

Бр.-Нр. M-664/1

25-03-2026 20\_\_ год.-viti  
СКОПЈЕ - SHKUP

Република Северна Македонија  
Министерство за спорт



Republika e Maqedonisë së Veriut  
Ministria e Sportit

|                           |
|---------------------------|
| Архивски знак: _____      |
| Рок на чување: _____ год. |
| _____ 201__ година        |
| Потпис, _____             |

АРХИВСКИ ПРИМЕРОК  
EGZEMPLARI ARKIVOR

## КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА (2026 – 2030)

Министерство за спорт на Република Северна Македонија

Скопје, март 2026

## **Резиме на Комуникациската стратегија на Министерството за спорт за 2026-2030**

Комуникациската стратегија на Министерството за спорт (2026–2030) претставува основен документ кој ја утврдува насоката, принципите и алатките за транспарентна, навремена и ефикасна комуникација со јавноста. Стратегијата има цел да изгради доверба во институциите, да ја зајакне видливоста на спортските политики и да поттикне активен дијалог со спортската заедница, медиумите и граѓаните.

Во фокус е промоцијата на спортот како општествена вредност, поддршката на младите и врвните спортисти, развојот на масовниот и училишниот спорт, како и унапредувањето на спортската инфраструктура. Министерството, како клучна институција во областа, комуницира за своите инвестиции, програми и резултати со цел да обезбеди транспарентност и отчетност.

Стратегијата воспоставува структуриран пристап кон јавната комуникација преку јасни цели, дефинирани целни групи, современи дигитални алатки и механизми за информирање и вклучување. Таа ја нагласува важноста од партнерски однос со спортските федерации, клубови, спортисти, локални самоуправи и граѓаните.

Со ова, Министерството ги поставува основите за професионална, отворена и долгорочна комуникациска практика која ќе го поддржи развојот на спортот и ќе придонесе за позитивен општествен имиџ на македонскиот спорт.

АРХИВЕРНИ ТИПОВИ  
EGZEMPLARI ARCHIVOR

## СОДРЖИНА

|  |    |
|--|----|
| 1. Вовед.....                                    | 4  |
| 2. Институционален контекст.....                 | 4  |
| 3. Основа за изготвување на планот .....         | 5  |
| 4. Цел на комуникациската стратегија.....        | 6  |
| 5. Таргет групи .....                            | 6  |
| 6. Начела на комуникацијата.....                 | 7  |
| 7. Комуникациски канали и алатки.....            | 7  |
| 7.1 Институционална комуникација.....            | 8  |
| 7.2 Дигитална комуникација.....                  | 8  |
| 7.3 Кампањи од јавен интерес.....                | 8  |
| 8. Кризна комуникација.....                      | 8  |
| 9. Индикатори за следење (KPI) и евалуација..... | 8  |
| 9.1 Медиумски индикатори.....                    | 9  |
| 9.2 Дигитални индикатори.....                    | 9  |
| 9.3 Институционални индикатори.....              | 9  |
| 9.4 Индикатори за јавна перцепција.....          | 9  |
| 10. Имплементација на стратегијата.....          | 9  |
| 11. Заклучок.....                                | 10 |

EGZEMPLARI ARKIVOR

## 1. ВОВЕД

Комуникацијата со јавноста претставува суштински елемент на современото и одговорно институционално управување. Во услови на динамичен медиумски простор, зголемена јавна заинтересираност за политиките во спортот и развој на дигиталните комуникациски канали, институциите имаат обврска да воспостават јасен, транспарентен и професионален систем на информирање и дијалог со јавноста.

Министерството за спорт на Република С.Македонија, како централна институција задолжена за креирање и спроведување на јавните политики во областа на спортот, има важна улога во промоцијата на спортот како општествена вредност и двигател на здрав, активен и инклузивен начин на живот.

Во тој контекст, воспоставувањето на систематска и стратешки насочена комуникација претставува предуслов за:

- јакнење на довербата на јавноста во институциите,
- обезбедување транспарентност во работата на Министерството,
- унапредување на дијалогот со спортските субјекти,
- промоција на спортот и спортските вредности во општеството.

Оваа Комуникациска стратегија за односи со јавност за периодот 2026–2030 година претставува рамковен документ кој ги дефинира принципите, целите, механизмите и комуникациските алатки преку кои Министерството ќе ја реализира својата комуникациска политика. Стратегијата има за цел да обезбеди координиран, професионален и долгорочен пристап во комуникацијата со јавноста, медиумите, спортските организации и другите релевантни чинители во спортскиот систем.

## 2. ИНСТИТУЦИОНАЛЕН КОНТЕКСТ



Министерството за спорт на Република С.Македонија е надлежно за креирање, координација и спроведување на националните политики во областа на спортот и физичката култура. Во рамки на своите законски надлежности, Министерството работи на создавање на системски услови за развој на спортот на сите нивоа, поддршка на спортските субјекти и унапредување на спортската инфраструктура.

Активностите на Министерството опфаќаат широк спектар на области, меѓу кои се:

- развој и унапредување на спортскиот систем,
- поддршка на врвниот, младинскиот и училишниот спорт,

- развој на масовниот спорт и спортската рекреација,
- инвестиции во спортската инфраструктура,
- поддршка на спортските федерации и клубови,
- создавање услови за развој на млади спортски таленти,
- унапредување на професионалните стандарди во спортот,
- меѓународна соработка и афирмација на македонскиот спорт.

Спортот има значајна улога во општествениот развој. Тој придонесува за подобрување на здравјето на населението, развој на младите, јакнење на социјалната кохезија и афирмација на државата на меѓународната сцена.

Спортските успеси на македонските спортисти претставуваат важен фактор за промоција на државата и јакнење на националниот идентитет и гордост. Во исто време, развојот на спортската инфраструктура и поттикнувањето на физичката активност кај граѓаните имаат значајно влијание врз квалитетот на живот.

Во таков контекст, комуникацијата со јавноста претставува клучен инструмент преку кој институцијата ја информира јавноста за своите политики, програми, инвестиции и резултати, но и создава простор за дијалог и партнерство со спортската заедница.

### **3. ОСНОВА ЗА ИЗГОТВУВАЊЕ НА ПЛАНОТ**

Преку имплементација на оваа стратегија, Министерството ќе воспостави јасни стандарди и процедури за институционална комуникација, ќе ги унапреди механизмите за информирање на јавноста и ќе обезбеди поголема видливост на резултатите од својата работа.

Овој комуникациски план се темели на:

- законските надлежности на Министерството за спорт;
- обврската за транспарентно и навремено информирање на јавноста;
- стратешките определби на Владата на Република Македонија;
- потребата од систематска комуникација со спортските субјекти и јавноста.

Во изготвувањето на Стратегија земени се предвид неколку основни фактори и показатели како што се зголемен интерес на јавноста за развојот на спортот, потреба од подобра институционална комуникација со спортските федерации и клубови, зголемени инвестиции во спортската инфраструктура, потреба од промоција на



спортот и здравите животни навики и унапредување на транспарентноста и отчетноста на институцијата.

#### **4. ЦЕЛ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА**

Основната цел на оваа стратегија е воспоставување на сеопфатен и професионален систем на комуникација на Министерството за спорт со јавноста, кој ќе обезбеди транспарентно, навремено и достапно информирање за активностите и политиките на институцијата.

Комуникациската политика на Министерството се заснова на неколку клучни стратешки цели.

Првата цел е зајакнување на довербата на јавноста во институцијата преку транспарентна и професионална комуникација. Ова подразбира редовно информирање за донесените политики, програмите за поддршка на спортот, инвестициите во инфраструктурата и резултатите од спроведените активности.

Втората цел е проактивна комуникација на политиките и реформите во спортот. Наместо реактивен пристап, Министерството ќе настојува навремено да ја информира јавноста за своите планови, проекти и активности.

Третата цел е унапредување на транспарентноста во управувањето со јавните ресурси наменети за спортот, особено во делот на финансиската поддршка на спортските субјекти и реализацијата на инфраструктурните проекти.

Четвртата цел е зајакнување на дијалогот и партнерството со спортската заедница, вклучувајќи ги спортските федерации, клубовите, спортистите, тренерите и другите релевантни актери.

Петтата цел е промоција на спортот како општествена вредност и поттикнување на физичката активност кај граѓаните, особено кај младите.

Шестата цел е воспоставување на функционален систем за кризна комуникација, кој ќе овозможи брза, точна и координирана реакција на институцијата во ситуации кои бараат зголемено внимание на јавноста.

#### **5. ТАРГЕТ ГРУПИ**

Комуникациските активности на Министерството се насочени кон повеќе целни групи кои имаат директен или индиректен интерес во областа на спортот.

Примарна целна група се граѓаните, како крајни корисници на спортските политики и програми.

Значајна целна група се и медиумите, кои претставуваат главен посредник во информирањето на јавноста.

Во рамки на спортскиот систем, важни целни групи се: националните спортски федерации, спортските клубови, спортистите и тренерите, младите спортисти и таленти.

Дополнително, комуникацијата е насочена и кон: образовните институции, локалната самоуправа, меѓународните спортски организации, бизнис секторот и потенцијалните спонзори, академската и стручната јавност.

## **6. НАЧЕЛА НА КОМУНИКАЦИЈАТА**

Комуникацијата на Министерството за спорт се темели на следните принципи:

**Транспарентност** – јавноста има право да биде информирана за активностите и одлуките на институцијата.

**Навременост** – информациите треба да се пласираат навремено и во соодветен контекст.

**Точност и проверливост** – сите информации кои се пласираат во јавноста треба да бидат засновани на точни и проверени податоци.

**Професионалност** – комуникацијата се реализира во согласност со професионалните стандарди во односите со јавност.

**Институционална усогласеност** – сите јавни настапи и пораки треба да бидат усогласени со официјалните политики и ставови на институцијата.

**Еднаква достапност до информации** – сите медиуми и заинтересирани страни имаат еднаков пристап до информациите.

## **7. КОМУНИКАЦИСКИ КАНАЛИ И АЛАТКИ**

Министерството за спорт ќе користи повеќе комуникациски канали со цел да обезбеди ефективно и широко информирање на јавноста.



### **7.1 Институционална комуникација**

Во рамки на институционалната комуникација се користат: официјални соопштенија за јавност, прес-конференции, медиумски брифинзи, интервјуа и јавни настапи, јавни настани и презентации.

### **7.2 Дигитална комуникација**

Современите комуникациски технологии овозможуваат директна комуникација со граѓаните. Министерството активно ќе ги користи: официјалната веб-страница, профилите на социјалните мрежи, видео содржини и мултимедијални формати, инфографици и визуелни прикази на резултатите.

### **7.3 Кампањи од јавен интерес**

Министерството ќе спроведува комуникациски кампањи насочени кон: промоција на физичката активност, спорт за сите, масовен спорт и рекреација, развој на училишниот спорт, фер-плеј и етички вредности во спортот, борба против насилство и дискриминација во спортот, подигање на свеста и анти допинг кампањи.

## **8. КРИЗНА КОМУНИКАЦИЈА**

Во ситуации кои можат да предизвикаат зголемен интерес или загриженост во јавноста, Министерството ќе применува јасно дефиниран систем на кризна комуникација.

Овој систем предвидува:

- брза и координирана институционална реакција,
- централизирано информирање на јавноста,
- усогласување на комуникацијата со Владата и надлежните институции,
- редовно ажурирање на информациите.

## **9. ИНДИКАТОРИ ЗА СЛЕДЕЊЕ (КРИ) И ЕВАЛУАЦИЈА**

Имплементацијата на оваа стратегија ќе се следи преку систем на индикатори кои овозможуваат проценка на ефективноста на комуникациските активности. За мерење на ефективноста на комуникациските активности, Министерството ќе применува систем на индикатори за следење на резултатите.



### **9.1 Медиумски индикатори:**

- број на медиумски објави за активностите на Министерството,
- тоналитет на медиумското известување (позитивно, неутрално, негативно),
- присуство на темите поврзани со спортските политики во медиумите.

### **9.2 Дигитални индикатори:**

- број на посетители на веб-страницата,
- досег на објавите на социјалните мрежи,
- број на следбеници на дигиталните канали,
- степен на ангажман (engagement).

### **9.3. Институционални индикатори:**

- број на одржани средби со спортските федерации,
- број на организирани јавни настани,
- број на реализирани комуникациски кампањи.

### **9.4 Индикатори за јавна перцепција:**

- степен на информираност на јавноста за активностите на Министерството,
- доверба на спортската заедница во институцијата,
- перцепција за транспарентноста на институцијата.

Овие индикатори ќе се анализираат на годишно ниво со цел подобрување на комуникациските политики и активности.

## **10. ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА СТРАТЕГИЈАТА**

Имплементацијата на Комуникациската стратегија ќе се реализира во рамки на организациската структура на Министерството за спорт, со водечка улога на службата задолжена за односи со јавност во рамки на Секторот за правни и општи работи.

За успешна реализација на стратегијата ќе биде потребна координација меѓу: кабинетот на министерот, организациските единици во Министерството, спортските федерации и организации, медиумите и другите институции. Активностите ќе се

РЕПУБЛИКАНСКИ ПРИМЕРЕК  
EGZEMPLARI ARKIVOR

реализираат во рамки на постојните човечки и буџетски ресурси, со можност за дополнителни партнерства и соработка со други институции и организации.

## 11. ЗАКЛУЧОК

Комуникациската стратегија за периодот 2026–2030 година претставува важен инструмент за унапредување на транспарентноста, отчетноста и институционалната комуникација на Министерството за спорт. Со нејзината имплементација ќе се обезбеди систематски пристап кон информирањето на јавноста, ќе се зајакне довербата на граѓаните и спортската заедница во институцијата и ќе се создадат услови за поефикасна промоција на спортските политики и активности.

Стратегијата ќе придонесе за поголема афирмација на спортот како важна општествена вредност и фактор за здрав, активен и инклузивен начин на живот. . Истовремено, стратегијата ќе овозможи подобра соработка со спортските федерации, спортистите, медиумите и другите чинители во спортскиот систем, со што ќе се создадат услови за поефикасна реализација на националните политики во спортот.

АРХИВСКИ ПРИМЕРОК  
EGZEMPLARI ARKIVOR