**Програма за активностите на Општина Берово во областа на комуникациите, односите со јавноста и меѓународната соработка во 2018 година**

**Декември, 2017 година**

***Изготвила: Зорица Ризовска***

***декември, 2017година***



СОДРЖИНА:

[**ВОВЕД 3**](#_Toc403723469)

[**ОПРАВДАНОСТ 5**](#_Toc403723470)

[**ЦЕЛИ 5**](#_Toc403723471)

[**ЗАДАЧИ: 7**](#_Toc403723472)

[Финансиска спецификација на активностите од Програмата за комуникации и односи со јавност и меѓународна соработка 8](#_Toc403723473)

[**ОДРЖЛИВОСТ 9**](#_Toc403723474)

[**ОБРАЗЛОЖЕНИЕ 9**](#_Toc403723475)

**Врз основа на член 36, став 1, точка 15 од Законот за локална самоуправа (Службен Весник на РМ бр. 05/2002), член 140, став 2 од Деловникот на Советот на Општина Берово (Службен Гласник на Општина Берово бр. 18/2007), член 19, став 1 точка 11 и точка 43, и член 73 од Статутот на Општина Берово (Службен Гласник на Општина Берово бр. 13/2002, 18/2007), Советот на Општина Берово на седницата одржана на 05.12.2017 година донесе**

**годишна ПРОГРАМА**

**за активностите на Општина Берово**

**во областа на односите со јавноста, комуникациите и меѓународната соработка во 2018 година**

## ВОВЕД

Односите со јавност се дефинираат како функција на менаџментот која ги евалуира ставовите на јавноста, ги идентификува политиките и процедурите на институцијата кои се од јавен интерес и изработува и извршува акциони планови и програми кои водат кон јавно прифаќање и разбирање на она што е пласирано.

Дефиницијата, всушност, објаснува процес кој се состои од три фази:

* определување и евалуирање на ставовите на јавноста,
* идентификување на политиките и процедурите на институцијата кои се од јавен интерес, и
* развој и извршување на комуникациски планови и програми, дизајнирани за да се влијае врз разбирањето и прифаќањето на пораките од страна на јавноста.

Врз основа на востановените практики на комуникација со јавноста и вклучувањето на сите сегменти од локалната самоуправа и општинската администрација која работи на различни области на надлежност, во 2018 година, комуникацијата со јавноста ќе ја задржи динамиката од претходната година.

Развојот на меѓународната соработка на планот на евроинтеграциите, вмрежувањето и зајакнувањето на постојните врски со збратимените градови и градовите пријатели, како и проектните партнери од европските земји е континуирана заложба на Општина Берово. Реализацијата на взаемни активности и проекти и проширувањето на листата на партнери во минатите години потврди дека меѓународната соработка може да претставува солидна основа за градење на врски помеѓу граѓаните и реализација на конкретни активности.

Односите со јавност делуваат на внатрешната јавност, а тоа се вработените во Општината, стручните лица и другите соработници, и на надворешната јавност (медиуми, граѓани, стопански комори, други стопански субјекти и бизнис асоцијации, деловна мрежа, меѓународни организации и институции).

Внатрешните комуникации ги опфаќаат сите видови на формални и неформални комуникации кои се одвиваат во рамки на Општината на различни нивоа, а чија главна цел е постигнување подобра ефикасност во работењето и остварување на стратешките цели. На елементарно ниво, стратешката цел на внатрешните комуникации е да им ги обезбеди основните информации на вработените со цел тие да можат успешно да ги извршуваат своите работни задачи и на тој начин да придонесат во постигнувањето на програмските и стратешките цели на институцијата, но и да му овозможат на менаџментот да го добие потребниот фидбек од вработените за да ги донесе вистинските одлуки.

Во поширока смисла, со успешните внатрешни комуникации се воспоставува култура на заедничко делување според јасни правила, кои важат подеднакво за сите во Општината а кои на долг рок ја зголемуваат мотивираноста на вработените и продуктивноста во работењето и го подобруваат угледот на Општината. За да се остварат саканите ефекти во сферата на организационото однесување, е обезбедува активно, а не пасивно однесување на вработените.

Надворешните комуникации се дефинираат како планиран и траен напор за воспоставување и одржување на наклоност и разбирање помеѓу Општината и целата надворешна јавност. Генерално гледано, односите со надворешната јавност се одлучувачки фактор за нејзиниот успех и истите имаат поширок спектар на делување отколку публицитетот, со оглед на тоа дека главна цел им е да влијаат на формирање на позитивен став за Општината. 

Задачата на односите со надворешната јавност не е само да се обезбедат податоци и да се објават соопштенија за јавност, туку подразбира и следење на повратната реакција на јавното мислење, а пред се мислењето на целната јавност. Целта на односите со јавноста е да се спознае важноста на поволниот став на јавноста и неговото влијание врз успешноста на работата на Општината и натамошно зајакнување на корпоративните односи и промотивните односи со јавноста.

Односите со јавноста се дефинира како постојана, двонасочна,стратешки водена комуникација со интерна и екстерна целна јавност заради остварување на взаемна корист.

Односите со јавноста треба да биде постојана комуникација што значи дека не треба да се сфати како комуникација која ќе биде инцидентна, во моменти кога е потребна на институцијата, туку континуирано во текот на работењето на институцијата.

Двонасочна значи дека оваа комуникација подразбира не само испраќање на информации до јавноста, туку и добивање на повратна информација во смисла на тоа како јавноста реагира на дадената информација.

Стратешки водена комуникација подразбира дека институцијата треба да одбере стратегија која ќе биде користена во комуникација со целната група и тоа соодветна на групата. Тоа значи дека една стратегија ќе биде користена за новинарите, друга за корисниците трета за центрите на моќ, конкуренцијата, деловните партнери итн. Интерна целна јавност се вработение кои се значајни за создавање на позитивно јавно мислење бидејќи задоволните и навремено информирани вработени и граѓани можат да шират само позитивна пропаганда усно и не се подложни на шпекулации и обратно. Екстерна целна јавност се деловните партнери, потрошувачите, конкуренцијата, новинарите, разни центри на моќ. Што се однесува до взаемната корист која се остварува преку односите со јавноста, тоа е:

1. поврзување на потребите и интересите на една институција со интересите на различни целни групи со кои треба да комуницира,

2. користење на информацијата за да се влијае на мислењето на јавноста односно создавање на посакувана слика –мислење за институцијата.

## ОПРАВДАНОСТ

Барањата на системот за управување со квалитет базиран на меѓународниот стандард ISO 9001-2008 стандард за управување со квалитет налагаат постојано подобрување на планот на внатрешната комуникација на администрацијата и надворешната комуникација со граѓаните. Програмскиот пристап во оваа специфична област овозможува континуирано следење и анализа на комуникацијата со јавноста, зајакнување на капацитетите за промоција на Општината на домашен и меѓународен план и зголемување на степенот на задоволство на корисниците на услугите.

Што се однесува до меѓународната соработка, во 2018 година, ќе се насочи на интензивирање на активностите на Градоначалникот на Општина Берово, Советот на Општина Берово и општинската администрација, со особен фокус на учество на саемски манифестации и привлекување на интересот на странски инвеститори кон Општина Берово. Се очекува и континуирана соработка со останатите држави со кои имаме партнерство во остварување на европски проекти поддржани од европските фондови, имплементација на проектите и очекувани резултати од истите.

## ЦЕЛИ

Дејноста на односите со јавноста мора да има јасно дефинирани цели и задачи,за да го обезеди успехот,односно целите мора да бидат позитивно одредени.

* Зајакнување на комуникацијата со медиумите и граѓаните, промоција на Општината и овозможување на учество во комуникацијата со јавноста за сите актери во одржливиот развој на локалната заедница.
* Зголмување на нивото на информираност на целата јавност за тековните работи, начинот на функционирање и предизвиците со кои се соочува локалната самоуправа.
* Искористување на предностите на меѓународните мрежи на градови и реализација на конкретни активности и проекти во рамките на евроинтегративните процеси.
* **Основни цели на односите со јавноста се:**

1. Да се подобри разбирањето со останатите – значајно е дали добро се разбираме со колегите на работното место како и со колегите од другите институции. Квалитетот на комуникацијата е доста значаен поради што доколку дојде до недоразбирање, причините не треба да се бараат само во соговорниците туку треба да се биде и самокритичен. Недоразбирањата можат да се избегнат доколку комуницирањето се води според принципите на односи со јавноста:постојани, стратешки водени во кои се трудиме реално да ги чуеме и процениме потребите и проблемите на другите.

2. Да се влијае на јавното мислење. Треба да се води сметка за јавното мислење бидејќи тоа директно влијае на институцијата, за создавање на добар или лош глас кое нешто се реперкуира врз опстанокот на истата.

3. Да се постават основите на институционалниот идентитет. Според што една институција е позната по јавноста? Во што е нејзината специфика? Што помислуваат луѓето кога ќе го чујат името на институцијата? Ова се обично прашања на кои квалитетен и посакуван одговор значи квалитетно водење на односи со јавноста во доменот на институционалната култура. 

4. Да се стимулира тимска атмосфера во колективот. Основна работа на менаџментот на една фирма е да создадат мотивација кај сите категории на вработени. Според најновите истражувања во доменот на мотивација се покажало дека луѓето најдобро работат доколку се навреме информирани за сите важни таботи кои се однесуваат на институцијата. Покрај квалитетно информирање важни се и мотивационите игри а пред се оние кои ги наградуваат новите идеи на сите категории на вработени, како и спортски натпревари и културни манифестации.

5. Да се обезбеди подобро информирање. Тоа значи дека во секој момент треба да се располага со актуелни информации за онаа целна јавност на која треба да се упати пораката, а за да добро се состави пораката треба да се знае што е она актуелно што се случува на страната на примателите на пораката.

6. Да се градат мостови со целната јавност - Комуникацијата меѓу институциите е осетлива работа и треба да се негува при што секоја страна треба да има развиено чувство на одговорност за квалитетот на врската. Правило кај односите со јавноста е да се прави добро не чекајќи поттик од страна или пак директна благодарност.

7. Да се унапредуваат врските со мас –медиумите. За сите институции, новинарите и мас-медиумските куќи спаѓаат во приоритетна целна јавност, поради што треба постојано и упорно да се унапредуваат врските со нив за да на најлесен начин ги информира за своите намери и успеси другите важни целни групи. За таа цел новинарите треба редовно да се покануваат на сите прослави и манифестации со што ќе се остварат големи промотивни ефекти со релативно мало вложување.

8. Да се подржат маркетиншките активности. За времетраење на конкретна маркетиншка кампања одделот за односи со јавноста има посебни задачи насочени кон помагање кај стратешкиот и креативниот дел при изработка на пропагандни средства. Иако конкретните цели на маркетингот и односите со јавноста се различни треба да се има во предвид дека глобалната цел е заедничка поради што двата оддела треба да соработуваат во секоја поединечна акција.

## ЗАДАЧИ:

* Учество во комуникацијата со јавноста за сите актери во одржливиот развој на локалната заедница,
* Зајакнување на капацитетите за комуникација со медиумите,
* Зајакнување на капацитетите за промоција на Општината,
* Искористување на повратните информации од граѓаните за примена на принципот на постојано подобрување,
* Продлабочување на соработката со збратимените градови и градовите пријатели на Општина Берово со фокус на развојот на економијата, образованието, културата, туризмот и заштитата на животната средина,
* Продлабочување на соработката со меѓународните граѓански организации,
* Реализација на заеднички активности и проекти од локално и регионално значење,
* Зајакнување на учеството на здруженијата на граѓани, малите и средните претпријатија, во меѓународните активности на Општина Берово,
* Зајакнување на учеството на локалните институции во меѓународните активности на Општина Берово,
* Зајакнување на абсорпционите капацитети за користење на ЕУ фондовите.

#

# Финансиска спецификација на активностите од Програмата за комуникации и односи со јавност

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Реден Број | Опис на активност | Програма и ставка во Буџетот на Општина Берово | Временска рамка | Вкупно средства |
| 1 | **Изработка и печатење на промотивен материјал (флаери, брошури, честитки и календари за потребите на општината)** |  | **Континуирано, во текот на годината, во зависност од потребите** | **120.000** |
| 2 | **Емитување на соопштенија за потребите на општината на локални и регионални телевизии и локални и регионални радио станици** |  | **Континуирано, во зависност од потребите** | **400.000** |
| 3 | **Реализација на активности во рамки на меѓународната соработка со збратимените општини од соседна Република Србија, Република Бугарија и регионот Долна Нормандија, Република Франција** |  | **Континуирано, во текот на годината** | **200.000** |
| 4 | **Репрезентативен материјал од делегација од Општина Берово при посета на други држави** |  | **Континуирано, во зависност од потребите** | **100.000** |
| 5 | **Непредвидени трошоци** |  | **Континуирано во зависност од потребите** | **30.000** |
|  |  |  | **ВКУПНО:** | **850.000** |

ОДРЖЛИВОСТ Практиката за флексибилност на програмата е потврдена во голем број Општини во Македонија. Во прилог на одржливоста на програмата оди и нејзиното влијание и дисеминација како добра практика низ општините кои веќе ја имаат и работат по неа. За нејзина одржливост во голема мера ќе придонесат Градоначалникот на Општина Берово, Советот на Општина Берово, општинската администрација, граѓаните со следењето на работата на Општината, другите учесници во соработката со нашата Општина, реакциите, коментарите, предлозите и идеите на граѓаните.

## ОБРАЗЛОЖЕНИЕ

Програмата за активностите на Општина Берово во областа на комуникацијата и односите со јавноста, како и меѓународната соработка во 2018 година претставува континуитет на процесите за зајакнување на капацитетите на Општината во овие области. Вклучувањето на сите наведени механизми за комуникација со јавноста и меѓународната соработка во 2018 година оди во прилог на генералниот пристап на програмата и овозможува користење на овие механизми од страна на сите актери на одржливиот развој на локалната заедница. Посебен осврт ќе биде дадено на соработката со други Општини од други држави, со кои веќе имаме збратимување (Брус – Србија, Ливаро – Франција, Струмјани, Ќустендил, Банско, Гоце Делчев, Сандански – Бугарија, Брад - Романија), како и со оние Општини со кои остваруваме прекугранична соработка, а не сме збратимени, туку сме вклучени или ќе изразиме интерес да се вклучиме како партнери на проекти финансирани од програмите на Европската Унија.

Оваа програма влегува во сила осмиот ден од денот на објавување во Службен Гласник на Општина Берово.

**Изготвила:**

**Зорица Ризовска**

**одделение за управување со човечки ресурси**

**Арх.бр. 09 - 2912/1 Совет на Општина Берово**

**05.12.2017 година Претседател**

**Берово Јован Матеничарски**