

2021

PROJEKT-STRATEGJIA PËR INFORMIM DHE MARRËDHËNIE ME PUBLIKUN



2021 - 2023

SHKURTESAT

OSBE	Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Europë
OJQ	Organizata Jo-Qeveritare
MAP	(ish-) Ministria e Administratës Publike
MPL	Ministria e Pushtetit Lokal
MAPL	(ish-) Ministria e Administrimit të Pushtetit Lokal
SMP	Spektori për Marrëdhënie me Publikun
USAID	United States Agency for International Development
TEAM	Transparent, Effective and Accountable Municipalities
IT	Teknologji e Informacionit

PËRMBAJTJA

1.	HYRJE.....	4
2.	SFONDI	5
2.1.	Profili i komunës.....	5
2.2.	Administrata komunale	5
2.3.	Sektori për Marrëdhënie me Publikun.....	6
3.	GJENDJA AKTUALE ME KOMUNIKIMET	7
3.1.	Websajti i komunës dhe platformat sociale	7
3.2.	Transparenca dhe pjesëmarrja e qytetarëve në vendimmarrje	8
3.3.	Marrëdhëniet me mediat.....	9
3.4.	Komunikimi i brendshëm.....	9
3.5.	Bashkëpunimi me aktorë dhe faktorë të tjerë	9
3.6.	Promovimi dhe marketingu i Komunës.....	10
3.7.	Vlerësimi vetanak - Analiza SWOT	10
4.	PLATFORMA PËR KOMUNIKIM	11
5.	OBJEKTIVAT E KOMUNIKIMIT	12
	Avancimi i praktikave të komunikimit të brendshëm në administratën komunale	12
	Rritja e transparencës dhe ndërveprimit me qytetarë	13
	Promovimi i komunës, aktiviteteve dhe aseteve komunale	13
6.	KANALET E KOMUNIKIMIT	14
7.	AUDIENCAT, MESAZHET DHE IMPAKTI I DËSHIRUAR.....	15
8.	INTERVENIMET NË MEKANIZMAT E KOMUNIKIMIT	18
9.	PLANIFIKIMI DHE VLERËSIMI	20
10.	BUXHETI PROVIZOR PËR VITIN 2021	22
11.	ROLET DHE PËRGJEGJËSITË.....	23
12.	SHTOJCAT	
	Shtojca 1. Plani i Veprimit për Informim dhe Marrëdhënie me Publikun 2021	
	Shtojca 2. Plani i Veprimit për Transparencë 2019-2023	

1. HYRJE

Komuna e Lipjanit ka përvoja të vlefshme në aspektin e komunikimeve strategjike nga e kaluara. Në vitin 2016, në bashkëpunim me OSBE-në, Kuvendin dhe OJQ-të vendore, Komuna ka hartuar *Strategjinë për Informim dhe Marrëdhënie me Publikun 2016 – 2018*, përmes të cilës vuri themelet për një komunikim më të strukturuar me audienca të ndryshme. Në përgjithësi, kjo strategji trevjeçare kishte për synim që të përmirësonte komunikimin me qytetarë, të rriste transparencën e veprimtarisë së komunës, të nxiste pjesëmarrjen e qytetarëve në vendimmarrje, të avanconte marrëdhëniet me mediat, por edhe të vendoste një sistem efikas të komunikimeve të brendshme.

Në vazhden e këtyre përpjekjeve, në seancën e muajit qershor Kuvendi Komunës ka miratuar *Rregulloren e re komunale për transparencë* e cila është proces të hyrjes në fuqi me synimin që ta harmonizojë atë me ndryshimet më të fundit në Udhëzimin Administrativ të MAPL-së 03/2020 mbi Transparencën e Komunave. Ky veprim është pasuar me hartimin e *Planit të Veprimit për Transparencë në Komunë 2019-2023*, si një dokument i rëndësishëm për sigurimin e një transparence sa më të plotë.

Strategjia për Informim dhe Marrëdhënie me Publikun 2021-2023 është zhvilluar mbi aspiratat e komunës për të avancuar me hapa të shpejtë duke përfutur nga avantazhet që ofrojnë zhvillimet e teknologjisë së informacionit dhe përdorimi i shtuar i mediave të reja si kanale të komunikimit. Përmes këtij dokumenti do të kërkohej një reagim proaktiv i audiencave ndaj aktiviteteve dhe projekteve të komunës, e për rrjedhojë edhe fuqizim të marrëdhënieve dhe ndërveprimit me qytetarë, media, organizata të shoqërisë civile, hisedarë dhe partnerë që mbështesin nismat e komunës. Kjo do të arrihet përmes thellimit të praktikave të komunikimit me audiencat e brendshme dhe të jashtme duke përdorur kanale të përshtatshme dhe efikase të komunikimit. Së këndejmi, *Strategjia për Informim dhe Komunikim me Publikun 2021-2023* është e një rëndësie të veçantë si për krijimin e urave të ndërveprimit me aktorë të ndryshëm ashtu dhe për ngritjen e imazhit dhe reputacionit të komunës.

Një strategji efikase e informimit dhe marrëdhënieve me publikun mbështetet fort në kontributin dhe rolin aktiv të të gjithë të punësuarve në administratën dhe institucionet komunale. Për këtë arsye, pjesë integrale e kësaj strategjie është edhe komunikimi i brendshëm, si një komponentë që ekskluzivisht përqendrohet në përmirësimin e praktikave të komunikimit dhe rritjen e motivimit të të punësuarve në përmirësimin e performancës individuale, ekipore dhe organizative. Bashkëpunimi, bashkërendimi dhe komunikimi efikas (si brenda drejtorive të caktuara ashtu edhe ndërmjet tyre) si dhe përmirësimi i vazhdueshëm i kushteve dhe marrëdhënieve në punë përbëjnë parakushtet themelore për rritjen e motivimit dhe performancës në punë.

Me qëllim të krijimit të parakushteve për zbatimin e objektivave të kësaj strategjie, Komuna do të krijojë mundësi optimale për ngritjen e kapaciteteve teknike dhe profesionale të zyrtarëve për informim, kurse në raste të veçuara do të angazhojë edhe ekspertë të jashtëm me qëllim të avancimit të nivelit të komunikimeve në administratën komunale.

Aktivitetet e parapara me këtë strategji janë dizajnuar si rrjedhojë e një analize gjithëpërfshirëse të proceseve dhe mekanizmave të komunikimit dhe efikasitetit të tyre në performancën e komunës në disa elemente kyçe. Mbi bazën e kësaj analize janë identifikuar mundësitë për

përmirësim, të cilat janë përkthyer në objektiva, mesazhe dhe kanale të komunikimit dhe mekanizma për marrjen e informatave kthyes.

Hartimi i *Strategjisë Komunale për Informim dhe Marrëdhënie me Publikun 2021-2023* është realizuar me mbështetjen teknike dhe profesionale të USAID përmes projektit Komuna Transparente, Efektive dhe Llogaridhënese (Transparent, Effective and Accountable Municipalities).

2. SFONDI

2.1. Profili i komunës

Lipjani është pjesë e Rrafshit të Fushë Kosovës dhe dikur ishte pjesë e qytetit Ulpiana të kohës së Ilirëve e më vonë Romakëve. Zgjerimet e mëtutjeshme të qytetit u zhvilluan përgjatë rrugës Prishtinë-Shtime-Ferizaj dhe përgjatë rrugës për në Suhadoll. Sot, territori i komunës shtrihet në 338 km² përgjatë 61 vendbanimeve.

Lipjani ka mundësi të volitshme të shfrytëzimit të trafikut rrugor, hekurudhor, si dhe trafikut ajror, për faktin se aeroporti i vetëm ndërkombëtar i Kosovës, gjendet në territorin e komunës. Përmes territorit të së Lipjanit kalon hekurudha, e cila lidh këtë territor në të gjitha drejtimet me rajonin në tërësi. Tani së fundmi nëpër territorin e Komunës kalon edhe autostrada "Arbër Xhaferi" që lidh Prishtinën me Shkupin.

Në regjistrimin e fundit të popullsisë, ekonomive familjare dhe banesave, numri i përgjithshëm i banorëve në Komunën e Lipjanit është 57.605 banorë. Pjesa më e madhe e popullsisë janë shqiptarë 94,8 %, ndërsa 0.88 % janë serb, kroatë: 0.41 % , romë: 3.67% dhe 0.03 % të tjerë. Mosha e popullsisë është e re, nga kjo rreth 40% janë të moshës 0 -14 vjeç, 45% janë të moshës 15 -65 vjeç dhe 15% janë të moshës mbi 65 vjeç. Mesatarja e madhësisë së familjeve është pesë anëtarë.

Komuna e Lipjanit e karakterizohet nga pasuri të begatshme tokësore dhe nëntokësore, pozita mjaft e volitshme gjeografike dhe fuqia e re punëtore, të cilat kanë qenë dhe janë bazë e fortë për një zhvillim të suksesshëm ekonomik. Komuna e Lipjanit është trevë kryesisht bujqësore me rreth 25.867 hektarë sipërfaqe bujqësore prej së cilave rreth 19.385 hektarë tokë të punueshme.

Po ashtu, Lipjani ka një potencial për turizëm. Në anën perëndimore shtrihet rezervati Blinaja që do të mund të zhvillohej në një qendër rekreative dhe atraktive për tërë rajonin. Në Gadime gjendet Shpella e Mermertë që paraqet një atraksion të rëndësishëm turistik, jo vetëm për Komunën e Lipjanit por për tërë Kosovën. Parku kulturo-historik në Kleçkë dhe Divjakë, si dhe qyteza e vjetër Janjeva, po ashtu, konsiderohen si vende atraktive për vizitorë.

2.2. Administrata komunale

Administrata komunale është e organizuar në 13 drejtorate: *Drejtorati për Ekonomi dhe Zhvillim, Drejtorati i Inspektoratit, Drejtorati për Arsim, Drejtorati për Bujqësi dhe Pylltari, Drejtorati për*

Buxhet dhe Financa, Drejtorati i Prokurimit, Drejtorati i Shërbimeve Publike, Drejtorati i Administratës, Drejtorati për Shëndetësi dhe Përkujdesje Sociale, Drejtorati për Mbrojtje dhe Shpëtim, Drejtorati për Planifikim, Urbanizëm dhe Mbrojtje të Mjedisit, Drejtorati për Kulturë, Rini dhe Sport, Drejtorati për Gjeodezi dhe Kadastër. Në kuadër të administratës, më saktësisht në kuadër të Kabinetit të Kryetarit të Komunës, funksionojnë edhe njësi më të vogla organizative, si: Sektori për Marrëdhënie me Publikun, Sektori pronëso-ro-juridik, Sektori për personel, Zyra lokale për komunitete, Sektori për përfaqësim dhe çështje ligjore, Zyra për protokoll, dhe Sektori për auditim të brendshëm.

Synimi i Komunës së Lipjanit është që të fuqizojë qeverisjen lokale përmes përpjekjeve të përbashkëta të institucioneve komunale dhe për ta bërë atë më efikase, të qëndrueshme dhe demokratike.

Misioni i Komunës:

Të rritet autonomia lokale dhe të forcohet aftësia e Komunës, që nëpërmjet pjesëmarrjes aktive të qytetarëve dhe përfaqësimit demokratik, të ofrohen shërbime me kosto efektive dhe të përgjegjshme për të rritur cilësinë e jetës, sigurinë dhe ekonominë lokale.

2.3. Sektori për Marrëdhënie me Publikun

Sektori për Marrëdhënie me Publikun (SMP) në administratën komunale të Lipjanit përbëhet nga Udhëheqësi i Zyrës për informim publik, dy (2) zyrtarë për informim publik, dhe zyrtari për teknologji të informacionit. Në kuadër të kabinetit të Kryetarit është zyrtari i emëruar për marrëdhënie me publikun, i cili njëkohësisht kryen edhe funksionet e zëdhënësit të komunës.

Sektori për Marrëdhënie me Publikun kujdeset për transparencën e qeverisjes kundrejt publikut dhe siguron pasqyrimin e drejtë dhe të saktë të ngjarjeve dhe aktiviteteve të Kryetarit të Komunës, Kuvendit Komunal, drejtorive dhe njësive tjera të ekzekutivit.

Në kuadër të funksioneve të saj, Sektori për Marrëdhënie me Publikun koordinon konceptimin, organizimin dhe zbatimin e fushatave me karakter informues apo të ndërgjegjësimit. Sektori mban kontakte të rregullta me përfaqësuesit e mediave, koordinon aktivitetet mediale të përfaqësuesve të komunës, ndërmjetëson në caktimin e intervistave të udhëheqësve komunalë për shtypin, monitoron mediat dhe informon kryetarin dhe drejtuesit e tjerë në lidhje me përmbajtjen e tyre. Më tej, SMP mirëmban webfaqen e Komunës, duke publikuar të gjitha njoftimet për mbledhjet, informatat nga takimet e Kryetarit të Komunës, Kuvendit të Komunës dhe trupave të tij, planet dhe raportet e Kuvendit të Komunës dhe trupave të tij, si dhe koordinon publikimin e shpalljeve, konkurseve dhe tenderëve si dhe të gjitha informatat dhe publikimet tjera me rëndësi për qytetarët dhe opinionin e gjerë.

3. GJENDJA AKTUALE ME KOMUNIKIMET

Viteve të fundit, Komuna e Lipjanit ka bërë përpjekje të vazhdueshme që të diversifikojë kanalet e komunikimit me audienat të ndryshme me synimin që të sigurojë një informimin sa më gjithëpërfshirës, nivel të lartë të transparencës dhe llogaridhënies, si dhe një ndërveprim të intensiv me mediat dhe publikun, hisedarët, partnerët dhe donatorët e komunës. Ky komunikim përgjithësisht është realizuar përmes konferencave pëfr shtyp, komunikatave për media, intervistave, tabelave të shpalljeve, buletinit mujor, kontakteve dhe vizitave të drejtpërdrejta me qytetarë, takimeve me Këshillat e Fshatrave, takimeve në organizatat e shoqërisë civile, kontakteve afaristë, investitorë dhe donatorë, si vendorë ashtu edhe të jashtëm. Pa dyshim, kanalet më të rëndësishme të komunikimit që komuna sot ka në dispozicion janë websajti i komunës, llogaria e komunës në Facebook dhe YouTube, buletini mujor dhe tabelat e shpalljeve.

Bazuar në hulumtimet e opinionit publik të komunës në lidhje me transparencën dhe pjesëmarrjen e qytetarëve të USAID TEAM (qershor 2020) kënaqshmëria e qytetarëve me shërbimet komunale në përgjithësi është 66%; kënaqshmëria me shërbimet publike 74%; kënaqshmëria me punën e administratës 69%; kënaqshmëria me projektet e infrastrukturë publike dhe investimeve kapitale 75%; kurse kënaqshmëria e qytetarëve përkitazi me informacionet që marrin mbi punën e administratës komunale është 57%.

Pjesëmarrja e qytetarëve në ngjarjet publike të organizuara nga Komuna mbetet një sfidë derisa 7.6% e qytetarëve janë deklaruar se kanë marrë në ndonjë ngjarje të tillë gjatë vitit 2019. Situata pak a shumë e njëjtë është edhe me pjesëmarrjen e qytetarëve në dëgjimet buxhetore.

Raporti i MAPL për funksionimin e Komunave të Kosovës vë në pah se Lipjani në vitin 2019 ishte komuna me më së shumti rregullore të miratuara në Kuvend, kurse Kryetari i Komunës ka përmbushur obligimet ligjore në raport me transparencën dhe llogaridhënien.

Për tre vjet me radhë (2018, 2019, 2020), Komuna e Lipjanit është vlerësuar më e mira në "Indeksin e Konkurrueshmërisë së Komunave" të USAID, me ç'rast janë marrë në konsideratë një sërë faktorësh, si: transparenca, lehtësirat fiskale, shërbimet ndaj bizneseve, koha e kryerjes së shërbimeve administrative dhe indikatorë të tjerë që tregojnë nivelin e performancës së komunave në Kosovë.

3.1. Websajti i komunës dhe platformat sociale

Funksionimi dhe administrimi i websajteve të komunave është i rregulluar me Udhëzimin Administrativ të MAP Nr. 01/2015 mbi Websajtet e Institucioneve Publike. Në vitin 2018 është ndërmarrë një nismë për ri-dizajnimin e tyre, e cila kishte për qëllim integrimin e sistemit të intranetit në menaxhimin e webfaqeve, e për rrjedhojë edhe avancimin e shërbimeve online, gjurmimin e statusit të aplikacioneve dhe transmetimin direkt të seancave të Kuvendit. Komuna përgjatë dy viteve të fundit ka bërë shumë përpjekje që të sigurojë plasimin e të gjitha dokumenteve me rëndësi në websajtin e komunës. Një punë shumë e vlefshme është bërë në transferimin e të dhënave nga websajti i mëparshëm, e përkrah kësaj Komuna ka arritur të krijojë një infrastrukturë të mirë për të gjithë ata që kërkojnë informacionet e duhura në websajt. Është arritur që kategoritë kryesore, si: Kuvendi, Kryetari, Financat dhe Prokurimi të jenë të pajisura me

të gjitha informacionet e mundshme. Në vitet në vijim, Sektori për Marrëdhënie me Publikun do të vazhdojë ta avancojë përmbajtjen e faqes zyrtare në përputhje me kërkesat e kohës.

Përveç websajtit, komuna është e pranishme me llogarinë e saj në Facebook me një numër të konsiderueshëm ndjekësish (15K), i cili në vazhdimësi ofron informacione mbi ngjarjet dhe aktivitetet e komunës dhe Kuvendit. Në këtë drejtim, fokusi i Komunës për vitet në vijim është që përmbajtjen e informacioneve dhe mesazheve t'ia adaptojë natyrës specifike të platformave për komunikim social.

Aktualisht, komuna është në proces të zhvillimit të një ëbesajti të veçantë për Qendrën Kryesore të Mjekësisë Familjare, i cili synon të rrisë intensitetin e komunikimeve të Qendrës me qytetarët dhe promovimin e shërbimeve që ofron qendra dhe QMF e AMF si njësi përbërëse të saj.

3.2. Transparenca dhe pjesëmarrja e qytetarëve në vendimmarrje

Në seancën e muajit qershor Kuvendi i Komunës ka miratuar *Rregulloren e re komunale për transparencë* e cila është proces të hyrjes në fuqi me synimin që ta harmonizojë atë me ndryshimet më të fundit në Udhëzimin Administrativ të MAPL-së 03/2020 mbi Transparencën e Komunave. Ky veprim është pasuar me hartimin e Planit të Veprimit për Transparencë në Komunë 2019-2023, si një dokument i rëndësishëm për sigurimin e një transparence sa më të plotë.

Përparimet e komunës në aspektin e transparencës komunale janë evidentuar edhe në hulumtimin e organizatave KDI dhe Aktiv *"Indeksi i Transparencës dhe Llogaridhënies Komunale 2019"*, i cili klasifikon Lipjanin në mesin e komunave me transparencë solide duke shënuar 77 nga 96 pikët e mundshme (80.21%). Edhe në raportin e performancës së komunave të publikuar nga MAPL-së vitin 2019, Komuna e Lipjanit renditet në mesin e më të mirave, dhe me një performancë pothuajse të përsosur në indikatorët e performancës (realizim prej 98.75%)

Pavarësisht të arriturave në aspektin e pjesëmarrjes së qytetarëve në aktivitetet e komunës në vitin 2019, të cilat erdhën si pasojë e aktiviteteve të strukturuar, dhe përpjekjeve pozitive të komunikimit në distancë përgjatë vitit 2020 (si pasojë e situatës epidemiologjike me COVID-19), pjesëmarrja e qytetarëve në proceset e vendimmarrjes komunale mbetet një sfidë për t'u adresuar në ardhmen, sidomos përmes zbatimit të plotë të Planit të Veprimit për Transparencë 2019-2023 dhe aplikimit të metodave inovative në përputhje me Doracakun e MAPL-së për Standardet Minimale për Takime Publike. Sondazhet e përvitshme të USAID TEAM tregojnë për një rritje të lehtë të pjesëmarrjes së qytetarëve në mbledhjet e Kuvendit të Komunës, debatet publike, dëgjimet buxhetore dhe konsultimet publike për investimet kapitale, si dhe për nevojën për të intensifikuar komunikimet përkthazi me informacionet mbi procesin e buxhetimit.

Platforma *"Fol Hapur"* dhe përdorimi efikas i saj për të komunikuar me qytetarë gjatë vitit 2020 është një tregues i mirë për vullnetin pozitiv dhe kapacitetet e brendshme të komunës për të kërkuar forma më bashkëkohore për komunikime me qytetarë, qoftë duke shtuar përdorimin e teknologjisë digjitale ashtu edhe përmes ngjarjeve më tërheqëse për audiencat, mediat dhe publikun e gjerë.

3.3. Marrëdhëniet me mediat

Sektori për Marrëdhënie me Publikun (SMP) në Lipjan përbëhet nga tre zyrtarë, të cilët asistohen nga Zyra IT. Duke pasur parasysh madhësinë e komunës, mund të thuhet se personeli i angazhuar, në numër edhe në kompetenca profesionale, është i mjaftueshëm për të administruar me efikasitet punën e informimit dhe marrëdhënieve me publikun dhe mediat.

Aktualisht, në territorin e Komunës së Lipjanit nuk operon asnjë TV apo radio lokale dhe kjo përbën një sfidë në vete, sidomos duke pasur parasysh se spektri ekzistues i mediave me frekuenca kombëtare për të përcjellë ngjarjet në nivele lokale është zbehur shumë viteve të fundit. Në adresim të kësaj situate, Komuna e Lipjanit ka lidhur marrëdhënie kontraktuale me një agjenci lajmesh dhe një gazetë të përditshme, përmes të cilave siguron pasqyrimin e informacioneve dhe ngjarjeve, njoftimeve dhe shpalljeve më të rëndësishme të Komunës të një audiencë më e gjerë.

Por, në një shënim pozitiv është ekzistenca e disa medimeve online (portaleve), të cilat përveçse janë shumë aktive, kanë edhe një numër të konsiderueshëm ndjekësish që arrijnë (deri mbi 100 mijë). Mediumet online përbëjnë kanale të rëndësishme për transmetimin e njoftimeve, informacioneve, shpalljeve dhe ngjarjeve a veprimtarive të ndryshme që organizohen nga komuna dhe për komunën.

Gjatë viteve në vijim, komuna do të kërkojë që të rrisë nivelin e komunikimeve duke u bazuara mbi praktikën tashmë të etabluar të komunikimit, profesionalizmin e stafit në Sektorin për Marrëdhënie me Publikun si dhe marrëdhënie të shëndosha me mediat të ndërtuara ndër vite. Një vëmendje e veçantë do t'i kushtohet përdorimit të shtuar të mediave elektronike, platformat e komunikimit social, produksionit vizual dhe transmetimeve nga vendi i ngjarjes (livestreaming).

3.4. Komunikimi i brendshëm

Komunikimi brenda për brenda administratës komunale është avancuar organikisht përgjatë viteve dhe përbën një shtyllë të fortë që ka mbështetur komunikimin e jashtëm, por edhe ka dhënë një kontribut të madh në përmirësimin e praktikave të punës dhe motivimin e personelit për të përballuar me sukses dinamikën në rritje të qeverisjes lokale. Pavarësisht nga kjo, ka hapësira për ndërhyrje në mënyrë që të sigurohet një komunikim edhe më efikas në të gjitha drejtimet.

Synimi i planifikimit të komunikimit të brendshëm përmes kësaj Strategjie është që të mundësojë qasje të mjaftueshme të personelit në informacionet e duhura për kryerjen e detyrave të ditëpërditshme dhe porosi e udhëzime nga menaxhmenti dhe eprorët (*komunikim nga lart-poshtë*), shkëmbime ndërsektoriale (*komunikim i tërthortë*) dhe do të promovojë një kulturë organizative që promovon dëgjimin e zërit të secilit (*nga poshtë-lart*).

3.5. Bashkëpunimi me aktorë dhe faktorë të tjerë

Komuna vazhdon të kultivojë një bashkëpunim të shëndoshë me organizatat e shoqërisë civile. Për këtë arsye janë nënshkruar marrëveshje mirëkuptimi për rritjen e efikasitetit të shërbimeve komunale si dhe për krijimin e hapësirave për monitorimin e performancës së institucioneve komunale. Organizata joqeveritare vendore kanë një trajtim të veçantë kur është fjala për

pjesëmarrjen e tyre në ngjarjet komunale, hartimin e politikave dhe pasurimin e legjislacionit, apo çështjeve të tjera me interes publik. Për më tepër, OJQ-të vendore janë të përfshira në organizimin e shumë ngjarjeve publike, debateve publike dhe aktiviteteve që kanë për qëllim rritjen e përfshirjes së qytetarëve në vendimmarrje.

Një vëmendje e veçantë i është kushtuar edhe bashkëpunimit me organet shtetërore, përfaqësive diplomatike dhe organizatat ndërkombëtare me synimin e bashkërendimit të veprimeve në funksion të ngritjes së kapaciteteve të përgjithshme të komunës në sferën e qeverisjes së mirë, mirëqenies së qytetarëve, por edhe në avancimin e infrastrukturës komunale përmes projekteve kapitale. Komuna edhe në të ardhmen do të vazhdojë të kultivojë marrëdhënie të shëndosha me aktorët e këtij niveli në mënyrë që të sigurohet një mbështetje më e madhe për projektet dhe nismat që tejkalojnë kapacitete vetanake të komunës.

3.6. Promovimi dhe marketingu i Komunës

Lipjani është në mesin e pak komunave që kanë prodhuar materiale promovuese me qëllim të promovimit të aseteve turistike, natyrore, kulturore dhe historike për qëllime të zhvillimit ekonomik lokal. Broshurat *Visit Lipjan*, *Visit Blinaja*, *Visit Gadime* dhe *Visit Janjeva* janë të disponueshme në formatet elektronike dhe të shtypura. Praktika të tilla do të vazhdojnë edhe në të ardhmen, madje në një formë më të strukturuar, dhe për këtë arsye aspekti i promovimit dhe marketingut të komunës do të jetë një aspekt i cili do të adresohet në viteve në vijim.

3.7. Vlerësimi vetanak - Analiza SWOT

PËRPARËSITË AKTUALE TË KOMUNIKIMIT

- Praktikë pozitive të komunikimit të brendshëm.
- Kapacitetet dhe aftësitë profesionale të zyrtarëve të informimit për të ndërtuar mesazhe të qarta dhe koncize
- Përdorimi i shtuar i mjeteve të avancuara të komunikimit
- Marrëdhëniet e shëndosha me përfaqësuesit e mediave dhe OJQ-ve
- Vetëdijësimi në rritje i stafit të administratës komunale mbi rëndësinë e komunikimit efektiv.

DOBËSITË AKTUALE TË KOMUNIKIMIT

- Mungesa e mediave audiovizuale me frekuenca lokale
- Interesimi në zbehje i mediave me frekuenca kombëtare për të ndjekur ngjarje të nivelit lokal
- Mungesa e njësive të identitetit vizual dhe udhëzuesi për përdorimin e tyre në publikimet dhe materialet e komunës.
- Mosnjohja e duhur e qytetarëve mbi besueshmërinë e lajmeve që plasohen nga mediat online (portalet)
- Mungesa e një strategjie komunale për marketingun e komunës

MUNDËSITË PËR RRRITJE TË EFIKASITETIT

- Teknologji lehtësisht të qasshme për të realizuar video promovionale me kosto të ulët.
- Përdorimi shtuar i teknologjisë në rritjen e efikasitet në komunikim me audiencat (grupet profesionale, OJQ-të, institucionet akademike, etj.)
- Krijimi njësive të identitetit vizual të komunës dhe brendimi (vizioni, slogani, mesazhet promovuese, etj.) në funksion të arritjes së objektivave të komunikimit.

RREZIQET E MUNDSHME

- Mundësitë e kufizuara financiare të komunës për të mbështetur një plan intensiv komunikimi.
- Tendencia në rritje e qytetarëve që informohen përmes burimeve dhe medimeve që shquhen për pasaktësi dhe mungesë besimi – në kërkim të sensacionit
- Rritja e vazhdueshme kërkesave për shërbime më cilësore – Rritja e pritjeve

4. PLATFORMA PËR KOMUNIKIM

Komuna e Lipjanit e ka për obligim që publikut t'i ofrojë informacione mbi politikat, prioritetet, strategjitë dhe vendimet e saj. Platforma e komunës për komunikim të jashtëm do të mbështetet në të drejtën e qytetarëve, mediave, organizatave të shoqërisë civile, hisedarëve dhe partnerëve për qasje të lirë, të drejtë dhe të kohshme në informacionet që ndërlidhen me veprimtarinë e Komunës. Ndërveprimi me publikun dhe audiencat relevante do të jetë i vazhdueshëm, i hapur, gjithëpërfshirës, relevant dhe në besim reciprok. Kjo platformë mbështetet në tre shtylla kryesore:

Konsistenca - informacione të standardit të lartë dhe të mirë-përgatitura (që bazohen në kërkesat e publikut dhe audiencave specifike) në përputhje me kulturën organizative, vlerat dhe vizionin e administratës komunale.

Besueshmëria - komuna ofron informacione të sakta dhe të kohshme që promovojnë transparencën dhe ndërveprimin me publikun dhe audiencat e tjera.

Dukshmëria - Komuna do të përkujdeset që veprimet e saj të dukshme, të qasshme dhe llogaridhënëse. Prania e Komunës do të jetë e dallueshme përmes njësive identitare të standardizuara të komunikimit, që nga ambientet në qendrën për shërbim të qytetarëve e deri te projektet kapitale të financuara nga buxheti jonë.

Po ashtu, udhëheqja e komunës do të angazhohet që komunikimi me audiencat e brendshme të jetë *i saktë, konsistent, i qartë, i kohshëm dhe i disponueshëm (i qasshëm)* për të gjithë. Komuna është e orientuar drejt një klime bashkëpunuese, sidomos në fazat e planifikimit dhe vendimmarrjes, duke mundësuar një shumësi mundësish dhe kanalesh përmes të cilëve të gjithë zyrtarët komunal do të kenë mundësinë të shprehin mendimet dhe opsionet e tyre për mbarëvajtjen e punëve në administratë dhe rritjen e cilësisë së shërbimeve komunale.

5. OBJEKTIVAT E KOMUNIKIMIT

Nga sa u tha më sipër, komuna e Lipjanit synon që në tre vitet pasuese të ketë personel të mirë-informuar, të respektuar dhe të përkushtuar, të fuqizohet në një institucion të aftë për t'i paraprirë ndryshimeve, të rrisë transparencën, të promovojë ndërveprimin me qytetarë dhe aktorë të tjerë, të promovojë me saktësi dhe korrektësi aktivitetet dhe arriturat e veta, si dhe të shtojë dukshmërinë e vet para publikut, qoftë përmes paraqitjeve sistematike në publik ashtu edhe përmes përdorimit të mediave të reja. Arritja e këtij qëllimi kërkon një mekanizëm solid të komunikimit dhe mesazhe të qarta, të cilat promovojnë vlerat e punës në administratën komunale, inkurajojnë punën ekipore dhe nxisin idetë inovative.

Duke u nisur nga analiza e gjendjes së përgjithshme me komunikim aktual në komunë, synimet për të avancimin e tyre në të ardhmen dhe kapacitetet financiare dhe njerëzore, Komuna e Lipjanit ka përcaktuar tre (3) objektiva kryesore të cilët do të synohet të realizohen përmes kësaj strategjie:

- 1. Avancimi i praktikave të komunikimit të brendshëm në administratën komunale**
- 2. Rritja e transparencës, llogaridhënies dhe ndërveprimit me qytetarë**
- 3. Promovimi i komunës, aktiviteteve dhe aseteve komunale**

Avancimi i praktikave të komunikimit të brendshëm në administratën komunale

Komunikimi i strukturuar dhe koherent brenda administratës komunale dhe me audiencat e tjera të brendshme përbën një aspekt vital në përmirësimin e modelit të komunikimit dhe ndërveprimit. Intervenimet në aspektin e komunikimit të brendshëm do të orientohen në funksion të avancimit të praktikave të bashkërendimit, raportimit dhe përmirësimit të ambientit të punës me qëllim të rritjes së motivimit në përmirësimin e performancës individuale, ekipore dhe organizative. Komuna do të kryejë intervenimet e duhura për të ndërtuar një kulturë ku të punësuarit në administratën komunale ndjehen rehat dhe kanë besimin e mjaftueshëm për të shprehur mendimet e tyre në funksion të rritjes së rendimentit të punës dhe cilësisë së shërbimeve. Një gjë e tillë do të mundësojë qasje të mjaftueshme të personelit në informacionet e duhura për kryerjen e detyrave të ditëpërditshme dhe porosi e udhëzime nga menaxhmenti dhe eprorët (*komunikim nga lart-poshtë*), shkëmbime ndërsektoriale (*komunikim i tërthortë*) dhe do të promovojë një kulturë organizative që promovon dëgjimin e zërit të secilit (*nga poshtë-lart*).

Kuadri i komunikimeve të brendshme, midis tjerash, do të synojnë që të rrisë gatishmërinë dhe motivimin e të punësuarve për komunikim efikas dhe motivim në zgjidhjen të problemeve të natyrave të ndryshme që mund të shfaqen gjatë ushtrimit të detyrave he përgjegjësi.

Kornizat e komunikimit të brendshëm të përcaktuara në kuadër të kësaj strategjie do të shërbejnë si kornizë udhëheqëse për administrimin e komunikimeve dhe do të azhurnohen sipas nevojave dhe në përputhje me vizionin dhe objektivat strategjik të administratës komunale.

Rritja e transparencës dhe ndërveprimit me qytetarë

Synimi parësor i kësaj Strategjie është që t'i mundësohet qytetarëve të komunës jo vetëm një qasje e lehtësuar në informacionet mbi aktivitete e Komunës, por edhe të nxisë përfshirjen e tyre në procesin e vendimmarrjes. Përmes kësaj strategjie Komuna kërkon të instalojë një qasje komunikimi e cila merr në konsideratë preferencat e qytetarëve dhe audiencave tjera dhe për rrjedhojë hap shtigje për ndërtimin e një klime mirëbesimi.

Siç është theksuar edhe në pjesën hyrëse të kësaj strategjie, Komuna e Lipjanit ka njohur zhvillime shumë pozitive në aspekt të komunikimeve të jashtme, dhe stadi zhvillimor në të cilin ndodhet aktualisht komuna kërkon ribalancim prioritetesh ashtu që vëmendja në të ardhmen të përqendrohet më shumë në promovimin e projekteve dhe programeve konkrete dhe më pak në punët e përditshme rutinore, të cilat tashmë kanë protokolle të mirë-etabluara dhe zhvillohen me efikasitet.

Thënë këtë, përmes kësaj strategjie komuna do të mirëmbajë mekanizimin efikas të transparencës, llogaridhënies dhe pjesëmarrjes së qytetarëve në vendimmarrje (përmes zbatimit të plotë të Planit të Transparencës 2019-2023); të ndërtojë marrëdhënie të mira me qytetarët, mediat, organizatat e shoqërisë civile dhe partnerët e mbështetësit tonë. Një vëmendje e veçantë do t'i kushtohet avancimit të komunikimit digjital, sidomos në raport me informimin dhe pjesëmarrjen aktive të komunitetit në vendimmarrjen komunale.

Promovimi i komunës, aktiviteteve dhe aseteve komunale

Do të synohet përmes paraqitjeve të strukturuar mediale, diversifikimit të kanaleve dhe materialeve komunikuese, përdorimit të shtuar të mediave të reja dhe digjitale dhe ndërveprimit të shtuar përmes faqes zyrtare të komunës në Internet. Në vitet në vijim, komuna synon që të rrisë praninë e saj në platformat sociale, si në aspektin sasior ashtu edhe në cilësor. Përpara hapjes së llogarive në platformat e tjera sociale, Komuna do të sigurohet që personeli në ZKP të trajnohet për përdorimin korrekt dhe efikas të tyre. Po ashtu, në vitin e dytë dhe të tretë të kësaj strategjie, Komuna do të angazhohet që të hartojë një strategji marketingu në mënyrë që të promovojë

vlerrat dhe asetet e saj turistike, kulturore dhe historike. Përmes strategjisë së marketingut të komunës do të synohet që të nxitet interesi i vizitorëve, por edhe i investitorëve të mundshëm në të ardhmen.

6. KANALET E KOMUNIKIMIT

Duke marrë parasysh zhvillimet e mediave të reja dhe kërkesat e kësaj strategjie, Komuna e Lipjanit do të rishikojë kanalet e komunikimit me audiencat e jashtme në mënyrë që aktivitetet, nismat dhe projektet e ndërmarra të pasqyrohen me korrektësi dhe të marrin vëmendjen e merituar të publiku. Përgjithësisht, komunikimet e Komunës me audiencat e jashtme do të kalojnë përmes kanaleve të renditura më poshtë:

Webfaqja e Komunës <https://kk.rks-gov.net/lipjan/> mbetet kanali më i rëndësishëm i komunës për komunikim zyrtar me audiencat e jashtme. Vështirësitë e hasura pas ridizajnimit të faqes zyrtare të komunës po tejkalohen gradualisht dhe në muajt në vijim ajo duhet të ushqehet me informacionet relevante në funksion të informimit publik dhe qeverisjes së mirë dhe transparente.

Mediat online dhe platformat e komunikimit social – Sektori për Marrëdhënie me Publikun (SMP) do të krijojë lista të konsoliduara për të gjitha audiencat, duke përfshirë edhe mediat tek të cilat synon që të përcjellë ngjarjet që meritojnë vëmendjen e publikut. Duke pasur parasysh rritjen gjithnjë e më të madhe të popullaritetit të mediave të reja (digjitale), komuna duhet të kërkojë për forma më efikase të komunikimit me to. Në momentin aktual, Komuna e Lipjanit është e pranishme në platformën sociale Facebook dhe YouTube. Prania në platformat tjera sociale është një aspekt që do të adresohet që në vitin e parë (2021) me qëllim të hapjes së sa më shumë kanaleve të komunikimit digjital dhe përfshirjes së sa më shumë audiencave në komunikimet e ditëpërditshme.

Buletini mujor – është një burim i rëndësishëm informimi, i cili në formë të përmbledhur përshin ngjarjet kryesore të muajit të caktuar me narracion të saktë dhe konciz duke i lënë më shumë hapësirë imazheve.

Mediat – janë një kanal i rëndësishëm i komunikimit me publikun dhe audiencat të tjera dhe Komuna në vazhdimësi është përpjekur të kultivojë marrëdhënie të shëndosha me përfaqësuesit e tyre. Mungesa e televizioneve dhe radiove lokale është një hapësirë e cila duhet plotësuar me paraqitje më të strukturuar në mediat me frekuenca kombëtare.

Paraqitjet publike dhe në media – janë një formë efikase për t’iu drejtuar audiencave të ndryshme për çështje specifike dhe me rëndësi për zhvillimet në komunë. Në këtë kuadër do të intensifikohen konferencat për shtyp (të rregullta dhe të rastit), intervistat dhe debatet në media, takime jorformale me përfaqësuesit e mediave, inaugurime dhe promovim e

nismave të ndryshme, shkrime autoriale dhe opinione për çështje specifike që ndërlidhen me qeverisjen lokale, etj.

Publikimet - janë një aspekt kyç i punës së komunës dhe prezantimit të saj. Ana përmbajtësore dhe vizuale e publikimeve zyrtare do të rishikohet në mënyrë që të jenë më të kuptueshme dhe vizualisht më estetike, e për rrjedhojë edhe më të lexueshme nga publiku dhe grupet e interesuara. Po ashtu, si publikimet formale ashtu edhe ato me karakter promovimi dhe marketingu apo ato me karakter informimi e ndërgjegjësimi do të standardizohen në përputhje me parimet udhëheqëse të parapara me strategjinë e marketingut dhe brendimit.

Videot dhe fotografitë - Rëndësia e imazheve (videot dhe fotografitë) në komunikimet digjitale është rritur në mënyrë dramatike që nga dalja në skenë e platformave për komunikim social. Videot dhe fotografitë, edhe si të vetme dhe e pashoqëruar me narracion, ka aftësinë për të kapur vëmendjen e audiencës, duke gjeneruar interesim dhe përfshirje emocionale. Stafi i Zyrës Komunale për Komunikim me Publikun do të trajnohet për t'i fituar shkathtësitë e mjaftueshme në krijimin e imazheve profesioniste dhe editimit të tyre për nevojat e komunikimit me publikun.

Format inovative të takimeve komunitare – janë një mënyrë e mirë për të rrëzuar barrierat e komunikimit që ndërtohen në nivel komunitar si pasojë e qasjes së munguar në informacion.

Takime të strukturuar dhe të planifikuara për organizimin dhe udhëheqjen e takimeve publike të natyrave konsultative – takimet dhe debatet publike, takimet konsultative, dëgjimet buxhetore, takimet komunitare për nisma dhe projekte kapitale, etj.

Komunikimet ndërinstitucionale - Institucionet dhe agjencitë e specializuara shtetërore (*ministritë relevante të linjës, agjencitë e pavarura shtetërore, institucionet dhe organizatat rajonale, etj.*) janë audienca që kërkojnë një trajtim të klasifikuar për shkak se ndërlidhen shumë me kompetencat dhe fushëveprimtarinë e komunës. Komunikimi me audienca të tilla në të shumtën e rasteve është i natyrave këshilluese dhe koordinuese me synim parësor që të evitohen mospërputhjet, veprimet joligjore apo shkeljet procedurale, e për rrjedhojë edhe rritjen e efikasitetit në punë përmes një qasje më proaktive.

7. AUDIENCAT, MESAZHET DHE IMPAKTI I DËSHIRUAR

Përmes kësaj strategjie komuna e Lipjanit kërkon të vendosë marrëdhënie të shëndosha dhe me interes reciprok me një numër të madh audiencash duke përcjellë mesazhe e duhura te audiencat e duhura dhe duke respektuar mendimin e tyre në raport me çështjet e përbashkëta të interesit. Tabela më vijim, paraqet në formë të detajuar audiencat me të cilat synon të komunikojë komuna

në një mënyrë të organizuar dhe të strukturuar përmes mesazheve të qarta dhe që nuk lënë hapësira për dëmtimin e marrëdhënieve reciproke.

AUDIENCAT	MESAZHI: Çfarë duam që ata të mendojnë për ne?	IMPAKTI I DËSHIRUAR: Çfarë veprimesh presim nga ta?
Personeli i administratës komunale	- Administrata komunale bën gjithçka që është e mundur që të jetë një ambient ku të punësuarit mbahen të informuar, dëgjohen e mendimet e tyre respektohen; - Administrata komunale është një ambient ku të punësuarit nxiten që të provojnë që gjërat t'i bëjnë më ndryshe dhe më mirë; - Administrata komunale është një ambient ku meritoret vlerësohen dhe shpërblehen. - Administrata komunale është një ambient ku secilit i jepet mundësia për të zhvilluar kapacitetet profesionale	- Të kenë vlerësim pozitiv për informimin mbi ngjarjet dhe zhvillimet që ndërlidhen me Komunën - Ta ndjejnë vetën rehat që të dalin me propozime për përmirësimin e mekanizmave të brendshëm dhe rritjen e cilësisë së performancës – individuale dhe ekipore. - Të kenë mirëkuptim dhe ta respektojnë sistemin e vlerësimit të performancës brenda administratës. - Të ndjehen të lirë që të shfrytëzojnë mundësitë për ndërtimin e kapaciteteve teknike dhe profesionale në përputhje me mundësitë e komunës.
Qytetarët dhe taksapaguesit e të gjitha kategorive	- Komuna e Lipjanit është e përkushtuar që përmirësojë cilësinë e qeverisjes. - Shërbimet e komunës janë me kosto të arsyeshme dhe janë në përmirësim çdo ditë. - Komuna mirëpret pjesëmarrjen dhe kontributin e qytetarëve në vendimmarrje. - Investimet kapitale në komunë planifikohen me pjesëmarrjen tuaj. - Komuna shpenzon me përgjegjësi dhe efikasitet paratë e taksapaguesve dhe donatorëve.	- Të shprehen pozitivisht për cilësinë e shërbimeve, qeverisjes dhe demokracisë në komunë. - Të kenë mirëkuptim për efikasitetin dhe koston e shërbimeve që marrin nga komuna. - Të kenë mirëkuptim për planifikimin e investimeve kapitale dhe rëndësinë e tyre për objektivat zhvillimor. - Të kenë një perceptim pozitiv mbi përgjegjshmërinë dhe efikasitetin në shpenzimin e fondeve publike dhe kontributet e donatorëve dhe partnerëve.

Mediat	- Administrata komunale është shumë e motivuar për të rritur cilësinë e shërbimeve. - Komuna e Lipjanit i shpenzon paratë e taksapaguesve në mënyrë të përgjegjshme dhe në interes të zhvillimit të komunës. - Komuna është e hapur ndaj të gjitha interesimeve tuaja. - Mbështetja juaj është e domosdoshme në luftimin e korrupsionit dhe keqqeverisjes.	- Të mbulojnë ngjarjet që ndërlidhen me komunën në mënyrë të kohshme, saktë, të sigurtë dhe të paanshme. - Të raportojnë për nismat dhe projektet pozitive të komunës - Ta konsiderojnë administratën komunale një burim të besueshëm të informacionit. - Të ofrojnë kontributin e tyre në përmirësimin e cilësisë së qeverisjes
Organizatat e shoqërisë civile dhe organizatat profesionale	- Komuna është e hapur për bashkëpunim dhe mirëpret kontributin e OSHC-ve dhe organizatave profesionale - Komuna do të mbështesë nismat dhe projektet e shoqërisë civile që kanë për synim përmirësimin e cilësisë së standardeve demokratike në komunë. - OSHC-të janë një aleat i besueshëm i komunës në luftimin e korrupsionit dhe dukurive negative në shoqëri.	- Ta konsiderojnë komunën si partner të rëndësishëm në mbështetjen e nismave dhe kauzave të tyre - Të marrin pjesë aktivisht në vendimmarrje. - Të mbështesin përpjekjet e komunës për qeverisje gjithëpërfshirëse. - Të kontribuojnë në përmirësimin e shërbimeve komunale
Komuniteti i biznesit dhe investitorët e mundshëm	- Komuna e Lipjanit nxit krijim e një ambienti miqësor për të bërë biznes. - Politikat tona fiskale janë të favorshme për zhvillimin e biznesit. - Administrata komunale është e përkushtuar që të rrisë nivelin e cilësisë së shërbimeve. - Komuna synon të jetë një vend i mundësive dhe nxitëse e inovacionit.	- Ta konsiderojnë komunën si një partner të besueshëm në zhvillimin e bizneseve të tyre. - Të flasin pozitivisht për nismat dhe përpjekjet e komunës në përmirësimin e ambientit afarist në komunë. - Të kontribuojnë profesionalisht në përmirësimin e politikave dhe strategjive zhvillimore. - Të inkurajojnë investitorët e huaj të investojnë në Lipjan.
Institucionet e Kosovës (Qeveria, Kuvendi i Republikës,	Mbështetja e Qeverisë është jashtëzakonisht e rëndësishme për zhvillimin e komunës.	- Të mbështesin vizionin tonë për zhvillim të komunës. - Të kenë parasysh specifikat e komunës dhe nevojave për fonde shtesë.

agjencitë qeveritare, etj)	- Administrata komunale është shumë e motivuar për të rritur cilësinë e shërbimeve. - Investimet kapitale janë gjithmonë të menduara mirë dhe në përputhje me vizionin zhvillimor të komunës.	- Të mbështesin nismat tona dhe kërkesat për investime kapitale. - Të mbështesin kërkesat tona për zhvillimin profesional të personelit të administratës komunale.
Partnerët ndërkombëtarë dhe donatorët	- Komuna e Lipjanit është e përkushtuar të përmirësojë cilësinë e qeverisjes. - Komuna e Lipjanit është e përkushtuar që të forcojë sundimin e ligjit. - Komuna e Lipjanit i mirëpret dhe i shfrytëzon kontributet e donatorëve në mënyrë efektive dhe të përgjegjshme. - Komuna e Lipjanit është një partner i besueshëm që kujdeset për qëndrueshmërinë e projekteve dhe investimeve.	- Të flasin me pozitivitet mbi bashkëpunimin dhe partneritetin me komunën. - Të na mbështesin në avokimin për grumbullimin e fondeve për qëllime zhvillimore. - Të përdorin autoritetin e tyre për më shumë fonde për komunën. - Të mbështesin komunën në rritjen e cilësisë së qeverisjes dhe demokracisë. - Të mbështesin komunën në forcimin e rendit dhe ligjit dhe respektimin e të drejtave të njeriut.

8. INTERVENIMET NË MEKANIZMAT E KOMUNIKIMIT

Në funksion të realizimit të objektivave të kësaj Strategjie, Komuna e Lipjanit në tre vitet pasuese do të kryejë disa ndërhyrje, të cilat janë të dizajnuara të përmirësojnë mekanizmat e komunikimeve në tërësinë e vet.

Intervenimet e parapara me këtë strategji janë dizajnuar si rrjedhojë e një analize gjithëpërfshirëse të proceseve dhe mekanizmave të komunikimit dhe efikasitetit të tyre në performancën e komunës në disa elemente kyçe. Mbi bazën e kësaj analize janë identifikuar mundësitë për përmirësim, të cilat janë përkthyer në objektiva, mesazhe dhe kanale të komunikimit dhe mekanizma për marrjen e informatave kthyes.

Me qëllim të krijimit të parakushteve për zbatimin e objektivave të kësaj strategjie, Komuna do të krijojë mundësi optimale për ngritjen e kapaciteteve teknike dhe profesionale të zyrtarëve për informim, kurse në raste të veçuara do të angazhojë edhe ekspertë të jashtëm me qëllim të avancimit të nivelit të komunikimeve në administratën komunale. Për më tepër, Komuna do të vendosë marrëdhënie bashkëpunimi me institucionet akademike (universitetet) me qëllim të përfitimit reciprok në ngritjen e cilësisë dhe performancës në punë.

Këto intervenime dhe aktivitetet të tjera, në trajtë kronologjike do të paraqiten në planet vjetore të kësaj strategjie.

Intervenimet për avancimin e praktikave të komunikimit të brendshëm në administratën komunale (Objektivi 1)

- Hartimi i Udhëzuesit për Komunikim me llogaritë zyrtare të emailit.
- Azhurnimi i programit të trajnimeve në funksion të ngritjes teknike dhe profesionale të të punësuarve në bashkëpunim me institucionet qeveritare dhe partnerët ndërkombëtarë.
- Zëvendësimi i pajisjeve/mjeteve teknologjike të vjetruara apo të dala jashtë funksionit.
- Përdorim i shtuar i intranetit qeveritar dhe aplikacioneve qeveritare për komunikim në distancë dhe punët ekipore (*Skype for Business, Microsoft Teams*)
- Marrja e mendimit dhe rekomandimeve të të punësuarve dhe mbi praktikën e komunikimit dhe mbi ambientin e punës përmes bisedave të drejtpërdrejta dhe anketave vjetore.
- Mbledhje të rregullta të udhëheqësve të sektorëve me personelin që kanë në mbikëqyrje.
- Mbledhje të rregullta javore të Kryetarit me drejtorët e drejtorive.
- Mbledhjet e rregullta mujore të Kryetarit apo Nënkryetarit me drejtuesit e ndërmarrjeve dhe institucioneve publike
- Takimet e përgjithshme me stafin e administratës komunale (së paku dy herë në vit) për të diskutuar çështje që ndërlidhen me dhe për objektivat dhe planet e qeverisë komunale si dhe për aspektet organizative të administratës komunale (aspektet e administratës, financave, logjistikës, zhvillimit të kapaciteteve profesionale, etj.)
- Organizimi i ngjarjes të funditvitit me të punësuarit në administratën komunale për t'i falënderuar (dhe shpërblyer performuesit më të mirë) për kontributin e dhënë.

Rritja e transparencës, llogaridhënies dhe ndëreveprimit me qytetarë (Objektivi 2)

- Pajisja e ZKP me pajisjet/mjetet e duhura realizimin e videove dhe me aplikacionet për montazh.
- Zbatimi efikas i Planit të Veprimit për Transparencë 2019-2023;
- Ndërhyrjet në infrastrukturën e websajtit komunës për organizimin dhe kategorizim më të mirë të informacioneve që shërbejnë për publikun (raportet e ekzekutivit, financat e komunës, raportet e auditiveve, prokurimit, etj.)
- Organizimi i konferencave për shtyp për çështjet dhe ngjarjet me rëndësi në Komunë
- Zbatimi i Procedurave Standarde për plasimin e informatave në websajtin e komunës (ky doracak do të hartohet nga MAPL deri në fund të vitit 2020)
- Publikimi i dokumenteve në websajt në përputhje me dispozitat ligjore
- Aplikimi i formave të reja/inovative të takimeve dhe konsultave publike në përputhje me Doracakun për Standardet Minimale për Organizimin e Konsultimeve Publike;
- Organizimi i dëgjimeve buxhetore në përputhje me tiparet dhe karakteristikat e audiencave;

- Monitorimi i rregullt i mediave përkitazi me ngjarjet me interes për komunën dhe përkitazi me mbulimin e veprimtarisë së komunës.
- Transmetimi i seancave të Kuvendit të Komunës nëpërmjet websajtit të Komunës dhe kanalit në YouTube
- Publikimi i Buletinit Mujor të komunës në formë elektronike.
- Takime të formateve bashkëkohore me organizatat e shoqërisë civile.
- Përdorim i shtuar i mediave të reja dhe platformave sociale në funksion të informimit, komunikimit dhe promovimit të aktiviteteve të komunës.
- Takimet e rregullta të KKS (Këshillit Komunal për Siguri në Bashkësi)
- Takime koordinuara me afaristët, investitorët dhe donatorët e mundshëm
- Kontakte të rregullta (edhe nëpërmjet pajisjeve dhe aplikacioneve për komunikim në distancë) me përfaqësuesit lokal në diasporë

Promovimi i komunës, aktiviteteve dhe aseteve komunale (Objektivi 3)

- Zhvillimi i njësive të standardizuara të identitetit vizual të Komunës (flamuri, dhuratat, mirënjohjet, njësiti me karakter promovues, raportet, dosjet, fletoret, lapsat, prezantimet Power Point, etj.)
- Formimi i Grupit Punues për Hartimin e Strategjisë Komunale për Marketing
- Diversifikim i materialeve dhe kanaleve të komunikimit, sidomos videove dhe transmetimeve livestream; Përqendrim i shtuar te produktet audio-vizuale në funksion të promovimit të aseteve zhvillimore të komunës (lokacionet e trashëgimisë kulturore dhe historike, destinacionet turistike, zonat ekonomike, etj.)
- Realizimi i videove promovuese për destinacionet atraktive për vizitorë – Rezervati Blinaja, Shpella e Mermertë në Gadime, Qyteza e Vjetër Janjeva, Parkun kulturo-historik në Kleçkë dhe Divjakë (2021 – 2022 përmes shërbimeve të kontraktuara)
- Hartimi i Strategjisë komunale për marketing në bashkëpunim me grupet profesionale dhe donatorët (vitet 2022-2023)¹

9. PLANIFIKIMI DHE VLERËSIMI

Zbatimi i kësaj strategjie do të mbështetet në planet vjetore të veprimit. *(Shih Shtojcën 1 për planin e veprimit për informim dhe marrëdhënie me publikun 2021)*. Vlerësimi i zbatimit të planit për komunikim dhe informim do të bëhet mbi baza vjetore nga Kabineti i Kryetarit. Në funksion të matjes së efikasitetit dhe impaktit të kësaj strategjie, përveç realizimit nivelit të realizimit të

¹ Hartimi i Strategjisë për Marketing do të konsiderohet edhe në formën e një bashkëpunimi ndërkomunal me komunat fqinje që kanë tipare dhe vizion të përafërt me Komunën e Lipjanit.

aktiviteteve, do të përdoren edhe indikatorët e paraqitur në vijim. Gjetjet mbi realizimin e planit do të shërbejnë si udhëzues për hartimin e planeve vjetore pasuese – 2022 dhe 2023.

Indikatori	Fillestarja 2020	Synimi 2021	Synimi 2022	Synimi 2023
<i>Vlerësimi i performancës së komunës në Indeksin e Transparencës dhe Llogaridhënies Komunale</i>	80.20%	82%	85%	90%
<i>% e qytetarëve të kënaqur dhe deri diku të kënaqur me shërbimet komunale në raportin e USAID: "Perceptimi i qytetarëve mbi korrupsionin dhe transparencën në Prokurimin publik"</i>	74%	76%	78%	80%
<i>% i qytetarëve që deklarohen se janë të të mirinformuar apo deri diku të informuar për punën e komunës në raportin e USAID: "Perceptimi i qytetarëve mbi korrupsionin dhe transparencën në Prokurimin publik"</i>	46%	49%	52%	55%
<i>% e qytetarëve të kënaqur dhe deri diku të kënaqur me cilësinë e projekteve publike në raportin e USAID: "Perceptimi i qytetarëve mbi korrupsionin dhe transparencën në Prokurimin publik"</i>	82.6%	83.0%	84%	85%
<i># totali vjetor i vizitave në websajtin e komunës</i>	124 K	150 K	170 K	200 K
<i># numri i ndjekësve të komunës në faqen Facebook</i>	13 K	15 K	21 K	25 K
<i>Shkalla e besueshmërisë së qytetarëve (shkallari nga 1-7) ndaj qeverisë komunale në raportin e USAID "Perceptimi i qytetarëve mbi korrupsionin dhe transparencën në Prokurimin publik"</i>	4.80	4.90	5.10	5.15

10. BUXHETI PROVIZOR PËR VITIN 2021

OBJEKTIVI	KOSTOJA (€)
(1) <i>Avancimi i praktikave të komunikimit të brendshëm në administratën komunale</i>	3,800.00
(2) <i>Rritja e transparencës, llogaridhënies dhe ndërveprimit me qytetarë</i>	6.100.00
(3) <i>Promovimi i komunës, aktiviteteve dhe aseteve komunale</i>	1,600.00
GJITHSEJTË	11,500.00

11. ROLET DHE PËRGJEGJËSITË

	ROLET DHE PËRGJEGJËSITË
Kryetari i Komunës	<i>Nxit, promovon dhe mbështetë kulturën e komunikimit të hapur dhe efikas brenda administratës komunale dhe kujdeset për një komunikim të shëndoshë me audiencat e jashtme. Siguron zbatimin efikas të kësaj Strategjie.</i>
Kryetari & Këshilltari për Media	<i>Mbikëqyrin zbatimin e Strategjisë për Informim dhe Marrëdhënie me Publikun Janë përgjegjës për vlerësimin periodik (vjetor) të zbatimit të kësaj strategjie.</i>
Drejtorët e drejtorive komunale	<i>Nxisin dhe mbikëqyrin zbatimin e kësaj strategjie brenda drejtorive të tyre dhe informojnë Kryetarin dhe Nënkryetarin e komunës për progresin në zbatimin e saj. Furnizojnë Sektorin për Marrëdhënie me Publikun (SMP) me informacione të cilat meritojnë publicitet dhe vëmendje të publikut. Koordinohen me SMP dhe me Kabinetin e Kryetarit për paraqitjet e tyre në media dhe publik. Informojnë personelin e drejtorive me të cilat udhëheqin me zhvillimet që ndërlidhen me administratën komunale dhe Kuvendin e Komunës dhe inkurajojnë shprehjen e lirë të tyre në planifikim dhe vendimmarrje.</i>
Sektori për Marrëdhënie me Publikun	<i>Është përgjegjëse për të mirëmbajtjen e faqes zyrtare të komunës në internet dhe llogarive në platformat sociale. Është përgjegjëse për informimin e saktë dhe të kohshëm përmes kanaleve të komunikimit në dispozicion të komunës. Kontribuon në pasurimin e formave të komunikimit dhe mbanë të informuar Kryetarin e Komunës për mbarëvajtjen e komunikimit të jashtëm. Në bashkëpunim me kabinetin e kryetarit sigurohet për zbatimin e plotë të Planit të Transparencës. Sigurohet që të punësuarit e administratës dhe audiencat tjera të kenë informacionet e nevojshme mbi ngjarjet që ndërlidhen me ekzekutivin e komunës.</i>
Të punësuarit në administratën komunale	<i>Kontribuojnë në format që zgjedhin ata për të përmirësuar praktikat e komunikimit në administratën komunale. Bashkëpunojnë në mënyrë konstruktive me eprorët e tyre në funksion të përmirësimit të komunikimit</i>

12. SHTOJCAT

Shtojca 1. Plani i Veprimit për Informim dhe Marrëdhënie me Publikun 2021

OBJEKTIVI 1: AVANCIMI I PRAKTIKAVE TË KOMUNIKIMIT TË BRENDSHËM NË ADMINISTRATËN KOMUNALE (AKTIVITETE TË VEÇANTA)			
AKTIVITETI	PËRGJEGJËSIA	KOHA	KOSTOJA (€)
<i>Hartimi i Udhëzuesit për komunikim me email zyrtar me audiencat e brendshme dhe të jashtme</i>	Shefi i kabinetit të kryetarit SMP	Java 3 e janarit	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Azhurnimi i Programit për Trajnime dhe ngritje profesionale</i>	Shefi i kabinetit të kryetarit Njësia e Personelit	Java 4 e janarit	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Anketimi i personelit mbi efikasitetin e komunikimit</i>	Shefi i kabinetit të kryetarit SMP Zyrtari i logjistikës	Java 2 e shkurtit	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Anketimi i personelit mbi kënaqshmërinë me kushtet në vendin e punës</i>	Shefi i kabinetit të kryetarit SMP Zyrtari i logjistikës	Java 2 e shkurtit	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Takimi i Përgjithshëm (1) me stafin e administratës</i>	Kryetari i komunës Shefi i kabinetit të kryetarit Njësia e personelit	Java1 e marsit	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Përpilimi i listës së nevojave të personelit për pajisje në vendin e punës</i>	Shefi i kabinetit të kryetarit Drejtorët e drejtorive Zyra IT	Java 2 e marsit	<i>Pa kosto</i>
<i>Zëvendësimi i pajisjeve/mjeteve teknologjike të vjetruara apo të dala jashtë funksionit.</i>	Zyra IT Drejtoria e Financave Njësia e Personelit	Java 2 e majit	2,000.00 €
<i>Takimi i Përgjithshëm (2) me stafin e administratës</i>	Kryetari i komunës Shefi i kabinetit të kryetarit Njësia e personelit	Java 2 e tetorit	<i>Pa kosto shtesë</i>

<i>Konferenca Vjetore (gjithëditore) me pjesëmarrjen e zyrtarëve me përgjegjësi menaxhuese në komunë</i>	Kryetari i komunës Shefi i kabinetit të kryetarit Drejtorët e drejtorive	Java 4 e nëntorit	300.00 €
<i>Vlerësimi i zbatimit të planit vjetor të komunikimit</i>	Kryetari i komunës Nënkryetari i komunës Shefi i kabinetit të kryetarit Drejtorët e drejtorive	Java 2 e dhjetorit	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Festa e fundvitit me personelin e administratës dhe mysafirëve të ftuar – shpërblimet për performuesit më të dalluar</i>	Kryetari i komunës Nënkryetari i komunës Shefi i kabinetit të kryetarit Drejtorët e drejtorive	Java 3 e dhjetorit	1500.00 €

AKTIVITETE TË PËRSËRITURA :

AKTIVITETI

PËRGJEGJËSIA

FREKUENCA

Mbledhje te rregullta të udhëheqësve të sektorëve me personelin që kanë në mbikëqyrje.

Drejtorët e drejtorive

Në baza javore

Mbledhje e rregullta javore të Kryetarit me drejtorët e drejtorive.

Kryetari i Komunës
Shefi i Kabinetit

Në baza javore

Mbledhjet e rregullta mujore të Kryetarit apo Nënkryetarit me drejtuesit e ndërmarrjeve dhe institucioneve publike

Kryetari i Komunës
Nënkryetari i Komunës
Drejtorët relevantë

Në baza mujore

Raportet e konsoliduara periodike të administratës komunale

Kryetari komunës
Shefi i kabinetit të kryetarit

Në baza mujore

Përdorim i shtuar i intranetit qeveritar dhe aplikacioneve qeveritare për komunikim në distancë dhe punët ekipore (Skype for Business, Microsoft Teams)

Drejtorët e drejtorive
Shefat e sektorëve
Zyra IT

Në vazhdimësi sipas rrethanave

Takime të përgjithshme me personelin e administratës komunale

Kryetari i komunës
Shefi i kabinetit të kryetarit
Nënkryetari i komunës
Njësia e personelit

Dy herë në vit

Informim i rregullt dhe i strukturuar i të punësuarve mbi ngjarjet dhe zhvillimet që ndërlidhen me administratën komunale dhe Kuvendin e Komunës.

Kryetari komunës
Nënkryetari i komunës
Shefi i kabinetit të kryetarit
Zyra për Komunikim me Publikun

Sa herë që ka zhvillime që ia vlejné të ndahen me të punësuarit (arritje, ngjarje, këshillime, etj.)

Takimet bashkërenduese të kryetarit me kryesuesin e kuvendit dhe KPF-në

Shefi i kabinetit të kryetarit
Njësia e Kuvendit të Komunës

Para secilës seancë dhe sipas nevojës

Kostoja provizore:

3,800.00 EURO

OBJEKTIVI 2: RRRITJA E TRANSPARENCËS, LLOGARIDHËNIES DHE NDËRVEPRIMIT ME QYTETARË (AKTIVITETE TË VEÇANTA)

AKTIVITETI	PËRGJEGJËSIA	KOHA	KOSTOJA
<i>Vlerësimi i zbatimit të Planit të Transparencës në vitin 2020</i>	SMP Kabineti i Kryetarit	janar 2021	<i>Pa kosto shtesë</i>
<i>Prezantim i Procedurave i Procedurave Standarde për plasimin e informatave në websajtin e komunës (ky doracak do të hartohet nga MAPL deri në fund të vitit 2020)</i>	SMP Zyra IT	mars 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
<i>Hartimi Planit për dëgjimet, konsultimet dhe debatet publike në lidhje me procesin e buxhetit komunal.²</i>	SMP Kabineti i Kryetarit Kuvendi Drejtoria komunale	prill 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
<i>Konferenca e Kryetarit të komunës për paraqitjen e Raportit Vjetor 2020</i>	Kryetari i Komunës Drejtoria e drejtorive komunale	prill 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
<i>Takim koordinues i formatit Brunch me organizatat e shoqërisë civile – Tema: bashkëpunimi reciprok në transparencën e komunës dhe pjesëmarrja e qytetarëve në vendimmarrje</i>	Kryetari i Komunës SMP Kryetari i Kuvendit të Komunës	mars 2021	600.00
<i>Pajisja e ZKP me pajisjet/mjetet e duhura realizimin e videove dhe me aplikacionet për montazh.</i>	Zyra IT SMP	maj 2021	1,000.00 €

² Dëgjime publike, Takim me Këshillat e Fshatrave, Debat me shoqatën e bizneseve, Tryezë e rrumbullakët me grupet dhe shoqatat profesionale, Diskutim i formatit Sallon me organizatat rinore, Diskutim panel me personat me aftësi të kufizuara, dëgjese publike me përfaqësueset e grave, etj.

Nënshkrimi i Marrëveshjes së Mirëkuptimit me OJQ-të vendore për organizimin e ngjarjeve publike të Komunës	Kryetari i Komunës Kryetari i Kuvendit të Komunës SMP	maj 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
Sondazh në webfaqe dhe Facebook mbi preferencat e tyre qytetarëve për projekte madhore publike.	SMP Kryetari i Komunës Kryetari i Kuvendit të Komunës	qershor-korrik 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
“Dita e Dyerve të Hapura” të Kryetarit të Komunës	Kryetari i Komunës Kabineti i Kryetarit SMP	korrik 2021	500.00 (ujë dhe pije freskuese)
Organizimi i formave të reja/inovative të takimeve dhe konsultave publike në përputhje me Doracakun për Standardet Minimale për Organizimin e Konsultimeve Publike;	SMP Kryetari i Komunës Kryetari i Kuvendit të Komunës	korrik-shtator 2021	3000.00
Lansimi i faqes së integruar në internet për Qendrën Kryesore të Mjekësisë Familjare³			
Formimi i grupit profesional⁴ për analizën e performancës së komunës sipas raporteve të MAPL dhe organizatave vendore e ndërkombëtare	Nënkryetari i Komunës Shefi i Kabinetit të Kryetarit Drejtoria komunale	tetor 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
Përpilimi i listës së veprimeve për mënjanimin e mangësive të evidentuara nga raportet e performancës	Grupi profesional	nëntor 2021	<i>pa kosto shtesë</i>
Pritje e fundvitit për përfaqësuesit e organizatave dhe donatorëve që mbështesin komunën	Kryetari i Komunës Drejtoret e drejtorive komunale	dhjetor 2021	1,000.00

³ Në kuadër të webfaqes së sistemit të QKMF do të pasqyrohen edhe aktivitete dhe njoftimet e njësive të tjera (QMF dhe AMF), të cilat ofrojnë shërbime të kujdesit parësor shëndetësor.

⁴ Në përbërje të zyrtarëve të lartë të drejtorive përkatëse

AKTIVITETE TË PËRSËRITURA :

AKTIVITETI	PËRGJEGJËSIA	FREKUENCA
<i>Organizimi i konferencave për shtyp për çështjet dhe ngjarjet me rëndësi në Komunë</i>	Kabineti i Kryetarit SMP	<i>Sipas rastit</i>
<i>Komunikata për shtyp</i>	Kabineti i Kryetarit SMP	<i>Gjatë gjithë kohës</i>
<i>Intervista dhe prononcime</i>	Kryetari i Komunës Drejtorët e drejtorive SMP Personat e autorizuar	<i>Gjatë gjithë kohës dhe sipas autorizimeve</i>
<i>Mirëmbajtja e webfaqes komunale dhe llogarive në platformat sociale</i>	SMP Zyrtarët për TI Drejtoritë	<i>Gjatë gjithë kohës</i>
<i>Reklama/Shpallje</i>	Kabineti i Kryetarit Njësia e Personelit Drejtorët e drejtorive SMP	<i>Sipas rastit dhe nevojës</i>
<i>Takime të Kryetarit të komunës me komunitetin</i>	Kryetari i Komunës Këshilltari për media SMP	<i>Një herë në muaj</i>
<i>Publikimi i dokumenteve në websajt në përputhje me dispozitat ligjore</i>	SMP	<i>Ne vazhdimësi</i>
<i>Përdorim i shtuar i mediave të reja dhe platformave sociale në funksion të informimit, komunikimit dhe promovimit të aktiviteteve të komunës.</i>	SMP	<i>Në vazhdimësi</i>
<i>Monitorimi i rregullt i mediave</i>	SMP	<i>Në vazhdimësi</i>
<i>Kontakte të rregullta me përfaqësuesit lokal në diasporë</i>	Kryetari i Komunës Nënkryetari i Komunës	<i>Në vazhdimësi</i>

***Transmetimi i seancave të
Kuvendit të Komunës nëpërmjet
websajtit dhe kanalit në
YouTube***

Zyra IT

SMP
Zyra IT

Në vazhdimësi

**Kostoja preliminare:
6,100.00 EURO**

**OBJEKTIVI 3: PROMOVIMI I KOMUNËS, AKTIVITETEVE DHE ASETVE KOMUNALE
(AKTIVITETE TË VEÇANTA)**

AKTIVITETI	PËRGJEGJËSIA	KOHA	KOSTOJA (€)
<i>Zhvillimi i njësive të standardizuara të identitetet vizual të Komunës</i>	Kryetari i Komunës Kabineti i Kryetarit SMP	prill 2021	600.00
<i>Realizimi i videove promovuese për destinacionet atraktive për vizitorë – Rezervati Blinaja, Shpella e Mermertë në Gadime, Qyteza e Vjetër Janjeva, Parkun kulturo-historik në Kleçkë dhe Divjakë (2021 – 2022 përmes shërbimeve të kontraktuara)</i>	Kryetari Komunës Kabineti i Kryetarit	maj 2021	1,000.00
<i>Formimi i Grupit Punues për Hartimin e Strategjisë Komunale për Marketing⁵</i>	Kryetari i Komunës Kabineti i Kryetarit SMP	tetor 2021	<i>Pa kosto shtesë</i>

Kostoja preliminare:

1,600.00 EURO

**APROVOI
IMRI AHMETI**

⁵ Hartimi i Strategjisë për Marketing parashihet për vitin 2022 dhe 2023 dhe do të konsiderohet edhe në formën e një bashkëpunimi ndër-komunal me komunat fqinje që kanë tipare dhe vizion të përafërt me Komunën e Lipjanit.

