.

Механизмите за мониторинг и евалуација на ефектите и на успешноста на реализацијата на оваа комуникациска стратегија се:

- формирање на фокус групи со цел добивање повратни информации за успешноста на активностите кои се реализирани;
- прашалници за сите учесници во обуките;
- сугестии и коментари од работниците на Министерството на ИНТРАНЕТ и ВЕБ страната на Министерството;
- редовен мониторинг на медиумите во однос на работењето на Министерството;
- истражување на јавното мислење преку ВЕБ страната на Министерството;
- ангажирање на специјализирани агенции за истражување на конкретни аспекти од реализацијата на комуникациската стратегија;

Имајќи предвид дека се' уште не се прецизирани финансиски средства кои ќе бидат одвоени за оваа намена, Министерството за економија ќе спроведува квантитативно мерење на успехот на спроведените активности, додека активностите за адекватен мониторинг и евалуација ќе се спроведуваат кога за нив ќе бидат обезбедени соодветни средства и технички услови.

Спроведувањето мониторингот на успешноста на комуникациската стратегија ќе се одвива преку следење на степенот на реализација на планираните активности, согласно Стратешкиот план 2008-2010 и 2009-2011, како и останатите стратешки документи на Министерството за економија. За таа цел ќе се обрне внимание на повратните информации од заинтересираните страни, обемот на публикувани информации во медиумите, како и посетеноста на настаните, застапеноста на медиумите, влијанието врз работата од објавените текстови или прилози во

електронските медиуми, местото на кое тие се објавени и влијанието што го имаат врз креирањето на јавното мислење кое ќе се базира врз спроведување и на анкети, истражувања, според дневниот прес-клипинг и обемот на спроведените активности за секоја комуникациска цел, кој ќе се базира врз квартални извештаи. Еднаш годишно, Одделението за односи со јавност во рамки на Секторот за ИТ и комуникации ќе доставува Извештај до министерот за економија, изложувајќи го напредокот на реализација на планираните активности и идентификувајќи ги насоките кои треба да бидат земени предвид во ревидирањето на комуникациската стратегија и изготвувањето на годишните оперативни планови.