



**Доступ к экономической информации
как фактор формирования
общественной политики.**

**Взаимодействие
бизнес сообщества и СМИ**

Формирование общественной ПОЛИТИКИ

- Формирование общественной политики – это процесс
- Процесс предполагает принятие эффективных государственных решений
- Эффективные государственные решения должны приниматься в результате обсуждения со всеми заинтересованными сторонами



Преграды к Развитию Эффективных Общественных Решений

- Неправильные представления
- Слабая стратегия
- Лоббирование личных интересов
- Оппозиция со стороны тех, кто может что-либо “потерять”



Заинтересованные стороны



Бизнес,
как заинтересованная сторона,
представляет свои интересы через институты гражданского
общества, в том числе через бизнес ассоциации

Бизнес ассоциации	СМИ
Бизнес ассоциации знают о проблемах своих членов	*
Бизнес ассоциации выявляют причины, создающие проблемы	*
Бизнес ассоциации, являясь экспертами в экономической политике, разрабатывают рекомендации по решению проблемы	* * *
Бизнес ассоциации доносят свои рекомендации до лиц, принимающих решения	* * * * *
Бизнес ассоциации вступают в диалог с другими заинтересованными сторонами	* * * * *

Диалог заинтересованных сторон

- **Диалоговые площадки** – конференции, круглые столы, заседания рабочих групп
- **Прямая защита** - Переговорный процесс с ключевыми представителями другой заинтересованной стороны, которые принимают решения и/или оказывают влияние на принятие решений
- **Средства массовой информации**



Информирование СМИ

Бизнес ассоциация стремиться стать источником информации для СМИ:

- Выразить позицию бизнес сообщества – своих сторонников
- Привлечь на свою сторону неопределившиеся общественные группы
- Создать аргументы для дискуссии с противником
- Создать механизмы прозрачности принятия государственных решений



Стратегии

- **Стратегия системного искоренения предпосылок для возникновения проблемы** («проактивная», «профилактическая», «системная», «стратегия мира»)
- **Стратегия борьбы с проявлениями/симптомами проблемы** («реактивная», «мониторинговая», «стратегия войны»)
- **Стратегия сознательной пассивности**



«За» и «против» коррупционного поведения

Бизнес ассоциации и СМИ имеют общую
цель – освещение и просвещение.

Опыт Саратовской ТПП – пресс-клуб



Быть услышанным:

**Право быть
услышанным не
означает
автоматически право
быть серьезно
воспринятым.**

Source: Hubert H. Humphrey

