



የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር ኮምፎርት ኮንስትራክሽን ስትራቴጂ



ኢ ት የ ጵ የ
ተ ሞ ር ት

2016 - 2022

ይዘት

ምዕራፍ አንድ: መግቢያ.....	4
ምዕራፍ ሁለት: የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን የነባራዊ ሁኔታ ትንተና.....	15
ምዕራፍ ሶስት: የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን ራዕይ፣ተልዕኮ እና ዕሴቶች.....	17
ምዕራፍ አራት: የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው ግቦች.....	22
ምዕራፍ አምስት: ቁልፍ ስትራቴጂካዊ የኮሚኒኬሽን መልዕክቶች.....	30
ምዕራፍ ስድስት: የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የብራንዲንግ መርህ.....	33
ምዕራፍ ሰባት: ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን መዋቅር.....	34
ምዕራፍ ስምንት: ኮሚኒኬሽን ፕሮቶኮል.....	37
ምዕራፍ ዘጠኝ: ክትትልና ግምገማ.....	38
ምዕራፍ አስር: ትኩረት የሚሹ ጉዳዮች.....	40
ምዕራፍ አስራ አንድ: ማጠቃለያ.....	42

የሠንጠረዥ ዝርዝር

ሠንጠረዥ 1. የጠንካራ እና ደካማ ጎኖች PSWOT ትንተና 2015.....	15
ሠንጠረዥ 2. መልካም አጋጣሚና ስጋት PSWOT ትንተና 2015.....	16
ሠንጠረዥ 3. መልካም አጋጣሚና ስጋት PSWOT ትንተና 2015.....	19
ሠንጠረዥ 4. በምዕራፎች የተከፈለ የስትራቴጂያዊ ግቦች የድርጊት አፈጻጸም እቅድ.....	26
ሠንጠረዥ 5. የውስጥ ስትራቴጂካዊ የኮሚኒኬሽን አቀራረብ.....	31
ሠንጠረዥ 6. አስፈላጊ የሰው ሃይል መጠን.....	40
ሠንጠረዥ 7. ለስትራቴጂው መሳካት ሚያስፈልጉ የአዲሶች ዝግጅት መሳሪያዎች.....	41
ሠንጠረዥ 8. የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ማስፈጸሚያ በጀት.....	43

የስዕል ዝርዝር

ስዕል 1. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን መዋቅር.....	35
ስዕል 2. የመረጃ ፍሰት ዘዴዎች.....	37



የሚኒስትሩ መልዕክት

በአገራችን ጠንካራ አምራች ኢንዱስትሪዎችን ለማሳደግና የኢትዮጵያ ታምርት ንቅናቄን ለማሳካት የተቀየሱ ስትራቴጂዎችና እቅዶችን መሰረት በማድረግ ዘላቂና ስኬታማ የኮምዩኒኬሽን ሥራዎች ለማከናወን እንዲቻል ለመጀመሪያ ጊዜ ይህ የአምራች ኢንዱስትሪ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ በመዘጋጀቱ የተሰማኝን ደስታ መግለጽ እወዳለሁ።

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የአስር ዓመት እቅድ የአምራች ኢንዱስትሪ ዘርፍን በማሳደግና መዋቅራዊ ሽግግር በማምጣት ለሀገራችን ኢንዱስትሪዎች አቅም መሰረት የመጣል፣ የሥራ ዕድል የመፍጠር፣ የገቢ ንግድን የመተካትና የውጭ ምንዛሬ የማስገኘት ትልምን ቀይሷል። በተጨማሪም በእቅዱ መሰረት የሚከናወኑ ተግባራት የአምራች ኢንዱስትሪው የዜጎችን ገቢና የአገራችንን ምጣኔ ሀብት የማሳደግ ግብ አላቸው።

እነዚህን ለማሳካት ደግሞ የኢንዱስትሪ ዘርፍን ፖሊሲ፣ ስትራቴጂ፣ እቅዶችና የኢትዮጵያ ታምርት ጽንሰ ሃሳብን የማስረጃ፣ የተገኙ ውጤቶችን የማሳወቅ፣ አዳዲስ የእውቀት መስኮችን የማስተማር፣ ከአገር ውስጥና ከውጭ የሚገኙ ተሞክሮዎችን የማጋራት፣ ስኬታማ የውስጥና የውጭ ግንኙነት የማካሄድና የመሳሰሉት የኮምዩኒኬሽን ሥራዎች የሙያውን ደረጃ በጠበቀና ውጤታቸው በሚለካ መንገድ መከናወን አለባቸው። ከዚህ በተጨማሪ በአምራች ኢንዱስትሪዎች መካከል ትስስራቸውን ለማጎልበት፣ በዓለም አቀፍ ደረጃ ገጽታን ለመገንባት፣ የእውቀት ሽግግር ለማምጣት፣ የልምድ ልውውጥ ለማካሄድ፣ የገበያ መዳረሻዎችን ለማስፋት፣ ዘርፉን የተመለከቱ መረጃዎችን ለማሰራጨት፣ የምርቶች ማስተዋወቂያ ኤግዚቢሽኖችና ኤክስፖዎች ለማዘጋጀትና በክልል ኢንዱስትሪ ቢሮዎች መካከል ጠንካራ መስተጋብራዊ ግንኙነት እንዲኖር ለማስቻል ስልታዊ የኮምዩኒኬሽን ሥራዎች ሊከናወኑ ይገባል።

በዚህ መሰረት በራሳችን ተነሳሽነትና በመስኩ ባለሙያዎች ሙያዊ አስተዋጽኦ የተዘጋጀው ይህ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ ተግባራዊ እንዲሆን ሁሉም የዘርፉ ተዋንያን ሐላፊነት አለብን። ፡ የሚኒስቴር መ/ቤቱ ከፍተኛና መካከለኛ አመራሮችና ሠራተኞች፣ ተጠሪ ተቋማት፣ የክልል ኢንዱስትሪ ቢሮዎችና አምራች ኢንዱስትሪዎች ስትራቴጂውን የመፈጸምና የማስፈጸም ድርሻችንን መወጣት ይጠበቅብናል። በተጠሪ ተቋማትና በክልል የኢንዱስትሪ ቢሮዎች የሚዘጋጁ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂዎች ይህንን አውራ ስትራቴጂ መነሻ ቢያደርጉ የጋራ ሥራዎቻችንን ለማጣመር ያግዘናል። ለዚህም የኮምዩኒኬሽን ባለሙያዎችን አቅም ለመገንባት ተከታታይ የስልጠናና የግንዛቤ መፍጠሪያ መርሃግብሮች ይካሄዳሉ። የሚገኙ ለውጦችን በየጊዜው በመገምገምም እንደ አስፈላጊነቱ ይከለሳል፤ እየዳበረም ይሄዳል።

በመጨረሻም፤ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂውን በማዘጋጀት የተሳተፉትን ባለሙያዎች እያመሰገንኩ ፤ ለጠንካራ የአምራች ኢንዱስትሪ እድገት ዘላቂ፣ ውጤታማና ስኬታማ የኮምዩኒኬሽን ተግባራትን በጋራ እንድናከናውን ጥሪ አቀርባለሁ።

መላኩ አለበል
የኢንዱስትሪ ሚኒስትር

ምዕራፍ አንድ

1. መግቢያ

1.1. ተቋማዊ ኮሚኒኬሽን /organizational communication

የኮሚኒኬሽን ሥራ የአንድን ተቋም እቅድ፣ ተግባርና የወደፊት አቅጣጫ ለህዝብና ለባለድርሻ አካላት ማስተዋወቅን፣ ዘላቂ የገጽታ ግንባታ ማካሄድን፣ ከተገልጋዮች ጋር የግንኙነት ድልድይ መፍጠርንና የተቋሙን ፍላጎት ከባለድርሻ አካላትና ከህዝብ ፍላጎቶች ጋር በማጣጣም ማስኬድን አካቶ የያዘ ቁልፍ የአመራር ተግባር ነው።

ኮሚኒኬሽን መልዕክት ላኪና ተቀባዮች ሲኖሩት በተቋም ውስጥ የሚካሄዱ የውስጥ ግንኙነቶችንና ከባለድርሻ አካላት እንዲሁም በአምራች ኢንዱስትሪዎች መካከል የሚከናወን የውጭ ግንኙነትን ያካተተ ሂደት ነው።

በሠራተኞች መካከል የሚፈጠር የእርስ በእርስና ሙያዊ ግንኙነት የተለያዩ የኮሚኒኬሽን አማራጮች ማለትም የገፅ ለገፅ፣ ኢሜይል፣ ማህበራዊ ሚዲያና የመሳሰሉት ያሉ ሲሆን፤ ማስታወቂያዎች፣ ጋዜጣዊ መግለጫዎች፣ የተቋም መለያ ብራንዶች፣ ወዘተ ለውጭዎቹ ኮሚኒኬሽን አገልግሎት ከሚውሉ የመገናኛ ዘዴዎች (የኮሚኒኬሽን መንገዶች) መካከል ይጠቀሳሉ። ስለሆነም የትኛውም ተቋም እቅዱን፣ ተግባሩንና የወደፊት አቅጣጫውን ስኬታማ ለማድረግ የተቋሙን ኮሚኒኬሽን ይበልጥ ማጠናከርና ስትራቴጂያዊ በሆነ መንገድ እንዲመራ ማድረግ ይገባል።

ይህ የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ በሁለት ምዕራፎች ተከፍሎ የሚተገበር ሲሆን፤ በመጀመሪያው ምዕራፍ ያሉት አራት ዓመታት ማለትም ከ2016 እስከ 2019 (የኢትዮጵያ በጀት ዓመት) የግንዛቤ ፈጠራና የአመለካከት ለውጥ ሥራዎች በስፋት የሚተገበሩት ሲሆን፤ በሁለተኛው ምዕራፍ ያሉት 3 ዓመታት ማለትም ከ2020 እስከ 2022 በመጀመሪያው ምዕራፍ ሲሠሩ የነበሩ ሥራዎችን በማጠናከር የትግበራ፣ የባለቤትነት ስሜት የመፍጠርና የባህል ሽግግር ማምጣት ላይ መሠረት ያደረጉ ሥራዎች የሚተገበሩት የስትራቴጂው የድርጊት ምዕራፍ አቅጣጫዎች ናቸው።

1.2. የድህረ-እውነት ዘመን ባህሪያትና የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው ሊኖረው የሚገባው ምላሽ

እስከ 20ኛው ክፍለ ዘመን መገባት ድረስ የነበሩት እውነትን የሚሹ፣ የሚለዩና የደረሱበትን መረዳትም ለህብረተሰብ የሚያጋሩ ተቋማት ጥቂትና የታወቁም ነበሩ። ከእነዚህም ውስጥ ትምህርት ቤቶች፣ የምርምር ተቋማት፣ ቤተ ሰላምቶች፣ መንግስትና የቀደሙት (ሜንስትራም) መገናኛ ብዙሃን ተጠቃሽ ናቸው። እነዚህ ተቋማት ፈትሽውና በይነው የሚያሰራጩት መረጃዎችም በህብረተሰብ ዘንድ የነበራቸው አመኔታና ቅቡልነት ከፍተኛ ነበር።

በመገናኛ ዘዴዎች ቴክኖሎጂ ዘንድ የታየውን ከፍተኛ ለውጥ ተከትሎ በ 21ኛው ክፍለ ዘመን አለማችን የድህረ-እውነትን ክስተት በማስተናገድ ላይ ትገኛለች። የድህረ-እውነት ዘመን ከሚዩኒኬሽን ባህሪያት ውስጥ የሀሰት መረጃ፣ ሐሜት፣ ውዥንብር መፍጠርን ግባቸው ያደረጉ ወሬዎች በተለያዩ መልኩና በስፋት መሠረጨታቸው ዋነኛው ነው። የህብተሰብ መከፋፈልን ግባቸው ያደረጉ ፅንፍ የረገጡ መረጃዎችን በተለይም በዲጂታል የመገናኛ ዘዴዎች አማካኝነት ማሠራጨት ከድህረ-እውነት ዘመን የመረጃ ዝውውር ባህሪያት ውስጥ አንዱ ነው። የዚህ ዘመን መረጃ እውነትነት የጎደለው፣ ያልተሟላ፣ ያልተጣራና ትኩረቱን የአጭር ጊዜ የግል ወይም የቡድን ጥቅም ማግኘት ላይ ያደረገ በመሆኑ በሙያ ሥነ ምግባርና በማህበራዊ ኃላፊነት መንፈስ የሚመራ አይደለም።

ዛሬ ተቋማት በእንዲህ ያለ ፈታኝ ሁኔታዎች ውስጥ ሆነው የራሳቸውን እውነት ለማሳየት ከሚያሠራጩቸውን መረጃዎች ባሻገር ሌሎች አካላት “እውነት” ናቸው ብለው የሚያስተላልፏቸውን መረጃዎች እየተከታተሉ የመፈተሽ የማስተካከል ኃላፊነትንም ጭምር አለባቸው። በመሆኑም የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚዩኒኬሽን ስትራቴጂ ይህንን የድህረ-እውነት ዘመንን ሁኔታ ከግምት ውስጥ ያስገባ፣ የጠራ ግንዛቤንና ተገቢውን ምላሽ ለመስጠት የሚያስችሉ የመረጃ ማደራጀት፣ ማሰራጨት፣ ክትትልና ትክክለኛ ያልሆኑትን ሥላ ኢንዱስትሪው ዘርፍ የሚዘዋወሩ መረጃዎችን በወቅቱና በተገቢው ሁኔታ ለማረም የሚያችሉውን አካሄድ ይከተላል፣ ተለዋዋጭ የሆኑ ሁኔታዎችን በየጊዜው በማጥናት የአቀራረብ ክለሳዎችንም ያደርጋል።

1.3. የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ አስፈላጊነት

ስትራቴጂያዊ ኮምዩኒኬሽን አንድ ተቋም ለህልውናውና ለዘላቂታዊ ስኬቶቹ ሲል ከተለያዩ አካላት ጋር የሚያደርጋቸውን የታቀዱ የመረጃ ልውውጥና የግንኙነት ጥረቶችን ሁሉ አጠቃሎ የያዘ ፅንሰ ሀሳብ ነው። ተቋማዊ ኮሚዩኒኬሽን የሚካሄደው ውስብስብና ተለዋዋጭ በሆነ አውድ ውስጥ ሲሆን እንደ ባህል፣ የሐሳብና የግብ ልዩነቶች፣ የስልጣን ተዋረድ፣ መዋቅሮችና የመሳሰሉት ኮምዩኒኬሽን ግቡን መምታት እንዳይችል ሊያደርጉ የሚችሉ ጉዳዮች ናቸው። በመሆኑም የኮምዩኒኬሽን ተግባራትን ስልታዊ በሆነ መንገድ ለመምራትና የኢንዱስትሪ ሚኒስቴርን ግቦች ለማሳካት ስትራቴጂያዊ እይታ ያለው የኮምዩኒኬሽን አካሄድ መተግበር አስፈላጊ ነው።

በዚህ የስትራቴጂ ሰነድ ውስጥ ትኩረት የተሰጠው አንደኛው ጉዳይ የሚኒስቴር መስሪያ ቤቱና የተጠሪ ተቋማት አመራርና ሠራተኞች ስለተቋማቸው ተልዕኮና በአምራች ኢንዱስትሪው ዘርፍ ለማምጣት ስለታሰቡት ዕድገቶች በቂ ግንዛቤ እንዲኖራቸው ማድረግን ነው። ከዚህ አንፃር በሐላፊዎችና በሠራተኛው እንዲሁም በሥራ ክፍሎችና በሠራተኞች መካከል ግልፅ፣ ፈጣንና ተማምኖ ለአንድ ዓላማ በትብብር የመሥራትን ባህል ለመፍጠር የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂው የበኩሉን አስተዋጽኦ ያደርጋል ተብሎ ይታመናል።

በሌላ ወገን ከሕብረተሰቡ፣ ከዘርፉ ባለድርሻ አካላትና ከአጋሮች ጋር የሚደረገው የመረጃ ልውውጥ፣ የግንዛቤ ፈጠራና የአመለካከት ለውጥ እንዲሁም የማሳመንና የአምራች ኢንዱስትሪውን ሚና አገልግተው የሚያሳዩ ተፅዕኖ ፈጣሪ ተረኮችን የመፍጠሩ ሂደት በስትራቴጂ መመራቱ ለውጤታማነቱ የተሻለ ዋስትናን ይሰጣል።

የክትትልና ግምገማ ሥራም የስትራቴጂው አካል በመሆኑ የጥረቶች ውጤታማነት በየወቅቱ እየተመዘነ ትምህርት የሚወሰድበትና እንደአስፈላጊነቱ ማሻሻያም የሚደረግበት ይሆናል።

ከምደባኤሽን ስትራቴጂ ለምን፣ ለማን ምን ዓይነት መልዕክት መተላለፍ እንዳለበት ቀድሞ ይለያል። ጥሩ የሆነ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ አንድ ተቋም ከባለድርሻ አካላት፣ ከመገናኛ ብዙሀን፣ ከደንበኞች እንዲሁም ከሠራተኞች ጋር ምን ዓይነት ኮምዩኒኬሽን በምን ዓይነት መንገድ መደረግ እንዳለበት አቅጣጫ ያሳያል።

በአጠቃላይ ውጤታማ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ መኖርና መተግበር በሥራ ቦታ ያለውን አጠቃላይ ምርታማነትን ለማሳደግ ያስችላል። ተቋሙ በኢኮኖሚያዊ መዋቅራዊ ሽግግሩ ውጤታማ እንዲሆን በማድረግ ከሠራተኞች፣ ከባለድርሻ አካላት እንዲሁም ከአገልግሎት ፈላጊዎች/አምራች ኢንዱስትሪዎች ጋር የመተማመን ስሜትን እንዲፈጠር ያግዛል።

1.4. ስትራቴጂው የተዘጋጀበት መንገድ

በተቋሙ የበላይ አመራር አነሳሽነትና አቅጣጫ ሰጪነት ይህ የኢንዱስትሪ ዘርፍ የሰባት ዓመታት የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ ተዘጋጅቷል። የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂውን ለማዘጋጀት ከኢንዱስትሪ ሚኒስቴርና ተጠሪ ተቋማት እንዲሁም ከሚዲያ አካላት የተውጣጣ ኮሚቴ እንዲዋቀር ተደርጓል። በዚህም ቀድሞ በዘርፉ የተከናወኑ ሥራዎችን፣ የዘርፉን የ10 ዓመት መሪ ዕቅድ፣ የአምራች ኢንዱስትሪ ፖሊሲ እና የኢትዮጵያ ታምርት ንቅናቄ ሠነዶችን በመዳሰስ በግብዓትነት ጥቅም ላይ እንዲውል ተደርጓል።

ከዚህም በተጨማሪ የተመረጡ የዓለም አቀፍና የሀገር ውስጥ ተቋማት የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂዎችን በመፈተሽ፣ እንዲሁም ልዩ ልዩ የዘርፉን የጥናትና ምርምር ሠነዶችንና መጻሕፍትን በመዳሠስ ጠቃሚ መረጃዎችን ማሰባሰብ ተችሏል። ከዘርፉ ከፍተኛ አመራሮች፣ ከተጠሪ ተቋማት ሃላፊዎች፣ ከዘርፉ የክልል የሕዝብ ግንኙነት አመራሮችና ከሚዲያ ባለሙያዎች ጋር ውይይት በማድረግ በዘርፉ ያሉ ክፍተቶችንና ጠንካራ ጎኖችን ለመለየትም ጥረት ተደርጓል። እነዚህን መነሻዎች መሠረት በማድረግ የተዘጋጀውን ረቂቅ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ ለኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የአመራር አባላት ቀርቦ ገንቢ አስተያየቶች ከተሰጡበት በኋላ የማሻሻያ ሥራዎች ተሠርተውበት በዚህ መልክ ቀርቧል።

1.5. የስትራቴጂው ተፈጻሚነት ወሰን

ስትራቴጂው የሚኒስቴር መስሪያ ቤቱ በ10 ዓመት የመሪ ዕቅዱ የያዘውን ተልዕኮዎች ለማሳካት እንዲያስችል ለሚከናወኑ የኮሚኒኬሽን ሥራዎች ለቀሪ ሰባት የመሪ ዕቅዱ ዓመታት ማለትም ከ2016 እስከ 2022 በጀት ዓመት የሚመራበት ነው። ይህ ስትራቴጂ በዋነኝነት በኢንዱስትሪ ሚኒስቴር፣ እንዲሁም በተጠሪ ተቋማትና በክልልና በከተማ አስተዳደር የኢንዱስትሪ ቢሮዎች የኮሚኒኬሽን አደረጃጀቶች ተፈጻሚ ይሆናል።

1.6. የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው አፈጻጸም ሁለት ምዕራፎች

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር መሪ ዕቅድ ተግባራዊ በሚሆንባቸው 10 ዓመታት፤ የመጀመሪያዎቹ ሦስት ዓመታት የሙከራ፣ ቀጥሎ ያሉት አምስት ዓመታት የትግብር፣ ቀሪዎቹ ሁለት ዓመታት የባለቤትነት ተግባራት እንዲሆኑ አቅጣጫ ተቀይሷል። የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂን አቅድሞ ይህን ታሳቢ ያደርጋል። ስለሆነም የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ለአቅዱ ስኬት የሚጠበቅበትን ተግባር እንዲያከናውን ሥራ ላይ በሚውልባቸው ሰባት ዓመታት የሚከናወኑ ተግባራትን በሁለት ምዕራፎች መክፈል አስፈልጓል። በተጨማሪም ተግባራቱ ይህን ስትራቴጂ ለማስፈጸም በሚዘጋጀው የድርጊት መርሃግብር ላይ ተለይተው ተገልጻል። በዚህም መሠረት፡-

ምዕራፍ አንድ፡- ከ2016 – 2018 በጀት ዓመት ባሉት ሰስት ዓመታት የውስጥና የውጭ ኮሚኒኬሽንን በማጠናከር በተቋሙ አመራሮችና ሠራተኞች፣ በተጠሪ ተቋማት፣ በክልልና በከተማ አስተዳደሮች የኢንዱስትሪ ቢድሎች፣ በአምራች ኢንዱስትሪዎችና በሌሎችም ባለድርሻ አካላት የጋራ ተሳትፎ በኢንዱስትሪ ዘርፍ ሰፊ የግንዛቤ መፍጠሪያና የአመለካከት ለውጥ ሊያመጡ የሚችሉ የኮሚኒኬሽን ሥራዎች ይከናወናሉ።

ምዕራፍ ሁለት፡- ከ2019 – 2022 በጀት ዓመት ያሉት ቀሪዎቹ አራት ዓመታት በምዕራፍ አንድ በተከናወኑት ተግባራት ላይ በመመርኮዝና ከላይ የተጠቀሱትን ባለድርሻ አካላት ይበልጥ በማሳተፍ፣ የግንዛቤ ማገልገቻ ተግባራትን የማከናወን፣ የባህል ሽግግር የማምጣት፣ የባለቤትነት ስሜት የመፍጠርና የሚመለከታቸውን አካላት ትርጉም ያለው ተሳትፎ የማረጋገጥ ሥራዎች ላይ ያተኩራሉ።

1.7. የኢንዱስትሪ ዘርፍ ኮሚኒኬሽን ዳሰሳ

በኢንዱስትሪ ሚኒስቴርና በተጠሪ ተቋማት የኮሚኒኬሽን መዋቅር አማካኝነት ለሠራተኞች፣ ለአምራች ኢንዱስትሪዎች፣ ለባለድርሻ አካላት የተለያዩ የመገናኛ ዘዴዎችን በመጠቀም መረጃ ተደራሽ እየተደረገ ይገኛል።

ሚኒስቴር መስሪያ ቤቱ በየደረጃው ያሉ የኮሚኒኬሽን መዋቅር የውሳኔ ሰጪነትና የማስፈጸም አቅምን ለማሳደግ በአደረጃጀት ደረጃ የኮሚኒኬሽን ባለሙያዎች ክፍል፣ የቤተ-መጻሕፍት ባለሙያ ክፍልና የአዲሶቭዥዋል ባለሙያዎች ክፍል አሉት። ነገር ግን የተጠሪ ተቋማት፣ የአምራች ኢንዱስትሪዎች፣ የአግሮና ሌሎች ኢንዱስትሪ ፓርኮች ላይ የኮሚኒኬሽን ሥራን ያሳተፈ ተናቦ መሥራት የሚቻልበት መዋቅር ባለመቋቋሙ፣ ወጥ የሆነ መረጃ ለማህበረሰቡ ተደራሽ ማድረግ አልተቻለም።

ከዚህም በተጨማሪ እየተሠሩ ያሉ የኮሚኒኬሽን ሥራዎች ውጤታማ የሆነ ስትራቴጂን የተከተሉ ሳይሆን በተለምዶ አሠራር ላይ የተመሰረቱ በመሆናቸው፣ እንዲሁም ግልጽነትና ተጠያቂነትን ባሰፈነ መልኩ እየተመሩ ባለመሆኑ ውጤታማነቱን ማረጋገጥ አልተቻለም። በመሆኑም የተቋሙን አጠቃላይ የኮሚኒኬሽን ሥራ በውጤታማነት ለመምራት የሚያስችል የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ሰነድ ማዘጋጀት አስፈልጓል።

1.8. የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው መነሻዎች

1.1.1. የኢትዮጵያ ታምርት የንቅናቄ እቅድ እንደ መነሻ

መንግስት የሀገራችንን የኢኮኖሚ መዋቅር ዘላቂነት ባለው ጠንካራ መመሠረት ላይ ለማድላደል ልዩ ልዩ ጥረቶችን እያከናወነ ይገኛል። ለእቅዱ ስኬትም በሀገር ውስጥ ለግሉ ክፍለ-ኢኮኖሚ እድገት ወሳኝ የሆኑ ልዩ ልዩ የድጋፍ ፓኬጆችን በመቅረፅ፣ በየወቅቱ የሚነሱ ፍላጎቶችን ታሳቢ ያደረጉ ስትራቴጂዎችን በመቅረፅና የተለያዩ ማበረታቻዎችን በማመቻቸት ዘርፉን ለማሳደግ ጥረት አድርጓል። ከዚህም በላይ ከፍተኛ ወጪ የወጣባቸው መሠረተ ልማቶችን በመገንባት ወደትግበራ እንዲገቡ ተደርጓል።

ይህም ሆኖ የአምራች ዘርፍ በባህሪው በአንድ ተቋም ብቻ እየተመራ ለውጤት የሚደርስ ባለመሆኑና የበርካታ ተቋማትን የተናበበና የተቀናጀ እንቅስቃሴ የሚሻ በመሆኑ የሚፈለገውን ውጤት ለማምጣት አልተቻለም። ለዚህም ዋናው ምክንያት አንደኛው የኢንዱስትሪ አመራሩ የማስፈጸም ችግር ነው። ሁለተኛው አሁን ያለው የኢንዱስትሪ አደረጃጀት የተሳለጠ አለመሆንና ኢንዱስትሪውን ለመምራት በሚያስችለው ቁመና ላይ አለመሆኑ ነው። ሶስተኛው የሚመለከታቸው ባለድርሻ አካላት ተናበውና ተቀናጅተው ያለመስራት ችግር ሲሆን ይህም ከእቅድ ዝግጅት እስከአፈፃፀም፣ ከድጋፍ ፓኬጅ ትግበራ እስከመረጃ ፍስት ድረስ ያልተሞህደ አሠራር በመስፈን በዘርፉ የሚጠበቀውን ውጤት ለማምጣት አልተቻለም።

በመሆኑም በዘርፉ ያሉትን ችግሮች ለመፍታት፣ የግሉን ክፍለ ኢኮኖሚ ተሳታፊ ለማድረግ፣ ጥቃቅን፣ አነስተኛ፣ መካከለኛ ማኑፋክቸሪንግ ኢንዱስትሪዎችን እርስበእርስ ተሳስረው እንዲያድጉና ለታላላቅ አምራች ኢንዱስትሪዎች መሠረት እንዲሆኑ ብሎም ደረጃ በደረጃ በኢኮኖሚው መዋቅራዊ ሽግግር እንዲያመጡ የተዘጋጀው የኢትዮጵያ ታምርት የንቅናቄ እቅድ ተዘጋጅቶ ወደትግበራ ገብቷል።

ይህን እውን ለማድረግም የኮሚኒኬሽን ስራው ራሱን ችሎ ሚናውን እንዲወጣ ለማስቻል ስትራቴጂው ተገቢው ቦታ ሠጥቶታል። ከዚህ አንፃር ስራዎችን በታለመላቸው የስኬት ልኬቶች ማከናወን እንዲቻል ለማገዝ፣ የተበታተነውን የዘርፉን የኮሚኒኬሽን እምቅ አቅም ለማስተባበርና ወጥነት ባለው አሠራር ለማገዝ እንዲቻል ይህ ስትራቴጂ አስፈላጊ ሆኗል።

1.1.2. የአምራች ኢንዱስትሪ ረቂቅ ፖሊሲ

የአምራች ኢንዱስትሪውን ዘርፍ ለማሳደግና ኢኮኖሚያዊና መዋቅራዊ ሽግግሩን ለማሳካት ዘመኑን በዋጁ የአምራች ኢንዱስትሪ ፖሊሲ መምራት በማስፈለጉ አዲስ የአምራች ኢንዱስትሪ ፖሊሲ ተዘጋጅቷል።

ፖሊሲው በዋናነት ማሻሻያ የሚያስፈልጋቸውን ወሳኝ የትኩረት አቅጣጫዎች በመለየትና የአፈፃፀም ስልቶችን በማመላከት በዘርፉ ፈጣንና ቀጣይነት ያለውን ለውጥ ለማምጣት ከፍተኛ ሚና አለው።

አዲሱ የአምራች ኢንዱስትሪ ፖሊሲ በዋናነት በሰባት መሠረታዊ ጉዳዮች ዙርያ ማሻሻያዎችን አድርጎ የማስፈጸሚያ ዝርዝር ስልቶችን አስቀምጧል። እነዚህም ማሻሻያዎች ለአምራች ኢንዱስትሪ የተመቻቸ የማክሮ ኢኮኖሚ ሁኔታ መፍጠር፣ ምቹ የቢዝነስ ምህዳር መፍጠር፣ የተሻሻለ ፋይናንስ አቅርቦት፣ ክህሎትና ስራ፣ ቴክኖሎጂና ኢኖቬሽን፣ ምርት ልማትና ተወዳዳሪነት እንዲሁም ዘርፈ ብዙ ጉዳዮች ናቸው። በመሆኑም እነዚህን ወሳኝ ሀገራዊ ጉዳዮች ለማሳካት በኮሚኒኬሽን ስራዎች የታገዘ እንቅስቃሴ ወሳኝ ነው። በዚህ መነሻነትም ስራውን በኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ደረጃ መመራቱ ለፖሊሲው ውጤታማነት ያለው ሚና በመታመኑ ሠነዱ መነሻ ሆኗል።

1.1.3. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የ10 ዓመት መሪ የልማት ዕቅድ እንደመነሻ

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር መሪ የልማት እቅድ በዋናነት ከ2013 – 2022 ዓ.ም የኢንዱስትሪ ዘርፉን ትስስር ለማጠናከር፣ በባለሀብቶች የጎሳ ተሳትፎ የበለፀገች ሀገርን ለመገንባት፣ የተረጋጋ ማክሮ ኢኮኖሚን እውን ለማድረግና አጠቃላይ የኢኮኖሚ ምርታማነትን ለማሳደግ የተዘጋጀ ነው። የዕቅዱ አላማዎች በዋናነት ነባርና አዳዲስ ኢንዱስትሪዎች ምርትና ምርታማነት እንዲጨምሩ፣ ከዘላቂ የአካባቢ ልማት ጋር የተጣጣሙ እንዲሆኑና በዘርፉ የስራ ፈጠራ አስተዋፅኦ እንዲያደርጉ ማስቻል፣ እንዲሁም በእሴት ጭማሪ የላቁ የውጭ ንግድ ምርቶችን በብዛት፣ በጥራትና በዓይነት በማሳደግ የውጪ ምንዛሬ ግኝትን ማሳደግ ናቸው። ለኢትዮጵያ የኢንዱስትሪ አቅም መሠረት መጣል፣ የስራ ዕድል መፍጠር፣ የገቢ ንግድን (ምርትን) መተካትና የውጪ ምንዛሬን ማስገኘት በዕቅዱ ዓላማዎች መነሻነት የተያዙ ዋና ዋና ሚናዎች ናቸው።

በመሪ የዓስር ዓመት ዕቅዱ የተያዙ ሀገራዊ ተልዕኮዎችን በኮሚኒኬሽን ተግባራት በማጀብ በሚፈለገው ልክ ለማሳካትና የኮሚኒኬሽን ስራውንም በዘላቂ አሠራር ለማከናወንና በዕውቀት ለመምራት የሚያስችለውን ይህንን ስትራቴጂ ለማዘጋጀት እንደመነሻ ተወስኗል።

1.1.4. የዓለም አቀፍ እና ሀገር ውስጥ የተቋማት የአምራች ዘርፍ የኮሚኒኬሽን ሥራዎች ተሞክሮ

በሀገር ውስጥ ተሞክሮ ምልክታችን ምንም እንኳን በኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ደረጃ የዳበረና የተጠናቀቀ የተቋማት ስትራቴጂክ ስነድ በተፈለገው መጠን ባይገኝም በረቂቅ ደረጃ የተዘጋጁትን የትምህርት ሚኒስቴር፣ የጤና ሚኒስቴር፣ የቀድሞውን የከተማ ልማትና ቤቶች ልማት ሚኒስቴርና የቀድሞውን የፕላንና ልማት ኮሚሽንን የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ሠነዶች ለማየት ጥረት ተደርጓል። እነዚህ ሠነዶች ምን ያህል ተግባራዊ ሆነው ምን አይነት ለውጥ አመጡ የሚለውን ለመፈተሽ የተደረጉ ሙከራዎች አልተሰኩም።

ከዚህም ባሻገር ከኢትዮጵያ ዜና አገልግሎት የ10 ዓመት ፍጥ ካርታ እቅድ፣ ከመንግስት ኮሚኒኬሽን ረቂቅ ስትራቴጂና ልዩ ልዩ መመሪያዎች፣ ልዩ ልዩ በህዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን ላይ ከሚያጠነጥኑ መጻሕፍት፣ መጥጥፎችን፣ የጥናት ሠነዶች እንዲሁም ከልዩ ልዩ ድረገጾች የተገኙ ጉዳዮች ለስትራቴጂክ ሠነድ ዝግጅት ግብዓትነት አገልግለዋል።

በአሠራር ሂደቱ ውስጥ ተሞክሮዎችን ከሀገር ውስጥ ስትራቴጂዎች ማግኘት ቢቻልም ከንድፈሐሳብና ከተግባራዊነት አንፃር ከሀገር ውጪ የተገኙ ተሞክሮዎችን እንደዋነኛ ግብዓትነት በመጠቀም ከተቋሙ ነባራዊ ሁኔታ ጋር በማገናዘብ ጥቅም ላይ እንዲውሉ ተደርጓል።

1.1.5. የሀገር ውስጥ የፌዴራል ተቋማት የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ዝግጅት ተሞክሮ

ለዚህ የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ዝግጅት የትምህርት ሚኒስቴር፣ የጤና ሚኒስቴር፣ የቀድሞውን የከተማ ልማትና ቤቶች ልማት ሚኒስቴርና የቀድሞውን የፕላንና ልማት ኮሚሽን የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ሠነዶች በተሞክሮነት ታይተዋል።

ሠነዶቹ የየተቋማቱን ተልዕኮዎች ታሳቢ ባደረገ አግባብ ተግባራትን በጥቅል አልያም በዝርዝር በማስቀመጥ፣ ለእነዚህ ተግባራት ስኬት የባለድርሻ አካላትን ሚና በመግለፅና ለዕቅዱ ተፈፃሚነት የሚረዱ የጊዜ ሠሌዳዎችን፣ የወጪ ዝርዝሮችንና መሠል አስፈላጊ ጉዳዮችን አካትተው የተዘጋጁ ናቸው። በመሆኑም ተቋማት ሊያሳኩቸው ያቀዷቸውን ተልዕኮዎች ለመፈፀም የተሻለ የድጋፍ ስርዓትን ከመፍጠር አንፃር ጥሩ የሚባሉ አቅሞች ናቸው ለማለት ይቻላል።

በሌላ በኩል ብዙዎቹ በተልዕኮዎቹ ዙርያ ዓለማዊና የሆነ ተሞክሮን ከማምጣት አንጻር፣ ስራዎችን በዓባይት ምዕራፍ ከመከፋፈልና ይህንኑ ምዕራፍ ተግባራት ካሏቸው ድግግሞሽና ጥልቀት አንፃር እየመዘኑ በጊዜ ሠሌዳውም ሆነ በማስፈፀሚያ በጀቱ ላይ ያለማሳየት ክፍተቶች ታይተውባቸዋል።

ጥቂቶቹ ደግሞ እጅግ ጥቅል በሆነ አግባብ የቀረቡ በመሆናቸው በስትራቴጂው ለተጠቀሱ ጉዳዮች ሁሉ እኩል የሆነ ሚዛን የሚሠጡና ወደአፈፃፀም ለመግባት አስቸጋሪ የሚመስሉ ሆነው ታይተዋል።

ለዚህ ሠነድ ውጤታማነት ከተቋማት ስትራቴጂዎችም ባሻገር የኢትዮጵያ ዜና አገልግሎትን የ10 ዓመት ፍኖተ ካርታ /road map/ እቅድ፣ የመንግስት ኮሚኒኬሽን አገልግሎትን ረቂቅ ስትራቴጂና ልዩ ልዩ መመሪያዎች፣ ልዩ ልዩ በህዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን ዙርያ ከሚያጠነጥኑ መፅሐፍት፣ መጣጥፎችን፣ የጥናት ሠነዶች እንዲሁም ዌብሳይቶች የተገኙ ጉዳዮች ለስትራቴጂክ ሠነዱ ዝግጅት በግብዓትነት አገልግለዋል።

1.1.6. የዓለም አቀፍ ተሞክሮ

የኮርያ፣ የሲንጋፖር፣ የጃፓንና የቦትስዋና ተሞክሮዎች እንደሚያሳዩት ሀገራቱ የአምራች ዘርፉን ለማሳደግ ኮሚኒኬሽንን እንደ ዋና መሳሪያ ተጠቅመዋል።

ሲንጋፖር፡ እንደ አውሮፓውያኑ አቆጣጠር በ1980ዎቹ የሩቅ ምስራቅ ሀገር ሲንጋፖር የምርታማነትን አጀንዳ ይዞ ከፍተኛ ንቅናቄን ማድረግ ችላለች። በዚህም ከተራ የወደብ ክልልነት



ወደ ታላቅ የማኑፋክቸሪንግ ማዕከልነት ለመሸጋገር ችላለች። ሲንጋፖር ለዚህ ስኬት የበቃቸው ማለመድን፣ ማሸጋገርንና ዓላማቀፋዊ ገፅታ ማለበስን በተከተለ የኮምዩኒኬሽን ስልት ነበር፡ : በዚህም እ. አ. አ በ1963 553 ዶላር የነበረውን የሀገሪቱ የዜጎች ዓመታዊ የነፍስ ወከፍ ገቢ በ2009 ወደ 37 ሺህ 220 ዶላር ለማሳደግ ችላለች። ሲንጋፖር ለዚህ የምርታማነት ንቅናቄ ስኬት ከተጠቀመችባቸው ባለሰባት ደረጃ እንቅስቃሴዎች ውስጥ ቀዳሚው የግንዛቤ ፈጠራ ሥራ ነው፡ : ለዚህም ስኬት የኮምዩኒኬሽንን አቅም ሀዝብን ለማስተማር፣ ለመረጃ ስርጭትና ስልጠና፣ የተቋማትን ብራንድ ለማጠናከር፣ በአሠሪና ሠራተኛ መካከል የተሻለ መግባባት ለመፍጠርና ምርታማነትን በስፋት ለግሉ ዘርፍ ለማስተዋወቅ ተጠቅመውበታል።

ጃፓን: በተመሳሳይ በሁለተኛው የዓለም ጦርነት ከደረሰባት ድቀት ለማገገምና ኢኮኖሚዋን ለማሻሻል ማኑፋክቸሪንግን እንደዋነኛ መዳኛ የቆጠረች ሀገር ነበረች። በወቅቱ የጃፓን የአምራችነት አቅም ከአሜሪካ በ1/9ኛ ያነሰ ነበር። ነገር ግን ይህንኑ እውነታ ለመቀየር የህዝብ ግንኙነት ሥራዎች አምራች ዘርፉን በማስተዋወቅ፣ በኢንዱስትሪ ዘርፉና ትምህርት ተቋማት መካከል በጋራ የመሥራት ሁኔታን በማመቻቸት ረገድ ከፍተኛ ጥቅም ሰጥቷል። በተጨማሪም ተቋማት አሠራራቸውን እንዲያዘምኑና እንዲሻሻሉ በማድረግ በኩል ውጤታማ ሥራዎችን ለመሥራት ችሏል። በዚህ ሂደትም የዛሬዋን ጃፓን ባለጠንካራ ኢኮኖሚና ግዙፍ የአምራች ኢንዱስትሪዎች ባለቤት ለማድረግ ተችሏል።

ቦትስዋና: ከአፍሪካ ሀገራት መካከል ቦትስዋና የብሔራዊ ምርታማነት ንቅናቄን በሲንጋፖር ድጋፍ የጀመረች ሲሆን፤ በብሔራዊ ምርታማነት ማዕከል በኩል ህብረተሰቡን በምርታማነት ላይ ያለውን ግንዛቤ ለማሳደግ ከፍተኛ ጥረት አድርጓል። ሚኒስትሮችን፣ የፓርላማ አባላትንና ዋና ሥራ አስፈጻሚዎችን ጨምሮ ለመንግስትና ለግሉ ሴክተሮች ተከታታይ ምርታማነት ላይ ያተኮሩ ሴሚናሮች በማካሄድ እንዲሁም “የምርታማነት ሳምንት” ንቅናቄ በመሰየም ወደ ተግባር ገብተውም ነበር ።

ይሁን እንጂ የምርታማነት ንቅናቄው በከፍተኛ የአመራር ቁርጠኝነት የተጀመረ ቢሆንም ንቅናቄውን ዘላቂና የራስ ለማድረግ የተሠሩ ሥራዎች አናሳ መሆን፤ ከግንዛቤ ያለፈ የተግባር ሥራዎች ውስን በመሆናቸው ተጨባጭ ውጤት ማስመዝገብ አልቻሉም።

ኮሪያ: 1970ዎቹ ኮሪያ ስፋት ያለውን የሱ ንቅናቄ (Saemaul Movement) የልማት ንቅናቄ አካሂዳለች፤ በዚህም በድህነት ቅነሳ፣ በመሠረተልማት ተደራሽነት፣ በሥራ ዕድል ፈጠራ፣ በባሕል ሽግግርና አምራችነት እንዲሁም በወጣቶች ኢኮኖሚያዊ ተሳትፎ ላይ ከፍተኛ ለውጥ ማምጣት ችላለች።

በኮሪያ የንቅናቄ ዋና ዓላማው የነበረው የገጠር መንደሮችን ወደ ከተሜነት መቀየርና የህዝብ ኑሮን የማሻሻል አካሄድ ሲሆን፤ ለሀገሪቱ አጠቃላይ የኢኮኖሚ ግንባታና የአምራች ኢንዱስትሪው ተወዳዳሪነት የራሱን አስተዋጽዖ አበርክቷል። በንቅናቄው ጠንካራ የተግባባት ሥራ መሰራትና ይህም የሁሉንም ማህበረሰብ የነቃ ተሳትፎና አካታችነት የተከተለ በመሆኑ ብሔራዊ መተማመንን የገነባ፣ የ“ይቻላል” መንፈስን ያሳደገና ጊዜ ተሻጋሪ የጋራ ራዕይ በመቅረጽ በማሕበረሰብ ደረጃ የአስተሳሰብ ለውጥ ያመጣ ንቅናቄ ነበር።

የተጠቀሱት ሀገራት ኮምዩኒኬሽንን ተጠቅመው ውጤታማ በመሆናቸውና ግንዛቤ ከመፍጠር ያለፈ የተግባር ሥራ በመሥራት ውጤታማ የሆኑበትንና እንዲሁም ጠንካራ የኮምዩኒኬሽን ሥራ ባለመሥራታቸው የገጠማቸውን የውድቀት ሂደታቸውን ለስትራቴጂው ዝግጅት እንደመነሻ ተጠቅመናል።

ከሀገራቱ የወሰድናቸው ኮምዩኒኬሽን ተኮር ተሞክሮዎች እንደሚከተለው ጠቅለል ተደርገው ቀርበዋል።

- **ከሲንጋፖር:** የወሰድንነው ተሞክሮ በዘርፉ ውጤታማ ከሆኑ ሐገራት ያገኛቸውን ተሞክሮዎች በውጤታማነት ወደሐገራቸው ተጨባጭ ሁኔታ የቀየሩበት ስኬታማ መንገድ ነው። በተጨማሪም ይህንን የምርታማነት እቅስቃሴ ውጤታማ ለማድረግ ለኮሚኒኬሽን ስራዎቻቸው ቅደም ተከተል በመስጠት ማከናወናቸውን ወስደናል። በተጨማሪም ኢንዱስትሪ፣ ሠራተኛና አመራሩ የጋራ የምክክር መድረክ እንዲኖራቸው፣ በንቅናቄው እና በአምራች ዘርፉ ዙሪያ በቂ ስልጠና ማከናወናቸው፣ ለሠራተኞች ውጤት ተኮር ማበረታቻዎች (ቦነስ) ማመቻታቸው፣ ለረጅም ጊዜ ለሚያገለግሉ ሠራተኞች ልዩ ሽልማት የመስጠት ባሕልን መትከላቸው እንዲሁም ችግር ፈቺ የፈጠሩ ሥራዎች ወድድር ማዘጋጀት መቻላቸው በውስጥም ሆነ በውጭ የኮሚኒኬሽን ሥራ ውጤታማ ስላደረጋቸው እንደልምድ ተወስዷል።
- **ከጃፓን:** በዘርፉ ካደጉ ሐገራት ያመጡትን ተሞክሮ ወደ ሀገራቸው ለማለመድ ርቀትና ይህም እንዲሳካ ኮሚኒኬሽን ትልቁን እገዛ ማድረጉ፣ ከንቅናቄው ጋርና ከአምራች ዘርፉ አስፈላጊነት አንጻር የተሠሩ የግንዛቤ ሥራዎችን ውጤታማነት ወስደናል።
- **ከቦስኒያ:** የምርታማነት ሳምንትን የመሳሰሉ ሁነት ዝግጅቶችንና የኮምዩኒኬሽን ስልቶችን እንደመልካም ተሞክሮ፣ እንዲሁም የኮምዩኒኬሽን ስራዎች በተግባር ስራዎች ካልተደገፉ የሚያመጡትን ውድቀት እንደአሉታዊ ተሞክሮ ወስደናል።
- **ከኮሪያ:** የወሰድነው ተሞክሮ የጋራ የስኬት መንፈስን ለመፍጠርና በማጎበረሰቡ ዘንድ የአመለካከት ለውጥ ለማምጣት የሚያስችል የጋራ ውጤታማ ተረክ የማመንጨትና በዚህም የህብረተሰብ የነቃ ተሳትፎና ጠንካራ የተግባቦት ሥራ መሥራትን ወስደናል።

1.1.7. የአምራች ኢንዱስትሪ ምንነትና የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር

ማንፋክቸሪንግ ኢንዱስትሪ ማሸንግ፣ መሳሪያን ወይም ጉልበትን በመጠቀም ጥሬ ዕቃ ላይ የቅርጽ፣ የመጠን ወይም የይዘት ለውጥ በማድረግ የተሻለ ዋጋ ያለው ምርት የሚያመርት ዘርፍ ነው። አምራች ኢንዱስትሪ በጥሬ ዕቃዎችና ሽቀጦች ላይ በሰው ጉልበት፣ በማሽንሪዎችና በኬሚካል ማቀነባበሪያዎች በመጠቀምና እሴት በመፍጠር አዳዲስ ምርቶችን የማምረት፣ የማቀነባበር ወይም የማዘጋጀት የምርትና የንግድ ሂደት ሲሆን፤ ይህም ሁሉንም የምግብና መጠጥ ምርቶች፣ ኬሚካሎች፣ ጨርቃጨርቅ፣ ማሽኖችና መሳሪያዎች፣ ከተመረቱ ማዕድናት የሚመነጨ የተጣሩ ብረቶችና የእንጨትና የእንጨት ውጤቶችን ...ወዘተ ያካትታል።

ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር በአዋጅ ቁጥር 1263/2014 በተደረገው ሀገራዊ የተቋማት አወቃቃር መሠረት የማኑፋክቸሪንግ ኢንዱስትሪ ልማትንና ተወዳዳሪነትን በቀጣይነት የሚያረጋግጡ ፖሊሲዎችን፣ ስትራቴጂዎችን፣ ፕሮግራሞችንና ሕጎችን ማመንጨት፣ በማኑፋክቸሪንግ ኢንዱስትሪ ዘርፍ የግል ዘርፉን ተሳትፎና ሚና ለማሳደግ የሚያስችል ሥርዓት መዘርጋት፣ ጨርቃ ጨርቅ፣ ቆዳና የምግብና መጠጥ ኢንዱስትሪዎችን የመሳሰሉትን ንዑስ ዘርፎች እምቅ አቅምን ማውጣት፣ በዘርፉ ምርምርና ጥናት የሚያካሂዱ ማዕከላት መደገፍና ምርጥ ተሞክሮዎችን መቀመጥ፣ የሀገር ውስጥና የውጭ ባለሀብቶች በአምራች ኢንዱስትሪ ዘርፍ ኢንቨስት እንዲያደርጉ ሁኔታዎችን ማመቻቸት፣ የቴክኖሎጂ፣ የግብዓትና የግብይት ድጋፍ እንዲያገኙ ማድረግ፣ ከሚመለከተው ዘርፍና አካላት ጋር በመቀናጀት የኢንዱስትሪ ግብዓት አቅርቦት ትስስር ሥርዓት እንዲዘረጋ ሁኔታዎችን ማመቻቸት፣ የማኑፋክቸሪንግ ኢንዱስትሪዎች በአካባቢ ጥበቃ የተቀመጡ መስፈርቶችን እንዲያሟሉ ድጋፍ ማድረግንና የመሳሰሉ ተግባራትን እዲያከናውን ጥሩነት ተሰትቶታል።

ከዚህም በተጨማሪ ገቢ ምርቶችን መተካት፣ የውጭ ምንዛሬ ግኝትን ማሳደግ፣ ሰፊ የሥራ ዕድል መፍጠርና ችግር ፈቺ ምርምር ማካሄድ ላይ አተኩሮ ይሠራል።

የሚኒስቴር መ/ቤቱ በስራቸው ስድስት ማዕከላትን የያዙ ሶስት ተጠሪ ተቋማት አሉት ። ስለሆነም ተቋሙን በሚኒስቴር መስሪያ ቤት፣ በከተማ አስተዳደርና በክልል ኢንዱስትሪ ቢሮዎች ለተገልጋዮች መረጃና ድጋፍ በመስጠት ላይ ይገኛል።

1.9. የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው ግብ

የአምራች ኢንዱስትሪውን ዘርፍ ተልዕኮ ለማሳካት የሚያስችል የውስጥና የውጭ ባለድርሻ አካላትን ያሳተፈ፣ ወጥነትና ቀጣይነት ያለው የኮሚኒኬሽን ሥራዎችን በማከናወን፣ ግንዛቤን የመፍጠር፣ የአመለካከት ለውጥን የማምጣትና የባህል ሽግግርን እውን በማድረግ ዜጎች የዘርፉ ተጠቃሚ እንዲሆኑ ለሚሠራው ሥራ አስቻይ ሁኔታዎችን መፍጠር ነው።

1.10. የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው ዓላማ

የተቋሙን ራዕይ፣ ተልዕኮ፣ ዓላማ፣ ግብ ለማሳካት የሚያስችሉ ውጤታማ፣ ቀልጣፋ፣ ተለዋዋጭና ሁሉን አቀፍ የውስጥና የውጭ የኮሚኒኬሽን ስልቶችን በመጠቀም ዘርፉን ማስተዋወቅ፣ የተቋሙን ገጽታ መገንባትና የጋራ መግባባትን መፍጠርና ማሳደግ ነው።

ዝርዝር ዓላማዎች

- ለኢንዱስትሪ ዘርፍ ተዋጊነትን በተቋሙ ግቦች፣ ዓላማ፣ ራዕይና ተልዕኮ አፈጻጸም ላይ ያተኮረ መረጃ በማሰራጨት ተደራሽነትን ማረጋገጥ፤
- ከሀገር ውስጥና ከውጭ የመገናኛ ብዙኃን ተቋማት ጋር ያለውን ግንኙነት በማጠናከር የኢንዱስትሪ ዘርፉን መረጃ ተደራሽነት አማራጮችን ማስፋት፤

- ከተጠሪ ተቋማት፣ ከክልሎችና ከከተማ አስተዳዳሪዎች የኢንዱስትሪ ቢሮዎች ጋር ጠንካራና ስኬታማ የመረጃ ፍሰት እንዲኖር ማድረግ፤
- የኢንዱስትሪ ዘርፍ መሪ እቅድ (ስትራቴጂ) ለማሳካት የዕለት ተዕለት የሥራ ግንኙነት ካላቸው ተቋማት መካከል የጋራ ጥረትን የሚያጎለብት የኮምዩኒኬሽን አቅምና የሥራ ግንኙነት ማስፈን፤
- ከአግሮና ኢንዱስትሪ ፓርኮች፣ ከአምራች ኢንዱስትሪዎችና ሌሎች ባለድርሻ አካላት ጋር ጠንካራና የተቀናጀ የኮሚኒኬሽን ሥርዓት መፍጠር፤
- በተቋሙ ውስጥ ጠንካራ የውስጥ ግንኙነት በመገንባትና ዘርፈ ብዙ የግንኙነት ሥርዓት በማስፈን የአመራር አባላትና ሠራተኞች ለጋራ ዓላማ እንዲሠሩ የሚያስችሉ የኮሚኒኬሽን ተግባራትን መፈጸም፤
- የተቋሙን መለያ (ብራንዲንግ) ማስተዋወቅና ማስረጽ፤
- ቋሚና ወቅታዊ የሚዲያ ፕሮግራሞችና የህዝብ ግንኙነት መንገዶች እንዲኖሩ ማድረግ፤
- የተቋሙ የኮምዩኒኬሽን ሥርዓት የሚመራባቸው መመሪያዎች እንዲኖሩና ተፈጻሚ እንዲሆን ማስቻል፤
- የቢዝነስ ጋዜጠኝነት ለኢንዱስትሪ ዘርፍ እድገት የበኩሉን አስተዋጽኦ እንዲያደርግ ስትራቴጂያዊ ድጋፍ መስጠትና አቅማቸውን ለመገንባት የሚያስችሉ ተግባራትን ማከናወን፤
- ቀውሶችን ለመቆጣጠር የሚያስችል የኮሚኒኬሽን ሥራ መሥራት
- ከባለድርሻ አካላት ጋር በመቀናጀት ማሕበራዊ ኃላፊነትና ባለ ብዙ ዘርፍ አሠራሮችን ማጠናከርና ተቋማዊ ገጽታን መገንባት፤
- አካል ጉዳተኞችና ልዩ ድጋፍ ለሚያስፈልጋቸው የህብረተሰብ ክፍሎች መረጃ እንዲደርሳቸው ማድረግና በኢንዱስትሪ ዘርፍ የባለድርሻ አካልነት ተሳትፏቸውን ማጎልበት፤
- የዘርፉ መረጃዎች ብዝሃነትን ባማከለ መንገድ ተደራሽ እንዲሆኑ በተለያዩ ቋንቋዎች ማሰራጨት፤

ምዕራፍ ሁለት

2. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን የነባራዊ ሁኔታ ትንተና

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የውስጥና የውጭ ኮሚኒኬሽን ትንተና ካደረገ በኋላ የህዝብ ግንኙነትና ኮምዩኒኬሽን ሥራዎች እንደተቆም ጠንካራና ደካማ ጎዳቸው፣ መልካም አጋጣሚና ስጋቶችን የላዩ ሊሆን፣ ጠንካራ ጎዳቸውን የበለጠ ለማጠናከር፣ ደካማ ጎዳቸውን ለማሸሻል የተለዩ መልካም አጋጣሚዎችን በመጠቀም ኮሚኒኬሽንን ማሰላጠን እንዲሁም ስጋቶችን ግምት ውስጥ በማስገባት ወደፊት ሊከሰት የሚችል ፈተና አስቀድሞ በማቀድ ማስተዳደር ይገባል። ለዚህም የተለዩት ዋና ዋና ጉዳዮች ከዚህ እንደሚከተለው ቀርቦታል።

ሠንጠረዥ 1. የጠንካራ እና ደካማ ጎዳቶች የSWOT ትንተና 2015

ጠንካራ ጎዳቶች	ደካማ ጎዳቶች
<ul style="list-style-type: none"> የባህሪ አመራሩ ለኮሚኒኬሽን ሥራዎች ያለው ድጋፍ ማግባሪያ ሚዲያውን ለመጠቀም መከራከሪያዎች ተቋሙ ከሚገኝበትም ሚዲያው ጋር ለመሥራት ያለው ተነሳሽነት ጥሩ መሆኑ ሁሉንም ሚዲያዎች ማሰተፋ ከተለያዩ ፆራ፣ ክፍሎች ጋር መልካም የሥራ ግንኙነት መኖሩ ተቋሙ ማግባሪያ ጋለፊነቱን ለመውጣት የሚያደርገው እንቅስቃሴ መኖሩ የሥራዎች እንዲከሰቱ ፖሊሲ መሻሻል እና ሕጋዊ ማእቆኛቸው (ደንብ፣ ስትራቴጂና መመሪያዎች ወ.ዘ.ተ.) መዘጋጀታቸው በሙያው ልምድና ዕውቀት ያለባቸው የሥራ ጋለፊዎችና ውስን ባለሙያዎች መኖር የህዝብ ግንኙነት ክፍሉ ወቅታዊ ጉዳዮች ላይ የግንዛቤ ማስጨበጫ መደረግ መመቻቸው 	<ul style="list-style-type: none"> የተቋሙ ሠራተኞች በኮሚኒኬሽን ሥራዎችና ጠቀሜታቸው ዙርያ በቂ ግንዛቤ የሌላቸው መሆኑ እና ማህበራዊ ሚዲያ ላይ ያላቸው ተስተፎ አነስተኛ መሆን የውስጥ ግንኙነት አግባብ በቴክኖሎጂ ሥርዓት አለመውራቱና አለመደገፍ የተሟላ የአምራች እንዲከሰቱም መረጃ ቅጽ አለመኖር ማዕከላዊ የመረጃ ፍሰት የሌላው ሥርዓትና ስትራቴጂ አለመኖር በታቀደው መሰረት የክትትል፣ የግብረ መልስ ሥርዓት አለመኖር የማግባሪያ ሚዲያ ተደራሽነት አናሳ መሆን በስትራቴጂ፣ በደንብ እና በሙያዊ መሰረት የሚኒኬሽን አሠራር ሥርዓት አለመኖር የሚዲያ ግንኙነቱ ውጤትና ቁጥጥር በሌለው መልኩ አለመተግበሩ የሚዲያ ሞቲቪሽን ውስንነት መኖር የተቋሙ መከላከያ አመራሮችና ሥራቸውን በኮሚኒኬሽን ያለማስደገፍ የተቋሙ ከቴሌቪዥን ያህር ውስጥ የቆንቆ ብክለክት ታሳቢ ያደረጉ የህዝብ ግንኙነት ሥራዎች አናሳ መሆን በመሆን እንቅስቃሴ ላይ ይካተቱ መሆን ከተመረጡ ሚዲያዎች ጋር ቆሜ የቴሌቪዥንና ሬዲዮ የአየር ቦንጥ ገዝቶ አለመሥራት ዓላማዎች ሚዲያውንና የሀገር ውስጥ የቆንቆ ብክለክት ታሳቢ ያደረጉ የህዝብ ግንኙነት ሥራዎች አናሳ መሆን የሥራ ክፍሉ መዋቅር ለመረጃ ለመረጃና ለመረጃ ማግባሪያ ሚዲያ ላይ ወቅታዊና ተቆጣሪ መረጃዎችን በማሠራጨት የተቋሙ ልሳን የሥራ ክፍሉ የከፍተኛ ሥራ አመራር አባል ባለመሆኑ የሚጠጥውን አቅጣጫ እና ውሳኔ ለመተግበር ውስንነት መኖር የሚዲያ ፎረም አለመቆጠር

ሠንጠረዥ 2. መልካም አጋጣሚና ስጋት PSWOT ትንተና 2015

መልካም አጋጣሚ	ስጋት
<ul style="list-style-type: none"> • መንግስት ለህዝብ ግንኙነትና ኮሚዩኒኬሽንና ልዩ ትኩረት መስጠቱ • ሁሉም የመንግስት አመራር በተመሳሳይ/ተመጋገቢ ፍራሚዎች ኮሙኒኬት ማድረግ እንዳለበት ከመንግሥት አቅጣጫ መቀመጡ • ሀገራዊ ውጤታማ የሆነ ጠንካራ የኮሙኒኬሽን አደረጃጀትና መዋቅር እየተዘረጋ መሆኑ • የተባበሩት መንግስታት ለዘርፍ የሰጠው ትኩረትና የኢንዱስትሪ ሰምንት እንዲከበር መውሰዱ • ጠያቂ ማህበረሰብ መፈጠሩ • ለአምራች ኢንዱስትሪው ምቹ የሆኑ መሰረተ ልማቶች መስፋፋት • የሚዲያና ኮሙኒኬሽን ፕላትፎርሞች ዕድገት እየጨመረ መምጣት • በሀገር አቀፍ ደረጃ ያለው የአትሎጅድ ታምርት ጥቅናቄ መጀመሩ • ሀገር አቀፍ የኮሙኒኬሽን ፖሊሲና ስትራቴጂ ተግባራዊ ሊደረግ መሆኑ • የልማት አጋር ድርጅቶችና ሕብረተሰብ የኢንዱስትሪና ኮሙኒኬሽን ዘርፉን ለመደገፍ ፍላጎት መኖር • የሀገሪቱ ሚዲያዎች ለዘርፍ ትኩረት ሰጥተው እየሠሩ መሆኑ • የማህበረሰብና በላይኛ አካላት በአምራች ኢንዱስትሪ ምርቶች ላይ ፍላጎት መኖር 	<ul style="list-style-type: none"> • በየአካባቢው ያሉ የጸጥታ ችግሮች • ሚዲያዎች ለዘርፍ የቆይታ ችግሮች ትኩረት ያለመስጠት • ድንገተኛ አደጋ • የመንግስት ሚዲያዎች የፕሮግራሞችና የሰርጭት ዋጋ በከፍተኛ ሁኔታ መጨመሩ • የህዝብ ግንኙነትና ኮሚዩኒኬሽን ገለጫዎች ፍልጠታ • አምራች ኢንዱስትሪዎች ለሚዲያና ኮሙኒኬሽን ገለጫዎች በቀና ወቅታዊ መረጃ ለመስጠት ፈቃደኛ ያለመሆን • የተጠሪ ተቆማት ለኮሚዩኒኬሽን የሥራ ክፍል በቀና የሚመጡን የሠው ጋይል አደረጃጀት አለመኖሩ • የውጭ ምንዛሬ እጥረት

ምዕራፍ ሶስት

3. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን ራዕይ፣ተልዕኮ እና ዕቤቶች

ራዕይ

በ2022 በስኬታማ ኮሚኒኬሽን ታግዞ የባለድርሻ አካላትንና የሕብረተሰቡን ተሳታፊነትና የኢኮኖሚ ተጠቃሚነት ያረጋገጠ የኢንዱስትሪ ዘርፍ እውን ሆኖ ማየት።

ተልዕኮ

አሳታፊና ተደራሽ የሆነ ወቅታዊና ትክክለኛ መረጃ ለማሕበረሰቡና ለባለድርሻ አካላት በማድረስ የጋራ መግባባትን በመፍጠርና በማሳደግ የተቋሙን ገጽታ መገንባት ነው።

የስትራቴጂው እቤቶች

- መታየት /Visibility/
- ወጥነት /Consistency/
- ግልፅነት/Transparency/
- ተደራሽነት /Accessability/
- ትክክለኛነት /Accuracy/

3.1. የስትራቴጂው መርሆዎች

ተቋሙና ኮሚኒኬሽን

ኮሚኒኬሽንና ተቋሙ ተነጣጥለው ሊታዩ አይችሉም። ለአንድ ዘመናዊ ተቋም ኮሚኒኬሽን ህልውናው ነው። ኮሚኒኬሽን መረጃዎች የሚተላለፍበት መንገድ ብቻ ሳይሆን ባለድርሻ አካላትን በማሳተፍ አዳዲስ አስተሳሰቦች የሚገነቡበት እንዲሁም በሚፈጠሩ ጠንካራ ግንኙነቶች አማካኝነት የውስጥ አመራርና ሠራተኞች ለጋራ ዓላማ በትብብር እንዲሠሩ የሚደረግበትና ሁሉንም ባለድርሻ አካላትና አጋሮች አንድ ላይ ለማስተሳሰር የሚረዳ የተቋሙ ወሳኝ የህልውናው አካል ተደርጎ ተወስዷል።

3.2. የተመጣጠነ የውስጥና የውጭ ምልክታ

የተቋሙን ሠራተኞች ልብ የማግኘትና መልካም የሥራ ባህልን የመገንባት ሂደት በተቋሙ ውስጥ በሁሉም አቅጣጫዎች በሚደረጉ መረጃ ልውውጦችና ግንኙነቶች ዓይነት ይወሰናል፡ : በመሆኑም የውስጥ ኮሚኒኬሽን ዘርፍ ትኩረትን ይሻል። በሌላ በኩል ተቋሙ የተሰጠውን አገራዊ ተልዕኮ በብቃት ለወጣ የሚችለው ከባለድርሻ አካላትና አጋሮች ጋር በሚፈጥራቸው ስኬታማ ትብብሮችና ሕብረተሰቡን በማስገንዘብና ለተግባር በማነሳሳት ስለሆነ ይህንን ዓላማ ለማሳካት የሚያስችለው የውጭው ኮሚኒኬሽንም በዚህ ስትራቴጂ ውስጥ ቁልፍ የትኩረት አቅጣጫ ተደርጎ ተወስዷል።

3.3. የመረጃዎች ባህሪያት

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር እያደራጀ የሚያሰራጩባቸው መረጃዎች ቀድመው የታዘቁ፣ ወጥነት ያላቸው፣ ከመሰራጨታቸው በፊት ተፈትነው ትክክለኛነታቸውና ለታለመላቸው ተደራሲያን (ባለድርሻ አካላት) ተገቢነታቸው የተረጋገጡ፣ አመለካከትን የመሞገት ጉልበት ያላቸው ወጪ ቆጣቢና ፈርጆ ብዙ የአቀራረብ ስልቶችን የሚከተሉ ሊሆን ይገባል።

3.4. የተተኮረባቸው የኅብረተሰብ ክፍሎችና ባለድርሻ አካላት

ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር አመንጭቶም ይሁን አሰባስቦ የሚያሰራጩባቸው መረጃዎች ያለ ገደብ ለሁሉም ዜጎችና ለሚመለከታቸው ባለድርሻ አካላት ተደራሽ እንዲሆኑ ይፈልጋል። ይሁንና የትኛውም የኮምዩኒኬሽን ተግባር ትኩረት የሚያደርግባቸው በቀጥታም ይሁን በተዘዋዋሪ ከአምራች ኢንዱስትሪው እድገት ተጠቃሚ ሊሆኑ የሚችሉ ነገር ግን እስከአሁን በዘርፍ የሚጠበቅባቸውን ያህል ተሳትፎ በማድረግ ላይ ያልሆኑትን አካላት ነው።

3.5. የሕዝብ ግንኙነት ሞዴል

ከአማራጭ የሕዝብ ግንኙነት ሞዴሎች ውስጥ ዘርፍ ትኩረት እንዲያገኝ ማድረግ፤ መረጃ ማሰራጨትን፣ ኅብረተሰቡንና ባለድርሻ አካላትን በማሳመን በአምራች ኢንዱስትሪው ላይ ያላቸውን ተግባራዊ ተሳትፎ ማሳደግና ከስትራቴጂካዊ አጋሮች ጋር እየተወያዩ በኢንዱስትሪው ዘርፍ ሐሳብ ማፍለቅን ትኩረታቸው ያደረጉትን ሞዴሎች እንደአግባብነቱ በተናጠልና በቅንጅት በጥቅም ላይ ማዋሉ ተመራጭ እንደሚሆን ታምኖበታል።

ሠንጠረዥ 3. መልካም ኢጋባሚና ስፖት የSWOT ትንተና 2015

ተ. ቁ	ባለድርሻ አካላት	ሚኒስቴር መ/ቤቱ ማንኛነት	ሚኒስቴር መ/ቤቱ የሚጠብቀው የሥራ ማንኛነት	ባለድርሻ አካላት ከሚኒስቴር መ/ቤቱ ማማኝት የሚፈልጉት አገልግሎት	የሚያሳድሩት ተጽዕኖ ደረጃ	የኮምዩኒኬሽን መንገድ
1	የተቋሙ አመራርና ሠራተኞች	የአመራች ኢንዱስትሪ ዘርፉን በበላይነት መምራት፣ አቅጣጫ መስጠት ለዘርፉ ልማት ምቹ ፖለቲካዊ፣ ኢኮኖሚያዊና ማህበራዊ ሁኔታዎችን መፍጠር	የመስሪያ ቤቱን ዕቅድ በአግባቡ መገንዘብ ማቀድና በመተግበር ማሳካት	ለሥራ የሚሆን የፋይናንስና ሎጀስቲክስ አቅርቦት ወቅቱን የጠበቀ የአቅም ግንባታ ስልጠና ምቹ የሥራ ሁኔታና የሥራ ማበረታቻ ድጋፍና ክትትል ጠንካራ የቡድን ስሜትና ሐላፊነት ያለው አመራርና ሠራተኛ ስልጡን የሰው ሃይል ከባለድርሻ አካላት ጋር የተቀናጀ ውጤታማ አመራር ማግኘት	ከፍተኛ	ወርሃዊ የሩብ ዓመት ስብሰባዎች እና ሁሉም የኮምዩኒኬሽን መንገዶች
2	አመራች ኢንዱስትሪዎች/ ኢንተርፕራይዎች	ምርትና ምርታማነታቸውን ማሳደግ፣ ተጨማሪ የሥራ እድሎችን መፍጠር፣ ከውጭ የሚገቡ ምርቶችን ተክተው ማምረት፣ የሀገር ውስጥ የገበያ ተደራሽነታቸውን ማስፋት	የዘርፉ አምባሳደር መሆን ከባለድርሻ አካላት ጋር ውጤታማና የቅንጅታዊ አሠራርን መዘርጋት	(በመሠረተ ልማት) በማምረቻ ቦታ፣ በፋይናንስ፣ በግብዓት፣ በማሽን፣ በውጭ ምንዛሬ፣ በሀገራዊ ማዕቀፍ ክፍተቶች በገበያ	ከፍተኛ	ሁሉም የኮምዩኒኬሽን መንገዶች

		በዓለማዕቅ ገበያ ተወዳዳሪ መሆን፣ ለዚህም አስታይ የማሻሻሪያ፣ የቴክኖሎጂ፣ የአሠራር ስርዓት ልማት ላይ ትኩረት ሰጥተው እንዲሠሩ፣ የምርት ሒደቶቻቸው ከከባቢያዊ ደህንነት ጋር እንዳይጋጭ ማድረግ፣ ራሳቸውን ማስተዋወቅ፣ ምርታቸውን መሻሻሉ	ትስስር ያለው እንዲሆን ማድረግ	ፈላጊ የሆኑት ስራዎች፣ አቅምን አማሎ መጠቀም፣ ጥራት ያለውና ተወዳዳሪ የሆኑ ምርት ማምረት	ትስስር ወዘተ የሚፈጠር አላስፈላጊ ቢሮክራሲን ማስቀረት የሀገር ውስጥ ምርት መጠቀም ላይ በትኩረት ለሰጡ አመለካከት ላይ ለውጥ የሚያመጡ የግንዛቤ ማስጨባጫ ሥራዎችን መሥራት
3	ተጠሪ ተቋማትና የክልል የዘርፍ አደረጃጀቶች	ለዘርፍ ስኬት አዳዲስ የፈጠራ ሐሳቦችን ማመንጨት፣ ዓለማዕቅድ ተሞክሮዎችን መቀመጫ ማለመድ ችግር ፈቺ ጥናትና ምርመራዎችን ማካሄድ የዘርፍን ትክክለኛና ወቅታዊ መረጃዎችን ማደራጀት የተቋሙን የህዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን ማጠናከር	የዕውቀትና ክህሎት ድጋፍ ማግኘት ወቅቱን የተጠበቀ ግምገማና ግብረመልስ የቅንጅታዊ አስራሮችን መፍጠር ወጥ የመረጃ ማዕከልን ማቆም ጠንካራ የህዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን አሠራርን መዘርጋት	ከፍተኛ	ሁሉም የኮሚኒኬሽን መንገዶች

4	ፋይናንስና ኢኮኖሚ ልማት ተቋማት	<p>የአካባቢና ዓለማዊ ግብይት መዳረሻን ማረጋገጥ</p> <p>የክልሉን የኢንዱስትሪ ጸጋዎች ማስተዋወቅ</p> <p>የልምድ ልውውጥ ማካሄድ</p> <p>የበለጠ-ምዎችን አቅም መግንባት</p>	<p>ለዘርፉ ልማት ውሳኔ የሆኑ ደንብና መመሪያዎችን የድጋፍ ማዕቀፎችንና መሰል አስቻይ ሁኔታዎችን ማዘጋጀትና ማጽደቅ</p>	ከፍተኛ	ሁሉም የኮሚኒኬሽን መንገዶች
		<p>ለአምራች ዘርፍ እድገት አስፈላጊ የፋይናንስ አቅርቦትን ማመቻቸት</p> <p>የልማት አጋራትን አቅም በማስጠበቅ የዘርፉ ልማት በቴክኖሎጂ፣ በማሽነሪ አቅም፣ በጥናትና ምርምር፣ በስልጠናና በልምድ ልውውጥ የሚዳብርበትን ምቹ ሁኔታ መፍጠር</p> <p>ኢንቨስትመንትን ለማበረታታት ለባለሀብቶች የተሰጡ የታክስ እጅግ ለማስቀመጥ ለአግባቡ እንዲፈጸሙ ማድረግ</p> <p>አዳዲስና ወቅቱን የዋጁ የማበረታቻ ስርዓቶችን መተግበር</p> <p>የኢንዱስትሪዎች የሀገር ውስጥ የገበያ ድርሻ እንዲያደግ አስፈላጊ የልዩ ድጋፍ አሠራሮችን መዘርጋት</p> <p>የፖሊሲና የጥናት ምርምር ድጋፍ ማድረግ</p>	<p>የሚደረጉ ድጋፎች በትክክል እንዲተገበሩ ማድረግ፣</p> <p>የሀገር ውስጥ አምራችንና ምርታችውን በአግባቡ እንዲተዋወቅ ማድረግ</p> <p>የምርትና ምርታማነት አቅማቸው፣ የጥራት ደረጃቸው የዋጋ ተወዳዳሪነታቸው እንዲጨምር መረባረብ</p> <p>ጥራት ላይ የማይደራደር፣ የገቢ ምርቶችን ታላቢ ያደረገና የዓለም ገበያውን ያለመ ጠንካራ አምራች እንዲፈጠር ግፊትና እገዛ ማድረግ</p> <p>ዘርፉን ሊያሳድግ የሚችል ተገቢና ጥራት ያለው ዕቅድ ማቀድ</p>		

5	<p>የመሠረተ ልማት፣ የሳይንስና የመገናኛ ቴክኖሎጂ ዘርፍ</p>	<p>አምራች ኢንዱስትሪው ተወዳዳሪ ሆኖ እንዲዘልቅ የሚያደርጉ ዘመኑን የዋጁ መሠረተ ልማቶችን ተደራሽ በሆነ አግባብ መዘርጋት</p> <p>ለአገላይን የኢንዱስትሪ ምርቶች ሽያጭ መቀላጠፍ የሚረዱ የኢንተርኔት ግብይት ተቋማት እንዲበራከቱ ለማድረግ የሚያስችል ፈቃድና ድጋፍ መስጠት</p> <p>በመሠረተ ልማት ግንባታ ውስጥ አምራች ኢንዱስትሪው አስፈላጊ ቁሳቁሶችን እንዲያመርት በማስቻል የገበያ ተጠቃሚነታቸውን ማስፋፋት ሀገር-በቀል ምርትና ምርታማነትን ለማሻሻል የሚረዱ አሠራሮችን፣ ቴክኖሎጂና አስተባብሮችን ለአምራች ኢንዱስትሪዎች ማቅረብ፣ ማለመድና መደገፍ</p> <p>የኢንዱስትሪዎችን የምርት ግብይት፣ ማስተዋወቅና የስርጭት አሠራሮችን ከቴክኖሎጂያዊ አቅም ጋር በማስተሳሰር ንግድን ማቀላጠፍ</p> <p>ውጥ የሆነ የኢንዱስትሪ መረጃ መሠባሰቢያ ቋችና የአሠራር ሥርዓት እንዲፈጠር ድጋፍ ማድረግ</p>	<p>የመሠረተ ልማት አቅርቦትና አገልግሎትን በስፋትና በዓይነት ለማስፋት እንዲቻል የሚረዱ ልዩ ልዩ መረጃዎችን አጠናቅቆ ማቅረብ</p> <p>በመሠረተ ልማት አቅርቦት ውስጥ ኢንዱስትሪዎች ልዩ ልዩ ቁሳቁሶችን እንዲያመርቱ በማስቻል የተቋሙን የውጭ ምንዘሬ ወጪ መቀነስ</p> <p>የጋራ ሥራዎችን የማቀናጀትና መገምገሚያ አሠራር ሥርዓትን መዘርጋት</p> <p>የኢንዱስትሪዎችን ነባራዊ አቅም፣ ቀጣይ ፍላጎትና ሀገራዊ ተቋማዊ ተልዕኮ መረጃ፣ ጥናትና ምርምር ሥራዎችን በጋራ ማከናወን</p> <p>ውጥ የሆነ የኢንዱስትሪ መረጃ መሰባሰቢያ ቋችና የአሠራር ሥርዓት እንዲፈጠር በጋራ መሥራት</p>	<p>ከፍተኛ</p>	<p>ፓናል ውይይት ልዩ ልዩ የምክክር መድረኮች በሁሉም የኮሚኒኬሽን መንገዶች</p>
---	--	---	---	-------------	--

6	የፍትሕና የዲሞክራሲ ተቋማት	የአምራች ኢንዱስትሪውንና ሰላም ማስጠበቅ ለኢንዱስትሪ ልማት ውሳኔ የሆነውን ሀገራዊ ሠላምና መረጋጋት መፍጠር ለመሊተረ አስፈላጊ የሆኑ አልባሰትና ምግቦች እንዲሁም ቆሳቆሶችን በሀገር ውስጥ አምራቾች እንዲመረቱ በማድረግ የገበያ ትስስርን ማስፋት ሀገራዊ የምርታማነትን አቅምን ማጎልበት	አምራች ኢንዱስትሪዎች ለሠራዊቱ ግብዓትነት የሚውሉ ምርቶችን በጥራትና በፍጥነት ማምረት የአምራች ዘርፉን የሚያዘምኑ የቴክኖሎጂ ሥራዎችን በመሥራት ያለውን አስተዋፅኦ ማጎልበት	የቴሌቪዥንና የራዲዮ ፕሮግራም ልዩ ልዩ መድረኮች
7	የግብርናና የማህበራዊ ዘርፍ	የግብርና ምርቶችን በቴክኖሎጂ ማዘመን፣ የኢንዱስትሪ ግብዓት በምርምር በተደገፈ መንገድ ለአምራች ኢንዱስትሪ ግብአት የሚሆኑ ምርቶችን በበቁና በጥራት ማምረት ልዩ ልዩ የግብርና ማሻሻሪያ አምራቾች የገበያ ትስስር እንዲፈጠርላቸው ማስቻል ለአምራች ኢንዱስትሪው ግብዓት የሚሆኑ የግብርና ምርቶችን በበፋት እንዲቀርቡ ድጋፍ ማድረግ	ለአምራች ኢንዱስትሪው የሚያስፈልጉ የግብርና ግብአቶችን መለየትና ቅድሚያ የሚሰጥቸውን ማቅረብ ግብርናውን የሚያዘምኑ ቀላል ማሻሻሪያዎችን በበፋት በማምረት ለዘርፉ እድገት ወሳኝ ሚና መጫወት ለኢንዱስትሪ ግብዓትነት የሚውሉ የግብርና ውጤቶች በሀገር ውስጥ አምራቾች ገበያ እንዲያገኙ የመረጃና የገበያ ትስስር ሥራዎችን በጋራ መሥራት	ሁሉንም ሊይነት የኮሙኒኬሽን መንገዶች፣ ከፍተኛ

8	<p>የመንግስት ኮሚኒኬሽንና የሚዲያ ተቋማት</p>	<p>ዘርፉ ትኩረት እንዲያገኝና ማህበረሰቡ ግንዛቤ እንዲኖረው አጀንዳ አድርጎ መሥራት ለመገናኛ ብዙሀን አቅጣጫ መስጠት ዘርፉ ለኢኮኖሚያዊ ሽግግሩ ያለውን ፋይዳ ለማህበረሰቡ ማስገንዘብ ሚ/መ/ቤቱ መገናኛ ብዙሀን ሲጋብዝ በመገኘት ተገቢውን የዘገበ ሽፋን መስጠት ተከታታይነት ያለው ፕሮግራም፣ ዜናና ውይይት በመሥራት የመስክ ጉብኝት በማድረግ መረጃ በማጠናቀር ለማህበረሰቡ በማድረስ ዘርፉን ማሳደግ</p>	<p>ስለ አምራች ኢንዱስትሪ ትክክለኛ መረጃ በየወቅቱ ማዘጋጀትና ማሰራጨት ዘርፉን የሚያስተዋውቅበት ቋሚ የአየር ሰዓት መግዛት የሚዲያ የመስክ ጉብኝት ማዘጋጀት ማህበራዊ ድረ ገጽን በደንብ መጠቀምና ማዘመን</p>	<p>ከፍተኛ</p>	<p>ሁሉንም አይነት የኮሚኒኬሽን መንገዶች፤</p>
9	<p>የመያና የዘርፍ ማኅበራት</p>	<p>ዘርፉን የሚያሳድጉ የምርምር ሥራዎችን መሥራትና መተንተን የሀገር ውስጥ ምርት መጠቀም ላይ ሳይገባ ማብራሪያ መስጠት፣ ልዩ ልዩ ፖሊሲዎችን፣ ስትራቴጂና መመሪያዎችን በመተቸት፣ ጥናታዊ ፅሁፎችን ማቅረብ የገበያ መዳረሻዎችን ማስፋትና የገበያ ትስስር መፍጠር የአምራች ኢንዱስትሪ ምርቶችን በተመጣጣኝ ዋጋ ለጎብረተሰቡ ማቅረብ ስለ ኢንዱስትሪ ዘርፍና ፖሊሲ ለአባሎቻቸው ግንዛቤ መፍጠር</p>	<p>ለዘርፉ ሀገራዊ ልማት ምሁራዊ ሚናቸውን መውጣት የሚያስችሏቸው የጥናትና ምርምር ሥራ መሥራት፣ የምክክር መድረኮችን ማመቻቸት የፖሊሲና የህግ ድጋፍ የገበያ መዳረሻዎችን ማስፋት አዳዲስ የኢንቬስትመንት አማራጮችን ማመቻቸት አቅም ግንባታ</p>	<p>መካከለኛ</p>	<p>ሁሉንም አይነት የኮሚኒኬሽን መንገዶች፤</p>

10	የልማት አጋር ድርጅቶች	<p>አዳዲስ ቴክኖሎጂዎችን ማስተዋወቅ</p> <p>ለአምራች ኢንዱስትሪው ዘርፍ እድገት በበለጠነት መንፈስ ሙያዊ አገልግሎት መስጠት</p> <p>የአምራች ኢንዱስትሪው የሚያመርተውን ምርት መጠቀም፣ ማስተዋወቅና አምባሳደር ሆኖ ግንዛቤ መፍጠር</p>	<p>የማኅበራት የጋራ ፎረም እንዲመሰረት ምቹ ሁኔታ መፍጠር</p> <p>የሥራ እድል ማግኘት</p> <p>ለአካል ጉዳተኞች ምቹ የሥራ አካባቢ እንዲፈጠር ማድረግ</p>	ከፍተኛ	G2G, ማህበራዊ ሚዲያ ስብሰባዎችና ሁሉም የኮምዩኒኬሽን መንገዶች
----	----------------	---	---	------	---

ምዕራፍ አራት

4. የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂው ግቦች

4.1. ጠንካራና ውጤታማ የውስጥ ኮሚኒኬሽን መገንባት

የውስጥ ኮሚኒኬሽን የመስሪያ ቤቱን የበላይና መካከለኛ አመራር አባላትና ሠራተኞች ከላይ ወደታች፣ ከታች ወደላይና በጎንዮሽ የሚያደርጉትን ግንኙነት የሚመለከት፤ ሁሉም ለመሥሪያ ቤቱ ራዕይ፣ ዓላማና ስኬት ተፈጻሚነት በአንድ ልብ ሆነው የሚሠሩበትን የግንኙነት ሥርዓት የመፍጠርና የማስፈጸም ተግባር ነው።

ስለሆነም የውስጥ ባለድርሻ አካላት ኮሚኒኬሽን የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የአስር ዓመት መሪ እቅድን ለመተግበር በሚከናወነው ተግባር ውስጥ ለጋራ ዓላማ እንዲሰለፉ፣ የጋራ መግባባት እንዲኖራቸው፣ የሥራ ክፍሎች ተቀናጅተው እንዲሰሩ፣ የተሳለጠ የመረጃ ፍሰት እንዲኖር ያደርጋል። በዚህ መሰረት የሚከተሉት ተግባራት ይከናወናሉ።

- የመሥሪያ ቤቱን ራዕይ፣ ተልዕኮ፣ እሴቶች፣ እቅዶች፣ ስኬቶችና ቁልፍ ተቋማዊ ለውጦችን በየጊዜው ማስገንዘብ
- ሁሉም የሥራ ክፍሎች በሥራ ክንውኖች ላይ መረጃ ለመለዋወጥ፣ በእቅድና በአፈጻጸም ላይ ለመወያየት መደበኛ ስብሰባዎችን ማካሄድ
- መሥሪያ ቤቱን የተመለከቱ ማንኛውም መረጃዎች ሠራተኞች በቀላሉ ኤሌክትሮኒክ በሆነ መንገድ የሚያገኙበትን መንገድ መፍጠርና ለበላይና ለመካከለኛ አመራር አባላት በባለቤትነት መንፈስ ሙያዊ አስተያየት እንዲሰጡ ማበረታታት
- የውስጥ ኮሚኒኬሽን አዲት ማካሄድና ውጤቱን ማሳወቅ

4.2. የውጭ ባለድርሻ አካላትን ያሳተፈ ኮሚኒኬሽን ማካሄድ

ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር ካለው የሥራ ባህሪዬ አንጻር ከመንግሥት ህግ አውጪዎች፣ አስፈጻሚዎችና ተርጓሚዎች አንስቶ እስከ ክልላዊ መንግሥታት የተለያዩ አካላት፣ ከአነስተኛ አምራች ኢንዱስትሪዎች አንስቶ እስከ ትላልቅ ኢንዱስትሪዎች፣ በተለያዩ ደረጃ የሚገኙ ዓለም አቀፍ ተቋማትና ሚዲያን ያካተተ ሰፊ የውጭ ባለድርሻ አካላት አሉት። ስለሆነም መ/ቤቱ ለሚያስፈጽመው ፖሊሲ፣ ስትራቴጂና እቅድ የእነዚህ ባለድርሻ አካላት አጋርነትና ድጋፍ ወሳኝ በመሆኑ ዘላቂነት ያለው ጠንካራ ኮሚኒኬሽን መገንባት ያስፈልጋል። ይህን ግንኙነት ስትራቴጂያዊ በሆነ መንገድ ለመምራት የሚከተሉት ተግባራት ይከናወናሉ።

- የመ/ቤቱ የበላይ አመራሮችና በየደረጃው ያሉ ሐላፊዎች በዘርፉ ያሉ ባለድርሻ አካላትን በየጊዜው ቀርበው እንዲያነጋግሩና የባለቤትነት ስሜት እንዲሰማቸው ለማድረግ የሚያስችል አሠራርን መዘርጋት

- የኢንዱስትሪ ዘርፉን አስመልክቶ በየጊዜው በሚወጡ ፖሊሲዎች፣ ህጎች፣ ስትራቴጂዎች፣ እቅዶች፣ መመሪያዎች ዝግጅት ላይ የባለድርሻ አካላትን አስተያየት መቀበል
- በኢንዱስትሪ ዘርፍ እየተከናወኑ ያሉ ተግባራትንና የሚያጋጥሙ ችግሮችን በየጊዜው ለሚመለከታቸው የመንግሥት አካላት ማሳወቅ፤
- በኢንዱስትሪዎች መካከል የልምድ ልውውጥና የእውቀት ሽግግር እንዲኖር ማበረታታት፤ አስቻይ ሁኔታዎችንም መፍጠር
- አምራች ኢንዱስትሪን አስመልክቶ የሚከበሩ ልዩ ልዩ በዓላትና የአደባባይ ሁኔታዎች እንዲኖሩ ማስቻልና አሳታፊ በሆነ መንገድ ማክበር
- የልማት አጋር ለሆኑ ዓለም አቀፍ ተቋማትና የውጭ ባለሀብቶች አስፈላጊ የሆኑ መረጃዎችን በተለያዩ አማራጮችና ቋንቋዎች ማሰራጨት
- በዘርፉ የላቀ ውጤት ላመጡ ኢንዱስትሪዎች ዓመታዊ የእውቅናና የማበረታቻ መርሐ ግብሮች ማካሄድ
- የውጭ ኮምፒዩትሪንግ አዲት ማካሄድና ውጤቱን ማሳወቅ

4.3. ጠንካራ የሚዲያ ግንኙነት መፍጠር

በኢንዱስትሪ ዘርፍ የሚከናወኑት ተግባራት፣ የሚገኙ ስኬቶች፣ ያጋጠሙ ችግሮችና የሚወሰዱ ርምጃዎችን ህዝብ በተለይም በዘርፉ ውስጥ ያሉ ባለድርሻ አካላት እንዲያውቁቸው ለማድረግ ከአገር ውስጥና ከውጭ የሚዲያ ተቋማት ጋር ዘላቂነት ያለውና በእውቀት ላይ የተመረከዘ ጠንካራ ግንኙነት ይኖራል። በዚህ ረገድ የሚከናወኑት ተግባራት ቀጥሎ የተገለጹት ናቸው።

- ጋዜጠኞች ስለ ዘርፉ ወቅታዊ መረጃና መልዕክት የሚያገኙበት የማህበራዊ ሚዲያ መስመር ሥራ ላይ ማዋልና በየጊዜው ወቅታዊ መረጃ መስጠት፤
- በኢንዱስትሪ ዘርፍ በየጊዜው ያለውን ለውጥ ለማስገንዘብ በየዓመቱ ለጋዜጠኞች ስልጠና መስጠት
- ከተመረጡ ሚዲያዎች ዋና አዘጋጆችን በመጋበዝ ከመ/ቤቱ የበላይ አመራር አባላት ጋር ስለ ዘርፉ እንዲወያዩ ማድረግ
- ጋዜጠኞች ለሚያቀርቡት ጥያቄ በአፋጣኝ መልስ እንዲያገኙ ማድረግና በየጊዜው ጋዜጣዊ መግለጫ መስጠት

- በኢንዱስትሪ ዘርፍ የሚከናወኑትን ተግባራት የሚያሰርጹ ትምህርታዊ የሬዲዮና የቴሌቪዥን መርሐ ግብሮችን እንዲሁም ትምህርታዊ ጽሑፎችን በህትመትና በዲጂታል ቅጂዎች በተለያዩ ቋንቋዎች ማዘጋጀትና ማሰራጨት
- ውጤታማ የሆኑ አምራች ኢንዱስትሪዎችን የተመለከተ የሚዲያ ጉብኝት ማዘጋጀት

4.4. የተቋሙን የኮሚዩኒኬሽን ክፍል አቅም መገንባት

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚዩኒኬሽን ጉዳዮች ስራ አስፈጻሚ የሚኒስቴር መ/ቤቱን ተልዕኮና ስትራቴጂ ለማሳካት እንዲሁም በመ/ቤቱ በተገልጋዮቹ መካከል መስተጋብራዊ ግንኙነት ለማጠናከር የሚያስችል አደረጃጀት፣ የሰው ኃይልና ተቋማዊ አቅም እንዲኖረው ይደረጋል።

ክፍሉ የመ/ቤቱ መገለጫ ሆኖና በቃል አቀባይነት ሚናው በዘላቂነት ተጠናክሮ እንዲቀጥል የበላይ አመራሩ ድጋፍ ይኖረዋል። ይህ አደረጃጀት ከዘርፉ ተጠሪ ተቋማትና የክልልና የከተማ አስተዳደር የኢንዱስትሪ ቢሮዎች የህዝብ ግንኙነት ባለሙያዎች ጋር የተናበበ አሠራር በመፍጠር በዕውቀት ላይ የተመሰረተ የመረጃ ቅብብሎች እንዲኖር የሚያስችል ሊሆን ይገባል። ለዚህም ከዚህ በታች የተገለጹት ተግባራት ይከናወናሉ።

- የሚኒስቴር መ/ቤቱን የኮሚዩኒኬሽን ክፍል በአደረጃጀት፣ በሰው ኃይል፣ በቁሳቁስና በተከታታይ ስልጠና አቅማቸውን መገንባት
- የተጠሪ ተቋማት፣ የክልልና የከተማ አስተዳደር የኢንዱስትሪ ቢሮዎችና የአምራች ኢንዱስትሪዎች የህዝብ ግንኙነት ባለሙያዎችን አቅም በስልጠናና በልምድ ልውውጥ መገንባት
- ከተጠሪ ተቋማት፣ የክልልና የከተማ አስተዳደር የኢንዱስትሪ ቢሮዎችና የአምራች ኢንዱስትሪዎች የህዝብ ግንኙነት ሐላፊዎች ጋር የመረጃ መለዋወጫ መረብ ማዘጋጀት፣ በየጊዜው ውይይት የሚደረግበት መርሃግብር ማካሄድ
- ለሚኒስቴር መ/ቤቱ የኮሚዩኒኬሽን ክፍል አስፈላጊ የሆኑ መመሪያዎችን አዘጋጅቶ ሥራ ላይ ማዋል
- ስለ ሚኒስቴር መ/ቤቱና ዘርፉ የተመለከቱ መረጃዎችን የተለያዩ የሚዲያ አማራጮችን በመጠቀም በልዩ ልዩ የአገር ውስጥና የውጭ ቋንቋዎች በተከታታይ እያዘጋጁ ማሰራጨት

4.5. የቀውስ ጊዜ ኮሚዩኒኬሽንን መፈጸም

አገራዊ የዘርፉን ገጽታና የመ/ቤቱን መልካም ስም ሊያጎድፉ የሚችሉ ሁኔታዎችን አስቀድሞ መተንበይ፣ ከተከሰተም ከበላይ አመራርና ከሚመለከታቸው አካላት ጋር በመሆን ግልጽነትን በተለበሰ መንገድ ቀውሱን መቋቋም፤ ለህዝብም ወቅታዊ መረጃን ቀዳሚ ሆኖ ማቅረብ ያስፈልጋል። ስለሆነም የቀውስ ጊዜ ኮሚዩኒኬሽን በእውቀት የሚመራ ወሳኝ ተግባር በመሆኑ የስትራቴጂያዊ አቅጣጫው አካል ተደርጓል። በዚህም መሠረት የሚከተሉት ዋና ዋና ተግባራት የሚከናወኑ ይሆናሉ።

- ምን አይነት ቀውስ ሊመጣ እንደሚችልና የሚኒስቴር መ/ቤቱን ገጽታና መልካም ስም በምን ደረጃ ሊገዳ እንደሚችል አዝማሚያዎችን አስቀድሞ ማጥናትና ለመ/ቤቱ የበላይ አመራር የሙያ ምክር መስጠት
- ቀውስ በተከሰተ ጊዜ ስለጉዳይ በሚገባ ማወቅና ከበላይ አመራር ጋር በመነጋገር ቀዳሚ (Proactive) በመሆን ችግሩ የተከሰተበትን ምክንያት፣ የደረሰውን ጉዳት፣ የተወሰደውን የመከላከል እርምጃና ወደፊት ችግሩ እንዳይከሰት የሚከናወኑ ተግባራትን ሚዲያዎችን በመጠቀም ለህዝብ ማሳወቅ
- ቀውሱ ከተወገደ በኋላ የተከናወነውን የኮሚኒኬሽን ተግባር የያዘ ሙሉ መረጃና ዘገባ ማዘጋጀትና ለበላይ አካል ማቅረብ

4.6. አካታች የኮሚኒኬሽን ሥራዎችን መተግበር

የሚኒስቴር መ/ቤቱ ለሴቶች፣ ወጣቶችና አካል ጉዳተኞች በተለየ ሁኔታ አገልግሎቱን ለማዳረስና የበለጠ ተደራሽ ለመሆን በሚያከናውነው ተግባር በኮሚኒኬሽን መስክ ስትራቴጂያዊ በሆነ መንገድ ዘላቂ ሙያዊ ድጋፍ ለመስጠት የሚከናወኑት ተግባር ከዚህ በታች ቀርቦታል።

- ሴቶችና ወጣቶች በኢንዱስትሪ ዘርፍ በሚከናወኑት ዘርፈ ብዙ ተግባራት ተጠቃሚ እንዲሆኑ ግንዛቤያቸውን የማሳደግ፣ አቅማቸውን በመገንባትና በንቃት የማሳተፍ፣ ለመረጃ ተደራሽ እንዲሆኑ የማድረግ ተግባራት ይከናወናሉ። በተሰማሩበት መስክ የሚያገኙትን ስኬት ለህዝብ በማሳወቅ ሌሎች ሴቶችና ወጣቶች እንዲሰማሩበትና የሥራ ተሳትፏቸው እንዲጨምር የማበረታታት ሥራዎች ይሠራሉ
- አካል ጉዳተኞች ልዩ ድጋፍና ትኩረት የሚፈልጉ ህብረተሰብ ክፍሎች በመሆናቸው በኢንዱስትሪ ዘርፍ ውስጥ ተሰማርተው ተጠቃሚ እንዲሆኑ ግንዛቤያቸውን በማሳደግ፣ ስኬታማ አካል ጉዳተኞችን በሚዲያ በማስተዋወቅና በማበረታታት እንዲሁም ትኩረት በመስጠት ጥረት የሚያደርጉ ኢንዱስትሪዎችን አርአያነት ለህዝብ በማቅረብ ተከታታይ የኮሚኒኬሽን ሥራ ይሠራል

4.7. ተቋማዊ ማጎበራዊ ሐላፊነትን መወጣት

የመ/ቤቱን አመራር አባላት፣ ሠራተኞች፣ ተጠሪ ተቋማት፣ የክልልና የከተማ አስተዳደር ኢንዱስትሪ ቢሮዎችና አምራች ኢንዱስትሪዎችን በማሳተፍ ዘላቂነት ያለው ተቋማዊ ማህበራዊ ሐላፊነትን የመወጣት ተግባርን መምራት፣ የማስተባበርና የማስፈጸም የኮሚኒኬሽን ተግባራት ይከናወናሉ።

እነዚህ ተግባራት በተቻለ መጠን የተቋሙን ልዩ ባሕርይ የተለበሡ እንዲሆኑ ጥረት ይደረጋል፡፡ በዚህም መሰረት በተቋማት የሥራ ቦታ የአካባቢ ጥበቃ በማከናወን፣ አመቺ ቴክኖሎጂዎችን በማፍለቅ፣ ድጋፍ ለሚሹ ወገኖች የሥራ እድል የሚፈጥሩበት ስልጠና በመስጠት፣ የተቋማት ሠራተኞችን ኑሮ ሊደግፉ የሚችሉ የኢንዱስትሪ ምርቶችና አገልግሎቶችን በማቅረብ፣ ሰብዓዊ ድጋፍ በመለገስ፣ በሀገር ደረጃ በሚከናወኑ የችግኝ ተከላ፣ ገበታ ለሀገርና የአቅም ደካሞችን ቤት በጋራ በመሥራትና በመሳሰሉት ላይ በንቃት መሳተፍን ያጠቃልላሉ።

ሠንጠረዥ 4. በምዕራፎች የተከፈለ የስትራቴጂያዊ ግቦች የድርጊት አፈጻጸም እቅድ

የሚከናወኑት ተግባራት	ምዕራፍ አንድ												ምዕራፍ ሁለት															
	2016				2017				2018				2019				2020				2021							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1. የውጭ በላይኛ አካላትን ያሳተፈ ኮምፒዩትራዊ ማካሄድ																												
የሙያ/ቤተ የበላይ አመራሮችና በየደረጃው ያሉ ሐላፊዎች በዘርፉ ያሉ በላይኛ አካላትን በየጊዜው ቀርቦው እንዲያገኙና የበለጠ ስሜት እንዲሰማቸው ማድረግ፤																												
የኢንዱስትሪ ዘርፍን አስመልክቶ በየጊዜው በሚወጡ ፖሊሲዎች፣ ህጎች፣ ስትራቴጂዎች፣ እቅዶች፣ መመሪያዎች ዝግጅት ላይ የበላይኛ አካላትን አስተያየት መቀበል፤																												
በኢንዱስትሪ ዘርፍ እየተከናወኑ ያሉ ተግባራትን የሚያገጥሙ ችግሮችን በየጊዜው ለሚመለከታቸው የመንግሥት አካላት ማሰባሰብ፤																												

<p>2. ጠንካራ የሚዲያ ግንኙነት መፍጠር</p>	<p>ጋዜጠኞች ስለ ዘርፉ ወቅታዊ መረጃና ወቅታዊ መልዕክት የሚያገኙበት የማህበራዊ ሚዲያ መስመር ሥራ ላይ ማዋልና በየጊዜው ወቅታዊ መረጃ መስጠት፤</p>	<p>በኢንዱስትሪ ዘርፍ በየጊዜው ያለውን ለውጥ ለማስገንዘብ በየዓመቱ ለጋዜጠኞች ስልጠና መስጠት፤</p>	<p>በየጊዜው ተከታታይ መረጃ ለሚዲያ በመስጠት ዘርፉ የማያቋርጡ ሽፋን እንዲያገኝ ማድረግ፤</p>	<p>ከተመረጡ ሚዲያዎች ዋና አዘጋጅችን በመጋበዝ ከመ/ቤቱ የበላይ አመራር አባላት ጋር ስለ ዘርፉ እንዲወያዩ ማድረግ፤</p>	<p>ጋዜጠኞች ለሚያቀርቡት ጥያቄ በአፋጣኝ መልስ እንዲያገኙ ማድረግ፤</p>	<p>በየተወሰነ ጊዜ በቆሚነት ከሚዲያ ተቋማት ተወካዮች ጋር የምክክር ስብሰባ ማካሄድ፤</p>	<p>ስለ ሚኒስቴር መ/ቤቱ ሥራ በየጊዜው ጋዜጣዊ መግለጫ መስጠት፤</p>	Empty grid cells
---------------------------------------	--	---	---	--	---	--	---	------------------

<p>የተጠሪ ተቋማት፣ የክልልና የከተማ አስተዳደር የኢንዱስትሪ ቢሮዎችና የአምራች ኢንዱስትሪዎች የህዝብ ግንኙነት ስልጠናዎችን አቅም በስልጠናና በልምድ ልውውጥ መገንባት፤</p>	<p>ከተጠሪ ተቋማት፣ የክልልና የከተማ አስተዳደር የኢንዱስትሪ ቢሮዎችና የአምራች ኢንዱስትሪዎች የህዝብ ግንኙነት ስልጠናዎች ጋር የመረጃ መለዋወጫ መረብ ማዘጋጀት፣ በየጊዜው ውይይት የሚደረግበት መርሃግብር ማካሄድ፤</p>	<p>ለሚኒስቴር መ/ቤቱ የኮምፒዩትር ክፍል አስፈላጊ የሆኑ መመሪያዎችን አዘጋጅቶ ሥራ ላይ ማዋል፤</p>	<p>ለመ/ቤቱ የባላይ አመራርና ለሥራ አመራር አባላት አካባቢያዊ ሁኔታዎችን በመቃኘት የኮምፒዩትር ምክርና አስተያየት መስጠት፤</p>	<p>ስለ ሚኒስቴር መ/ቤቱና ዘርፉ የተመለከቱ መረጃዎችን የተለያዩ የሚዲያ አማራጮችን በመጠቀም በልዩ ልዩ የአገር ውስጥና የውጭ ቋንቋዎች በተከታታይ እያዘጋጀ ማሰራጨት፤</p>	<p>የመ/ቤቱን ዲጂታል መጽሔት በተከታታይ ማዘጋጀትና ማሰራጨት፤ ተደራሽነቱንም ማስፋት፤</p>	Empty cells for data entry
---	---	---	---	--	---	----------------------------

ምዕራፍ አምስት

5. ቁልፍ ስትራቴጂካዊ የኮሚኒኬሽን መልዕክቶች

5.1. ቁልፍ መልዕክቶች ናሙናዎች

የዘርፉ ቁልፍ መልዕክቶች የተቋሙን ዋና ዋና እንቅስቃሴዎች ተገልጋዮች በአግባቡ ተረድተው ለተቋሙ ስኬቶች አብረው እንዲቆሙ የሚያነሳሱና ወደተግባር እንዲገቡ የሚያስችሉ ናቸው።

- ተቋማዊ ብቃትና ግላዊ መሻሻል ለላቀ ኢንዱስትሪ ልማት
- ኢትዮጵያ ታምርት
- ኢትዮጵያዊ አምራችነት፣ ከልምምድ ወደ ልማድ
- ልዩ ትኩረት ለኢትዮጵያ አምራች ኢንዱስትሪዎች
- እኛው የኛው አቅም፤ እኛው የኛው ኩራት
- በሀገሩ ምርት የሚከራ ትውልድ እንገነባለን
- ጥራትና ምርታማነት ለውጤታማ የወጪ ንግድ ተወዳዳሪነት
- የአምራች ኢንዱስትሪ ልማት ለዘላቂ የሥራ ዕድል
- አብረን ሆነን የጋራ ሐገራችንን እንገነባለን
- የአምራች ኢንዱስትሪ ልማት፤ የኢኮኖሚያዊ ነፃነታችን መፃፊያ ወርቃማ ብዕር
- የቴክኖሎጂ ሽግግርና ፈጠራ ለምርትና ምርታማነት ዕድገት
- ቀላልና የተሻሻለ ቴክኖሎጂ ለመሠረተ ሠፊ የአምራች ኢንተርፕራይዝ ልማት
- የቴክኖሎጂ እድገት ለምርታማነት
- የአምራች ኢንዱስትሪ ልማት፣ ለጠንካራ ኢኮኖሚ ግንባታ
- ሌሎችም

ከላይ የተጠቀሱት እና ሌሎችም መልዕክቶች እንደየ ጊዜው ሁኔታ ይዘጋጃሉ።

ሠንጠረዥ 5. የውስጥ ስትራቴጂካዊ የኮሚኒኬሽን አቀራረብ

ተ.ቁ	ጉዳይ ባለድርሻ አካላት	የቁልፍ መልዕክት ይዘት	የኮሚኒኬሽን ዘዴዎች	የኮሚኒኬሽን መንገዶች	ውጤት
1	የተቋሙ አመራርና ሠራተኞች	ወቅታዊ ክስተቶች፣ የበግል መልዕክቶች፣ ሪፖርቶች እቅዶች፣ ስለ ስነ-ምግባር ፣መልካም አስተዳዳሪ፣ የደህንነት ጉዳዮች፣ የደንበኞች አገልግሎት፣ የሌሎች ጉዳይ፣ የፕሮጀክት ትግበራ፣ ማህበራዊ ሀላፊነቶች፣ የዘርፉ አምባሳደር ስለመሆን፣ ስለ የቅጥጅታዊ አሰራር መዘርጋት	መደበኛና ኢመደበኛ ስብሰባዎች. የሠራተኞች ቀን	ስልክ (ቴሌግራም ፣ዋትስ አፕ) ፣ የውስጥ እስክሪፖች ማስታወቂያ፣ ህጉ-መደብ (ጋዜጦች፣ ብሮሻር፣ በራሪ ወረቀቶች፣ በነሮች መጽሔቶች)	የጋራ መግባት፣ የቁርጠኝነት ስሜትንና የሥራ ተነሳሽነትን መጨመር
2	የተጠሪ ተቋማት አመራርና ሠራተኞች		መደበኛና ኢመደበኛ ስብሰባዎች	ስልክ (ቴሌግራም ፣ዋትስ አፕ) ፣ ግጽ-ለገጽ ውይይት፣ ሁነቶች፣ የስራ ጉብኝቶች፣ ኢግዚቢሽንና ባዘር	መነቃቃት ፣ የተናበበ ቅጥጅታዊ አሠራር፣ የተማከለ የመረጃ ሥርዓት መፍጠር፣ መተማመን
3	የክልል፣ የከተማ አስተዳዳሪ፣ ኢንዱስትሪ ቢሮ ላለፊዎች፣ የአምራች ኢንዱስትሪ፣ የአግባብ ፓርኮች ኮሚኒኬሽን አመራሮችና ሠራተኞች		መደበኛና ኢመደበኛ ስብሰባዎች. የምክክር ስብሰባዎች	ስልክ(ቴሌግራም፣ዋትስ፣ፕሮጀክት ግጽ-ለገጽ፣ቪዲዮ ኮንቭሪዥን ስቴሌግራም፣ዋትስ፣ፕሮጀክት፣ግጽ-ለገጽ፣ ኢሜል፣ ውይይት፣ሁነቶች፣የስራ ጉብኝቶች፣ ኢግዚቢሽንና ባዘር፣ (የማስታወቂያ መሳሪያዎች.አጀንዳ፣ክፍያ፣ ቲሽርት፣ቁልፍ ፖስትካርድ...) ፣የሚዲያ ፎረም	መነቃቃት ፣ የተናበበ ቅጥጅታዊ አሠራር፣ የተማከለ የመረጃ ሥርዓት መፍጠር፣መተማመን፣ ግልጽኝነት እና ትብብርን መስረት ያደረገ ግንኙነት የጋራ መግባት ፣አዳዳሪ ሐሳቦች

4	የተቋሙ ኤዲዮሪያል ቦርድ አባላት	ወቅታዊ ክስተቶች፣ የቦላ ሙዕከቶች፣ ሪፖርቶች እቅዶች፣ ስለ ስነ-ምግባር፣ መልካም አስተዳዳሪ፣ የደህንነት ጉዳዮች፣ የደንበኞች አገልግሎት፣ የሴቶች ጉዳይ፣ የፕሮጀክት ትግበራ፣ ማህበራዊ ሐላፊነቶች፣ የዘርፉ አምባሳይር ስለመሆን፣ ስለ የቅንጅታዊ አሰራርን መዘርጋት ላይ የተኮረ ይዘት ያላቸው መልዕክቶችን መቅረጽ፣ ኤዲዮሪያሎችን ማየት	የቦርድ ስብሰባ	ቴሌግራም፣ ገጽ-ላገጽ	የተቋሙን የሚሰሩ የተለያዩ ህትመቶችን መልዕክት/ይዘቶች/ተቋሙን የሚወክሉ ማድረግ
5	የአምራች ኢንዱስትሪዎች ባለቤቶች	ገቢ ምርቶችን መተካት፣ የውጫ ምንዘራ ግኝት፣ የስራ ዕድል ፈጠራ፣ የማምረት አቅም አጠቃቀም፣ የምርት ጥራት፣ የአካባቢ ደህንነት፣ ፖሊሲዎች፣ መመሪያዎችና ደንቦች የዘርፉ ማበረታቻዎች፣ ያሉ ምቹ ሁኔታዎች	<ul style="list-style-type: none"> • ልዩ ልዩ የግንዛቤ ማስጨበጫ፣ የጥናትና የጥቆማ ፅሁፎችን ማሠራጨት • ክፍተትን መሠረት ያደረጉ የገቢ ለገጽ ስልጠናዎች • የዘርፉን ስኬትና ስጋት የሚጠቁሙ ዶክመንቶችን መስራት • ታዋቂ ግለሰቦችን ያካተተ የኢዲባቢይ ሁነት መረጃ በቀላሉ ለመለወጥ የሚያስችል ፕላንፎርም መፍጠር <p>ልዩ ልዩ ጎቅኖቹዎች</p>	ቴሌግራም፣ ዋትሳፕ፣ ስልጠና የቴሌቪዥን የሬዲዮ ማስታወቂያዎች፣ ዘጋቢ ፊልሞች፣ ፓናል ውይይቶች፣ ልዩ ልዩ ህትመቶች (ብሮሽሮች፣ የጥናት ጆርናሎች፣ ባነሮች፣ ዲጂታል መጽሐፍት) ኢ ግዛብሽንና ባዘርና ሁነቶች የቴሌቪዥን የሬዲዮ ፕሮግራሞች	የማምርት አቅም አጠቃቀም ልኬትን ማሻሻል፣ የውጫ ምንዘራን ግኝትን ማስደግ፣ ተወዳዳሪ ምርቶችን ማምረትና በሀገር ውስጥ ምርት መተካት፣ ጎቅ የባለሀብቶችና ወጣቶችን ተሳትፎ ማስደግ የሀገር ምርትን በመለዎትና በባለቤትነት ስሜት መሥራት

<p>6</p> <p>መንግስታዊ ተቋማት</p> <ul style="list-style-type: none"> • ፖሊሲ አውጪዎች • የግብርና እና የማህበራዊ ዘርፍ • የፍትህ ዲሞክራሲ ተቋማት • የፋይናንስና ኢኮኖሚ ልማት ተቋማት • የመሥሪታ ልማት፣ የሳይንስ እና የመገናኛ ቴክኖሎጂ ዘርፍ ተቋማት • የሙያና የዘርፍ ማህበራት 	<p>የዘርፍ ፖሊሲዎች፣ መመሪያዎች፣ የኢንዱስትሪ ዓብዮት፣ የአካባቢ ሰላምና ደህንነት፣ የብድር አቅርቦት፣ ሀይል አቅርቦት፣ መሰረተ ልማት፣ ቴክኖሎጂና ኢንዱስትሪ ልማት</p>	<ul style="list-style-type: none"> • የበለሙ ያዎች አማካሪ ቡድን (think tank) ቡድን እንዲቋቋምና እንዲጠናከር እገዛ ማድረግ • የዘርፍ ስትራቴጂ ኮሚቴን ማጠናከር • የዘርፍን የሚዲያ ማህበረ ጻንዲቋቋም ማገዝና ማጠናከር • ለዘርፍ የቴክኖሎጂ አገልግሎት መስጠት የሚችሉ ተቋማት እንዲፈጠሩ ግፊት ማድረግ፣ የተቋቋሙትን በስፋት ማስተዋወቅ 	<p>ዜናዎች፣ ማስታወቂያዎች፣ ዘጋቢ ፊልሞች፣ ፖናል ውይይቶች ህትመቶች (የጋዜጦች አምዶች፣ ብርሻሮች፣ በራሪ ወረቀቶች፣ ባነሮች፣ መጽሐፍት) ሁኑዎች ሰነድ ማዲያ</p>	<p>የተናበበ ቅንጅታዊ አሠራር መዘርጋት እውቀትን መሠረት ያደረገ ድጋፍ ማድረግ አቅም ማደግ በዘርፍ የቴክኖሎጂ አጠቃቀም እድገት</p>
<p>7</p> <p>የልማት አጋር ድርጅቶች</p>	<p>የማምረት አቅም አጠቃቀም፣ ምች ሁኔታዎች፣ የኢንዱስትሪዎችን አቅም መገንባት፣ ኢንቨስትምንትን መሰብ/ማስተዋወቅ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • የዘርፍን የበለሙ ያዎች አማካሪ ቡድን (think tank) ንቁ ተሳትፎ ማሳደግ • ኢንቨስት የማድረግ አቅም/ፈቃዱ ያላቸውን የሱብረተሠብ ክፍሎች በገጽ ለገጽ ማወያየት • የተመረጡ የኢንቨስትምንት አማራጮችን በመለየት ማስታወቂያዎችን መስራ • በዘርፍ ስኬታማ የሆኑ አምራቾችን ተወካዮች ማስፋት 	<p>ወርክሽፖች፣ ፖናል ውይይቶች፣ ኢግዚብሽንና ባዘር፣ ሰነድ ማዲያ</p>	<p>ለአምራች ኢንዱስትሪዎች አቅም መገልበት የሚያግዙ የጥናት፣ የምርምር፣ የማሻሻሪያ ቴክኖሎጂ አቅርቦት ድጋፎች ዕድገት በዘርፍ ልማት ዙርያ ያደገ ግንዛቤ</p>

8	የሚዲያ ተቋም	የተቋሙ አቅዳሽ፣ ሪፖርቶች፣ አፈጻጸሞች፣ የምርመራ ስራዎች፣ የተገኙ ውጤቶች፣ አዳዲስ ምርቶች፣ ተቋማት የሚያዘጋጁት ውጤቶች፣ ዓለም አቀፍ ቀናት ሌሎችም	የመስክ ጉብኝቶች፣ ጋዜጣዊ መግለጫ፣ ፕረስ ኮንፈረንስ፣ የግንዛቤ ማስጨበጫ፣ የውይይት መድረክ፣ ቃለመጠየቅ፣ ብሮሽር፣ አመታዊ መጽሔት፣ የተለያዩ ሁነቶች ሌሎችም	በቴሌቪዥን፣ በሬዲዮ፣ በማግብራዊ ሚዲያ ማስራጫ ዘዴዎች፣ በጋዜጣና በመጽሔት፣ ዜና፣ ፕሮግራሞች፣ አርቲስታል፣ ሐተታዊ ጽሑፍ፣ የኢንቨስቲጂን ዘገባዎች፣ የዶክመንተሪ ሥራዎች፣ የክብ ጠረጴዛ ውይይቶችና በሌሎችም	በአምራች ኢንዱስትሪው ላይ በ30 ፕሮሰንት ያይን አጠቃላይ የዘገባ ሽፋን፣ የተገባ የተቋም ገጽታ፣ ላዜሃት ተደራሽ የሆነ ጥራት ያለው የዘርፍ መረጃ፣ በቂ ግንዛቤ ያለው የአምራች ኢንዱስትሪው ጥልቅ ሐተታዊ ጽሁፍ፣ በቀውስ ወቅት ውጤታማ ግንኙነት እንዲኖር ማስቻል፣ ግልጽ መረጃ ለህ/ሰቡ ተደራሽ ማድረግ፣
9	የአምራች ኢንዱስትሪዎች፣ ተጠሪ ተቋማትና የተቋሙ የኮሙኒኬሽን ባለሙያዎች	የሕዝብ ግንኙነት ጉቅናቄዎችን ማካሄድ፣ እውቀት፣ መረጃና ተሞክሮ ልውውጥ፣ ዘርፉን በጋራ ማስተዋወቅ፣ ቀውስን መከላከል፣ መመከትና ፈጣን ምላሽ መስጠት	የአቅም ግንባታ መድረኮች፣ የዘርፉ የህዝብ ግንኙነት ፎረም ወርክ ሾፖች፣ ዜናዎች፣ የስልክና የኢሜል መረጃ ልውውጦች፣ የህዝብ ክንፍ መድረኮች፣ የቴሌቪዥን ሬዲዮ ፕሮግራም፣ የማህበራዊና ሜዳ ስትራቴጂ ሚዲያ ዜናዎች፣ የህትመት ውጤቶች	ገፅ ለገፅ ውይይቶች፣ ማህበራዊ ሚዲያ፣ ሜዳ ስትራቴጂ ሚዲያ፣ ስልክ፣ የቴሌግራም ቡድኖች	ገፅ ለገፅ ውይይቶች፣ ማህበራዊ ሚዲያ፣ ሜዳ ስትራቴጂ ሚዲያ፣ ስልክ፣ የቴሌግራም ቡድኖች
10	ሴቶች፣ ወጣቶችና አካል ጉዳተኞች	በዘርፉ ፍትሐዊ ተጠቃሚነትን ማስፈን፣ ልዩ ድጋፍ የሚፈልጉ ዜጎችን እንቅስቃሴ ተጠቃሚ የማድረግ፣ የሴቶችና ወጣቶች አቅም ግንባታ፣ ለአካል ጉዳተኞች የግንዛቤ ፈጠራ	የህዝብ ክንፍ መድረኮች፣ የቴሌቪዥን ሬዲዮ ፕሮግራም፣ የማህበራዊና ሜዳ ስትራቴጂ ሚዲያ ዜናዎች፣ የህትመት ውጤቶች	ሁሉም ማህበራዊ ሚዲያዎች፣ ቴሌቪዥን፣ ሬዲዮ፣ ጋዜጦች፣ መጽሔቶች....	ከዘርፉ ተጠቃሚ የሆኑ ሴቶች፣ ወጣቶችና አካል ጉዳተኞች ቁጥር መጨመር

ምዕራፍ ስድስት

4. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የብራንዲንግ መርህ

የተቋሙን ስም፣ ዓርማ የሚሰጣቸውን አገልግሎቶችና ያሉትን እድሎች በማሕበረሰቡ አእምሮ ውስጥ በጠንካራ ጎኑ የመፍጠር ሂደት ነው። ማሕበረሰቡ ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የሚሰጣቸውን አገልግሎቶች እንዲረዱ ለማድረግ ግልጽና ወጥ የሆነ የተቋሙ ዓርማና ቀለም ወጥ በሆነ የአቀራረብ ይዘት መከተል ያስፈልገዋል። ስለሆነም በተቋሙ የሚሠሩ የህትመትና የማስታወቂያ ፕሮዳክሽኖች እንዲሁም የሚዘጋጁ ሁነቶች የተቋሙን ብራንዲንግ ያካተቱ መሆን አለባቸው።

ምዕራፍ ሰባት

7. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን መዋቅር

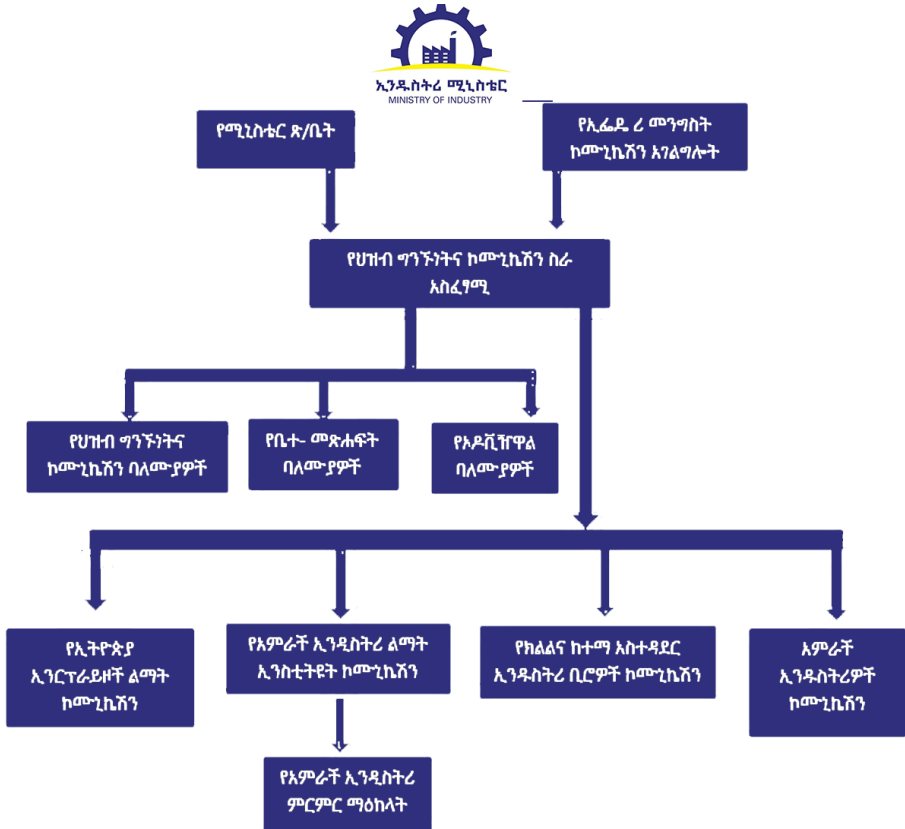
የኮሚኒኬሽን ሥራ አስፈጻሚ ተጠሪነት ለሚኒስትር ጽ/ቤት ኃላፊ ሲሆን በስሩ ያሉ 3 ክፍሎች ለኮሚኒኬሽን ሥራ አስፈጻሚ ተጠሪ ይሆናሉ።

በአጠቃላይ መዋቅሩ ያለውን ጠቀሜታ ስንመለከት የበለጠ ስልታዊ አቀራረብን መሰረት ባደረገ መልኩ ኮሚኒኬሽን እንዲያደርግ ያስችለዋል። ይሁን እንጂ መዋቅሩ ራሱ ዓላማዎቹን ለማሳካት በቂ ሀብት፣ የሥራ መሳሪያዎች እና ሠራተኞች ሊኖረው ይገባል።

የተቋሙን ዓይነት፣ ስፋትና ለኢኮኖሚያዊ መዋቅራዊ ሽግግሩ ያለውን ፋይዳ ስንመለከት ከተጠሪ ተቋማት የኮሚኒኬሽን ሐላፊዎች፣ ከክልልና ከተማ አስተዳዳሪ የኢንዱስትሪ ቢሮ ኮሚኒኬሽን ሐላፊዎች፣ ከፓርኮች ኮሚኒኬሽን ሐላፊዎችና ከአምራች ኢንዱስትሪዎች ኮሚኒኬሽን ሐላፊዎች ጋር በቅንጅት የሚንቀሳቀስበት የግንኙነት መዋቅር አስፈላጊ ነው። በተጨማሪም የበለጠ ተቋሙን ገጽታ ለመገንባትና ስኬታማ ለማድረግ ባለሙያዎቹን በትምህርትና በተግባር ሙያዊ ብቃት ሊኖራቸው የሚያስችል መዋቅር ሊኖረው ይገባል።

እነዚህንና ተመሳሳይ ችግሮችን ለመፍታት በዚህ የግንኙነት ስትራቴጂ ውስጥ የተዘረዘሩትን ተግባራት ለማሳካት ያስችል ዘንድ ተከታይን መተግበር ያስፈልጋል።

- የኮሚኒኬሽን ሥራ አስፈጻሚ፣ ከተጠሪ ተቋማት የኮሚኒኬሽን ሐላፊዎች፣ ከክልልና ከተማ አስተዳዳሪ የኢንዱስትሪ ቢሮ ኮሚኒኬሽን ሐላፊዎች፣ ከፓርኮች ኮሚኒኬሽን ሐላፊዎችና ከአምራች ኢንዱስትሪዎች ኮሚኒኬሽን ሐላፊዎች መዋቅር በቂ ግብዓት፣ ብቁ የሰው ሀይል ማሟላት አለበት።
- እንደተቋም የዘርፉን መልዕክት ማርቀቅን በተመለከተ ማዕከላዊ በሆነ አግባብ መመራት ስለሚገባው ይህን ሐላፊነት ለኮሚኒኬሽን ሥራ አስፈጻሚ መስጠት፣ አልያም ከስራ አስፈጻሚው ጋር በጋራ መፈጸም ይገባል።
- የተማከለና ተጠያቂነት ያለው የመረጃ ሥርዓት መዘርጋት ይገባል።
- የሚዲያ ፎረም እና ኤዲቶሪያል ቦርድን ማቋቋም ያስፈልጋል።



ስዕል 1. የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን መዋቅር

በተቋሙ ውስጥ ያሉ የኮምዩኒኬሽን ተግባራት /ሥራዎች

የአንድ ተቋም የኮምዩኒኬሽን አደረጃጀት ዋነኛ ተልዕኮ በተቋሙ እንቅስቃሴዎችና በሕዝቡ መሃከል ድልድይ ሆኖ ማገናኘት፤ ሕብረተሰቡ ለተቋሙ ሊኖረው የሚገባውን አጠቃላይ ምስል መወሰንና መምራት፤ ሕብረተሰቡ ከተቋሙ ተልዕኮ ጋር እንዲሠላፍ የሚያስችል የግንዛቤ ማስጨበጫ ሥራዎችን ማከናወን ነው።

ዓለም ላይ ለሀገር ኢኮኖሚ ትልቅ ድርሻ ያላቸው በርካታ ተቋማት አሉ። ነገር ግን የሚሠሩት ሥራዎችና ምርቶች አስመልክቶ በቂ ግንዛቤ ካልፈጠሩና ማስተዋወቅ ካልቻሉ ማሕበረሰቡ ሊያውቀውና ሊጠቀመው አይችልም። ለዚህም ነው ጠንካራ የኮምዩኒኬሽን ስትራቴጂ የሚያስፈልገው።

በዚህ ምክንያት የተቋምን ስም ለመገንባት፣ ግንዛቤንና ድጋፍን ለማግኘት እንዲሁም በሕዝብ አስተያየትና ባህሪ ላይ ተጽዕኖ ለማሳደር ጠንካራ የግንኙነት መስመር መመስረት አስፈላጊ ነው፡፡ የኢንዱስትሪ ሚኒስቴርም እንደ ማንኛውም ግዙፍ ሀገራዊ ተቋም በዚህ መሠረታዊ የመረጃ ስርጭትና የተልዕኮ ስርጭት መርህ ይመራል፡፡

በዚህም መሠረት የሕዝብ ግንኙነትና ኮምዩኒኬሽን ሥራ አስፈጻሚ በዚህ ስትራቴጂ ትግብራ የሚከተሉትን ኃላፊነቶች መወጣት ይኖርበታል፡-

- የተቋሙን መልካም ገጽታ ለመገንባት የሚስችሉ ልዩ ልዩ የብራንዲንግ ስራዎችን ለማከናወን የሚያስችል የኮምዩኒኬሽን /የግንኙነት እቅድ/ ማዘጋጀት
- የተቋሙ ቃል አቀባይ/የመረጃ የትኩረት ነጥብ ሆኖ መሥራት
- በከፍተኛ አመራሩና በማኔጅመንት የሚሰጡ አቅጣጫዎችን በኮምዩኒኬሽን ዕይታ ቃኝቶ መፈጸምና ማስፈጸም
- በአምራች ኢንዱስትሪው ዘርፍ ውስጥ በተለያዩ ዋናና ደጋፊ ሂደቶች መካከል የመረጃ መረብን ማቋቋም፣ ማስተዳደርና ዘላቂነቱን ማረጋገጥ
- ለተቋሙ ራዕይና ስኬት የሚረዱ የተለያዩ የሕዝብ ግንኙነት ዝግጅቶችን ማቀድ፣ ማስተባበር፣ ማስፈጸምና የሚዲያ ሽፋን እንዲያገኙ ማድረግ
- ለሚዲያ ጥያቄዎች ተገቢውን ምላሽ መስጠትና ሁሉም ምላሾች በህዝብ ግንኙነት ወይም በሚኒስቴር ውስጥ በሚመለከታቸው ሌሎች አካላት መስጠታቸውን ማረጋገጥ
- የዓለም አቀፍና የሀገር ውስጥ የሚዲያ ሪፖርቶችን በመከታተል፣ ሁኔታዊ ትንተናዎችን በማካሄድና የህዝብና የባለሙያ አስተያየቶችን በመመርመር ለተገቢ ርምጃ የሚረዱ ሪፖርቶችን ማዘጋጀት
- ከሚመለከታቸው አካላት ትክክለኛ ፈቃድ ለሚያቀርቡ የውጭ ጋዜጠኞችና የፊልም ባለሙያዎች መረጃ እና ድጋፍ መስጠት
- የመረጃ ግልፅነትን ለማስጠበቅና በሚወጡ ፖሊሲዎች፣ መመሪያዎችና ደንቦች ላይ ብሔራዊ መግባባትን ለማሳደግ የፖለቲካ ውይይቶችንና ልዩ ልዩ መድረኮችን ማድራጀት
- የአምራች ኢንዱስትሪ ስትራቴጂክ ዕቅዶችን አስመልክተው የሚዘጋጁ መድረኮች፣ ርዕሰ ጉዳዮች፣ አጀንዳዎችና መልዕክቶች የዘርፉን ውጤታማነትና ተቀባይነት የሚያፋጥኑ መሆናቸውን ማረጋገጥ
- የሚመለከታቸው አካላትን የሚያሳትፉ ልዩ ልዩ የመስክ ጉብኝቶችን በማዘጋጀት ዘርፉን ማስተዋወቅ

ምዕራፍ ስምንት

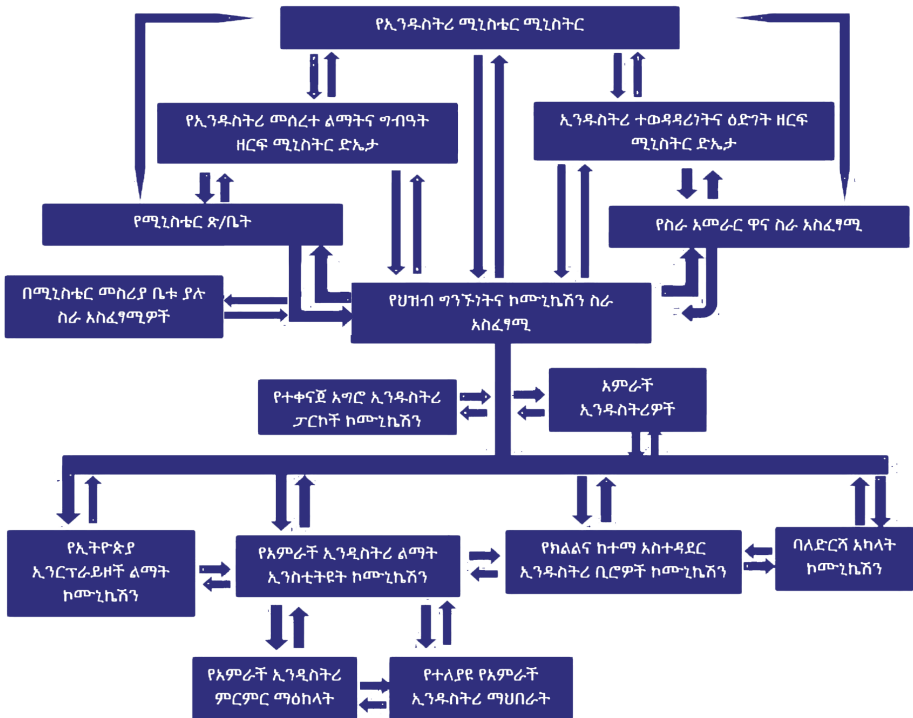
8. ከምድኔኬሽን ፕሮቶኮል

8.1. ከኮምዩኒኬሽን አንጻር ያሉ የህግ ጉዳዮች

የኮምዩኒኬሽን ፕሮቶኮል የመገናኛ ብዙሀንና መረጃ ነፃነት አዋጅ 590/2000 መሰረት ያደረገ ሲሆን፤ የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር መረጃን እንዴት እንደሚገልፅና እንደሚያሰራጭ ግልጽነትንና ተጠያቂነትን ከሚረጋገጥ አከያ ከፍተኛ አስተዋፅኦ አለው።

8.1.1. መረጃ የማግኘት መብት

ተቋሙ በዚህ ስትራቴጂ መሰረት መረጃ የመስጠት ግዴታ አለበት። ስለሆነም ማንኛውም ህጋዊ ተቋም ወይም ግለሰብ ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የሚሰጠውን አገልግሎትና ማንኛውንም ዓይነት መረጃ የማግኘት መብት አለው።



ስዕል 2. የመረጃ ፍሰት ዘዴዎች

ምዕራፍ ዘጠኝ

9. ክትትልና ግምገማ

ክትትልና ግምገማ የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ ግቦችን ለማሳካት በተጨማሪ ለማረጋገጥና የፕሮግራሙን አፈጻጸም ለመከታተል አስፈላጊ ሲሆኑ በክትትል ሂደት ላይ ያለውን ሥራ ይገመግማል። የእንቅስቃሴዎችን አተገባባርና ከተቋሙ ግቦችና ዓላማዎች ጋር አብሮ መሄዳቸውን ያገናዝባል ያረጋግጣል። የተመለከቱትን መረጃዎች በመከተል የስትራቴጂውን ዓላማና ግቦች፣ የማስፈጸሚያ ስልቶችና አካሄዶች መሰረት በማድረግ የኮሚኒኬሽንን ሥራ ዕቅድ ዝግጅት፣ ድጋፍና ክትትል ግምገማ ሥርዓት የሚከተሉትን መሰረታዊ አካሄድ ተከትሎ ይተገበራል።

- **የሂደት ክትትል:** በታቀደው የጊዜ ሰሌዳ መሰረት ተግባራት እንዴት እንደሚከናወኑ ሂደቱን ይከታተላል
- **የገንዘብ ክትትል:** የተመደበው በጀት በአግባቡ ጥቅም ላይ እየዋለ መሆኑንና አለመሆኑን መከታተል
- **የውጤቶች ክትትል:** ከኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን ግብ አንጻር እንቅስቃሴው ውጤት ምን እንደሚመስል መከታተል

የመገምገሚያ መስፈርቶች

- **አግባብነት:** ተግባሮቹ ምን ያህል ለኢንዱስትሪ ሚኒስቴር ፖሊሲ የሚስማማ ነው
- **ውጤታማነት:** እንቅስቃሴው የኢንዱስትሪ ሚኒስቴርን ዓላማዎችን ምን ያህል አሳካ የሚለው

9.1. የዕቅድ ዝግጅት ሥርዓት

የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂውን ማሳካት የሚቻለው ግልፅ የሆነና የተናበበ የአጭር፣ የመካከለኛና የረዥም ጊዜ ዕቅድ አዘጋጅቶ በመሥራት ነው። በመሆኑም የኮሚኒኬሽን ዕቅዱም ዓመታዊና የአራት ዓመት እና የሰባት ዓመት ዕቅድ በሚል በበጀት ዓመታት ጊዜ የተከፋፈለ አሠራርን ይከተላል።

9.2. የድጋፍና ክትትል ሥርዓት

ስትራቴጂውን ተከትሎ የሚወጣውን እቅድ በተቀመጠው ጊዜና ጥራት ለማሳካት እንዲቻል በዕቅድ አወጣጥ ጊዜና በትግበራ ሂደት ጥራቱን የጠበቀና ተከታታይነት ያላቸው የድጋፍ፣ የክትትልና የግምገማ ሥራዎች ይሠራሉ። የክትትል ሥራዎችም ባለድርሻ አካላትን ባሳተፈ መልኩ ይከናወናሉ።

9.3. የግምገማ ሥርዓት

የኮሚኒኬሽን ሥራ የትግበራ አፈጻጸም የግምገማ ሥርዓት ውጤትን መለካት የሚያስችል እንዲሆን ይደረጋል። በዚህም መሠረት፡

- ስትራቴጂው ጸድቆ ወደ ሥራ ከተገባበት ጊዜ ጀምሮ በእቅድ አፈጻጸም ላይ ወቅታዊ የሪፖርት ልውውጥ በሩብ ዓመት፣ በግማሽ ዓመት፣ በዘጠኝ ወራት እና በዓመት ማድረግ፣
- በተጠሪ ተቋማት፣ በክልልና ከተማ አስተዳደር፣ በፓርኪቶች፣ በአምራች ኢንዱስትሪዎች የሚገኙ የሕዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን አደረጃጀቶች የዕቅድ አፈጻጸም ሪፖርት በሩብ ዓመት፣ በግማሽ ዓመት፣ በዘጠኝ ወራት እና በዓመት እንዲለኩ በማድረግ የጋራ የምክክር መድረኮችን ማካሄድ፣
- በአፈጻጸም ሂደት በሚያጋጥሙ ችግሮችና ክፍተቶች ላይ ለፈጻሚና አስፈጻሚ አካላት አስፈላጊውን ድጋፍ ማድረግ፣
- በተጠሪ ተቋማት፣ በክልልና ከተማ አስተዳደር፣ በፓርኪቶች፣ በአምራች ኢንዱስትሪዎች የሚገኙ የሕዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን በመገኘት በዓመት ሁለት ጊዜ የመስክ ምልክታ በማድረግ ግብረመልስ መስጠት፣
- የሚዲያ ፎረምን በዓመት ሁለት ጊዜ የምክክር መድረክ በማዘጋጀት የነበረው የመረጃ ፍሰትና የተቋሙን ገጽታ በተመለከተ ጠቃሚ ሐሳብና ተሞክሮዎችን ማሳባሰብ

9.4. ማስፈጸሚያ ስልት

- ኤዲቶሪያል ፖሊሲ፣
- ሀውስ ስታይል
- የኮሚኒኬሽን የሥራ መመሪያ
- የማኅበራዊ ሚዲያ አጠቃቀም መመሪያ እና ሌሎችም ይዘጋጃሉ

ምዕራፍ አስር

10. ትኩረት የሚሹ ጉዳዮች

10.1. የኮሚኒኬሽን አደረጃጀት

የሚኒስቴር መ/ቤቱን የኮሚኒኬሽን አደረጃጀት በበቂ የሰው ሃይልና ቁሳቁስ የተሟላ እንዲሆን ድጋፍ ማድረግ ያስፈልጋል። በዚህም መሠረት አሁን ያለውንና ስትራቴጂውን ለማስፈጸም አስፈላጊ የሆነውን የሰው ሃይል የሚጠቁም ሠንጠረዥ ከዚህ በታች ቀርቧል።

ሠንጠረዥ 6. አስፈላጊ የሰው ሃይል መጠን

የኢንዱስትሪ ሚኒስቴር የኮሚኒኬሽን ስትራቴጂ
2016-2022



የሥራ መደብ	በሚኒስቴር መ/ቤቱ ያለው ያለው ኃይል ብዛት	አሁን የሰው ኃይል ብዛት	ለሥራው የሚያስፈልገው ኃይል ብዛት	በአምራች ልማት ያለው የሰው ኃይል ብዛት	ኢንዱስትሪ ኢንስቲትዩት ኢንስቲትዩት ኃይል ብዛት	ለሥራው የሚያስፈልገው ኃይል ብዛት	በኢንተርፕራይዝ ልማት ያለው ኃይል ብዛት	የሰው ኃይል ብዛት	ለሥራው የሚያስፈልገው የሰው ኃይል ብዛት
የኮምዩኒኬሽን ሥራ አስፈጻሚ	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ጸሐፊ	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ቡድን/ዴስክ ሐላፊ	-	2	-	1	1	1	-	1	1
ከፍተኛ የህዝብ ግንኙነት ባለሙያዎች	-	3	2	1	1	1	2	2	2
የሰሻል ሚዲያ ባለሙያ	-	1	-	1	1	1	-	1	1
የሥነ ጽሑፍ ባለሙያዎች/ኤዲተሮች	-	2	-	1	1	1	-	1	1
ሽዲዮና ፎቶግራፍ ባለሙያዎችና ዶክመንቲሽን	1	2	2	-	-	-	2	-	-
ግራፊክስ ዲዛይነርና ኤዲተር	-	1	-	1	1	1	-	1	1
የዓለም አቀፍ ግንኙነት ባለሙያ	-	1	-	1	1	1	-	1	1
ቤተ-መጻሕፍት ባለሙያ	2	3	2	2	2	2	2	2	2
ጅምር	5	17	8	10	8	10	8	5	12

10.2. ለኮሚኒኬሽን የሥራ መሳሪያ ፍላጎት

ለስትራቴጂው ስኬት ከዚህ በታች ያሉ የአዲዮቪዥናል መሳሪያዎችን ማሟላት ያስፈልጋል።

ሠንጠረዥ 7. ለስትራቴጂው መሳካት ሚያስፈልጉ የአዲዮቪዥናል መሳሪያዎች

ተ. ቁ	የእቃው ዓይነት	የሚያስፈልገው የእቃ ብዛት	ምርመራ
1	የድምጽና ምስል ቀረጻ የሚካሄድበት ስቴዲዮ ግንባታ	1	
2	ጥራት ያለው ምስል የሚያነሱ የኤች ዲ የካሜራ ግዢ	2	
3	የጠረጴዛ ማይክና ሎጎ	3	
4	የድምፅና ምስል ኤዲቲንግ ኮምፒዩተር	2	
5	ኤል ዲ መብራትና ተያያዥ መሳሪያዎች	ፓኬጅ	
6	የተለያዩ ማይክኖች	ፓኬጅ	
7	የስቴዲዮ ዴስክና ወንበሮች	ፓኬጅ	
8	ሌሎች አስፈላጊ መሳሪያዎች		

ምዕራፍ አስራ አንድ

11. ማጠቃለያ

የስትራቴጂው ዋና ዓላማ የሚኒስቴር ሙ/ቤቱን ስትራቴጂያዊ እቅድ፣ ራዕይና ተልዕኮ በውጤታማ የኮሚኒኬሽን ሥራዎች ማሳካት እንዲሁም የተቋሙ ሠራተኞችና አመራሮች የሚያከናውኗቸውን ሥራዎች ትክክለኛና ወቅታዊ መረጃዎችን ለተቋሙ ሠራተኞች፣ ለተገልጋይ የኅብረተሰብ ክፍሎች ተደራሽ በማድረግ የተቋሙን ገጽታ መገንጠትና በኅብረተሰቡና በተቋሙ መካከል እንደ ድልድይ ሆኖ የኮሚኒኬሽን ሥራ መሥራት ነው።

በመሆኑም ይህ ስትራቴጂ የማኅበረሰቡን ተሳትፎ የሚያበረታቱ፣ ኢንዱስትሪዎችንና ምርታቸውን የሚያስተዋውቁ፣ ሀገር ውስጥ ምርቶችን የመጠቀም ባሕል የሚያሻሽሉና ዘርፉን በዓለም ዓቀፍ ደረጃ ተወዳዳሪ የሚያደርጉ ልምድና ተሞክሮዎችን የሚያሳልጡ የውስጥና የውጭ ግንኙነትን የሚያጠናክሩ የሕዝብ ግንኙነትና ኮሚኒኬሽን ሥራዎችን የያዘ ነው።

በዚህ ሂደትም የተቋሙን ተገልጋዮችና ባለድርሻ አካላትን ለመለየት ተችሏል። ለያንዳንዱ ተደራሲ የሠጥቶ መቀበል ሚና ትንተና ተሰጥቷል። በተጨማሪም ስትራቴጂ አስፈጻሚው ክፍል ከተለያዩ ዘርፎችና የሥራ ክፍሎች ጋር በሚያደርገው ትስስር /Interface/፣ ቅንጅት፣ ትብብርና አሳታፊነት የመረጃ ቅብብሎችን ሥራ ማቀላጠፍ እንዲቻል አሠራር አስቀምጧል።

ተቋሙ በአምራች ኢንዱስትሪው ዘርፍ ላይ እያከናወነ ያለውን ዋና ዋና ተግባራት ለኅብረተሰቡ ተደራሽ ለማድረግና መልዕክቶችን ለመቅረጽ የማሳወቅና ማስተማር /Information & Education/፣ የማሳመንና ንቅናቄ የመፍጠር /Persuasion & Mobilization/ እና የማነቃቃትና ተፅእኖ የመፍጠር /motivating & Influencing/ ማዕቀፎችን እንዲሁም የአብሮነትና የባለቤትነት ስሜት መፍጠር (inclusive and ownership) ን መሰረት በማድረግ ስትራቴጂው ቀርቧል።

በመሆኑም በዚህ ስትራቴጂ የታለሙ ዓባይት እቅዶች ከግብ እንዲደርሱና በሀገራዊው የአምራች ኢንዱስትሪ ልማት እንቅስቃሴ የሚፈለገውን ድጋፍ ማበርከት እንዲችሉ በተለይ የሚኒስቴሩ ከፍተኛና መካከለኛ አመራሮች ለስራው ተገቢውን ትኩረትና ድጋፍ መስጠት፣ በየወቅቱ ሒደቱን መከታተልና ማስተካከያና ማሻሻያዎችን ማድረግ፣ እንዲሁም አስቻይ ሁኔታዎችን መፍጠር ይጠበቅባቸዋል።

በመጨረሻም ይህን ስትራቴጂ ለማስተግበር ኃላፊነቱ የተሠጣቸው የሥራ ክፍሎችና ባለሙያዎች የሥራውን ክብደት፣ ሳይንሳዊነትና ሀገራዊ ሐላፊነት ከግምት ውስጥ በማስገባት በትግበራ ሒደት ከፍተኛ ቁርጠኝነትና የባለቤትነት መንፈስ ሊፈጽሙት ይገባል።

ሠንጠረዥ 8. የኮሚዚኬሽን ስትራቴጂ ማስፈጸሚያ በጀት

ተ.ቁ	የሚከናወኑ ዋና ዋና ተግባራት	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	የበጀት ምንጭ
1	በውል ለሚፈጸሙ አገልግሎቶች/ የሚዲያ፣ የስክሪንና ቴሌኮም ኮንትራት (579,824,00 ብር)								
1.1.	በኢንዱስትሪ ዘርፉ ዙሪያ በየዓመቱ 2 ዲክሙንተሪዎችና 3 ፖናል ሙይይቶችን በማዘጋጀት ማሰራጨት	240,000	480,000	720,000	960,000	1,200,000	1,440,000	1,680,000	
1.2.	በኢንዱስትሪ ዘርፉ በየዓመቱ 5 አጫጭር የቴሌቪዥን ማስታወቂያዎችን ማስራትና ማሰራጨት	200,000	400,000	600,000	800,000	1,000,000	1,200,000	1,400,000	
1.3.	ከኢትዮጵያ ፕሬስ ድርጅት ጋር የሚገባ አመታዊ ውል የአዲስ ዘመን ጋዜጣ አምድ (አማርኛ)፣	40,800	81,600	122,400	163,200	204,000	244,800	285,600	
1.4.	ከብሮድካስት ሚዲያ ጋር 1 የጌዲዮና 1 የቴሌቪዥን ሳምንታዊ ፕሮግራም ማዘጋጀትና ማሰራጨት	1,440,000	2,880,000	4,320,000	5,760,000	7,200,000	8,640,000	10,080,000	ከመደበኛ በጀትና ፕሮጀክት በጀት
1.5.	በየዓመቱ 5 የተለያዩ የተቋም ሁንቶችን የከለንደር በዓላትን አስመልክቶ በአጭር የፀሀፍ መልዕክት መልዕክቶችን ማስራጨት	50,000	100,000	150,000	200,000	250,000	300,000	350,000	
1.6.	በየዓመቱ በ5 የተለያዩ አጀንዳዎች ዙርያ የሚያተኩሩ አጫጭር መልዕክቶችን የያዙ ማስታወቂያዎችን ለተከታታይ 10 ቀናት በ10 ዋና ዋና ከተሞች በሚገኙ 20 ስኬሪዎች ላይ ለማሰራጨት	100,000	200,000	300,000	400,000	500,000	600,000	700,000	
2.	በዕቅድ የተያዙ ስራዎችን ለማስፈጸም የሚውሉ ወጪዎች (10,920,000 ብር)								

2.1.	በየዓመቱ ለጎራዊውን የዘርፉን እንቅስቃሴ የሚያሳይ 10 የዕቅድ ዜናዎችን ለማዘጋጀት	30,000	60,000	90,000	120,000	150,000	180,000	210,000	ኮሚዩኒኬሽን በጀት
2.2.	በየዓመቱ 2 ጊዜ ከዘርፉ የህዝብ ግንኙነትና ሚዲያ ተቋማት/የሚዲያ ፎረም/በስፖርት ምክር ለማድረግ	80,000	160,000	240,000	320,000	400,000	480,000	560,000	
2.3.	በየዓመቱ አንድ የኢንዱስትሪ ዘርፉን ተጨባጭ እንቅስቃሴዎች ለሚዲያ አካላት ለማሳየት (ለሚዲያ ጉብኝት)	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000	360,000	420,000	
2.4.	በየዓመቱ በዘርፉ አጀንዳዎች ዙርያ አስፈላጊ የሆነ ትኩረትና ግንዛቤን ለማስፋትና ተቋማዊ የውስጥ ግንኙነትን ለማጠናከር የሚያስችሉ 6 ሁኔታዎችን ለማዘጋጀት	220,000	440,000	660,000	880,000	1,100,000	1,320,000	1,540,000	
3.	በኢንዱስትሪ ዘርፍ የተከናወኑ ተግባራትን ለማጉለት፣ የተገኙ የጥናትና ምርምር ውጤቶች፣ ሀገር ዓቀፍና ዓለማዊ ተቀክሮዎች፣ የአሠራር ስርዓት መግለጫዎችንና መሥል የሕትመት ውጤቶችን ለህዝብ ተደራሽ ለማድረግ (2,940,000 ብር)								
3.1.	በየዓመቱ አንድ ልዩ አመታዊ መጽሔት በ1,000 ኮፒ ለማስተምና ለማሠራጨት	12,000	24,000	36,000	48,000	60,000	72,000	84,000	ኮሚዩኒኬሽን በጀት
3.2.	በየዓመቱ አንድ የጥናት ጆርናል በ400 ኮፒ ለማስተምና ለማሠራጨት	12,000	24,000	36,000	48,000	60,000	72,000	84,000	
3.3.	በየዓመቱ 4 ዓይነት ብርሻሮች፣ 2 ቡክሌቶችን እንዲሁም 4 በራሪ ወረቀቶችን እያንዳንዳቸውን በ2,000 ኮፒ ለማስተምና ለማሠራጨት እንዲሁም ልዩ ልዩ የ4 ፖስተርና መሠል ዲዛይኖችን ለማከናወን	27,000	54,000	81,000	108,000	135,000	162,000	189,000	

3.4.	በዋናው 4 የዜና መዕከሎችን በ500 ኮፒ ማስተምና ማሠራጨት	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000	240,000	280,000		
3.5.	በዋናው 4 የበዓል ፖስት ካርድ እና 2 አይነት የጥሪ ካርድ እያንዳንዳቸውን በ500 ኮፒ ለማዘጋጀትና ለማሠራጨት	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	60,000	70,000		
4.	የተቋሙን ገፅታ የሚያስጠና ልዩ ልዩ ሁኔታዎችን ታሰቢ ያደረጉ የብራንዲንግ ስራዎችን ለማከናወን (53,200,000 ብር)									
4.1.	የተለያዩ ሁኔታዎችን ታሰቢ በማድረግ 400 የተቋሙ ሎጎ ያለበትን የእጅ-ባንዲራዎችን ማስተም	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000	240,000	280,000		
4.2.	በዋናው አንድ ደረጃውን የጠበቀ አጀንዳ በ1,000 ኮፒ፣ እንዲሁም 2,000 ኮፒ ማስታወሻ ደብተር በማስተም ማሠራጨት	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000	360,000	420,000	ከመደበኛ በጀት	
4.3.	በዋናው አንድ ወቅታዊ መልእክቶችን የያዘ የጠረጴዛ ካላንደር በ500 ኮፒ ማስተምና ማሠራጨት	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	60,000	70,000		
4.4.	በዋናው የተቋሙ ሎጎ የታተመበት 800 በርሳዎች፣ 200 ተገንጥላዎችና 200 ፍላሽ ዲስኮች እንዲሁም 500 እስከረብቶዎችን በማዘጋጀት ማሠራጨት	80,000	160,000	240,000	320,000	400,000	480,000	560,000		
ድምር		2,755,800	5,511,600	8,267,400	11,023,200	13,779,000	16,534,800	19,290,600		
መጠበቂያ		137,790	275,580	413,370	551,160	688,950	826,740	964,530		
ጠቅላላ ድምር		2,893,590	5,787,180	8,680,770	11,574,360	14,467,950	17,361,540	20,255,130		
አጠቃላይ የኮሚቴዎችን አስፈላጊ በጀት		81,020,5020								



ኢንዱስትሪ ሚኒስቴር
MINISTRY OF INDUSTRY