



  
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА  
МИНИСТЕРСТВО ЗА ЛОКАЛНА САМОУПРАВА

ЦЕНТАР ЗА РАЗВОЈ НА  
ПОЛОШКИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН  
Адреса: Ул. 101 ББ с.Цепчиште1200 Тетово



QENDRA PËR ZHVILLIM  
TË RAJONIT PLANOR TË POLLOGUT  
Adresa: Rr. 101 PN f. Xhepçisht 1200 Tetovë

Tel: +389 (0) 44 487 080; +389 (0) 44 488 915; Fax: +389(0) 44 488 916; e-mail: palogregion@yahoo.com

## **КОМУНИКАЦИСКИ ПЛАН ЗА СПРОВЕДУВАЊЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА РАЗВОЈ И ПОДДРШКА НА БИЗНИС СЕКТОРОТ ВО ПОЛОШКИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН**

Подготвиле:  
ЕСА Тетово: Неби Јусуфи и Салајдин Идризи

Тетово, Мај/Јуни 2015

## СОДРЖИНА

|  |    |
|--|----|
| 1. ВОВЕД .....                                   | 04 |
| 2. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИЗРАБОТКА.....                | 05 |
| 3. АНАЛИЗА НА СОСТОЈБАТА .....                   | 06 |
| 4. ЦЕЛНИ ПУБЛИКИ .....                           | 08 |
| 5. ОСНОВНИ КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ .....              | 08 |
| 6. КОМУНИКАЦИСКИ ПРИНЦИПИ И ПРАВИЛА .....        | 10 |
| 7. ПРЕДЛОГ АЛАТКИ И КАНАЛИ ЗА КОМУНИКАЦИЈА ..... | 11 |

## Кратенки

|       |  |
|-------|--|
| АВРМ  | Агенција за Вработување на Република Македонија                                |
| ЦРППР | Центар за Развој на Полошкиот Плански Регион                                   |
| ЦРПР  | Центар за Развој на Плански Регион   |
| ЦВ    | Центар за вработување  |
| ЦРБ   | Центар за развој на бизниси  |
| ЦОВ   | Центар за образование на возрасни  |
| ДТУ   | Државен Тетовски Универзитет   |
| ЕСА   | Enterprise Support Agency (Агенција за Поддршка на претпријатија)              |
| ЕЛС   | Едеиница на локална самоуправа   |
| КСЗМ  | Комора на Северо-Западна Македонија  |
| ЛЕР   | Локален економски развој   |
| ММСП  | Микро, Мали и Средни претпријатија   |
| РЗК   | Регионална занетчиска комора   |
| РСК   | Регионална Стопанска комора  |
| ССОУ  | Средни Стручни Општински училишта  |
| СЕЕУ  | South East European University (Универзитет на ЈугоИсточна Европа)             |
| UNDP  | Програма за развој на Обединетите нации (United Nations Development Programme) |
| УЈИЕ  | Универзитет на Југо-Источна Европа   |

## 1. ВОВЕД

Со цел зголемување на конкурентноста на планските региони преку поддршка на малите и средни претпријатија и на претприемништвото, формирани се Бизнис Центри за поддршка и консултативни услуги за мали и средни претпријатија во рамките на постојните центри за развој на планските региони. Ваков Центар е формиран и во Полошкиот плански регион во состав на Центар за развој на Полошки плански регион – Тетово, кој треба да ги надополни постојните услуги насочени кон бизнис секторот во квалитет – целисходност, применливост и додадена вредност и квантитет – зголемено мени на услуги и опфат на корисници.

Формирањето на Бизнис Центар за поддршка и консултативни услуги за мали и средни претпријатија во Полошкиот регион (РБЦ-ППР) е технички и финансиски помогнато од страна на Министерството за локална самоуправа и Програмата за развој на Обединетите нации (УНДП).

Со цел да бидат успешни спроведени стратешките цели, приоритети, мерки и активности на регионалната програма за развој и поддршка на приватионт сектор во Полошкиот регион 2015-2019, на Бизнис центарот, потребно е да се воспостави и практичен систем на комуникација и соработка со сите засегнати страни во Полошкиот регион.

Интерните комуникации се многу важни и ги опфаќаат сите видови на формални и неформални комуникации кои се одвиваат во рамки на една формална или неформална институција на различни нивоа, а чија главна цел е постигнување подобра ефикасност во работењето и остварување на поставуваните стратешките цели, приоритети, мерки и активности.

На основно ниво, интерните комуникации треба да им ги обезбедат основните информации на клучните засегнати страни во Полошкиот плански регион со цел тие да можат успешно да се и планираат и спроведуваат замените планирани и договорени активности односно изведување на соодветни работни задачи и на тој начин да придонесат во постигнувањето на програмските и стратешките цели на бизнис центарот на ЦРППР, но и да му овозможат да сите вклучени засегнати страни го добиваат потребниот фидбек од бизнис центарот за да ги донесе вистинските одлуки во правец на давање заемен придонес во поддршка на претпримеништвото и развојот и растот на ММСП во Полошкиот регион.

Вреди да се напомене дека со успешните поставени интерни комуникации зголемување на тековната соработката ќе се воспоставува системи и култура на заедничко делување според јасни правила, кои што ќе важат подеднакво за сите во неформалната мрежа на засегнати страни во Полошкиот регион, и кои на долг рок ќе ја зголемуваат мотивираноста, вклученоста и продуктивноста во работењето со што ќе го подобруваат влијанието во областа на економскиот раст и развој на регионот.

Комуникациската стратегија на БЦ на ЦРППР претставува прв документ од ваков вид во кој што е направена анализа за моментална состојба на размена на информациите и степенот на различни форми на соработка/несоработка на новооформениот БЦ на ЦРППР и другите засегнати страни во Полошкиот регион во областа на понуда на бизнис услуги и поддршка на ММСП, врз основа на која се понудени и одредени предлог решенија за подобрување на протоколот на информации и нивна достапност до сите засегнати страни.

Главна цел на комуникациската стратегијата е да даде придонес да моменталната состојба комуникацирањеи соработка која општо се одвива реактивно, како одговор на одредена состојба или некој важен настан за кој што бизнис центарот или некоја засегната страна смета дека треба да ги информира поединечни одредени институции/организации. Овој документ треба да понуди начини и предлози за конкретни решенија преку кои Бизнис центарот на ЦРППР и останатите засегнати страни во Полошкиот регионпроактивно и поефикасноќе можат да дадат свој придонес во тој процес.

## **2. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИЗРАБОТКА**

При изработката на стратегијата и алатките за нејзно спроведување беа земени предвид постојните стратешки документи (програми, акциони планови на национално регионални и локално ниво), клучните засегнати страни кои покриваат области од економијата (јавни и приватни институции и невладини организации), нивната поставеност и организираност како и можност на соработка со цел поддршка на претпримеништвото и развој на конкурентноста и иновативноста на ММСП во Полошкиот регион.

Имајќи ги предвид приоритетите опишани во стратешките документи на ЦРППР, стратегијата ќе има за цел да придонесе за подетално информирање на пошироката јавност и засегнатите страни за поттикнување на развојот на малото стопанство, развојот на дејности значајни за регионот (градежништво, мебел, туризам и др.), за отварање на можности за влегување на домашни и странски инвестиции, извори на финасирање на реалниот сектор и др.

Исто така како важен чекор при изработката на стратегијата и алатките за нејзино спроведување беа земени предвид постојната организациона структура на Бизнис центарот на ЦРППР и нејзините капацитети како и потенцијалните можности за размена на информации и соработка со клучните засегнати страни во Полошкиот регион односно во склоп на прашалникот за подготовка на регионалната програма за поддршка на бизнисот на бизнис центарот беа вметнати и прашања за тековната заемна комуникација на засегантите страни и ЦРППР и можностите за унапредување и надоградување на истите. Резултатите од изведените интервјуа/средби за областа на комуникацијата беа искористени во изработката на комуникациската стратегијата на Бизнис центарот на ЦРППР.

### 3. АНАЛИЗА НА СОСТОЈБАТА

Од анализатата на добиените одговори во текот на интервјуто/средбите може да се заклучи дека предстваниците на засегнатите страни имаат нивни видувања и конкретни предлози како да се унапреди комуникација помеѓу нив и Бизнес центарот на ЦРППР, како и нивото на соработка, доверба и мотивација, неопходни за постигнување на поголема ефикасност и искористеност на потенцијалите и капацитетите.

Предлозите на засегнатите страни во делот на подобрување на информирањето и комуникациите дадени во текот на средбите и кои би биле како приоритетни се следните:

- Вмрежување на засегнатите страни: Дефинирање и усвојување на форми на интерни комуникации (да ги опфаќаат сите видови на формални и неформални комуникации кои ќе се одвиваат во рамки на институцијата/засегнатите страни на различни нивоа, а чија главна цел е постигнување подобра ефикасност во работењето и остварување на стратешките цели).
- Вреднување на мислењата на секојзасегната страна (Непосредна комуникација со БЦ на ЦРППР; Испраќање на предлози, одлуки, планирани планови, програми, и активности до засегнатите страни)
- Користење на компјутерска технологија и интернет за комуникација и размена на информации
- Спроведување на повремени анкетни листови за споделување на идеи, визии, препораки, укажување на слабости (најмалку еднаш годишно)
- Организирање на формални средби на секои 2-3 месеци
- Организирање повремено неформални состаноци (средби надвор од канцелариите на засегнатите страни и сл.)
- Квартален електронски информатор

Во делот на зголемување на мотивацијата и нивото на доверба, меѓудругото засегнатите страни предлагаат:

- Дефинирање на системска организација на работење односно поголема координираност и соработка (Сите стратешки документи да бидат давани на мислење на засегнатите страни пред нивно усвојување од соодветните институции; ако има можности се препорачува најмалку еднаш на 2-3 месеци да се одржуваат средби на засегнати страни кои имаат заеднички проекти; можност за создавање на работни тимови помеѓу засегнатите страни, брзо, по потреба и без формалности итн.)
- Воспоставување на систем на соработка и комуникација, определување на одговорни вработени во засегнатите страни кои ќе ја пренесат информацијата и ќе бидат одговорни за спроведување на тековните активности, обуки и семинари за истите за тековно надоградување на нивните знаења и вештини за да одговараат на поставуваните задачи и одговорности

- Градење на пристап на тимско работење
- Поставување на систем/кодекс на однесување и одговорност при превземање на одредени одговорности за изведување на некоја обврска (Вреднување на завршената работа, искреност, фер однесување, еднаквост)

Општ впечаток кој произлегува од тековната состојба е дека информираноста на засегнатите страни за постоењето на бизнис центар во склоп на ЦРППР е слаба односно повеќето одговорија дека немаат таква информација но сите се информирани и почесто соработувале со самиот ЦРППР. Моментално при контактите со ЦРППР понагласено е информирањето ад хок за случувања на некој тековен настан одколку вистинска комуникација и соработка во правец на планирање на заемни проекти и активности.

Преку практична имплементација на оваа стратегиска комуникацијата ќе се дојде до израз на искористување на можности за:

- Формирање на мрежа/форум за соработка помеѓу Бизнис центарот и засегнатите страни во Полошкиот регион.
- Давање на мислења и конкретни предлози од засегнатите страни на Бизнис центарот во правец на практична и успешна имплементацијата на регионалната програма за поддршка на бизнисите.
- Воведување на практични форми и алатки за комуникација
- Поттикнување и големување на мотивираноста на засегнатите страни преку подобрена комуникациска структура;
- Изработка на Веб страна со можност за лесно и едноставно публикување на материјали и информации од страна на бизнис центарот и засегнатите страни на неделна/месечна основа;
- Поефикасно информирање на колегите од мрежата за сознанијата и искуствата добиени од учество на обуки, семинари, работилници, конференции;
- Организирање на почести неформални средби со засегнатите страни, на кои секој ќе има можност да го изнесе мислења, предлози, идеји или забелешки.

Од друга страна пак директна закана на успешно реализирање на стратегијата во пракса ќе бидат:

- Не надоградување на ресурсните капацитетите на Бизнис центарот (човечки, опрема и технологии, финансии и др.)
- Непостоење на формално назначена координативна структура на новоформираната мрежа на соработници (Бизнис центар & засегнати страни во Полошкиот регион);
- Крутост на засегнатите страни во прифаќањето на нови форми и начини на комуникација;
- Тенденција на членовите на мрежата да не ги делат информациите со останатите во рамки на тековните и идни нивни активности

#### 4. ЦЕЛНИ ПУБЛИКИ

При креирање на комуникациските цели, алатките и каналите за комуникација во рамки на комуникациската стратегија, издвоени се следниве целни публики:

- Координатори (представници) на засегнатие страни
- Бизниси заедницата
- ЛЕР Канцелариите на општините во Полошкиот регион
- Универзитетите ДТУ и УЈИЕ (ЦВСБ, ЦРБ, кариерните центри)
- Стопанските комори (РЗСК, СК, ССК и СКСЗМ)
- Локалните/регионалните печатени електронски медиуми

Одговорноста за креирањето на системот и алатките, како и за следењето на протоколот и ефектите од реализација на интерните комуникации ќе биде на Бизнис центарот на ЦРППР.

Во состав на Бизнис центарот(или самиот ЦРППР) треба да се определи одговорно лице (координатор за интерни комуникации)кое ќе ги извршуваа следните задачи поврзани со комуникациите и соработката со засегнатие страни:

- Стратешко планирање, програмирање и донесување одлуки (во соработка со останатите координатори на засегнатите страни) во доменот на интерните комуникации;
- Анализа на состојбата и утврдување на потребите за комуникација (во согласност со трендовите и политиките на ЦРППР и засегнатите страни)
- Дефинирање на цели, целни групи, задачи, начини и канали за интерна екстерна комуникација;
- Утврдување на приоритети;
- Управување (планирање и распоредување) со ресурси;
- Контрола на имплементација и евалуација на алатките за интерни и екстерни комуникации

#### 5. ОСНОВНИ КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ

Врз основа на анализата на сегашната состојба, комуникациската стратегија ќе ги поставува целите за интерна комуникација, начинот и комуникациските алатки кои ќе ги користи Бизнис центарот во развивање и надоградување на заемната соработка со засегнатите страни и публиките, со цел тие да бидат и практично успешно реализирани.

При одредувањето на целите на успешна комуникација земени се предвид повеќе аспекти со посебен акцент на принципот дека секоја цел треба да биде остварлива и мерлива, односно поткрепена со конкретни мерки, активности и резултати. Оттаму, во рамки на оваа стратегија, а врз основа на направената анализа на тековната состојба, дефинирани се следниве комуникациски цели:



**ОПШТА ЦЕЛ 1:** Подобрување на информираноста и унапредување на соработката со засегнатите страни при креирањето и имплементацијата на активни мерки за поддршка за ММСП и развој на претприемништвото.

**Конкретна цел 1.1:**Подобрена и зголемена поддршка за ММСП и развој на претприемништвото

**Конкретна цел 1.2:** Обезбедување на континуирано партнерство со деловните субјекти од Полошкиот регион

**ОПШТА ЦЕЛ2:** Зголемување на нивото (степенот) на информираност на сите засегнати страни и идентификуваните целни групи од интерната јавност за тековните работи, начинот на функционирање и предизвиците со кои се соочува Бизнис центарот во остварување на програмските и стратешките цели.

**Конкретна цел 2.1:**Подобрување и зголемување на нивото на информираност, во првата година од имплементација на Стратегијата за интерни комуникации.

**ОПШТА ЦЕЛ3:** Зголемување на нивото на доверба и мотивација на вработените во бизнис центарот и засегнатите страни во исполнување на зададените работни задачи, професионална надградба и проактивно делување.

**Конкретна цел 3.1:**Зголемување на ефикасноста и ефективноста во спроведувањето на заемните проекти и активности на бизнис центарот и засегнатите страни.

Стратешките комуникациски цели ќе допринесат кон реализација на практична поддршка и редовно информирање на бизнис субјектите за тековните домашни и странски програми и проекти за пооддршка, растот и развојот на почетните бизниси и ММСП, со што ќе се придонесува за зголемување на конкурентноста, иновативноста и извозот на истите.

**Цели на комуникацијата, пораки и алатки кон секоја целна група на поставените стратешки цели на Бизнис центарот на ЦРППР:**

#### БИЗНИС ЗАЕДНИЦА

Цел на комуникација Бизнис субјектите да веруваат дека БЦ на ЦРППР обезбедува континуирана информираност, советодавни и консултански услуги и друг вид на пооддршка преку засегнатите страни се со цел поддршка на претпимеништвото и зголемување на конкурентноста, иновативноста и извозот на ММСП од Полошкиот регион.

Порака БЦ на ЦРППР активно работи за целосно исполнување на потребите и побарувањата на бизнис субјектите преку обезбедување на конкретни и практични информации, совети и консултански услуги и друг вид на поддршка според потребите на истите.

Комуникациски алатки: непосредни контакти, бизнис средби, интернет, веб страна, конференции, обуки, саеми, трговски мисии, соопштенија, брошури, електронски билтени

### ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ

Цел на комуникација Подобрување на соработката и партнерскиот однос помеѓу засегнатите страни и БЦ на ЦРППР, за успешно планирање и спроведување на програми, проекти и активности за промоција на претприемништвото и растот и развојот на ММСП.

Порака БЦ на ЦРППР и засегнатите страни активно работат за целосно исполнување на регионалната стратегија за поддршка на бизниси во Полошкиот регион

Комуникациски алатки: непосредни контакти, бизнис средби, интернет, работилници, веб страна, конференции, обуки, соопштенија, брошури, електронски билтени

### МЕДИУМИ

Цел на комуникација Транспарентно, навремено и целосно информирање за можностите за поддршка за старт ап и постојните бизниси

Порака БЦ на ЦРППР се грижи за навремено информирање на медиумите, јавноста и граѓаните за развојот на почетните бизниси и и постојните ММСП,

Комуникациски алатки: прес конференции, брифинзи, соопштенија, веб страна, интервјуа и изјави

## **6. КОМУНИКАЦИСКИ ПРИНЦИПИ И ПРАВИЛА**

За остварување на зададените комуникациски цели неопходно е да се дава значај и да се почитуваат следните принципи помеѓу БЦ на ЦРППР и засегнатите страни:

- **Двонасочност** – При практикувањето на заемните комуникации не може да се очекува од засегнатите страни да ги споделат сите информации неопходни за зголемување на ефикасноста и квалитетот во функционирањето на БЦ на ЦРППР, а при тоа истовремено да не се има подготвеност, на ист начин и/или приближно во ист обем, да се дадат повратни информации за она за што тие би биле заинтересирани да го знаат. Почитувањето на овој принцип ќе влева чувство на „припадност“ кај секоја засегната страна без оглед на нејзината

поставеност или форма на организиранот и дејствување. Засегнатите страни ќе се чувствуваат ценети доколку ги дознаат значајните вести за функционирањето и тековните и планираните активности на Бизнис центарот со што ќе се избегнува праксата да ги дознаваат за нив битните информации прво од медиумите или некој неформален/формален извор. Истовремено, тоа ќе ја зголемува довербата на засегнатите страни во Бизнис центарот, и позитивно ќе влијае и врзливната мотивација за поефикасна и поквалитетна заемна соработката.

- **Проактивност**—Комуникацијата со засегнатите страни треба да биде сватена како потреба (акција), а не само како некоја обврска (реакција). При тоа, од особена важност за бизнис центарот е да демонстрира подготвеност да ги осознаесопствените потреби и на сите засегнати страни (поединечно и колективно) и соодветно и навремено да дејствува во насока на исполнување на нивните конкретни потреби за соодветни и навремени информации.
- **Искреност** —Секоја комуникација (поединечно или колективно) мора да се темели врз факти и релеванти информации/состојби. Подеднакво значајни се не само добрите, туку и лошите вести поврзани со работата на Бизнис центарот или на некоја засегната страна.
- **Едноставна и фокусирана комуникација**— Информациите на кои ќе се темели меѓусебната комуникација треба да бидат јасни и недвосмислени и пред се разбирливи за бизнис центарот и секоја засегната страна. Тоа подразбира дека тие треба да бидат дистрибуирани и преку достапни средства за сите и до сите. На ваков начин секој член од интерната мрежа ќе добие соодветна и навремена информација и можност да благовремено реагира односно дејствува соодветно.

## 7. ПРЕДЛОГ АЛАТКИ И КАНАЛИ ЗА КОМУНИКАЦИЈА

Со цел да се обезбеди пристап на сите засегнати страни до информации кои им се потребни за донесување одлуки и за постигнување подобри резултати при изведување на заемни активности, БЦ на ЦРППР ќе ги реализира следните активности:

- Дефинирање на Патека на движење на интерните информации во и помеѓу: БЦ на ЦППР и засегнатите страни.
- Треба да се даде одговор на прашањата Кој?, Кога?, Кому?, Какви? и На каков начин (Како)? ќе доставува и ќе добива информации значајни за функционирањето на комуникацијата и соработката на БЦ на ЦРППР и засегнатите страни.
- Секој засегната страна да изработи нејзин краток ажуриран профил на организација и дејствување со цел да се создаде база на тековни податоци: е-маил контакти и други контакт податоци: телефони, мобилни, адреси, веб страни и сл.

- Да се определи координативно лице (и заменик) кое ќе се контактира и ќе добива и пренесува релевантни информации и ќе учествува на тековните средби и координации на БЦ и засегнатите страни
- Обезбедување на копија за засегнатите страни од стратешкиот план на ЦРППР и регионалната програма за развој на бизнисите на БЦ на ЦРППР со цел да континуирано бидат во тек со стратешките цели и стратегиите како тие цели ќе бидат постигнати.

**Рок за имплементација:** До два месеца од стапувањето на сила на овој документ !!?

### **Состаноци**

Најмалку една средба во периодот од 2-3 месеци, БЦ на ЦРППР и на координаторите на засегнатите страни и други експерти од соодветни области на која ќе се дискутира за прогресот во исполнување на проектите на регионалната програма за развој и поддршка на приватниот сектор.

На средбите сите координатори (или заменици) на засегнатите страни ќе имаат можност да заедно со БЦ на ЦРППР се брифираат односно да достават и разменат точни информации (пишани или електронски верзии) за реализираното во изминатиот 2-3 месечен период од нивните реализирани тековни активности, како и плановите за наредниот период.

НАПОМЕНА: Од состанокот се води прецизен записник кој се доставува до координаторите (или замениците) на засегнатите страни одговорни за комуникација и соработка со БЦ на ЦРППР, а треба да послужи за креирање на активности за интерната и екстерната комуникација и соработка.

Ако се усвои дека треба да има унифициран образец на форма за информирање тогаш содржината и изгледот на документот дополнително ќе се дефинира

### **Работилници**

Организирање на работилници во периодот пред истекот на тековната година (Октомври-Декември) за да се подготви годишниот акционен план на БЦ за наредната година. Целта е во текот на работилницата да се даде придонес да се подготви акционен план кој ќе биде реален и со конкретни можности за практична реализација.

НАПОМЕНА: На работилниците да учествуваат 2-3 учесници од секоја институција/организација на мрежата (БЦ и засегнати страни)

### **Интерна комисија за вреднување**

Формирање на интерна комисија за вреднување на успешноста на имплементирање на активностите и покажаните резултати и да утврди до кој степен се реализирани поставуваните цели. Интерната комисија својата задача ќе ја изведува кон крајот на 2016 и 2018 година.

НАПОМЕНА: Во комисијата да учествуваат членови на БЦ и ЦРППР (2 лица), засегнатите страни (2 лица од бизнис секторот и едно лице од Едеиниците на локална самоуправа-ЛЕР) и задолжително еден независен експерт од регионот. Избраните членови треба да бидат компетенти и да имаат искуство, знаења и вештини за да одговорно и успешно изведат првото и второто вреднување на успешноста на исполнување на целите, приоритетите и мерките на регионалната програма за развој на приватниот сектор на Полошкиот регион и и заемната соработка во исполнување на истите.

### **Веб страна**

Изработка на посебна или искористување на дел од постојна веб страна (ако таква постои) каде ќе се поставуваат сите тековни стратешки документи, линкови, активности, најавување на идни активности и др. (пр. како страната [www.konkurentnost.mk](http://www.konkurentnost.mk))

НАПОМЕНА: Секоја засегната страна тековно да го снабдува БЦ со информации, огласи, најава на проекти, спроведување на проекти, нивните годишни програми и др. Релавантни податоци и информации за претпримачите и ММСП.

### **Електронски билтен / Newsletter**

Изработка на електронски билтен кој ќе се испраќа (предлог: квартално) до сите засегнати страни и ќе игра значајна улога во интерната комуникација и соработката – посебно за:

- Промовирање на клучни пораки и информации
- Најзначајни случувања во БЦ на ЦРППР и засегнатите страни во минатиот период и планирани активности во следниот
- Промовирање на успешните на проекти и активности на БЦ и на засегнатите страни
- Тековни информации од областа на економијата во интерес на бизнис заедницата
- Промовирање на домашни и странски инвестиции во Полошкиот регион
- Презентирање на профил, организација, цели по една засегната страна на секој број на билтенот

НАПОМЕНА: Да се создаде можност, засегнатите страни да даваат коментари на содржините на билтенот, со оглед на фактот што редовна повратна информација и оценка е важна за да се докаже дека електронскиот билтен е добро конципиран и го исполнува целите односно добро е прифатен од сите страни (бизнис заедницата, засегнатите страни и други институции/организации)

### **Заеднички неформален настан за засегнатите страни**

Ваквите настани ќе ги зближуваат сите членови на замената мрежа. Моментално ситуацијата е неповолна бидејќи среќавањата се само кога има формални повици за организирање на некој настан или активност од соодвентата организација. Настаните треба да бидат добро планирани, јасно фокусирани и да вклучат колку што е можно повеќе вработени од ЦРППР и од сите е засегнати страни.

НАПОМЕНА: Ваквите настани да се организираат најмалку еднаш годишно од страна на БЦ, во неформален амбиент каде ќе се пренесе порака до засегнатите страни, Бизнис заедницата и медиумите дека БЦ е општествено одговорна институција која ги донесува на едно место сите

тие кои директно или индиректно допринесуваат во поддршката на претпримаништвото и растот и развојот на ММСП односно подобрување на благосостобата на жителите во Полошкиот регион.

## **АЛАТКА ЗА ЕВАЛУАЦИЈА**

### **Годишно/двегодишно интерно истражување**

Годишното интерно истражување врз основа на изведена анкета (може да биде преку сеопфатен е –прашалник) до вработените во БЦПР и на сите засегнати страни. Оваа алатка ќе овозможува:

- Евалуација на степенот на комуникација и соработка на мрежата
- Евалуација на степенот на остварување на превземените активности во изминатиот период
- Следење на реакциите на публиката на одредена комуникациска алатка
- Модификација на поставената стратегија, врз основа на резултатите кај целните групи
- Мерење на нивото на мотивација и посветеност кај вклучените лица (БЦ и засегнатите страни)
- Мерење на нивото на доверба помеѓу БЦ и засегнатите страни
- Мерење на нивото на ефикасност и ефективност во работењето, на БЦ на ЦРППР и соработката со засегнатите страни