

**Стратегија комуникације Пореске управе  
Републике Српске за период 2020-2022.  
године**

## Садржај:

Увод.....	2
1. Стратешки оквир.....	3
2. Циљеви комуникације.....	5
3. Циљне групе.....	7
3.1. Циљне групе у екстерној комуникацији .....	7
3.2. Циљне групе у интерној комуникацији .....	8
4. Кључне поруке .....	9
5. Канали и алати комуникације .....	11
6. Оквирни буџет.....	16



## Увод

Основни задатак Пореске управе Републике Српске, као републичке управе у саставу Министарства финансија РС, јесте да непристрасно и ефикасно врши наплату и контролу плаћања јавних прихода, уз досљедну примјену законских прописа и узајамно повјерење између ПУРС и пореских обвезника и тиме служи Републици и њеним грађанима.

Да би остварила овај задатак, Пореска управа РС тежи да унаприједи систем пружања услуга пореским обвезницима и прилагоди их њиховим потребама. То, између осталог, захтијева побољшање комуницирања са пореским обвезницима као нашом примарном циљном групом, али и другим циљним групама, а све како бисмо јачањем наших комуникацијских капацитета омогућили брз и лак приступ информацијама којима располажемо. На тај начин ћемо сигурно задобити подршку цјелокупне јавности која ће тако лакше разумјети улогу, одговорност и задатак који Пореска управа РС има у друштву.

Управо доношењем Стратегије комуникације Пореске управе Републике Српске покушали смо да јасно дефинишемо наш стратешки правац када је у питању комуницирање и направимо детаљан план активности за наредни период чијом реализацијом ћемо довести до остваривања нашег кључног стратешког комуникацијског приоритета, а то је услужна оријентација ПУРС према циљној јавности и повећање степена ефикасности рада запослених у ПУРС.

Овом стратегијом обухватили смо и интерну и екстерну комуникацију. Екстерна комуникација обухвата комуникацију са пореским обвезницима и заинтересованим старанама (engl. stakeholders). Интерна комуникација обухвата комуникацију између запослених у ПУРС на свим нивоима.

Желимо да на крају стратешког периода будемо препознати као модерна пореска администрација, високо професионална и ефикасна, у којој централно мјесто заузима порески обвезник и у коју ће сви грађани Републике Српске имати максимално повјерење.

Стратегија комуникације проистекла је из опште Стратегије Пореске управе РС, тј. средњорочног плана ПУРС за период 2019-2021. године. У изради ове Стратегије у великој мјери су нам помогла и искуства која смо стекли у раду са експертима Шведске пореске агенције у оквиру пројекта који Шведска пореска агенција спроводи у сарадњи са свим пореским управама у БиХ.

*Бања Лука, 30.12.2019. године*



## 1. Стратешки оквир

Као што смо већ у уводу напоменули, полазна тачка за израду Стратегије комуникације ПУРС представља општа Стратегија Пореске управе РС за период 2019-2021. године као и одређење Пореске управе да се приближи пореским обвезницима и другим јавностима. Наиме, у функцији остварења оперативног циља „Унапређење комуникације са пореским обвезницима“ као једна од кључних активности наведена је израда Стратегије комуникације као полазне основе за унапређење комуницирања са свим циљним групама.

Дакле, Пореска управа је у свом развоју и унапређењу пословних процеса препознала значај који добра комуникација са пореским обвезницима има на добровољно извршавање пореских обавеза. Циљ нам је да пореским обвезницима обезбједимо брз и лак приступ свим информацијама које се тичу њихових права и обавеза када је у питању пријављивање и плаћање пореза. Сматрамо да ћемо управо побољшањем комуникације омогућити брз и лак приступ информацијама и на тај начин допријети до свих циљних група.

У циљу реалнијег стратешког планирања и чињенице да Пореска управа РС послује у веома промјенивом и сложеном окружењу, урадили смо ПЕСТ и SWOT анализу, тј. идентификовали смо политичке, економске, друштвене и технолошке факторе који у наредном периоду могу утицати на рад Пореске управе и сагледали смо и анализирали постојеће властите капацитете и идентификовали пријетње и прилике из вањског окружења који могу значајно утицати на реализацију зацртаних циљева.

PEST анализа			
Политички фактори	Економски фактори	Друштвени фактори	Технолошки фактори
1. Европске интеграције 2. Комплексан политички систем у БиХ 3. Подршка Владе РС 4. Могућност утицаја на законску регулативу	1. Ефекти глобалних привредних кретања на домаћу привреду 2. Висок степен сиве економије	1. Поимање јавности о порезима уопште 2. Утицај медија на формирање јавног мњења	1. Развој ИТ технологија 2. Недовољна информатичка писменост

На основу урађених ПЕСТ и SWOT анализе, закључили смо да, поред бројних ограничавајућих фактора, постоје и бројне могућности које требамо на прави начин искористити. Дакле, комбинацијом унутрашњих предности и вањских прилика, уз истовремено избјегавање пријетњи из окружења или претварање пријетњи у могућности, можемо повећати шансу за успјешну реализацију дефинисаних стратешких циљева.

Управо су нам ове анализе представљале основ за дефинисање општих и специфичних циљева вањске и унутрашње комуникације на начин да буду реални, оствариви и мјерљиви, као и активности које треба да предузмемо како бисмо те циљеве и остварили.



<b>SWOT анализа</b>		
<b>Унутрашњи фактори</b>	<b>Снаге (Strengths)</b>	<b>Слабости (Weakness)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Усвојена нова Стратегија ПУРС за период 2019-2021. године</li> <li>Стабилан и квалитетан Интегрисани информациони систем</li> <li>Високообразовани, едуковани и стручни радници</li> <li>Дефинисане интерне процедуре и методолошка упутства</li> <li>Интерни капацитети за развој електронских услуга</li> <li>Добра сарадња са ресорним министарством</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Скромна и ограничена финансијска средства</li> <li>Недовољна техничка опремљеност и недостатак адекватног простора за рад</li> <li>Неуједначено поступање организационих јединица по истим питањима</li> <li>Слаба мотивација и отпор одређеног броја запослених према промјенама и раду</li> <li>Недовољна координација активности између организационих јединица</li> <li>Компликоване процедуре у обављању одређених послова</li> </ol>
<b>Вањски фактори</b>	<b>Прилике (Opportunities)</b>	<b>Пријетње (Threats)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Добра сарадња са другим институцијама</li> <li>Трансфер знања и позитивних искустава из других пореских администрација у окружењу и земаља ЕУ</li> <li>Развој интернета пружа могућност за развој електронских услуга</li> <li>Едукације запослених које се финансирају из вањских фондова</li> <li>Могућност учешћа у пројектима финансираним посредством финансијских инструмената ЕУ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Мали број пореских обвезника користи електронске услуге</li> <li>Повјерење јавности у рад ПУРС</li> <li>Комплексност и честе измјене законских прописа које захтијевају стално прилагођавање промјенама</li> <li>Недовољан степен размјене података између ПУРС и других институција</li> <li>Низак порески морал пореских обвезника</li> <li>Систем фиксних плата у државној управи без обзира на резултате рада</li> </ol>

Поред PEST и SWOT анализа, приликом израде ове Стратегије руководили смо се и резултатима анкете о испитивању јавног мњења о Пореској управи РС, а која је спроведена у склопу пројекта који Шведска пореска агенција спроводи у сарадњи са свим пореским администрацијама у БИХ. Резултати анкете навели су нас на закључак да Пореска управа има простора за унапређење, било да се ради о каналима комуникације са пореским обвезницима или изградњи још јачег повјерења пореских обвезника у рад Пореске управе.

Сматрамо да максималним залагањем запослених, с једне стране, те подршком менаџмента с друге стране, можемо постићи резултате којима би били задовољни и порески обвезници и ми.



## 2. Циљеви комуникације

Примарни циљ комуникације јесте да задобијемо подршку јавности и побољшамо углед Пореске управе као институције, те да утичемо на ставове и навике пореских обвезника када је у питању извршавање њихових обавеза, али и исто тако да унаприједимо односе међу запосленима у ПУРС.

С обзиром да смо се одлучили да Стратегијом комуникације постигнемо, како виши ниво информисаности пореских обвезника и других циљних група у вањској комуникацији, тако виши ниво информисаности и едукацију пореских службеника, циљеве комуникације подијелили смо на вањске и унутрашње.

Општи циљ екстерне комуникације: **Подизање нивоа информисаности пореских обвезника као и осталих циљних јавности ради повећања свијести о важности добровољног измиривања пореских обавеза.**

Специфични циљеви екстерне комуникације:

### 1. Отворена комуникација и проактиван однос са свим циљним групама у екстерној комуникацији

У наредном периоду желимо да побољшамо постојеће и успоставимо нове комуникационе канале пратећи убрзани развој информационих технологија. Дакле, циљ нам је да пореским обвезницима обезбиједимо брз и лак приступ свим информацијама које се тичу њихових права и обавеза када је у питању пријављивање и плаћање пореза. Својим проактивним приступом према пореским обвезницима, али и свим осталим циљним групама, ПУРС посебну пажњу посвећује осмишљавању и реализацији многобројних едукативних догађаја и активности и у том правцу намјерава да иде и у овом стратешком периоду.

### 2. Развој и промоција услуга које ПУРС пружа пореским обвезницима с акцентом на е-услуге

У посљедњих неколико година Пореска управа учинила је много на пољу пружања електронских услуга пореским обвезницима. Развијене су бројне електронске услуге за пореске обвезнике, али смо свјесни смо да је пред нама још много посла када је у питању развој електронских сервиса ПУРС као и подстицање пореских обвезника да их активно користе. Такође, желимо да унаприједимо и побољшамо већ постојеће услуге које пружамо.

### 3. Побољшање имиџа ПУРС у јавности и јачање пореског морала

Циљ нам је повећати степен повјерења јавности у Пореску управу, да би ПУРС била препознатљива и поштована од пореских обвезника, других институција као и јавности уопште. Једини начин да одржимо и ојачамо повјерење јавности јесте да у сваком контакту с јавношћу покажемо вољу и спремност да радимо савјесно, досљедно и непристрасно.

Општи циљ интерне комуникације: **Повећање ефикасности рада, степена задовољства и мотивације запослених.**



Циљеви интерне комуникације:

**1. Унапређење система интерне комуникације кроз бољу координисаност између свих организационих дијелова ПУРС и побољшање организационе културе**

Циљ нам је успостављање боље координисаности између свих организационих јединица у ПУРС, као и побољшање културе комуникације која ће његовати и подстицати размјену знања, информација и искустава унутар ПУРС што ће у коначници довести до већег степена задовољства запослених, веће мотивисаности, као и веће ефикасности у раду. Посебан акценат ће бити на повећању обучености и комуникационих вјештина запослених.



### 3. Циљне групе

Да бисмо успјешно остварили циљеве екстерне и интерне комуникације дефинисали смо циљне групе којима желимо, путем одговарајућих канала и алата комуникације, пренијети одговарајуће кључне поруке које су прилагођене свакој циљној групи појединачно.

#### 3.1. Циљне групе у екстерној комуникацији

Циљне групе у екстерној комуникацији су:

- 1. Порески обвезници.** Порески обвезници (послодавци, самостални предузетници, пољопривредници, власници непокретности, запослени и сл.) представљају примарну и најбројнију циљну групу у екстерној комуникацији. Правовремено информисање о правима и обавезама пореских обвезника, а које се тичу пореског законодавства, као и упознавање са свим новинама у пореским прописима, представља најважнији циљ комуникације са овом циљном групом.
- 2. Грађани.** Грађани (потенцијални порески обвезници, средњошколци, студенти и сл.) нису ништа мање важна циљна група. Најважнији циљ нам је да подигнемо свијест грађана о важности плаћања пореза на виши ниво, тј. да грађани, од најмлађих до најстаријих, почну размишљати о добробити које проистичу из плаћања пореза, како за појединца, тако и за друштво у цјелини.
- 3. Органи власти.** Да би Пореска управа РС успјешно реализовала своје циљеве потребно је да искомунцира и са доносиоцима и са проводиоцима одлука, а тичу се пореске политике. За ПУРС је најбитнија континуирана двосмјерна комуникација са Министарством финансија, као ресорним министарством ради обезбјеђивања даље подршке у процесу модернизације ПУРС и јачању њених административних капацитета.
- 4. Медији.** Проактивно комуницирање са медијима је веома важно за ПУРС јер медији представљају главне креаторе јавног мњења, а истовремено су и канал комуницирања који треба да пренесе кључне поруке свим другим циљним групама са којима ПУРС комуницира.
- 5. Међународне институције.** Пореска управа РС је чврсто определијелена за сарадњу са међународним организацијама и институцијама, али и другим пореским управама у циљу размјене информација, искустава и добре праксе. Комуникација са међународним институцијама посебно добија на важности у ситуацији када је БиХ ступањем на снагу Споразума о стабилизацији и придруживању преузела бројне обавезе у погледу усклађивања са међународном легислативом, стандардима и праксом.
- 6. Удружења, коморе и синдикати.** ПУРС сарађује са многобројним струковним удружењима, Привредном комором, синдикатима и другим асоцијацијама у циљу размјене информација и знања. Они дају значајан допринос приликом иницирања измјена пореских прописа и са којима ПУРС успјешно организује обуке и друге видове едукација за њихове чланове. Такође, могу да представљају и канале комуникације путем којих ПУРС остварује везу са пореским обвезницима.





### **3.2. Циљне групе у интерној комуникацији**

Циљну групу у интерној комуникацији представљају сви запослени у Пореској управи РС. Интерна комуникација је веома важан аспект у функционисању сваке организације јер квалитетан систем комуникације унутар организације доприноси повећању ефикасности и ефективности у раду, повећању степена задовољства запослених и већој мотивисаности за рад.



## 4. Кључне поруке

Генерална кључна порука комуникације је усмјерена на подизање нивоа информисаности пореских обвезника и целокупне јавности кроз проактиван приступ и партнерски однос, као и успостављање ефикаснијег система интерне комуникације који доприноси бољој информисаности запослених и тиме већој ефикасности у раду. Желимо да на крају стратешког периода Пореска управа РС буде препозната као модерна пореска администрација, високо професионална и ефикасна, у којој централно мјесто заузима порески обвезник и у коју сви грађани Републике Српске имају максимално повјерење.

### Циљна група: Порески обвезници

- ✓ Пореска управа континуирано ради на развоју нових и побољшању постојећих услуга како би била на услузи пореским обвезницима,
- ✓ Пореска управа гледа на пореске обвезнике као на partnере са којима жели да развије проактиван однос и да им буде на услузи
- ✓ Сви порески обвезници имају једнак третман од стране службеника ПУРС, уз узајамно поштовање и уважавање,
- ✓ Плаћање пореза није само законска него и морална обавеза,
- ✓ Плаћање пореза је важно, јер од прикупљених пореских прихода се финансирају јавна добра и услуге које сви користимо (здравство, образовање, пензије, инфраструктура итд.).

### Циљна група: Грађани

- ✓ Пореска управа досљедно, непристрасно и ефикасно прикупља јавне приходе и тако служи Републици Српској и њеним грађанима,
- ✓ Порез, улагање у будућност,
- ✓ Пореска управа жели да постане модерна пореска администрација у коју ће сви грађани Републике Српске имати максимално повјерење.

### Циљна група: Органи власти

- ✓ Пореска управа, уз подршку Владе РС и ресорног министарства, ради одговорно, савјесно и досљедно у интересу Српске,
- ✓ Улажемо максималне напоре да повећамо трошковну ефикасност ПУРС у смислу прикупљања што већег износа јавних прихода уз што мање трошење додијелих буџетских средстава.

### Циљна група: Медији

- ✓ Транспарентна и проактивна ПУРС вама на услузи у смислу благовременог и истиног достављања тражених информација и отварања двосмјерне комуникације,
- ✓ Добра комуникација и познавање пореских прописа у великој мјери може утицати на повећање степена добровољног измиривања пореских обавеза,



- ✓ Пореска управа, заједно са вама, може утицати на промјену свијести јавности о важности плаћања пореза и користима које из тога простичу.

#### **Циљна група: Међународне институције**

- ✓ ПУРС је определијелена за трансфер знања и примјену добре праксе с активним учешћем у међународним пројектима.

#### **Циљна група: Удружења, коморе и синдикати**

- ✓ Успјешна сарадња, како кроз иницирање измјена пореских прописа, тако и кроз организовање обука и других видова едукација, даје значајан допринос побољшању наше основне функције и омогућава пореским обвезницима да једноставније и брже испуне своје пореске обавезе.

#### **Циљна група: Запослени у ПУРС**

- ✓ У ПУРС се његује посвећеност послу, размјена знања и мишљења, професионалност у раду и добри међуљудски односи,
- ✓ Пореска управа континуирано ради на развоју комуникационих вјештина запослених,
- ✓ Сви запослени у ПУРС поштују темељне вриједности, а то су: објективност и непристрасност, узајамно повјерење, интегритет и поштење, транспарентност и добра комуникација са пореским обвезницима.
- ✓ Запослени у ПУРС је дужан и жели да пореском обвезнику пружи све потребне податке и информације о његовим правима и обавезама.



## 5. Канали и алати комуникације

Након што смо поставили интерне и екстерне циљеве, одредили које су то кључне информације и поруке које циљна јавност треба да зна, потребно је приступити избору канала и алата комуницирања. Избор канала и алата комуникације ће осигурати да поруке несметано стигну до циљних група, како бих оне разумјеле поруку и на основе ње креирале одређено мишљење.

Циљна група	Карактеристике	Сврха и приступ комуникације	Канал комуникације
Порески обвезници	Правна лица укључујући и велике пореске обвезнике, високог нивоа знања у смислу познавања пореских прописа и коришћења електронских услуга, старосна доб 40-55 година	Сврха комуникације јесте дистрибуција информација, транспарентност и пружање активне подршке у извршавању обавеза.	Радио, портали, e-mail, телефон, службена пошта
	Предузетници, средњи ниво знања у смислу познавања пореских прописа, нижи степен коришћења електронских услуга у односу на правна лица, старосне доби 35-55 година	Сврха комуникације јесте подизање нивоа информисаности у смислу едукације, те пружање активне подршке у извршавању обавеза.	Друштвене мреже, телевизија, радио, портали, штампани медији, директан контакт
	Невладине организације, нижи ниво знања у смислу познавања пореских прописа, старосне доби од 18-80 година, служе и као канал комуникације	Сврха комуникације јесте подизање нивоа транспарентности у смислу ширења информација према другим циљним групама.	Друштвене мреже, радио, портали (18-55 година), традиционални канали комуникације: телевизија, штампани медији, радио (55-80 година)
	Порески обвезници – грађани, посједују основно знање о правима и обавезама у извршавању пореских обавеза, нижи ниво повјерења, старосна доб 18-65 година	Сврха комуникације јесте едукација и информисање о њиховим правима и обавезама, као и подизање степена повјерења у рад ПУРС.	Друштвене мреже, кампање, портали (18-55 година), традиционални канали комуникације: телевизија, штампани медији, радио (55-65 година)



<b>Грађани</b>	Сврха комуникације је подизање свијести о значају плаћања пореза и користима који из тога проистичу, како за појединца, тако и за друштво у цјелини.	Друштвене мреже, кампање, брошуре, школски приручници, плакати, видео-спотови
<b>Органи власти</b>	Сврха комуникације је да се обезбиди подршка процесу модернизације ПУРС и јачању њених административних капацитета од стране Владе РС и ресорног министарства.	Директан контакт (састанци, телефон), e-mail
<b>Медији</b>	Сврха комуникације је едуковати медије, побољшати сарадњу са њима, те искористити их као канал комуникације који треба да допринесе побољшању имиџа ПУРС у јавности и бољој информисаности и транспарентности.	Саопштења, прес конференције, e-mail, саопштења, изјаве, кампање за јавно информисање, остали догађаји
<b>Међународне институције</b>	Сврха комуникације је размјена искустава, информација и усвајање добре праксе, као и могућности добијања финансијске подршке кроз развојне пројекте.	Директан контакт, e-mail
<b>Удружења, коморе и синдикати</b>	Сврха комуникације је размјена информација и знања, заједничка иницијатива за измјене законских прописа, а истовремено ова циљна група представља канал комуникације путем којег ПУРС остварује везу са пореским обвезницима.	Директан контакт, e-mail, остали догађаји (семинари и сл.)



<p><b>Запослени у ПУРС</b></p>	<p>Сврха комуникације је боља информисаност запослених како би запослени знали шта се од њих очекује и лакше се прилагођавали промјенама, а све у циљу повећање мотивисаности, а што ће у коначници довести до повећања ефикасности и ефективности у раду.</p>	<p>Директан контакт (састанци, телефон), e-mail, интерна web страница, догађаји (семинари, обуке и сл.), анкета, огласна табла</p>
--------------------------------	--	--



## АЛАТИ И КАНАЛИ ЗА ПРОВОЂЕЊЕ СТРАТЕГИЈЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

### **A: OFFLINE**

#### Односи са медијима – редовне активности

- **Саопштења за медије.** Саопштења за медије ћемо користити онда када постоји потреба да брзо, кратко и јасно пренесемо поруку циљним групама. Битно је да саопштење буде садржајно, читљиво и разумљиво и да га те карактеристике издвајају од осталих новинарских вијести. Путем саопштења планирамо пласирати информације о наплаћеним јавним приходима у надлежности ПУРС, о роковима за подношење пореских пријава, о роковима за уплату пореза на непокретност, електронским услугама ПУРС и др.
- **Прес конференције.** Пореска управа у оквиру ове Стратегије планира квартално одржавање прес конференција за новинаре на којима би се, између осталог, презентовали најважнији резултати рада ПУРС. Такође, прес конференције ћемо по потреби организовати и на друге теме које буде актуелне у датом тренутку. Сматрамо да добро припремљена прес конференција у смислу теме, времена и услова одржавања и на којима новинари могу постављати питања у току и након прес конференције, може бити и те како добар комуникацијски алат за директан контакт с медијима који ће касније поруку на адекватан начин пренијети и осталим циљним група које смо идентификовали овом Стратегијом.
- **Одржавање редовне комуникације са медијима.** Овај аспект комуникације с медијима подразумијева, прије свега, правовремено одговарање на упите медија као свакодневну активност како бисмо оправдали статус транспарентне јавне институције, као и давање изјава по потреби на различите теме. Наравно, давање изјава треба бити испраћено претходном адекватном припремом, а све у складу са кључним порукама и циљевима ове Стратегије.

#### Односи са медијима – проактиван рад

- **Проактивна сарадња са медијима.** Проактиван однос с медијима подразумијева транспарентније комуницирање Пореске управе са представницима медија, као и већу спремност ПУРС да редовно и на своју иницијативу обавјештава медије о најважнијим резултатима рада Пореске управе, текућим активностима, плановима за будући период и сл. То бисмо, прије свега, радили достављањем информација медијима чије објављивање ће додатно ојачати имиџ ПУРС, организовањем семинара, тј. обуке за представнике медија о пореском систему, те организовањем радног доручка са представницима медија на којем бисмо презентовали резултате рада ПУРС и планове за будући период.

### **B: ONLINE**

- **Веб страница Пореске управе РС.** С обзиром да Веб страница, према нашем мишљењу, представља најважнију контактну тачку за комуникацију са пореским обвезницима, а имајући у виду да већ дуги низ година иста представља извор информација, у циљу модернизације овог важног комуникационог канала потребно је радити на побољшању и реконструкцији исте, како би могла да одговори на све веће изазове које носи модерно пословање. Дакле, циљ нам је да Веб страница буде конципирана на начин да омогућава једноставност у коришћењу као и максималну прегледност, те да садржај странице буде



организован према различитим циљним групама. Функционална Web страница ће сигурно допринијети побољшању угледа ПУРС као транспарентног пореског органа.

- **Друштвени медији (Youtube, Facebook, Twitter).** ПУРС већ има отворен Youtube канал који ћемо током кампања користити за оглашавање као и за објављивање других садржаја. Остали канали (Facebook, Twitter) ће бити отворени и коришћени у складу са капацитетима ПУРС када су у питању људски и финансијски ресурси.
- **Интерна страница Пореске управе РС.** Унапређење интерне странице ПУРС, прије свега, подразумејева редовно објављивање новости из ПУРС, разних обавјештења, успостављање форума за различите теме, обављање анонимне анкете о задовољству запослених у ПУРС и др. што ће довести до бржег протока информација, ефикаснијем обављању послова и бољој сарадњи између запослених.

### **С: ЈАВНО ИНФОРМИСАЊЕ**

- **Кампање за јавно информисање.** Пореска управа посљедњих неколико година периодично спроводи низ кампања, од којих посебно истичемо двије кампање „Корак предузми, рачун узми“ и „Порез плаћај, Српску јачај“. Циљ ових кампања је подизање свијести о значају узимања фискалног рачуна и јачање пореског морала. Очекујемо да ће резултати постигнути овим кампањама допринијети остварењу циљева Стратегије комуникације и изградњи повјерења грађана у порески систем Републике Српске. Приликом спровођења ових кампања користит ћемо радио цинглове, видео спотове, банере на порталима, објава маркице на насловним странама штампаних медија (лого кампање са поруком), објава плаћених текстова у штампаним медијима и на порталима и постављање билборда.
- **Остали догађаји.** У циљу едукације јавности и информисања пореских обвезника о њиховим правима и обавезама, упознавања са законским рјешењима из области опорезивања, као и промоције услуга које ПУРС пружа пореским обвезницима, планирамо и у будућем периоду организовати низ различитих догађаја. У том смислу, Пореска управа планира да и у наредном периоду организује порески час за ученике средњих школа, а све са циљем да им се презентује важност плаћања пореза, те значај пореског система, као и користи које из тога произилазе. Такође, у сарадњи са Привредном комором РС, организоваћемо и обуке о измјенама законских прописа за представнике пословне заједнице. Исто тако, у оквиру рада на Пројекту са Шведском пореском агенцијом, планирали смо промоцију отварања сервисне канцеларије за пружање услуга пореским обвезницима која ће бити опремљена средствима Пројекта, као и резултата завршне анкете о перцепцији јавности о Пореској управи. Од осталих догађаја издвајамо још и семинаре који се организују за новорегистроване пореске обвезнике, као и „Дани отворених врата Пореске управе РС“, догађај који има за циљ да се пореским обвезницима, младим, али и широј јавности покаже спремност ове институције да буде истински сервис на услузи свим грађанима Републике Српске. „Дани отворених врата Пореске управе РС“ су по први пут организовани крајем 2019. године, а ова активност ће у наредним годинама бити дио календара рада Пореске управе Републике Српске и као таква постати традиционална манифестација.





## 6. Оквирни буџет

Оквирни буџет за реализацију Стратегије комуникације процијењен је на 180.000 КМ за трогодишњи период, с тим да ћемо накнадно дефинисати потребна средства за реконструкцију интерне веб странице и отварање и одржавање facebook налога ПУРС. Активности предвиђене Акционим планом реализоваће се у складу са годишњим плановима набавке који чине саставни дио годишњих планова рада Пореске управе. То значи да ће се буџет за имплементацију Стратегије комуникације и активности из Акционог плана ревидирати на годишњем нивоу на основу расположивих финансијских средстава. Уколико буде било могућности, додатна средства биће обезбијеђена кроз пројекте са другим партнерима или из међународних извора.

