

## Трикони со предизборните ветувања

### Предизборен и политички маркетинг не смеат да бидат, но кај нас се синоними

Македонија е веројатно единствена земја во светот каде политичкиот и изборниот маркетинг се синоними. Имено, ние веќе шеста година не сме излегле од предизборна кампања. Оваа власт мисли дека сфати дека пропагандата е единственото нешто што пали кај овој народ, па тоа го применува 100 процентно. Оваа предизборна кампања започна уште во средината на минатата година, се интензивира во октомври и не знаеме до каде ќе оди. Главно, Македонија е раскопана во име на малечките изградбени проекти (големи капитални проекти и нема), градоначалниците и владата немаат мерка со своето фалење, а за потрошените пари на граѓаните никој не прашува, а и да праша одговорот е ист: “Не знам колку чинеше тоа, можам да прашам во општината” (како некој друг да ја потпишал фактурата). Како и да е и покрај неучеството на опозицијата на овие избори, политичките партии ќе се трудат да се рекламираат, да заведуваат и да фингираат исто како опозицијата да е во трката. Тоа е и доходовно, не?

### Отчети

И градоначалниците и владата законите ги третираат флексибилно и ги толкуваат спрема свои потреби. Саморекламирањето и партиската пропаганда се крштава како “отчет до граѓаните”, стимулирањето финансиска недисциплина како “грижа за социјално загрозените слоеви”, дивата и ендемска сеча на шуми, како “такво нешто не постои – ние пошумуваме”. Се за власт!!!

Властите не сакаат да сфатат дека во предизборната трка се само партија, а не власт, па постојано бомбардираат со нови “проекти и програми”. Закон? Ако го прекршиш илјада пати, зошто не и илјада и еден?

Залудно е пишувањето на медиумите, опомените од опозицијата, НВО – ите, антикорупционерите: Властите си имаат свои телевизии, весници, интелектуалци, невладини организации, а сега и своја опозиција. Некултурата на законие оди до таму што и одлуките на Уставниот суд не биле obligаторни за властите, односно, со повторени постапки и променети имиња, повторно се истуркани истите закони. Овој стандард е поставен и од највисоките функционери, кои не знаат колку државата должи, кому, заради што, не знаат колку чинат одредени проекти (посебно од 2014 турнусот). Како и да е, за некои работи никако да се најдат пари како за греење на доста голем број училишта, кои имаат големи долгови и блокирани сметки, неплатен автобуски превоз (до ниво да имаат скратени часови), нема пари за стечајците, за лекарите специјалисти, за магистрални патишта, за градски превоз во рурални средини... а за други работи, кои не се никаков приоритет, односно претставуваат луксуз и кич, секогаш има пари. Така и за отчетите, кои се класична пропаганда, без ниту еден елемент на отчет, секогаш има пари: што се постигнувањата поминорни, поскапа е брошурата, ТВ емисијата или филмот. Сепак, во услови на криза и сиромаштија да се фалиш со забегани проекти и чист луксуз е во најмала рака безобразно и безобразно.

### Недостигот на иницијатива од страна на граѓаните

Секогаш властите, но и аналитичарите велат дека граѓаните не ги користат формите на непосредна демократија, како што се отворените канцеларии на градоначалниците, инфо денови, отворени денови со градоначалниците, “прашај го градоначалникот”, дека граѓаните не биле иницијативни, очекувале друг да појде во општината и да каже дека има проблем, дека не учествувале во дискусиите за одредување приоритети на општината, дека не сакале да се замержуваат со властите...

Тоа не можеме да го земеме како точно. Оврска е на општината и политиката да предизвика вистинско граѓанско улество. Ако граѓаните не доаѓаат на такви непосредни средби, мора да има причина за тоа, заради тоа што не е логично граѓаните да не сакаат подобрувања.

Така, граѓаните не знаат кој е советник од нивниот квартал или населба, во салите и канцелариите на месните заедници фигурираат само партиски членови од партиите на власт и постои нивна остра поделба, како што е тоа на државно ниво. Дали се за тоа виновни граѓаните? Потоа, граѓаните се информираат сувопарно, ненавремено, неразбирливо, партизирано, а секоја организирана средба ја организираат партиски луѓе, било да се во месни заедници, било да се тоа НВО – и, комори, стопанственици. Зар треба граѓаните да бидат глупави и да влезат во партиски настан, под маската на учество на граѓаните? Таму ти е сигурна етикетата дека те пратиле од друга партија, ако критикуваш, предлагаш поинакви решенија, алармираш на проблем, кој го створила самата самоуправа и политичка партија.

Потоа, никогаш не се информирани оние заинтересирани групи и граѓани, кои се поврзани со одреден проблем, не се канат независни или пензионирани експерти во таа област, ако не се партиски членови.

Никогаш тие граѓани не се повикани и информирани во рана фаза на носење на некоја политика, акт, план. Тие се бараат кога е се готово, за да ги снимат за на ТВ, односно да прават бројна состојба.

Градоначалниците, едноставно, сакаат јавност по мерка, а тоа се партиските членови (тоа им е ним “народот”), НВО – ите со партиско членство (поголемиот дел ги формирале политичките партии), претставниците на институциите (директорите) и партиски вработените личности во нив. Таа и го добиваат.

Има уште една категорија НВО – и, кои се редовен декор на сите средби на градоначалниците со “граѓаните” и се појавуваат во поголем број (организации базирани на членство и генерациска и полова солидарност). Тоа се здруженијата на пензионери, здруженијата на жени и жени пензионерки, регионалните комори, комори на занаетчии и уште некои “експертски НВО – и” со партиско членство. И тие се по мерка на партијата и служат кога треба да се фингира или оправда некој приоритет на градот или проект, кој е моментно интересен за партијата на власт.

Заради тоа, граѓаните добро сфатиле дека не постои искреност на властите за јавно учество и не учествуваат како декор и за правење масовност на настаните.

Се разбира, однесувањето на граѓаните има и историја. Тие негуваат едно социјалистичко убедување дека победникот на изборите има мандат и не мора да консултира никого. За сите овие години не постои чувство на

поврзаност меѓу општината и институциите со жителите на општините. Тука влијае и културата на однесување, претераното политизирање на обичниот човек, општото расположение. Социјализмот пропагираше дека има кој да води грижа, а мешањето во политика може да биде опасно. Со тоа се создаваше поданичка свест, која и сега, партиите посебно внимателно ја негуваат кај граѓаните.

НВО – ите работат номинално, без посветеност и се грижат само за парите на донаторите, па самото граѓанско општество е на ниво на концепт, со мали енклави на знаење и капацитет, кој не е пошироко имплементиран.

Скорите истражувања покажале дека 50 % од граѓаните не ги познаваат доволно локалните надлежности, но тоа е привид. Инаку, како граѓаните знаат се во врска со своите права, субвенциите и можностите да земат пари од институциите? На граѓаните едноставно не им се битни прашањата на локални надлежности, затоа што знаат дека нема политичка искреност. Тоа најмногу се гледа во слабото охрабрување и самата техника на организација на тие јавни средби, како и во пригодноста на таквите средби (пред избори, кога има партиска потреба од негирање на некој проблем, свртување внимание на јавноста, кога има потреба да се покаже бројност на граѓани на јавни средби, кога се повикуват граѓани да аминуваат на донесен буџет и сл).

Граѓаните ги гледаат и вработените во општината, знаат како и кога се вработени, колку се тие тимови кадровски способни и со какви вештини располагаат, па не е чудо ако имаат сомнеж во нивните капацитети да ги слушнат, запишат и дефинираат нивните барања. Тие “меки техники”, односно социјални вештини (вештини за комуникација со граѓаните) се на мошне слабо ниво во општините. Многу од нив рекле дека дале предлог, кој потоа е сметан за идеја на градоначалникот, некој друг функционер или дека нивниот предлог бил потполно погрешно интерпретиран, слабо дефиниран и искористен за пропаганда. Некои велат дека нивни проекти се злоупотребени и слабо имплементирани.

### **Колнење во граѓаните, нивната благосостојба и интереси**

Сите партии велат дека “акцент им се граѓаните”. Самите програми претставувале реален одраз за потребите на граѓаните и одговор на нивните барања (дел од нив биле “диретни идеи кои ги доставиле граѓаните”).

Така, во изборните понуди за овие локални избори, ВМРО – ДПМНЕ понудил преку 10.000 конкретни проекти, со прецизни рокови за реализација на истите. Главен акцент во програмите бил обезбедување на услови за нови вработувања и реализирање на капитални инвестиции. Гаранција дека проектите ќе се реализираат бил фактот дека се реализирани најголем дел од проектите од програмите за изминатите избори.

Партиите се фалат и тоа дека има силно влијание на месните заедници, на здруженија на граѓани и според нивните желби ги правеле развојните програми (така го правеле и буџетот за идната година). Од друга страна Конгресот на локални и регионални власти при Советот на Европа, забележува дека недоволно се користат инструментите за директно вклучување на граѓаните во процесот на донесување одлуки на локално ниво, а инструментите за ова учество се користат еднаш до двапати на неколку години и само во некои општини. Градоначалниците кажуваат дека ги слушаат идеите на граѓаните, дека редовно одржуваат средби со граѓаните и дека тој процес е многу подобрен од порано.

Тоа е потврдено и со податоците дека 85,2 % од граѓаните велат дека никој не ги контактирал за да ги праша за нивните барања и приоритети, а 60 % граѓани не веруваат дека на партиите им е грижа за нивните мислења. Скоро 88 % не веруваат дека постои таква личност од светот на политиката, кој би работел за добровит на граѓаните. Ако е така, а тоа е констатирано, не изненадува фактот што граѓаните гласаат за партија. Едноставно, **вербата во индивидуалната моќ** во доменот на сериозните работи (политиката, владеењето) нема да биде на дневен ред долго време, што е директен остаток од социјализмот, но и од транзицијата, во која немаше херои, туку само “крадци, кои го украдоа општествениот капитал”. Тоа партиите го стимулираат како идеја, на тоа работат напорно и тоа е длабоко имплементирано (ре-имплементирано). Затоа и бизнисмените не се на добар глас, дури и да го создале својот бизнис со 10 – те свои прсти.

Со таквото гледиште можат да се објаснат и мислењата на граѓаните што им е важно кај идниот градоначалник. Најмногу граѓаните “се палат” на чесност, динамичност и младост. Какви приоритети за градоначалник!!! Прво, од каде чесен, ако е дел од партија и сигурно не се пробил на врвот на партијата во своето место со рецитирање поезија, туку со многу непопуларни нешта (послушност, упикување, злоупотреби, лажење народ...). Потоа, ако е млад (анкетите велат до 27 години) од каде нему искуство за владеење, професионален кредибилитет, експертиза и знаење? Сепак, ако се земе фактот дека на Македонците не им е важно нивото на знаење, туку само дипломата, дека секој може да биде министер, директор и функционер, без оглед на својот професионален бекграунд и како трето, дека македонците негуваат фингирана професионална кариера и тоа е основниот принцип на напредувањето од политика, па до универзитетите - ова има логика. Македонецот сака да каже дека сите сме исти, но само некој имал среќа да дојде на позиција, да стекне диплома, докторат... кои не значат ништо. Ако стасал на власт, тоа се негови 5 минути и треба да ги искористи за сопствено добро (крадењето го нарекува народот “се снашол”).

### **Расфрлање со буџетски пари (да те честат од твои пари)**

Голем дел од градоначалниците не знаеле колку пари чинат нивните кампањи и пропагандни брошури, филмови, емисии ТВ настапи, па можеле да проверат, ако било потребно (како некој друг да потпишал за тие работи). Како и да е, под маската на “отчет кон граѓаните” партиите и градоначалниците трошат ли трошат народни пари за сопствена пропаганда. Креативност не им фали, но од добар вкус нема ниту траг:

- Цели сликовници со отчети (погумити тоа биле општински работи)
- Рекламни филмови платени од општинските буџети (и тоа бил отчет, иако ден и ноќ прават отчети)
- Гинисови рекорди (сарми, грав, риби)
- Смуквијади, пастрмајлијади, тортијади, пивтијади, ајваријади

- Појадок на Камениот Мост во Скопје.
- Трошење пари за поп и фолк ѕвезди за манифестации (уште е полошо ако нив ги плати некој бизнисмен, заради тоа што потоа мора да се толерира негово незаконито работење, за да си ги врати парите)
- Рестартирање на стариот часовник на Старата железничка станица, со осветлени стрелки и со звуци од македонскиот народен мелос
- Градски плажи покрај загадена река, каде не е дозволено капење
- Палми на кејот на Вардар (имало постојано греење цела зима за да не замрзнат палмите, а тоа чинело 5000 Евра за една година)
- 4 галии (сплавови) на Вардар
- Сечење црвени ленти по неколку пати за ист проект, за иста фаза на проект, за камен темелник за веќе изградена зграда...
- Прошетки низ индустриски зони без фабрики, но со многу “интересенти за инвестирање” околу
- Споменици и фонтани, кои биле заради подобрување на стандардот на живот на граѓаните
- Делење шишиња вода за заштита на граѓаните од топлотниот бран

### **Како партиите ја замислуваат трката по гласови**

Непосредниот контакт со граѓаните го нарекуваат најразлично, но најмногу се работи за кампањата “од врата до врата”, “од граѓаните за граѓаните”. Тие велат дека тие непосредни контакти со граѓаните ги организираат за да ги дознаеле проблемите на граѓаните, која би им послужила за сериозна и реална анализа на тие проблеми. После тоа, тие би направиле “фокусни точки”, би извлекле клучни приоритети.

Исто така, тие правеле “анализи на ресурси”, анализи на “состојба на општината” и многу други работи. Ние видовме дека партиите собираат и тимови на експерти, кои се постари партиски членови, кои им служат како некој вид “совети на старци”, собираат идеи од секаде, а пак некои владини агенции (на пр. онаа за развој на земјоделието) собираат најразличен вид податоци, кои задираат од портарски информации, па до стратешки квантитативни податоци. Се разбира, тоа го велат партиите.

На истиот начин, градовите и селата се преплавени со маалски штабови на партиите, па секој празен локал е добре дојден за тоа: Две – три знамиња, неколку постери од минатите избори, партискиот билборд на ѕидот – спроти влезната врата, клупи, едно биро... и шоу... штаб и играње избори.

Што во суштина прават партиите со сите овие активности.

Основна интенција е присуството. Тоа посебно важи за владеачката ВМРО – ДПМНЕ (иако и од СДСМ не се ништо подобри) и заради тоа тие осмислиле дека прават нешто важно. Ова ширење на штабовите предизвикува локалите, кои вообичаено тешко се изнајмуваат, да бидат изнајмени, а со тоа и сопствениците да земат некој денар (нив обично ги враќаат повеќекратно со плаќање на неплатената струја, вода, други давачки, кои ќе стасаат за наплата, кога овие се веќе заминати).

Овие штабови создаваат ефект на важност кај маалците, кои од невработени стануваат активисти, но, поважно е дека овие штабови создаваат психолошки ефекти кај месното население: Кај некои страв, кај некои нервоза, кај некои чувство на сигурност, на присутност на државата блиску до нивните домови... Главно “мини локалното делување” се засилувало со овие штабови, создавало ефект на активизам кај локалните партијци и чувство дека партијата се грижи за граѓаните (што поблиску ти е штабот, поблиску ти била државата).

Зад сите овие активности стои убедувањето дека овие избори ќе се добивале со фотофиниш, иако од партиите слушаме дека се токму тие, во страшно водство. Со неизлегувањето на опозицијата на избори нема ништо да се промени, освен кај опозицијата (што ќе им е штаб, кога не се во трка?).

Понатаму, постојат голем број “агенции”, кои вршеле испитување на јавното мислење. Тие смешни анкети исто така служат за покажување присуство, затоа што партиите знаат дека граѓаните нема да одговорат искрено, посебно кога се работи за владеачките партии. Граѓаните знаат дека телефонските анкети не можат да бидат анонимни, па затоа обилно лажат, посебно во корист на владеачките партии. Ниту коефициентите за корекција (критичка анализа) не помагаат во изнаоѓањето на правата мерка за мислењето на граѓаните. Тие се ќе дознаат неколку часа после завршетокот на гласањето.

Постои и уште едно сеприсутно партиско мислење дека “штабовите ги добиваат изборите”, односно друго дека “партиското членство ги добива изборите” и дека е најбитно да си ги добиете гласовите од сопствените партијци. Сепак, ако се земе во обзир дека секоја власт прави повеќе непријатели, отколку пријатели (луѓе на кои им е завршена одредена работа), ниту тоа не е точно.

Оваа година е во мода партиите да ги кријат своите понуди, па дури и праќаат лажни понуди, за спротивната страна да се фати на јадица. Ако се земе во обзир дека огромен број граѓани се членови на двете партии, тајните бргу патуваат, па за цело време партиите си ги знаат потезите, текстовите за пресови и сл. Навистина, оваа година ќе има огромен број нови партиски членови, заради тоа што сите сакаат да имаат по две книшки.

Но, што партиите прават<sup>1</sup> “од врата до врата”, или што мислат дека прават? Тие убедуваат, прашуваат за проблемите, но не за општите, туку за семејните, за некој домашен школуван, но невработен, ветуваат дека “ќе се најдат”, како што им се нашле на сите други... Овие кутри војници ја повторуваат инструктажата, која им е дадена и лажат штом ќе зинат, но не смеат поинаку. На крајот од денот поднесуваат извештаи, заедно со сите податоци, кои

<sup>1</sup> Усното народно предание е сеуште најдобриот начин на комуникација и остварување влијание, а поплатно можат да се подели пропагандниот материјал, лифлетите, да се испие кафе (под услов кафето партиските војници да не си го носат самите – за жал неварено, како минатата година, заедно со со локумите, од кои повеќето беа со поминат рок)

никој жив не може да ги исчита и не служат за оние, кои можат да завршат некоја работа, туку за партиските тркачи да помислат дека нешто прават (складирањето и обработувањето на податоци е мошне тешка работа, која ја работат исклучиво специјализирани и едуцирани личности, кои партиите ги намаат ниту за лек, освен во Скопје). Сондирањето на проблемите на граѓаните е просто невозможно на ова ниво.

## Трикови

### 1. Гледајте го датумот и годината на отчетите за сработеното

Општините на своите веб страници оставаат со години стари проекти, во кои ги фалат своите постигнувања. Некои од нив се и од 2005 година.

### 2. Внимавајте на бројките

Нов трик е асвалтираните површини да се мерат со метри квадратни, а не со должина на асвалтиран пат. Ако е должината на асвалтираниот пат кратка, тогаш рачунаат во метри квадратни, а ако е патот долг и тесен, кажуваат во должина на асвалтираниот пат.

### 3. Фалење со проекти, кои не се нивни

Често кандидатите се фалат со проекти, кои се приватни, а овие само дошле да сечат лента, односно, ниту дале пари за проектот, ниту нешто сработиле.

И владата и градоначалникот се фалат со ист проект, како да е целиот износ финансиран и од локалната и од некое министерство.

### 4. Многу текст за малку сработено

Многу се користат пропагандни текстови, кои сакаат да затскријат колку е малку потрошено и сработено со некој проект. Така, тие велат "... за да се подобри животот на граѓаните и да им се обезбеди несметана комуникација и подобар животен стандард...". На крајот ќе прочитате дека потрошиле стотина илјади денари за тоа, а пуштиле само некоја чешма...

### 5. Еден проект се дели на сегменти, за да изгледа постигнувањето поголемо

Наместо да се каже дека е асвалтирана улица, туку дека се асвалтирани 4000 метри квадратни, ставени ивичњаци, поставена сигнализација, поставени знаци, поставени пешачки патеки.... Со тоа, сите треба да мислат дека е сработено повеќе.

### 6. Поединечно се набројуваат проектите, а потоа уште еднаш – заедно, во групи

Најпрво посебно ги наведуваат проектите (секоја асвалтирана улица, водоводна мрежа, канализација... посебно се наведува) а потоа сето тоа се става во групи: асвалтирани улици, водоводи, канализации... Така читателот треба да мисли дека е дуцло повеќе сработено, иако е буџетот за сето тоа еден и не е тоа дополнителен трошок.

### 7. Ставаат камен темелници, а потоа говорат за користа, која граѓаните ќе ја имаат од тој проект, како проектот да е реализиран (повеќето камен темелници тука останале и не е ништо изградено)

### 8. По повеќе пати ставаат камен темелник за ист објект

Објектот го делат на фази во самата изградба, а потоа за секоја фаза прават кампања, како да е почнато од почеток. Така, сечеле лента и за тампонирана улица, и за асвалтирањето и за поставувањето на опрема.

### 9. Продажбата на места во индустриските зони ги сметаат како остварени инвестиции

Кога ќе продадат некоја парцела од зоните, тие говорат дека има голем интерес на инвеститорите, дека се најавени големи инвестиции

### 10. Говорат колку луѓе ќе се вработат во неизградени фабрики

Со продажбата на одреден број парцели во индустриските зони, градоначалниците говорат што ќе се гради и колку луѓе ќе бидат вработени.

Никаде еден инвеститор нема да вети колку луѓе ќе вработи и нема да вети дека ќе гради таков и таков објект. Тој ги кажува само своите планови, кои, најчесто, не се остваруваат. Тоа зависи и од успешноста на работата и односите со властите.

### 11. Отстапувањето на објекти од касарните и други државни згради на општината се рачуна како успех и со тоа се фалат.

### 12. Говорат за странски инвеститори (споменуваат и од кои земји) при продажбата на парцели во индустриските зони, иако сите парцели се купени од наши граѓани, а понекој странец само се прошетал низ градот или го поканиле на лицитациите

### 13. Говорат за некои државни проекти и формирани канцеларии, тела, развојни агенции... како за голем успех, а во суштина тие се измислени тела за партиски вработувања – без никаков ефект

### 14. Се фалат дека трошат пари за проекти, а сите им се успешни без да ги проценува некој од страна (сами планираат, сами градат, сами оценуваат што и колку успешно сработиле)

### 15. Говорат за туристички инфоцентри и големи нивни планови, а сработеното е многу мало, кадарот многуброен, а услугите кои ги даваат би ги сработил еден вработен информатичар

### 16. Самовработување, субвенции за таа намена, пари за обуки...

Не е воопшто лесно да се самовработиш. Најпрво, мора да се регистрира фирма, или да се стане самостоен вршител на дејност. И во двата случаи се губи социјалната помош и другите бенефиции за социјалците, сопственикот на фирмата е избришан од списокот на невработени во Агенцијата за вработување. Потоа, се јавуваат парични обврски, кои се тековни и ги има на почетокот на работењето. Трето, овие новопечени "газди" се на удар на законите и инспекциите. Што ако дојде инспектор и изрече глоба. Тоа е повеќе од лесно, заради тоа што новите фирми немаат знаење за регулацијата на пазарот и триковите на инспекциите.

Од наши сознанија нема ниту еден, кој зел грантови и кредити од државата, од УНДП (проекти за самовработување), кој сеуште работи. Едноставно, не е секој да биде сопственик на фирма, некој мора и да работи за други.

Последно, парите, кои се даваат од државата или од странските програми се многу мали за било што посериозно. Некои од овие програми бараат најпрво да се направи бизнис план, кој мора да го прави одредена фирма, со што скоро половина или, во најдобар случај, ¼ од парите одат во неповрат.

#### **17. Вработувања во комуналните претпријатија на одреден период**

И ова може да биде некоја помош за сиромашниот, но тоа вообичаено трае краткотрајно, се губи социјалната помош, има бришење од списокот на невработени. И сега овие комунални претпријатија се преполнети со непотребни вработени. Во иднина ќе има се помалку и помалку пари во буџетот за таа немена.

#### **18. Антикризни програми: Т'зи Антикризната програма не е антикризна, а ниту програма**

И владата се вклучи во локалните избори, односно во кампањата и тоа со полн капацитет, па пласира проекти, со кои ќе се вработат куп невработени, на терет на буџетот (околу 11 милиони евра). Нив ги нарекува антикризни, без оглед дека треба да се отпушта администрација во време на криза, да се намалуваат плати на администрацијата. Проектите се толку небулозни, што само спомениците можат да ги покријат. Но, во Македонија, посебно после исфрлањето на пратениците од опозицијата, ништо не е доволно свето да застане на патот на волјата на партијата.

Се смета дека во Македонија има околу 33.000 вишок администрација, но тоа е неточно. Вишокот не е помал од 75.000 вработени, ако се земат и критериумот за компетентност и “рамковните” вработувања. Тоа се (за поскромната варијанта од 30.000 вработени) 160 милиони евра годишно фрлени пари.

Сега, новите 8 илјади лица (4000 илјади ќе се вработат во самите општини) ќе се вработат и за “јавни работи”, кај познат работодавец, ќе се самовработуваат, ќе стануваат земјоделци, на кои ќе им дадат државно земјиште, ќе се вработуваат во институциите... При тоа, некои ќе мораат прво да одат на обука, па да добијат решенија, па не е јасно зошто не се земаат едуцирани кадри, туку мораат прво да ги едуцираат па да ги вработуваат, освен ако се работи за партиски вработувања што е барем 103 % точно. Фирмите би добиле десетина милиони евра за вработување и обука на тие луѓе, а барем 80 % од нив не можат да сврзат кај со крај ниту со постоечките вработени. Тие немаат пари за тековно работење, а сега државата бара од нив и да инвестираат во работни места и тоа: 2000 вработувања, по 5000 евра од вработен, за да се создаде работното место, е еднакво на 10 милиони евра (парите легнале кај Македонската банка за поддршка на развојот). Дека едно работно место не може да се создаде без дваесетина илјади евра – никому ништо! Агенцијата НЕПА креираше работни места до 2002 година, кои државата ја чинеа по 15 илјади евра по вработен (од 2.600 евра во Источна Македонија, до 24.000 Евра во Западна Македонија, но после престанокот на давање буџетски пари за вработениот, тој беше отпуштен за 1 секунда). Или владата мисли дека сите треба да берат домати, а сезонците да бидат заменети со вработени??? Но тоа не е се! Ова не се грантови, туку кредити со 3 % камата и тоа за фирми кои се занимаваат со откуп и извоз на земјоделски производи. Значи, со овие минорни пари, фирмите треба да се впуштат во доброволен рекет и да и го направат кефот на владата и на градоначалниците. Веруваме дека, ако една фирма влезе во оваа владина шема (има тука и стотина милиони евра од Европската инвестициона банка, кои ќе се распределуваат како кредити), за шес месеци до една година ќе ги отпушти и сегашните вработени.

Социјалците ќе можеле да станат земјоделци и државата ќе им дадела 850 хектари земја. Дека тие немаат ниту објекти, ниту механизација, дека не знаат со неа да ракуваат – кому му е грижа. Кога тие ќе ја обработат таа земја со своето знаење и искуство, веројатно ќе никнат странски задолжувања. После 1 година, кога нема ништо да никне освен задолжувањата, и кога пресните земјоделци ќе ја изгубат социјалната помош, владата повторно ќе има некакви “мерки”. Така, владата се исмева со земјоделците и успешните фарми, па земјиштето им го дава на “конкурентите” од социјалата. Со овие “системски мерки” прашање е само до каде ќе одиме, кога стопанството се доведува во ред (преструктурирање) со десетлетија, споро и мачно, а со вакви мерки сето тоа се урива.

Но, што ќе прават градоначалниците, кога ќе мораат да ги отпуштат овие 4000 вработени, па со нив веројатно и по некој од порано (ниту сега нема пари за нив)? Баш им е гајле! Имаат нови 4 години за да се заборава дека вработените биле излагани, колку да гласаат и да доведат по некоја душа на партискиот список. Што со социјалците, кои ќе се излажат да станат земјоделци? Колку време ќе им треба да се вратат на списокот за социјална помош?

За 1000 луѓе ќе даделе по 4000 денари месечно – додека се тие на обука кај познат работодавец. А потоа? Зошто фирмите да обучуваат? За 4.000 денари месечно, а потоа да ги вработат? Смешно!

Други 1000 луѓе ќе ги вработеле преку кредитирање на фирми. Кој е луд да земе кредит за да работи некој, кој не му е потребен? Да им даваат грантови, пак не би сакале, но вака, шанските да загризат се нула (освен ако нема и нешто друго во пакетот, како некој тендер, субвенција, функција...)

Во генијалните антикризни мерки на владата може да се прочита дека земјоделците ќе можат да ги регистрираат тракторите и машините, и дека ќе можат да ги легализираат беспрано изградените објекти на

самите ниви. Се разбира, земјоделците не се толку наивни па да ја изгубат социјалната помош, ако тоа го сторат (ако имаш имот, кола, трактор... нема социјална помош).

Потоа, како силна антикризна мерка се споменуваат: бесплатен седумдневен летен или зимски одмор за 3.000 деца на социјалните семејства; дополнителни 100 денари за надомест за енергетска сиромаштија; бесплатни билети за социјалните семејства за во театар, музеј, опера, а младите и пензионерите ќе имаат 50% попуст... Е тоа е прав погодок, кога гладните социјалци ќе отидат да ја гледаат “Кармен”, одма после обновувањето на гардеробата во кантите за смет.

Има и други небулози: Ќе давале ваучери за компјутери за апсолвенти на државните универзитети, кои се од семејства што користат социјална помош или од семејства чии вкупни примања не надминуваат 12.000 денари и ќе го продолжиле рокот за увоз на автобуси со ЕУР2 за шест месеци (до февруари 2013 год). Што со тоа? Колку има такви апсолвенти? Купувањето на старо е стар проблем, кој на долги патеки никому не му се исплати, а создава серија проблеми дури и со безбедноста на патниците.

Како и да е, веќе ниту стечајците, социјалците и земјоделците, а камоли фирмите, не се наивни па да паѓаат на вакви финти – колку нешто да се пише: “Еве деца, ние имаме антикризна програма”.

### **19. Зголемување на извозот**

Од статистиките се гледа дека бруто извозот е зголемен спрема оној од 2006 година, а и тој, од 2002 до 2006 година постојано се зголемувал. Сепак, извозот се парира со увозот, за да се види дали имаме трговски дефицит или суфицит. Тука немаме што да се пофалиме, заради тоа што салдото е негативно за нас (многу повеќе увезуваме, отколку што извезуваме). И во структурата на извозот опаѓаат производите со висока додадена вредност, а извезуваме повеќе ефтини сировини и репроматеријали, а увезуваме скапа финална стока.

**Тешко се воведуваат нови конкурентни извозни стоки, од многу причини:**

- немањето логистичка поддршка (пример, за месо од ној не се обезбеди сертифицирана кланица),
- немаме имплементирана постапка за добивање фитосанитарен сертификат дека во Македонија нема одредена болест,
- извозот на некои производи што се наш бренд не се унапредува (виното, јагнешкото месо, овошјето)
- за некои производи немаме доволни количини за извоз
- вишоците од одредени производи не беа ценовно конкурентни,
- вишоците од одредени производи не ги задоволуваат пазарните стандарди на ЕУ
- секогаш се задоволуваме со доработки, наместо да создаваме сопствен производ (пример со текстилот)

### **20. Воведување европски закони**

- Имаме формални постигнувања (донесени закони). Не е доволно само да се донесе закон, туку треба и да се создаде институција за надзор, да се обучат луѓе, да се воспостави ефикасен теренски систем и/или инспекција, да се обезбеди статистичко и друго следење на примената на законот.
- Приспособувањето е бавно и без приоритетни цели, а нив ги нема затоа што нема партиципација, а неа ја нема затоа што владините институции сакаат да вработуваат партиски наместо способни раководители и експерти, сакаат да ги казнуваат бизнисмените и да фингираат јавност и соработка со бизнис секторот, наместо навистина да работат сите овие да се вклучат во реализирањето на целиот тој процес.
- Владата не разбира дека нема да ги излажат Европјаните со привид на партиципативност (наместо реалниот сектор да биде прашан навреме, со почит и со јасен допис, па од нив да бараат фит бек, владините тела глумат јавност со повикување на партиските и/или нестручните невладини, по некој уплашен бизнисмен, ги информираат кога е премногу доцна за дискусија, ги повикуват не за да чујат нивно мислење, туку тие да им кажат нешто неразбирливо и нестручно)
- Цел регион е таков, а не се подобри ниту оние, кои влегоа во ЕУ (Бугарија, Румунија...), иако од ЕУ јасно кажаа дека регионалната интеграција зацртана со ЦЕФТА 2006 мора да резултира со создавање на заеднички регионален пазар и производ. Тука се мисли не само на либерализација на трговијата, туку и на јавните набавки, конкурентноста, државната помош. Сите овие балкански држави само формално се потрудија да донесат закони, а останатото е без мерка споро.
- Има цели сектори, кои не се уредени како што треба: Инвестиции, интелектуална сопственост, електронска трговија, царинско поврзување.
- Нашиот балкански регион нема пробано да направи заеднички производ, а пазар не постои, туку паралелни пазари, а со тоа и странските инвестиции во регионот се главно влезени во непроизводни сектори, недвижности, трговски синџири, финансии, телекомуникации и услуги, а од друга страна тие се премали (барем во Македонија) за развој и не влијаат на зголемувањето на конкурентноста, на извозот и на намалувањето на трговскиот дефицит
- Постојат нетарифните бариери како последица на различни брзини на усвојување на ЕУ-регулативи и стандарди

### **21. Намалување на невработеноста**

#### **22. Нови олеснувања за проектот купи куќа, купи стан**

Субвенционирањето за купување куќа или стан владата го зголеми од 50 на 75 %. Сепак, тоа не е поволно ако се земат банкарските камати. Кај нас нема навика да се гради со кредити, туку кога ќе собереме пари. Глупаво е да се земаат кредити за нешто што не произведува (не е бизнис) туку куќа, затоа што ние немаме високи примања, тие се нередовни, а се очекува во иднина да пораснат и даноците на имот, комуналните трошоци и невработеноста.

**23. Лекување во странство за 200 евра, кои ги дава владата за тоа**

Смешна мерка, заради фактот дека социјалното осигурување мора да покрие 80% за тоа лечење. Со толку малку пари во странство нема ниту да ве потстрижат, а камоли да ве лекуваат

**24. Задолжување за доброто на граѓаните (за буџетска поддршка)**

Владата не сакаше да ги намали своите луксузирања, кои се состојат и во купување намештај, лимузини, зголемени дневници за патување на функционерите... но најмногу за субвенциите за земјоделието, за кои се докажа дека се комплетно промашени (владата веќе најави дека ќе ги заостри критериумите – фала му на Бога). Заради тоа таа мора дфа се задолжува во странство. Во суштина, се задолжуваме ние. Приказната дека ние не сме високо задолжена земја не држи вода, заради тоа што Македонија веќе ги јаде сите форми на акумулација, тие се испразнети, па сега ќе мораме да се задолжуваме уште повеќе.

**25. Разни повластици и олеснувања за граѓаните или фирмите**

Простувањето на давачки и давање повластици надвор од пазарната логика е мошне штетна мерка. Тоа ви е исто како на давеник да му дадете наковална, на која има надувано балонче.

**26. Отпис на долговите за пензиско и социјално осигурување кон фирмите**

Овие отписи за фирмите е простување на давачки, кои не ги платиле, па со тоа е нарушен пазарот, заради тоа што некој друг таа давачка ја платил. Не може да се воспоставува систем “плаќа кој има”, тоа е лоша порака за пазарната и фискалната дисциплина. Ние знаеме дека неликвидноста на фирмите беше создадена заради неплаќање на некои субјекти, на кои им се простуваше многу пати. Ако сакаат да помогнат од владата, би требало да ги намалат глобите за стопанството, но тоа не им е важно на политичарите, затоа што знаат дека бизнисмените не се омилени кај народот.

**27. Изградба на шеталишта, плоштади, споменици, фонтани... под плаштот на социјален и животен стандард**

Јасно е констатирано од граѓаните скоро во сите општини дека недостасуваат градинки, училишта, амбуланти.. Но, ова се скапи проекти и во нив нема многу крадење, па нискоградбата останува алфа и омега на нашите градоначалници (асвалтирање, ствање ивичњаци, зелени површини, поплочување, споменици, кружни текови, комунална опрема, писти, фасади, молерај...)

**28. Фалење со проектите за паркинзи**

Ако градоначалниците се и малку искрени, тој бизнис требаше да го продадат на приватници, неместо самите да собираат пари од паркинг местата. Паркинзите не смеат да бидат социјална мерка за вработување партиски кадри. Проблемите на жителите, кои живеат до тие паркинзи се големи и се поврзани со плаќање.

**29. Алчност, маскирана како грижа за општинскиот буџет**

Имаше обид за воведување давачка за викенд туристите и за гостите кои имаат свои викенд-станови (100 до 200 евра по гостин). Како може да биде гостин, ако има своја куќа во Охрид и плаќа данок на имот на куќата?

**30. Постои тајна дозвола пред секои избори за слободна сеча на шума, во замена за гласање (да се одоброволат најсиромашните слоеви, посебно Ромите, на кои тоа им е основен бизнис со десетици години)**

**31. Постои тајна наредба за неказнување на возачи пред избори**

**32. Отвореност и транспарентност на општината преку средби со граѓаните**

отворените денови во општината