

ДОВІДНИК З ПИТАНЬ СТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ФОРМУЛА УСПІХУ

Центр міжнародного приватного підприємництва, філія Торгової палати США

Центр міжнародного приватного підприємництва (ЦМПП), який є філією Торгової палати США, створений в 1983 році з метою розвитку приватного підприємництва та впровадження ринкових реформ у всьому світі. Будучи партнером Національного фонду підтримки демократії, ЦМПП підтримує стратегії та методи, спрямовані на ринковоорієнтований демократичний розвиток. ЦМПП також підтримується Агентством міжнародного розвитку США (АМР США), приватними корпораціями та фондами. З початку свого заснування ЦМПП надав фінансування понад 700 проектам у 80 країнах світу і здійснює тренінгові програми з менеджменту для бізнес-асоціацій в Африці, Азії, Центральній і Східній Європі, Євразії, Латинській Америці та на Середньому Сході.

Довідник з питань створення національної програми розвитку підприємництва

- © 2002 р., Центр міжнародного приватного підприємництва
www.cipe.org
- © 2002 р., Український незалежний центр політичних досліджень
www.ucipr.kiev.ua

Автори

Джон Д. Салліван, доктор філософії, виконавчий директор
Кетрин Кучта-Хелблінг, доктор філософії, директор дослідницьких і
пропагандистських програм у країнах Латинської Америки
Джеф Гйорц, оцінювач власності
Джон А. Земко, директор департаменту комунікацій
Джордж Амсель, директор департаменту зв'язків з громадськістю
Дженніфер Р. Чойнір, веб-майстер/графічний дизайнер

ЦЕНТР МІЖНАРОДНОГО ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА (ЦМПП)
CENTER FOR INTERNATIONAL PRIVATE ENTERPRISE (CIPE)
1155 Fifteenth Street, NW Suite 700
Washington, DC 20005
Tel. (202) 721-9200
Fax (202) 721-9250
E-mail: cipe@cipe.org
Web site: www.cipe.org

Переклад здійснено Українським незалежним центром політичних досліджень
м. Київ, вул. Хрещатик, 15, кв. 1
Тел./факс: (044) 229-2513
Тел.: (044) 229-4359
E-mail: ucipr@ucipr.kiev.ua
Web site: www.ucipr.kiev.ua

Літредактор Наталія Лисюк
Макет і дизайн Юліанна Лисюк

Зміст

Вступ

Розділ 1. Встановлення зв'язків та координація

- 1.1. Проведення засідань лідерів провідних ділових організацій
- 1.2. Встановлення зв'язків з діловими і торговими асоціаціями

Розділ 2. Фокус-групи

- 2.1. Організація фокус-груп
- 2.2. Обрання координатора фокус-групи

Розділ 3. Проведення засідань фокус-груп

- 3.1. Дата і місце проведення засідання
- 3.2. Керівництво фокус-групою

Розділ 4. Розробка і розповсюдження проекту національної програми розвитку підприємництва

Розділ 5. Зворотний зв'язок та процедура перегляду

- 5.1. Забезпечення зворотного зв'язку з діловою спільнотою
- 5.2. Доопрацювання програми та її розповсюдження серед членів робочої групи

Розділ 6. Публікація і розповсюдження

- 6.1. Друкування остаточного варіанта програми
- 6.2. Презентація національної програми розвитку підприємництва

Додатки

Ключові моменти створення національної програми розвитку підприємництва

- Проведення засідань керівників провідних ділових організацій
- Забезпечення участі ділових і торгових асоціацій
- Розподіл учасників по регіональних або галузевих фокус-групах
- Організація засідань фокус-груп
- Розробка проекту національної програми розвитку підприємництва
- Надання консультацій і забезпечення зворотного зв'язку з діловою спільнотою
- Остаточне доопрацювання програми на основі поданих рекомендацій
- Публікація і презентація національної програми розвитку підприємництва
- Стратегії комунікації

Ділові асоціації багатьох країнах світу використовують національні програми розвитку підприємництва з метою прийняття та втілення в життя найважливіших політичних і економічних реформ. Національна програма розвитку підприємництва допомагає приватному сектору привернути увагу громадськості до головних перешкод економічному і діловому розвитку, а також пропонує методи вирішення серйозних

проблем, пов'язаних з корупцією та тіньовою економікою включно із законодавчим регулюванням.

Вступ

Для ділових кіл національна програма розвитку підприємництва слугує одним із найважливіших інструментів залучення інвестицій, стимулювання підприємницької діяльності та економічного розвитку. Розробка такої програми мобілізує зусилля ділової спільноти та забезпечує її вплив на державну політику шляхом визначення законодавчих і регуляторних пріоритетів та передачі їх на розгляд державних діячів.

Національна програма розвитку підприємництва визначає законодавчі акти та постанови, котрі перешкоджають діловій активності, а також розробляє конкретні рекомендації і реформи, що сприятимуть подоланню зазначених перепон та покращенню ділового середовища загалом. Національна програма розвитку підприємництва також указує приватним підприємцям на ті аспекти, які безпосередньо впливають на їхню діяльність, і надає підприємцям можливість чітко й одноставно викласти свої проблеми урядовцям, підвищуючи таким чином вірогідність прийняття бажаної програми. Подібні програми довели свою дієвість у подоланні бар'єрів на шляху розвитку підприємництва в таких країнах, як Малаві, Нігерія, Парагвай, Перу, Румунія та Сполучені Штати Америки.

Основою для розробки будь-якої програми розвитку підприємництва є залучення якомога більшої кількості учасників. Цього можна досягти, роблячи наголос на специфічних регіональних і галузевих потребах, формуючи ставлення до програми як до результату своєї праці. Лідери ділових організацій повинні ініціювати створення різноманітних ділових об'єднань і коаліцій, здатних досягнути консенсусу з основних питань.

Свобода об'єднань і право на подання до урядових структур клопотань щодо відшкодування витрат є основою існування інститутів демократичного суспільства. Але навіть у тих країнах, котрі щойно стали на шлях демократичного розвитку, існує можливість впливати на політику шляхом створення відповідних коаліцій і досягнення консенсусу щодо необхідних змін. У разі об'єднання ділових організацій їхня спільна робота з просування найважливіших ринкових реформ буде значно ефективнішою, аніж розрізнені зусилля окремих структур. Центр міжнародного приватного підприємництва (ЦМПП) розробив цей довідник з метою надання діловим асоціаціям, професійним організаціям та іншим зацікавленим сторонам послідовних інструкцій з розробки національної програми розвитку підприємництва.

Розділ 1.

Встановлення зв'язків та координація

1.1. Проведення засідань лідерів провідних ділових організацій

- Найвпливовіші представники ділових організацій, які беруть участь у розробці національної програми розвитку підприємництва, повинні провести засідання з метою створення дорадчого комітету, котрий розглядатиме проект програми і надаватиме необхідні роз'яснення та рекомендації.

Кінцевий успіх програми розвитку підприємництва безпосередньо залежатиме від участі ділової спільноти: чим більше представників приватного сектора ухвалить конкретну програму, тим серйозніше розглядатимуть її урядовці.

- Обрання координатора проекту.

Координатором проекту має бути особа, яка демонструє цілковиту відданість розробці національної програми розвитку підприємництва та має добрі управлінські й адміністративні навички.

- Учасники засідання повинні скласти перелік потенційно зацікавлених в участі приватних асоціацій, котрі представляють різні регіони та галузі.

Багато приватних підприємців є членами ділових організацій. Тому встановлення зв'язків із керівництвом таких організацій є ефективним шляхом залучення великої кількості підприємців.

- Необхідно обрати членів спеціального дорадчого комітету, який у визначені терміни має встановити зв'язки з діловими асоціаціями з метою з'ясування ступеня їх зацікавленості та подати координатору проекту звіт про результати переговорів.

1.2. Встановлення зв'язків із діловими та торговими асоціаціями

- Обов'язком членів дорадчого комітету, котрі згідно з пунктом 1.1 відповідають за встановлення зв'язків із членами ділових асоціацій, є налагодження відповідних контактів.

При встановленні зв'язків із керівництвом ділових організацій члени дорадчого комітету повинні роз'яснити мету та розповісти про стадії розробки програми розвитку підприємництва. Вони мають чітко вказати, що лідери ділових організацій повинні об'єднуватися заради усунення перешкод на шляху розвитку підприємницької діяльності і поліпшення ділового клімату. Слід наголошувати на тому, що участь кожної окремо взятої організації має вирішальне значення для захисту інтересів її членів. Варто також підкреслювати, що організації матимуть можливість висловлювати свою думку в процесі розробки, доопрацювання та ухвалення остаточного варіанта програми розвитку підприємництва, яка передаватиметься президенту країни та членам уряду і буде доведена до відома громадськості через засоби масової інформації.

- Необхідно провести опитування серед лідерів ділових організацій, котрі погодилися брати участь у процесі розробки програми розвитку підприємництва, з метою виявлення тих, хто хотів би виступити організатором засідання.

- Кожен член дорадчого комітету повинен подати координатору проекту звіт із чітким зазначенням керівників ділових організацій, які бажають брати участь у засіданні чи стати його організаторами.

Розділ 2. Фокус-групи

Що таке фокус-група?

Можна сказати, що фокус-група є "комітетом у комітеті". Асоціації починають розробку національної програми розвитку підприємництва із створення комітету з розробки проекту. У великих асоціаціях, котрі представляють ряд галузей економіки та/або регіонів, один комітет не в змозі ефективно обстоювати різноманітні інтереси членів такої організації. Таким чином, створюються підкомітети, кожен з яких представляє окрему промислову галузь чи регіон або займається якимось конкретним питанням. Діяльність таких підкомітетів зосереджується на певній сфері підприємницької політики та розробці окремих підрозділів національної програми. Після цього наглядова рада компонує всі підрозділи в кінцевий варіант національної програми розвитку

підприємництва. Питання, якими займаються підкомітети — фокус-групи, — є невід'ємними складовими проекту національної програми розвитку підприємництва.

2.1. Створення фокус-груп

- Створення фокус-груп із числа лідерів ділових асоціацій за принципом їх належності до певної галузі економіки або регіону.

Кожна фокус-група має однакову мету: визначення перешкод для бізнесу та розроблення програми відповідних реформ. У свою чергу, розподіл лідерів ділових організацій по фокус-групах за принципом належності до певного сектора економіки чи регіону структурує програму відповідно до їхніх інтересів, а отже, значно полегшує її розробку.

Інколи керівники ділових організацій виявляють бажання брати участь у роботі декількох фокус-груп. Це цілком прийнятно і може сприяти залученню до справи більшої кількості представників приватного сектора. Однак зазвичай чисельність фокус-груп обмежується. Недостатня кількість учасників означає, що така фокус-група не є повноцінним представником ділової спільноти, а надто велика кількість членів групи може зумовити непродуктивність її роботи.

2.2. Обрання координатора фокус-групи

- Обрання координатора кожної фокус-групи.

Координатор фокус-групи повинен забезпечувати постійне зосередження групи на виявленні основних перешкод для ділової активності та розробці пропозицій. Координатором може бути член фокус-групи або інша особа, добре обізнана з регіональною чи промисловою специфікою діяльності її членів.

- Координатор проекту повинен надавати координатору кожної фокус-групи список її учасників та їхні координати.

Розділ 3.

Проведення засідань фокус-груп

Підготовка до проведення засідань фокус-груп включає:

- визначення дати засідання;
- визначення місця проведення засідання;
- розробку програми засідання;
- запрошення учасників та розсилку програми засідання;
- складання списку учасників і переліку необхідних матеріалів;
- фіксацію виявлених перешкод і шляхів їх подолання.

3.1. Дата і місце проведення засідання

- Координатор проекту повинен розробити орієнтовний графік проведення всіх засідань.

Усі члени фокус-група мають бути заздалегідь повідомлені про орієнтовну дату проведення засідання, щоб керівники ділових організацій мали можливість спланувати свій час, що забезпечуватиме їх максимальну присутність. Координатор проекту повинен відвідувати засідання кожної фокус-групи.

- Координатор проекту повинен завчасно ознайомити координаторів фокус-груп з графіком проведення засідань.
- Координатор кожної фокус-групи повинен визначити місце проведення зустрічі виходячи з того, керівники яких асоціацій погодилися виступати організаторами засідання.
- Координатори фокус-груп повинні зв'язатися з керівниками ділових організацій, які є членами їхніх груп, і повідомити про дату і місце проведення засідання.

Особи, відповідальні за проведення зустрічей, повинні рекомендувати керівникам організацій-членів провести в процесі підготовки до зустрічі опитування учасників цих асоціацій. Членів асоціацій слід ознайомити з планом розробки національної програми розвитку підприємництва, відтак вони матимуть змогу визначити перепони та обґрунтувати свої пропозиції щодо їх подолання.

- Координатор проекту повинен представити список учасників членам дорадчого комітету.

3.2. Керівництво фокус-групою

Метою засідання кожної фокус-групи є визначення переліку пріоритетних реформ та шляхів подолання нагальних перешкод для кожної окремо взятої галузі або регіону.

- На початку засідання координатор фокус-групи повинен ознайомити учасників з порядком денним і нагадати, що метою зустрічі є визначення бар'єрів на шляху розвитку підприємницької діяльності, їх класифікація за ступенем важливості та вироблення рекомендацій щодо їх усунення.
- Координатор фокус-групи повинен задокументувати кожен зазначену проблему.
- Кожен учасник повинен класифікувати проблеми за ступенем їх важливості.
- На основі зібраної інформації координатор визначає найважливіші для даної фокус-групи проблеми.
- Учасники засідання фокус-групи повинні також подати координатору власні пропозиції і рекомендації, в яких має бути чітко визначено належні державні заходи для вирішення кожної з цих проблем.
- Після подання учасниками пропозицій координатор повинен провести обговорення рекомендацій з кожного пункту.

Метою такої дискусії є досягнення згоди між учасниками фокус-групи стосовно найефективніших пропозицій з розв'язання кожної окремо взятої проблеми.

- Координатори кожної фокус-групи мають задокументувати результати обговорення та передати їх координатору проекту.

Розділ 4.

Розробка і розповсюдження проекту національної програми розвитку підприємництва

- Координатор проекту та підприємці-члени дорадчого комітету повинні сформулювати робочу групу для узагальнення визначених членами фокус-груп головних проблем і запропонованих рекомендацій, а також розробити проект програми.
- Преамбула проекту програми повинна містити чітке визначення її цілей, перелік перешкод за ступенем важливості та список учасників розробки програми.

- Робоча група має також визначити всі основні проблеми включно із законами та нормативними актами, що стають на заваді підприємницькій діяльності, а також інші важливі для приватного сектора питання.
- Необхідно запропонувати шляхи усунення кожної із вищезазначених проблем.

Рекомендації повинні містити пропозиції до органів державної влади стосовно конкретних заходів з вирішення тих чи інших проблем та покращення ділового клімату.

Надання переконливих та придатних до безпосереднього застосування рекомендацій має підвищити вірогідність їх ухвалення.

- Треба підготувати заключне резюме, яке повинно привертати увагу.

Заключне резюме має містити невеличкий вступ, чітке визначення головних перешкод для підприємництва, рекомендації щодо вирішення конкретних проблем, а також стислі висновки. Обсяг резюме не повинен перевищувати 4–6 сторінок.

- Слід скласти план програми.
- Робоча група повинна узагальнити отримані матеріали в проєкті програми та подати її координатору проєкту.

Розділ 5. Зворотний зв'язок та процедура перегляду

5.1. Забезпечення зворотного зв'язку з діловою спільнотою

- Координатор проєкту повинен передати проєкт національної програми розвитку підприємництва на розгляд кожній з організацій-учасників.

Координатор проєкту має визначити такий кінцевий термін розгляду проєкту, який давав би організаціям достатньо часу для обговорення проєкту зі своїми членами та розробки пропозицій. Керівництво кожної з організацій має забезпечити своїм членам або їх представникам можливість ознайомитися з проєктом і надати свої пропозиції.

- Керівництво кожної організації узагальнює пропозиції своїх членів та передає їх координатору проєкту протягом установленого терміну.

5.2. Доопрацювання програми та її розповсюдження серед членів робочої групи

- Координатор проєкту та члени робочої групи забезпечують урахування отриманих пропозицій у проєкті програми.
 - Координатор проєкту розповсюджує доопрацьований проєкт національної програми розвитку підприємництва серед керівників усіх організацій-учасниць з метою його остаточного ухвалення.

Як додаток до доопрацьованого проєкту програми розвитку координатором проєкту надається спеціальний бланк, який має бути підписаний керівниками організацій-учасниць у встановлені терміни, що засвідчуватиме схвалення ними даної програми.

Розділ 6.

Публікація та розповсюдження

6.1. Друкування остаточного варіанта програми

- Координатор проекту забезпечує друкування остаточного (схваленого) варіанта національної програми розвитку підприємництва у вигляді якісно оформленого буклета.

6.2. Презентація національної програми розвитку підприємництва

- Проведення прес-конференції.
- Дорадчий комітет установлює дату публічної презентації програми членам уряду, засобам масової інформації і громадськості.
- Визначення місця проведення заходу.

В ідеалі ця подія повинна відбутися в столиці, де сконцентровано засоби масової інформації та урядові органи. Оптимальним місцем для проведення подібних заходів є приміщення або площа перед парламентом чи адміністрацією президента (необхідно отримати попередню згоду). В іншому разі прийнятним варіантом є приміщення готелю, розташованого поблизу парламенту.

- Координатор проекту складає текст запрошення на презентацію.

У запрошенні має бути обгрунтовано значущість національної програми розвитку підприємництва, вказано прізвище головного доповідача, зазначено час і місце проведення заходу та координати організатора проекту, за якими можна отримати додаткову інформацію.

- Запрошення разом із примірником національної програми розвитку підприємництва та заключним резюме координатор проекту розсилає представникам виконавчої і законодавчої гілок влади.

Дорадчий комітет має забезпечити проведення особистих зустрічей з впливовими членами уряду з метою обговорення програми та заохочення їх відвідати презентацію.

- Робоча група складає прес-реліз про акцію, який разом із заключним резюме розповсюджується серед журналістів електронних та друкованих видань.

Журналістам може бути заборонено використовувати матеріали прес-релізу та заключного резюме до дати проведення акції. Альтернативою цьому може бути ексклюзивне надання програми одному з відповідних видань.

- Запрошення та прес-реліз розсилаються дорадчим комітетом на адресу керівників ділових організацій з проханням про розповсюдження запрошень серед членів цих організацій.

- Із числа членів дорадчого комітету обирається відповідальний за презентацію національної програми розвитку підприємництва президенту країни.

У ході прес-конференції доповідач обгрунтовує основні положення національної програми розвитку підприємництва, її важливість для приватного сектора та економічного зростання країни, повідомляє про кількість ділових організацій, котрі брали участь у розробці програми та схвалили її остаточний варіант. Презентація національної програми розвитку підприємництва може проводитись у формі публічної акції.

Контроль за підготовкою інформації

- **Заключне резюме**

Для спрощення розповсюдження його доцільно надрукувати у вигляді окремого документа.

- **Зміст**

Він полегшить читачеві пошук необхідної інформації.

- **Вступ**

Тут слід подати визначення програми, роз'яснити її важливість, а також навести список тих, хто розробляв програму та схвалив її своїми підписами.

- **Розділи**

Кожний розділ має присвячуватись окремому сектору чи регіону і включати опис перешкод та конкретних пропозицій. У кожному розділі повинні також наводитися координати керівника відповідної фокус-групи та список її членів.

Підготовка до презентації

- Розсилка примірників остаточного варіанта національної програми розвитку підприємництва всім учасникам.
- Розсилка примірників документів членам уряду з проханням призначити засідання для її обговорення.
- Розсилка примірників документів ЗМІ та попередження всіх про нерозповсюдження інформації до дати проведення прес-конференції.

Підготовка до прес-конференції

- Визначення дати та часу події.
- Визначення місця проведення події.
- Підготовка матеріалів (примірників програми та заключного резюме).
- Повідомлення про подробиці події через засоби масової інформації.
- Запрошення представників ЗМІ та інших зацікавлених осіб.

Додатки

Додатки до розділу 1. Встановлення зв'язків та координація

Додаток 1

Центр підприємництва та економічного розвитку в Подгориці (Чорногорія) розробив національну програму розвитку підприємництва з метою визначення перешкод розвитку підприємництва та пропозицій щодо їх усунення. Ця програма містить також поточний аналіз стану фінансів, зайнятості та технологічного розвитку підприємництва в Чорногорії.

Комісія з питань державної політики

Обов'язки Комісії з питань державної політики (КДП): комісія виявляє ті питання державної політики, які мають проводитись в життя Чорногорською бізнес-асоціацією (ЧБА). Разом із комісією з навчання та досліджень КДП розробляє необхідні документи, котрі повинні містити аргументи на користь конкретного способу розв'язання питання. Водночас важливо виявити докази, які можуть бути використані проти будь-якої пропозиції, висунутої ЧБА. КДП розробляє політичну стратегію, спрямовану на прийняття та введення в дію сприятливих для ділової спільноти законодавчих актів, а також складає контактну анкету та формує базову мережу з метою підтримки політичної позиції ЧБА. Комісія підзвітна Раді директорів.

Хоча члени уряду та міністри необов'язково перешкоджають підприємницькій діяльності, вони вочевидь не займаються вирішенням проблем підприємців. Урядовці не спроможні належним чином оцінити економічні перспективи та зробити відповідні висновки, адже вони не розуміються на фінансовій документації, такій як звіт про доходи і витрати та бухгалтерський баланс. Більшість урядовців ніколи не замислювалось над недоліками та перевагами економічної діяльності в аспекті суспільного добробуту, вони мають лише досить поверхове уявлення про її альтернативні варіанти, які не розуміють і не цінують. Таким чином, дуже часто ставлення урядовців до пропозицій представників ділової спільноти є упередженим.

1. Політичні діячі повинні приймати оперативні рішення, котрі справляють певний вплив на діяльність ділового сектора.

2. Підприємці мають брати безпосередню участь у процесі прийняття політичних рішень, адже в іншому разі державний апарат безперервно розростатиметься та ускладнюватиметься, що, в свою чергу, посилить втручання урядовців у діяльність ділової спільноти. Тож впливати на процес прийняття рішень необхідно перед розробкою нормативних актів.

3. Чорногорська бізнес-асоціація повинна вміти визначати ступінь впливу повсякденної діяльності уряду на представників ділового та промислового секторів.

4. Коло питань, де підприємці мають відстоювати свої інтереси шляхом справляння впливу на політичні рішення, постійно зростає. Підприємці, здатні долати труднощі протягом тривалого періоду часу, отримують величезні переваги. Отримання підтримки з боку уряду потребує відповідних навичок, наполегливості та цілеспрямованості.

5. Чорногорська бізнес-асоціація повинна добре засвоїти основні принципи лобізму. Щоб брати участь у процесі публічного обговорення рішень, ділова спільнота повинна заявляти про свої інтереси в різноманітних засобах масової інформації.

Особливо слід відзначити той факт, що ЧБА має гарну репутацію завдяки своїй поінформованості та чесності, вмінню аналізувати та розповсюджувати інформацію, а також розробляти чіткі рекомендації для урядовців усіх рівнів. Не варто вважати, що бізнес переслідує виключно вузькі цілі та прагне задовольнити свої егоїстичні інтереси. Чорногорська бізнес-асоціація має розглядатись як організація, що сприяє вирішенню суспільно-значущих проблем. Нам потрібна довіра пересічних громадян.

Додатки до розділу 3. Проведення засідань фокус-груп

Додаток 2

Проблеми та рекомендації

Національна програма розвитку підприємництва Парагваю FEPRINKO (1997 р.)

Питання: Оподаткування

Проблема:

Відсутність чітких стандартів бухгалтерського обліку та аудиту в податковій сфері має своїм наслідком виникнення подвійного чи навіть потрійного оподаткування, що призводить до ухиляння від сплати податків і розростання тіньового сектора економіки.

Рекомендація:

Уряд повинен ужити заходи для забезпечення підзвітності та прозорості процесу управління податковою сферою і запровадити міжнародні стандарти бухгалтерського обліку з метою запобігання надмірному оподаткуванню.

Стратегічний альянс ділових асоціацій

“Міжнародний центр вивчення проблем підприємництва”
Румунія (1999 р.)

Питання: Розвиток торгівлі

Проблема:

Надмірна кількість законодавчих актів, що регулюють діяльність митних органів, включаючи дубльовані та суперечливі вимоги, а також їх непослідовне застосування. Усе вищезазначене призводить до безладу, застосування надмірних митних ставок і розквіту корупції, що перешкоджає торгівлі та значно підвищує вартість ділових операцій.

Рекомендація:

Спрощення Адміністративного кодексу, який регулює діяльність митних органів. Застарілі, дубльовані та суперечливі норми мають бути вилучені. Необхідно приділяти більше уваги боротьбі з корупцією.

Додаток 3

Пріоритети державної політики

Федерація Торгової палати США (1994 р.)

- Збалансований бюджет
- Зниження податку на приріст капіталу
- Обмеження державного регулювання
- Приватизація системи пенсійного забезпечення
- Реформа сфери охорони здоров'я
- Судова реформа
- Формування громадських/приватних товариств
- Скорочення кількості нормативних актів, що регулюють діяльність енергетичного комплексу та земельні відносини
- Розвиток сфери телекомунікаційних мереж і транспортної інфраструктури
- Укладення угод про вільну торгівлю

Додаток 4

Реформи

Національна програма розвитку підприємництва

Федерація промислових галузей Єгипту (2000 р.)

Проблема:

Реформування системи експорту

Рекомендації:

В організаційному аспекті: об'єднати в єдиний орган основні експортні організації, такі як "Egyptian Export Promotion Center", "Commercial Representation Office", "Trade Point" та "Trade Net".

Поліпшити професійну підготовку і систему оплати праці співробітників митних органів.

У сфері законодавства:

Забезпечити чітке розмежування функцій міністерств і відомств та прийняти оперативний, послідовний і ефективний план дій.

Для отримання дозволу на вжиття регуляторних заходів відповідальний орган державної влади повинен розробити й оприлюднити прогнози щодо наслідків таких заходів.

Протягом 60 днів, що передують запровадженню будь-якого нормативного акта, має проводитися його публічне обговорення, причому державні органи повинні обов'язково надавати відповіді на всі зауваження і коментарі.

Належить установити на законодавчому рівні процедуру подання апеляцій з метою внесення змін і доповнень до нормативних актів та їх справедливого і неупередженого розгляду в судах з адміністративних справ.

У сфері державної політики:

Встановити єдину форму для всіх митних експортних процедур, яка має бути схвалена Митною службою та Національною службою захисту рослин і карантину Єгипту і пройти міжнародну сертифікацію. Всі попередні форми мають бути скасовані.

Необхідно автоматизувати всі митні процедури та забезпечити роботу мережі зв'язку центрального органу Митної служби з її представництвами в усіх портах країни.

Додатки до розділу 4. Розробка і розповсюдження проекту національної програми розвитку підприємництва

Додаток 5

Проект програми розвитку підприємництва
Федерація Торгової палати США (1994 р.)

Реформа в сфері законодавства

Мета: Зниження регуляторного тиску на підприємців і споживачів, здійснення інституціональних реформ, які запобігатимуть ухваленню обтяжливих чи шкідливих нормативних актів.

Проблема: Федеральні нормативні акти розробляються та приймаються без належної уваги до їх можливих наслідків, а зокрема до їх взаємодії з іншими законодавчими й економічними чинниками.

Витоки: Державне регулювання приватних ринків незалежно від ступеня своєї ефективності виступає механізмом непрямого оподаткування фізичних і юридичних осіб. регуляторний тиск відчутно наростає: постійно ухвалюються нормативні акти, які висувають усе нові й нові вимоги до суб'єктів підприємницької діяльності. В той же час чинне законодавство спричинилося до виникнення безробіття та банкрутств, що також знижує конкурентоспроможність країни на світових ринках. Недостатньо продумані нові нормативні акти можуть призвести до зростання цін та загальмувати економічний розвиток. У березневому номері журналу "Регуляторні та соціальні витрати" за 1992 рік зазначалося, що вартість виконання вимог регуляторних актів у сфері підприємницької діяльності складає понад 400 млрд. дол. на рік.

Необхідні заходи: Зниження регуляторного тиску шляхом обмеження кількості нових нормативних актів та започаткування проведення представниками ділових кіл і споживачів постійного поточного моніторингу.

Результати:

Зменшення регуляторного тиску

Зниження витрат на дотримання вимог нормативних актів

Підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку

Позиція Торгової палати

Шляхом запровадження тимчасового мораторію на прийняття нових нормативних актів до досягнення бажаних темпів економічного зростання буде забезпечено час, необхідний для перегляду чинного законодавства. Це також запобігатиме зростанню витрат суб'єктів підприємницької діяльності на дотримання регулятивних вимог

Позиція іншої сторони

У разі відмови від прийняття нових нормативних актів економічний ефект буде незначним. Це перешкоджатиме запровадженню нормативних актів у сфері охорони здоров'я та праці

Додатки до розділу 5. Зворотний зв'язок та процедура перегляду

Додаток 6

ПРОЕКТ ПРОГРАМИ КАМΠΑНІЯ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ

Румунія (2000 р.)

Програма в сфері інформаційних технологій

Проблема: Регулювання

Рекомендація: Прийняття закону, скерованого на боротьбу з шахрайством, забезпечення справедливої конкуренції та захист прав споживачів у сфері електронної комерції (торгівлі через Інтернет). Цей закон повинен відповідати міжнародним стандартам, зокрема вимогам НАТО.

Проблема: Оподаткування

Рекомендація: Знизити з 19% до 5% ставку податку на додану вартість, а також ставки ввізного мита на комп'ютери та програмне забезпечення з метою полегшення доступу до сучасних технологій у повсякденному житті й у підприємницькій діяльності.

Програма в сфері туризму

Проблема: Дубльовані процедури ліцензування

Рекомендація: Перегляд адміністративних процедур і вимог у сфері ліцензування туристичних агентств з метою усунення дубльованих процедур.

Проблема: Законодавство у сфері охорони довкілля

Рекомендація: Прийняття закону, згідно з яким підприємства та фізичні особи, чий дії завдають шкоди довкіллю, повинні забезпечувати екологічне очищення територій та виділяти кошти на розвиток екологічного туризму в Румунії.

Додатки до розділу 6. Публікація та розповсюдження

Додаток 7

Рекомендації щодо підготовки дієвого прес-релізу

Одним із найефективніших засобів спонукання до здійснення політичних та економічних перетворень є інформування широких верств населення про найважливіші події з метою зміни громадської думки і досягнення консенсусу в ставленні до реформ. Найпростішим і найдешевшим засобом досягнення вищезазначеної мети є використання існуючих можливостей друкованих та електронних ЗМІ. Однак ефективне використання ресурсів ЗМІ потребує каналів передачі інформації від ділових організацій до журналістів, які висвітлюють їх діяльність. Одним із механізмів такого зв'язку виступає прес-реліз.

Прес-релізи

Прес-релізи є найбільш популярним способом інформування журналістів. Ефективний прес-реліз повинен відповідати ряду вимог, що дозволятиме йому вигідно вирізнятися з-поміж великої кількості аналогічних повідомлень та привертатиме увагу журналістів. Важливими складовими ефективного прес-релізу є:

Чіткість. Основні факти повинні привертати увагу журналістів, котрі читають прес-реліз. Заголовок прес-релізу повинен містити назву організації, її логотип, дату складання прес-релізу, а також прізвище та номер телефону контактної особи. Назва прес-релізу повинна чітко й стисло відображати його зміст. Репортери не читатимуть матеріали, зміст яких не можна зрозуміти з першого погляду.

Стислість. Обсяг прес-релізу, як правило, не повинен бути більше одного аркуша тексту, надрукованого через подвійний інтервал (можна використати й менший, якщо це дозволяє вмістити текст на одному аркуші). Зазвичай автори схильні нагромаджувати в прес-релізі якомога більше інформації. Однак до нього слід включати лише найсуттєвіше, оскільки його метою є оприлюднення інформації, здатної викликати в журналістів інтерес і спонукати їх до отримання подробиць.

Деталі. Визначення інформації для подальшого розміщення в прес-релізі може викликати певні труднощі. За цього в ньому необхідно відповісти на такі запитання: Що саме я хочу повідомити? Хто я такий? Де і коли це відбулося (відбудеться)? Чому це важливо? Можливо, потреби відповідати на всі зазначені запитання й не виникатиме, але їх треба мати на увазі, аби не випустити чогось суттєвого. Відповідь на кожне із запитань має бути якомога більш стислою та містити лише найважливішу інформацію.

Формат. Прес-реліз повинен складатись у стандартному форматі. Якщо це можливо, перший або другий абзац повинен містити коротку доречну цитату одного з лідерів ділової спільноти або організації-члена. Останній абзац, як правило, присвячується стислому опису організації та її цілей. І, нарешті, прес-реліз має закінчуватись знаком, який означає кінець документа. Наприклад, у Сполучених Штатах кінець прес-релізу позначається такими символами: -30- або # # #.

Події. Якщо прес-реліз розповсюджується з метою повідомлення про певну акцію, він повинен розсилатися як запрошення. Однак на відміну від запрошення для членів власної організації цей документ має містити певні ознаки прес-релізу. Його заголовок повинен включати назву і логотип організації, за якими слідує фраза такого роду: "Ми люб'язно запрошуємо Вас відвідати..." або "Вельмишановний [ім'я запрошеної особи], запрошуємо Вас відвідати..." Після цього великими літерами вказуються назва акції, дата, час та місце її проведення. У наступному абзаці наводяться прізвище та посада доповідача, а також подається стисле обґрунтування важливості акції. Такий прес-реліз закінчується зазначенням контактної особи (номер телефону, адреса тощо) і проханням надати відповідь.

Розповсюдження прес-релізів. Розсилати прес-релізи рекомендується на адресу конкретних журналістів. За тиждень до події запрошення варто розіслати повторно. Ви можете також зателефонувати журналістам і ще раз привернути їхню увагу до свого прес-релізу. Обов'язково надсилайте прес-релізи як до друкованих, так і до електронних засобів масової інформації. З часом ви зможете встановити партнерські стосунки з журналістами,

які регулярно висвітлюють вашу діяльність, і вони почнуть розраховувати на вас як на постійне і надійне джерело інформації.

Платні послуги ЗМІ. У більшості випадків найкращим шляхом розповсюдження інформації про діяльність організації чи певні події є використання безоплатних послуг журналістів. Безоплатне розповсюдження інформації є одним з найбільш ефективних методів впливу на громадську думку. Проте час від часу може виникати необхідність у розповсюдженні інформації на платній основі: в розміщенні реклами у ЗМІ або й заснуванні власних ЗМІ.

Додаток 8
Зразок прес-релізу

Центр
міжнародного
приватного
підприємництва

The Madison Office Building
1155 15th
Washington, DC
202/721-9200 (tel.)
202/721-9250 (fax)
WWW.CIPE.ORG

Для термінового опублікування
19 листопада 2001 року
(202) 721-9225

Контактна особа
Джордж Амсель

Бюрократія загрожує демократичним реформам у Сербії

Вашингтон. Центр міжнародного приватного підприємництва (ЦМПП) разом із Белградським інститутом G-17 проведуть детальне дослідження недержавного сектора економіки в Сербії, а також податкових та регуляторних заходів, які стимулюють його розвиток. На сьогоднішній день у недержавному секторі економіки Сербії виробляється близько 50% ВВП цієї країни.

Доктор Кім Холмс, віце-президент "Heritage Foundation" та член ради директорів фонду, сказав: "Висока вартість дотримання вимог занадто численних нормативних актів виштовхує підприємців у тінь, у нелегальний сектор економіки, позбавляючи їх можливості просувати економічні та політичні реформи у Сербії та підриваючи довіру до демократичних засад державного управління".

ЦМПП та Белградський інститут G-17 планують провести всебічне дослідження стану підприємництва в Сербії й організувати конференцію з метою оприлюднення та обговорення результатів проведеної роботи. Метою проекту є визначення реальної вартості державного втручання в ринкові відносини, його впливу на розвиток нелегального сектора економіки, а також підвищення обізнаності громадськості з даною проблемою і подальша розробка національної програми політичних перетворень.

Здійснення проекту стало можливим завдяки гранту Національного фонду підтримки демократії. ЦМПП підтримав реалізацію близько 700 місцевих програм у понад 80 країнах, що розвиваються. Ці програми були спрямовані на залучення приватного сектора до політичного життя, проведення інституціональних реформ, покращення державного управління, а також усвідомлення населенням переваг ринкової економіки та демократії. ЦМПП — неприбуткова філія Торгової палати США.

###

Додаток 9
Зразок прес-релізу в формі запрошення

Центр

The Madison Office Building

міжнародного
приватного
підприємництва

1155 15th
Washington, DC
202/721-9200 (tel.)
202/721-9250 (fax)

www.cipe.org

Центр міжнародного приватного підприємництва люб'язно запрошує
Вас узяти участь у дискусії на тему
"Іслам, демократія та ринкова економіка".

Середа, 7 листопада 2001 року
9:00 – 11:00
1155 15th Street, NW, Suite 700
Washington, DC 20005

Як здається, в нових умовах глобалізації світової економіки країни Близького Сходу та інші держави, які поділяють ісламські культурні цінності, можуть досягти прогресу лише за рахунок розвитку демократії і ринкових відносин. Але чи дозволяють принципи ісламу розвивати основні складові демократичного суспільства та ринкової економіки? Чи, можливо, ці інституції принципово несумісні з ісламом? Центр міжнародного приватного підприємництва, який є філією Торгової палати США та членом Національного фонду підтримки демократії, а також його партнери в усьому світі займаються вивченням цих питань уже протягом 15 років.

Оздем Санберк, директор Стамбульського фонду турецьких економічних та соціальних досліджень і колишній заступник міністра закордонних справ Туреччини, відвідає Вашингтон 7 листопада для участі в дискусії щодо ролі демократії і ринкової економіки у розвитку ісламських країн.

ЦМПП запросив своїх партнерів з країн Азії, Центральної та Східної Європи/Євразії та Африки взяти участь в обговоренні через Інтернет.

Будь ласка, зв'яжіться з Джорджем Амселем по електронній пошті за адресою:
jamselle@cipe.org або по факсу: (202) 721-9250 не пізніше 6 листопада 2001 року.

_____ Я не можу взяти участь у дискусії, але прошу повідомляти мене про наступні проекти.

_____ Я згоден взяти участь у дискусії.

П. І. Б.: _____ E-mail: _____

Організація: _____ Тел.: _____

###

ЦЕНТР МІЖНАРОДНОГО ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Томас Дж. Донах'ю, президент
Віллард А. Вокмен, віце-президент
Джон Д. Салліван, виконавчий директор
Джордж Амсель, директор департаменту зв'язків з громадськістю
Карен Брансон, помічник з питань фінансування
Джон Дж. Каллебаут, директор програм у країнах Азії
Дженніфер Р. Чойнір, директор департаменту комунікацій
Лінн Коста, директор тренінгових програм
Силделін Декер, помічник виконавчого директора
Тарин Хуссейн, помічник директора програм у країнах Азії
Кеті Кемпманн, директор програм у країнах Африки
Кетрин Кучта-Хелблінг, директор дослідницьких і пропагандистських програм у країнах Латинської Америки
Амануель Менгісту, помічник директора програм у країнах Африки
Кара Е. Моллер, директор департаменту інформування та надання грантів
Тамера Моттлі, офіс-менеджер
Нік Надал, директор програм у країнах Середнього Сходу та Північної Африки
Кетлін М. Пессолано, помічник директора програм у країнах Латинської Америки
Гейл Роуч, помічник віце-президента з адміністративних питань
Джин Роджерс, заступник директора з питань програмової діяльності
Стівен Б. Роджерс, заступник директора з питань політики реформування
Робін Саакян, директор програм у країнах Євразії
Дана Саутворт, директор програм у країнах Центральної Європи та Євразії
Олена Сахір, директор програм у країнах Євразії та Центральної Азії
Джин Сунг, помічник директора департаменту інформування та надання грантів
Денніс Воткінс, менеджер з питань фінансування
Ендрю Вілсон, головний директор програм у країнах Центральної Європи та Євразії
Оксана Юн, помічник директора програм у країнах Євразії
Джон А. Земко, головний директор програм у країнах Латинської Америки, директор департаменту комунікацій
Представництво в Єгипті
Ранда Аль Зогбі, директор програм
Представництво в Косово
Вівек Дейт, менеджер програм
Представництво в Чорногорії
Ральф Марлатт, менеджер програм
Представництво в Румунії
Марк Мак-Корд, менеджер програм
Представництво в Росії
Олена Можейко, менеджер програм